

info cultura

INFORMATIVO DA SECRETARIA DE CULTURA DO ESTADO DA BAHIA V.1 Nº 7 DEZEMBRO DE 2014



07

**Ocupação
e trabalho na
economia criativa
do estado da
Bahia 2010**



Governo do Estado da Bahia

Jaques Wagner — Governador

Secretaria de Cultura

Antonio Albino Canelas Rubim — Secretário

Secretaria de Planejamento

José Sérgio Gabrielli de Azevedo — Secretário

Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia

José Geraldo dos Reis Santos — Superintendente

Superintendência de Promoção Cultural

Carlos Paiva — Superintendente

Diretoria de Pesquisas

Armando Castro — Diretor

Diretoria de Economia da Cultura

Carmen Lúcia Castro Lima — Diretor

infocultura

é uma publicação editada pela Secretaria de Cultura do Estado da Bahia.

Superintendência de Promoção Cultural

Carlos Paiva – Superintendente

Coordenadores

Carmen Lúcia Castro Lima (SecultBA)

Carlota de Sousa Gottschall Silva (SEI)

Autores

Carmen Lúcia Castro Lima (SecultBA)

Luíz Filipe Aguiar Dunham (SecultBA)

Pierre Malbouisson (SecultBA)

Taís Viscardi (SecultBA)

Carlota de Sousa Gottschall Silva (SEI)

Estatísticas (Banco de dados)

Eva Borges (SEI)

Guillermo Javier Pedreira Etkin (SEI)

Pierre Malbouisson (SecultBA)

Colaboradores

Daniel Carneiro (SecultBA)

Rose Gomes (SecultBA)

Ana Maria de Sales Guerreiro (SEI)

Moderadora dos Grupos Focais

Patrícia Miranda Santos (Universidade Corporativa
do Serviço Público do Estado da Bahia / SEPLAN-UCS)

Revisão

Lucia Santori Carneiro

Projeto Gráfico e Editoração

Assessoria de Comunicação da SecultBA

Editoração

Assessoria de Comunicação da SecultBA

Fotos

Acervo SecultBA

Infocultura - Ocupação e trabalho na economia criativa do estado da Bahia - 2010. V.1, n.7,
(dez. 2014). __ Salvador: Secretaria de Cultura do Estado da Bahia, 2014. 124 p.: il.

1. Cultura - Bahia - Periódico. 2. Cultura- Economia. 3. Criatividade. 4. Mercado de traba-
lho. I. Secretaria de Cultura do Estado da Bahia. II. Título.

CDD 306.8142

SUMÁRIO

1. Introdução	05
2. Discussão sobre economia criativa no mundo e no Brasil	07
3. Especificidades do mercado de trabalho na área cultural criativa: uma breve revisão de literatura	11
4. Delimitações conceituais e metodológicas	15
5. Participação dos ocupados do segmento criativo na economia baiana	33
6. Distribuição dos ocupados do segmento criativo por setores de atividades	35
7. Características dos ocupados do segmento criativo na Bahia	39
8. Comparação da ocupação no segmento criativo na Bahia e estados selecionados	59
9. Composição da ocupação criativa na Bahia, por grupos ocupacionais	79
10. Ocupados na economia criativa, com base no conceito amplo, no estado da Bahia e por territórios de identidade	83
11. Considerações finais	91
12. Referências	94



Foto: Alessandra Nohvais

1. INTRODUÇÃO

Desde o final do século XX, a dimensão econômica da cultura vem consolidando-se, e esse processo pode ser verificado a partir de dois fenômenos: o primeiro é a ampliação da agregação do valor que a cultura, como conjunto de sistemas simbólicos, confere aos bens materiais; o segundo é que, cada vez mais, as atividades culturais, por envolverem processos de produção, circulação e consumo de produtos, são fontes geradoras de ocupação e renda, de atração de investimento e de captação de divisas.

No Brasil, o conceito de economia criativa tem sido utilizado para designar a dimensão econômica presente no segmento cultural. Este engloba criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam o conhecimento, a criatividade e o ativo intelectual como principais recursos produtivos. A economia criativa é, portanto, a economia do simbólico, a qual se alimenta dos talentos criativos, que se organizam, individual ou coletivamente, para produzir bens cujo insumo é a criatividade.

A Bahia tem por marca a identificação de um estado que se singulariza por sua riqueza e diversidade cultural. Este atributo é um aspecto positivo que poderá ser potencializado com a dinamização desta atividade. Além disso, o estado tem sido reconhecido pela qualidade e criatividade de seus artistas, profissionais e de suas escolas de formação, ainda que algumas áreas apresentem maior vitalidade de mercado do que outras. Contudo, como ocorre em todo país, há uma insuficiência de pesquisas e indicadores que abordem de maneira detalhada o impacto desse segmento como um vetor da economia do estado.

A maior produção de conhecimento sobre a dinâmica econômica do setor criativo baiano permitiria conhecer melhor as suas vocações e oportunidades de captação de empreendimentos criativos. É com este entendimento que se optou, neste estudo, por se fazer um esforço visando gerar informações do mercado de trabalho criativo. Considera-se, assim, que este aspecto é representativo de uma série de condicionantes que espelham o retrato atual do mercado de bens criativos no estado.

O presente trabalho busca mapear o mercado de trabalho criativo como indicativo da

importância econômica deste segmento. Para tanto, a partir de uma tipologia proposta e com base em tabulações especiais dos microdados do Censo Demográfico de 2010, foram geradas informações e indicadores de ocupação da economia criativa no estado. A análise apresentada tem caráter descritivo, referindo-se a um marco específico no tempo. Ainda que esteja se referindo à realidade de 2010, ano que o IBGE realizou a coleta de dados do Censo Demográfico, acredita-se que a abrangência da investigação e as condicionantes estruturais do segmento ainda correspondam à realidade do mercado de bens criativos em 2015.

Este estudo utiliza três delimitações para a análise do mercado de trabalho da economia criativa: a) segmento criativo: que inclui os ocupados que atuam nas atividades que geram, preservam, conservam ou transmitem bens com conteúdo simbólico-cultural; b) ocupação criativa: que abrange ocupações cuja principal característica, da sua função, é trabalhar direta ou indiretamente com a criatividade artística; c) conceito amplo: que considera tanto os ocupados (criativos ou não) que estão nas atividades criativas e relacionadas e os criativos que atuam em segmentos não criativos.

Além desta introdução, o estudo contém mais nove seções: na seção 2 será discutido como a criatividade e a cultura têm se tornado elementos importantes na sociedade contemporânea e o conceito de economia criativa; na seção 3 será apresentada uma discussão sobre as especificidades do mercado de trabalho cultural/criativo; na seção 4 serão feitas as delimitações metodológicas e conceituais; na seção 5 será mostrada a participação do segmento criativo na economia baiana; na seção 6 será analisada a distribuição dos ocupados por setores de atividades; na seção 7 será analisada a ocupação no segmento criativo da Bahia; na seção 8 será feita uma comparação das características da ocupação criativa entre a Bahia e estados selecionados; na seção 9 se mostrará a composição e os rendimentos dos ocupados por grupos ocupacionais; na seção 10 será apresentado o padrão de distribuição de ocupados criativos, sob a perspectiva ampla, no estado e de acordo com os territórios de identidade; e, na seção 11 serão feitas as considerações finais.

2. DISCUSSÃO SOBRE ECONOMIA CRIATIVA NO MUNDO E NO BRASIL

Em uma concepção mais abrangente, a definição de *cultura* pode ser atribuída a um conjunto de práticas que é resultado da interação que os seres humanos fazem entre si e com o espaço físico em que estão inseridos. Tais práticas podem abarcar desde a noção de moral, ética, conjunto de leis, modo de produção econômico, até questões que tangenciam o âmbito mais comportamental, simbólico, lingüístico e artístico (EAGLETON, 2003).

Throsby (2001) discute que há duas formas de considerar a expressão *cultura*. A primeira descreve as atitudes, crenças, morais, costumes, valores e práticas que são comuns ou divididos por um grupo, seja ele um grupo político, geográfico ou religioso. A segunda definição tem um sentido mais funcional, denotando certas atividades que são desenvolvidas pelas pessoas, cujo produto está relacionado com os aspectos intelectual/criativo, moral e artístico da vida humana. (FERREIRA NETO, et al, 2012).

O marco histórico do pensamento econômico no campo da cultura acontece em 1966 com William Baumol e William Bowen por meio da publicação de *Performing Arts: the Economic Dilemma*. A obra foi o primeiro trabalho sistematizado sobre a economia da cultura, que teve como objeto as artes de

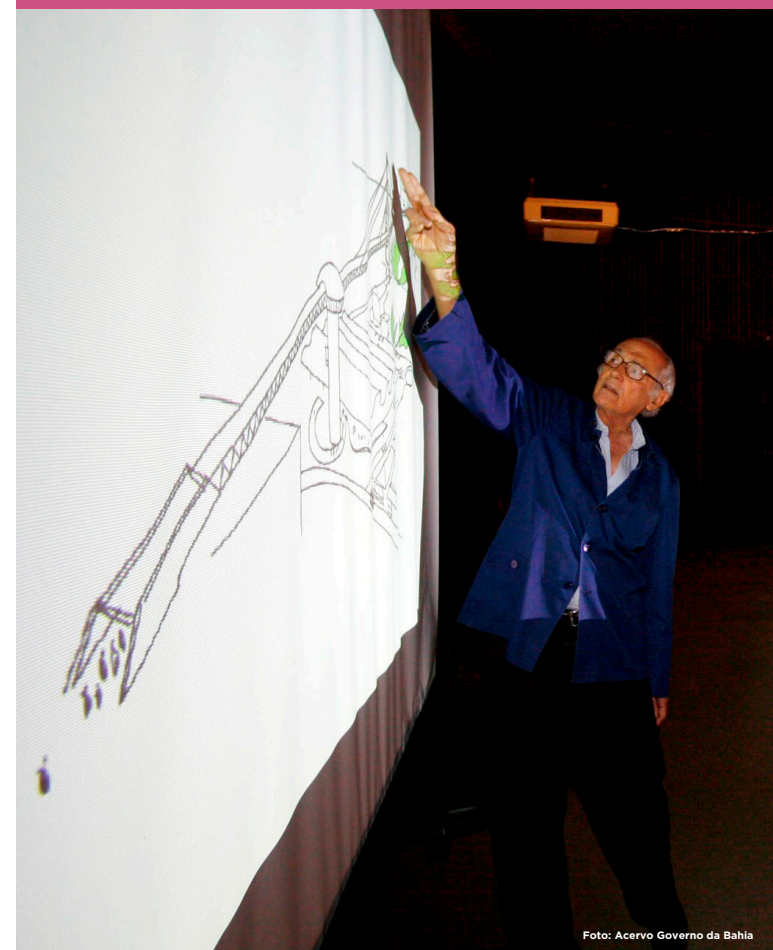


Foto: Acervo Governo da Bahia

representações vivas, ou seja, espetáculos ao vivo (balé, concertos e teatro). Neste cenário, eles constataram a seguinte particularidade: a tendência para o aumento incontável dos custos de produção, raramente cobertos, nessas atividades, denominando-os de “doenças dos custos” (REIS, 2006).

Após a publicação desse trabalho, que serviu como um ponto de partida para o debate acadêmico sobre o assunto, as definições de economia da cultura avançaram com as mudanças socioeconômicas e adquiriram contornos mais definidos. Hoje, seu foco, mais precisamente, são os processos de produção e distribuição de bens e serviços cujos produtos possuem valor simbólico, histórico, religioso e social. De acordo com a United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), o órgão da Organização das Nações Unidas (ONU) responsável por lidar com as questões de comércio, investimento e desenvolvimento:

“Economia Cultural” é a aplicação de análise econômica a todas as artes criativas e cênicas e às indústrias patrimoniais e culturais, sejam de capital aberto ou fechado. Ela se preocupa com a organização econômica do setor cultural e com o comportamento dos produtores, consumidores e governos nesse setor. (UNCTAD, 2010, p. 5).

Partindo dessa concepção defendida pela entidade, é possível incluir como parte da cadeia econômica da cultura não apenas o que for diretamente envolvido com a criação dos produtos finais, mas, ainda, os setores de fornecimento dos recursos e materiais necessários à elaboração dos bens culturais. Assim, o fazer criativo, independentemente de ser voltado ao mercado, tem uma base econômica, pois envolve a produção, gestão, distribuição, circulação e consumo de bens.

Yúdice (2004) defende que as manifestações culturais podem ser vistas como recursos voltados, também, para o desenvolvimento social e político de uma comunidade. Dessa forma, é correto afirmar que, dentro de um contexto que envolve tanto os aspectos econômicos quanto sociais e simbólicos, a cultura ganha um protagonismo na contemporaneidade.

Nos anos 1990, principalmente em resposta à necessidade de promover a revitalização de determinadas regiões e cidades, começou a ser utilizado, no âmbito das políticas públicas, o termo indústria criativa como nova categorização aplicada ao setor cultural. Este conceito abarcaria atividades culturais tradicionais e, ao mesmo tempo, enfatizaria o papel da arte e da cultura na promoção de

inovação e crescimento econômico.

O termo indústria criativa é relativamente novo e é difícil precisar sua origem. Pensa-se ter surgido na Austrália, em 1994, quando o governo de Keating lançou a política cultural “Nação Criativa”, projetada para auxiliar o país nos desafios comuns da revolução das tecnologias de informação e da onda da cultura de massa global. A “Nação Criativa” sinalizou que a política cultural seria também uma política econômica (REIS, 2006).

No entanto, foi em 1997, no Reino Unido, que o conceito avançou em sua formulação, quando o governo britânico identificou a indústria criativa como um setor particular da economia do país, através das atividades do *Department of Culture, Media and Sports* (DCMS). Essa medida visou revitalizar a economia britânica, dado que as indústrias de base nacionais (metalúrgica, siderúrgica) sofreram uma diminuição em sua participação na economia local no final do século XX. A iniciativa de realizar um incentivo às chamadas indústrias criativas (*creative industries*) veio como uma resposta à necessidade de colocar, novamente, o Reino Unido como protagonista no competitivo

mercado global (UNCTAD, 2010)¹.

Deve-se ressaltar que o conceito de Indústria Criativa sofreu algumas reformulações em que foi esboçada uma proposta de quais atividades poderiam ser inseridas neste setor. Atualmente, o termo economia criativa compreende em seu escopo tanto as atividades tradicionais relacionadas à cultura, como artes cênicas, cinema, música, da mesma forma que as atividades que têm como insumo principal a criatividade e geram bens simbólicos, a exemplo da publicidade e criação de *games* (UNCTAD, 2010).

Esse conceito ainda é muito discutido entre os especialistas e não existe um consenso. Em seu relatório, a UNCTAD (2010) definiu *economia criativa* segundo alguns parâmetros que são encontrados em diferentes autores: se baseia em ativos criativos que geram crescimento e desenvolvimento econômico; estimula a geração de renda e criação de empregos; incorpora aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetos de tecnologia, propriedade intelectual e

¹ Existem críticas quanto à utilização da expressão indústria para a produção criativa, já que é considerada bastante restritiva, pois denotaria uma necessidade significativa de capital e uma organização muito tradicional dos meios de produção. Mas, na verdade, o conceito *indústria* é usado, em muitos países, para designar um conjunto de atividades interrelacionadas em torno de produtos semelhantes.

turismo (UNCTAD,2010).

No Brasil, o termo economia criativa é utilizado para denominar uma conceituação mais ampla do segmento cultural com foco em sua dimensão econômica. Assim, objetivando estabelecer uma referência comum para o estado da Bahia e um alinhamento com as metas traçadas no Plano da Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura, a economia criativa, como descrita no Plano:

compreende as dinâmicas dos ciclos de criação, produção, distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos, oriundos dos setores criativos cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção e riqueza cultural, econômica e social (BRASIL, 2012).

Em síntese, os segmentos criativos abrangem aqueles reconhecidamente “culturais”, em suas diversas linguagens como música, teatro, literatura, artes plásticas, dança, patrimônio, e outros, que têm a criatividade como elemento fundamental, a exemplo do *design*, arquitetura, publicidade e moda.



Foto: Rafael Martins

3. ESPECIFICIDADES DO MERCADO DE TRABALHO NA ÁREA CULTURAL/CRIATIVA: UMA BREVE REVISÃO DE LITERATURA

A produção cultural apresenta muitas especificidades tanto do lado da oferta (processo produtivo) como da demanda e também da própria natureza do produto gerado, as quais conformam grande complexidade na dinâmica do setor cultural. No processo produtivo, coexistem diversas formas de produção: grandes empresas, autônomos, artistas independentes e pequena produção independente. Em geral, o planejamento da produção cultural se estabelece em volta de um produto único, em vez de ser desenhado por meio de processo segmentado em atividades estanques. Acrescenta-se a isso o fato de que seu processo produtivo caracteriza-se pela participação de equipes polivalentes,

o que exige a coordenação de diferentes competências, especialidades e recursos (BENDASSOLLI et al., 2009). Vale ressaltar, ainda, que o segmento criativo é composto por diversas atividades que possuem formas de organização bastante distintas.

Nesse sentido, a literatura discute que haveria, também, especificidades no mercado de trabalho cultural, o que o distingue das outras formas de trabalho. Benhamou (2007) afirma que as formas diferenciadas de emprego são mais presentes entre os trabalhadores do setor cultural que nos trabalhadores de forma geral.

No campo da produção criativa, o trabalho temporário seria a forma de trabalho predominante. Este, por sua vez, traz consigo algumas consequências como a descontinuidade dos projetos e a contratação de profissionais altamente especializados para realizar funções muito específicas. Assim, o trabalho cultural/criativo reuniria três características essenciais: descontinuidade, perspectivas incertas para a carreira e variações de remuneração (BENHAMOU, 2007).

Da mesma forma, Wassal & Alper (2006), Throsby (1992) e Towse (2006) afirmam que o mercado de trabalho do setor cultural é diferenciado. Eles argumentam que, por muitas

vezes, é realizado em tempo parcial, além de ser pouco influenciado pela escolaridade.

Machado, et al (2014) discute que o mercado de trabalho para os artistas apresenta elementos interessantes e peculiares. Fatos estilizados sobre este mercado incluem: retornos mais baixos devido a maior escolaridade, quando comparados com outros profissionais; maior desigualdade de renda entre os trabalhadores e a incerteza contínua sobre a aceitação pública de sua produção. Os estudiosos apontam um paradoxo, pois, mesmo com uma maior qualificação, esse trabalhador está em uma ocupação com alta instabilidade. Para os autores, uma possível explicação para este fato, é que o trabalho criativo pode proporcionar satisfação significativa, o que, em certa medida, compensa os inconvenientes mencionados (MACHADO, et al 2014).

Em relação aos salários e rendimentos, Benhamou (2007) explica que o artista que não pode se dedicar exclusivamente à arte aloca seu tempo entre o trabalho artístico e não-artístico de acordo com sua remuneração. Nota-se, ainda, que os artistas dependem também do rendimento de seus cônjuges (BENHAMOU, 2007). Destaca-se que, além do rendimento direto e do cônjuge, a remuneração dos agentes criativos também é composta pelos direitos

autorais e patentes, que de maneira indireta o remunera por sua obra durante certo período (FERREIRA NETO, et al, 2012).

Benhamou (2003), em um estudo sobre ocupações culturais na França e no Reino Unido, apontou que indivíduos neste setor têm, em comparação com o mercado de trabalho tradicional, uma maior diversidade de relações de emprego. Ela aponta características incomuns do trabalho cultural, como: contratos em tempo parcial, ocupação temporária, segundo emprego e trabalho autônomo. Desta forma, o grande número de ocupações destas naturezas poderia causar uma percepção ilusória de desemprego.

Esse padrão de flexibilidade é explicado por dois fatores. Em primeiro lugar, a autora argumenta que as atividades culturais são descontínuas, por isso as pessoas assumem mais de uma tarefa ao mesmo tempo e mudam constantemente de postos de trabalho; em segundo lugar, os projetos que visem qualificações específicas requerem flexibilidade do emprego (BENHAMOU, 2003).

Segnini e Souza (2006) discutem que o trabalho artístico apresenta-se, ao longo da história, como um espaço de experimentação para as práticas de flexibilidade. No entanto, estas

podem ser vistas de duas maneiras: se por um lado a criação artística é uma atividade que requer certo grau de liberdade e autonomia; por outro lado, a flexibilidade do trabalho artístico também pode significar precarização do trabalho (RICARDO ALMEIDA, 2013).

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e o Ministério da Cultura analisaram o mercado de trabalho para o segmento cultural no Brasil entre 2007 e 2012 e observaram algumas especificidades, a saber (SISTEMA, 2013) :

- Em relação aos atributos pessoais, nas ocupações relacionadas à cultura, os trabalhadores autodeclarados brancos foram maioria em todo o período analisado. A análise por grupos de idades destaca que a população ocupada na cultura é proporcionalmente mais jovem que a população ocupada nos demais setores da economia e a participação da população com 50 anos ou mais de idade na cultura foi menor que a participação no conjunto da economia. Entre os trabalhadores do setor cultural, prevalece um nível de instrução mais alto que o observado entre os ocupados no mercado de trabalho em geral.

- Para as características da ocupação, no período referido, houve uma redução da participação dos trabalhadores sem carteira assinada e dos trabalhadores por conta própria, tanto na população ocupada total quanto na população ocupada na cultura. A maior participação de trabalhadores com carteira assinada no setor cultural influenciou a elevação do percentual de contribuintes para a previdência. Nas horas habitualmente trabalhadas no labor principal, os trabalhadores do setor cultural apresentaram uma carga horária inferior ao total geral.
- O rendimento médio real mensal do trabalho principal da população de 10 anos ou mais de idade ocupada em atividades culturais cresceu entre 2007 e 2012.

As seções, a seguir, dedicar-se-ão a analisar as características da ocupação criativa no estado da Bahia, a partir de uma metodologia proposta. Procurar-se-á analisar se os fatos estilizados, apontados por esta breve revisão de literatura sobre o mercado de trabalho cultural/criativo, são observados para o caso baiano.



Foto: Álvaro Vilela

4. DELIMITAÇÕES CONCEITUAIS E METODOLÓGICAS

O presente trabalho foi elaborado a partir das seguintes etapas: (i) seleção das *atividades econômicas* e *ocupações* consideradas da área criativa, a partir de uma revisão da literatura de estudos internacionais e nacionais com escopo semelhante; e (ii) identificação e organização dos dados disponíveis sobre as atividades e ocupações selecionadas a partir da base de dados do Censo Demográfico IBGE 2010 para o estado da Bahia, estados selecionados e o Brasil. Com esse procedimento, buscou-se construir uma metodologia capaz de mensurar o peso da atividade econômica criativa no mercado de trabalho baiano.

A pesquisa teve dois tipos de estratégias metodológicas complementares em função não apenas dos objetivos do estudo, como também em função da contextualização da análise. São estas: a abordagem quantitativa baseada em dados estatísticos e a abordagem qualitativa utilizando a técnica do grupo focal.

4.1 Referenciais Conceituais

Uma série de delimitações diferentes do segmento criativo foi apresentada, nos últimos anos, com o intuito de melhorar o entendimento sobre a dinâmica deste setor. Contudo, ainda não há definições

ou critérios únicos sobre a composição do segmento criativo. Podem ser encontradas diversas terminologias que diferem quanto às características e ao conjunto de atividades econômicas que deve ser englobado². Existe um relativo consenso de que teatro, dança, música, audiovisual e patrimônio compõem tal conjunto de atividades. Por outro lado, é frequentemente questionada a inclusão da arquitetura, do esporte, da publicidade, do *design*, de programas de computador e da moda.

O *design* é um exemplo-chave de como os recursos culturais são usados indiretamente para contribuir para a inovação em atividades não-culturais. As pessoas que trabalham no setor do design (de moda, de produtos, ou projetos gráficos) são originárias, frequentemente, das artes visuais (KEA EUROPEAN AFFAIRS, 2006). A publicidade e a propaganda são, por vezes, consideradas como parte do setor cultural e criativo, já que as técnicas de publicidade requerem insumos “criativos” essenciais e a contribuição de habilidades criativas. Nesse segmento, a cultura adiciona valor e abastece a criatividade, bem como estimula a inovação no processo de produção. Além disso, gera bens

protegidos por direitos autorais.

Na arquitetura, embora o objetivo seja “funcional”, os recursos e as referências culturais contribuem para elevar o potencial criativo. O *software*, por sua vez, é também frequentemente incluído no setor criativo não-cultural, porque atende a dois critérios: lida com direitos autorais e é insumo cultural. O patrimônio é parte tradicional das artes e promove o consumo das experiências culturais no local, na forma de museus, exposições e visitas a um patrimônio local. Esse segmento é particularmente importante para o turismo cultural (KEA EUROPEAN AFFAIRS, 2006). O esporte é incluído por alguns estados-membros do Reino Unido e nas versões mais recentes das classificações de DCMS do Reino Unido, bem como nas abordagens nórdicas da “economia da experiência” (KEA EUROPEAN AFFAIRS, 2006).

Existem ainda as indústrias relacionadas que dependem da produção de conteúdo, como os segmentos produtores de: CD e DVD, MP3, televisão, instrumentos musicais, equipamentos de computador e telefones móveis. Vale ressaltar que o desempenho dessas indústrias depende da geração de conteúdo como imagens, textos, sons e informações.

Diante do exposto, conclui-se que, apesar de alguns consensos, a escolha de quais atividades devem ser incluídas no segmento criativo depende da finalidade analítica e das singularidades locais. Do ponto de vista da pesquisa econômica e dos dados estatísticos, no entanto, a adoção de um sistema comum de classificação é fundamental para o exercício da compreensão e análise. No Brasil, pode-se destacar quatro estudos (IBGE, Firjan, Fundap, Ipea) que buscaram apresentar um norteador para abrangência do setor criativo capaz de possibilitar a quantificação estatística, comentados a seguir.

Em 2013, por intermédio de um convênio firmado entre o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e o Ministério da Cultura (MINC), foi publicado um estudo que organizou informações e indicadores referentes à economia da cultura no Brasil. Ressalte-se que o IBGE, em sua delimitação do segmento cultural, inclui apenas as atividades econômicas relacionadas à produção de bens e serviços direta ou indiretamente ligados à cultura, e tradicionalmente ligados às artes. Com essa seleção, foram excluídas as atividades referidas a turismo e esporte. No trabalho do IBGE foram utilizadas sete bases de dados regularmente produzidas pela Instituição, tendo como referencial o

ano de 2010: Cadastro Central de Empresas, Pesquisa Industrial Anual - Empresa, Pesquisa Anual de Comércio, Pesquisa Anual de Serviços, Pesquisa de Orçamentos Familiares, Estatísticas Econômicas das Administrações Públicas e Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD). Esta análise caracterizou tanto a ocupação formal como informal.

Outro exemplo foi a Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan) que realizou, em 2011, um estudo sobre a Cadeia da Indústria Criativa Brasileira adotando uma classificação bem mais ampla que aquela proposta pela Unctad, incluindo segmentos como pesquisa e desenvolvimento, engenharia, biotecnologia, *software* e computação. A Firjan prevê um núcleo de atividades centrais (culturais), produzindo atividades relacionadas e de apoio, que passam a compor a cadeia econômica das indústrias criativas. As informações produzidas foram, predominantemente, retiradas da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) do Ministério de Trabalho e Emprego (MTE) do Brasil, o qual engloba apenas o mercado de trabalho formal (VALIATI, 2013).

A Fundação do Desenvolvimento Administrativo (Fundap), do Município de São Paulo, mapeou os impactos das indústrias criativas para a Cidade de São Paulo no ano

² Para uma revisão de literatura sobre as diversas terminologias para o segmento criativo ver UNCTAD (2010) e OLIVEIRA; ARAUJO; SILVA (2013).

de 2011. O conceito adotado pela Fundap define economia criativa como aquelas manifestações humanas ligadas à arte em suas diferentes modalidades, sejam elas do ponto de vista da criação artística em si, como pintura, escultura e artes cênicas, sejam na forma de atividades criativas com viés de mercado, como design; artes performáticas; artes visuais, plásticas e escritas; audiovisual; edição e impressão; ensino e cultura; informática; patrimônio; pesquisa e desenvolvimento; e publicidade e propaganda. A partir da definição de atividades específicas, com base na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE 2.0), foram produzidas informações sobre emprego e renda do trabalho, baseadas nos dados da RAIS-MTE e do PNAD do IBGE (VALIATI, 2013).

Oliveira; Araujo; Silva (2013), no Texto para Discussão do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), propuseram uma sistematização dos diferentes conceitos e formas de mensuração existentes do segmento criativo, e apresentaram propostas de aferição de sua participação na economia brasileira. Foram empregadas duas dimensões e duas abordagens. As dimensões são: **setorial** – em que o foco está no ramo de atividade das empresas – e a **ocupacional** ou das classes

criativas – em que o foco está na ocupação profissional exercida pelo indivíduo, e se esta é criativa ou não. As abordagens são a da economia formal, em que se utilizou os dados da RAIS e a da economia formal e informal, para a qual utilizou-se dados da PNAD.

Apesar da controvérsia quanto à composição das atividades que integram o segmento criativo, duas variáveis parecem ser consensuais: o seu insumo principal é a criatividade, e os seus produtos personificam ideias e valores. Dessa maneira, existiriam três tipos de atividades do setor criativo (LIMA, 2009):

a) Artes – segmento não-industrial que produz bens não-reprodutíveis e serviços com consumo instantâneo como: artes visuais, cênicas e patrimônio.

b) Indústrias culturais – segmentos responsáveis pela produção de artefatos culturais reprodutíveis, dissemináveis massivamente e exportáveis como: livros, filmes e música.

c) Atividades “criativas” não-culturais – nesse segmento, a criatividade é entendida como o uso de recursos culturais no processo de produção de segmentos não-culturais. Estes produzem bens para indústrias que fornecem

bens funcionais, e, assim, integram elementos culturais a estes. Um exemplo são os serviços de *design* para indústria têxtil.

O presente trabalho, considerando a sua finalidade e com base nos estudos revisados, contemplou, para a sua delimitação do segmento criativo, as atividades cujo valor cultural é fundamental para valoração dos bens gerados por estas. Esta classificação tem como referência o modelo dos Círculos Concêntricos da Comissão Europeia (UNCTAD, 2010). De acordo com este conceito, quanto mais pronunciado o conteúdo cultural de um bem ou serviço produzido, maior a justificativa para a atividade que o produz como segmento criativo (UNCTAD, 2010). O modelo considera que as ideias criativas se originam no núcleo das artes criativas na forma de som, texto e imagem e se difundem para o exterior por meio de uma série de camadas ou círculos concêntricos (VALIATI, 2013).

Partindo desta base e considerando as singularidades regionais, incluiu-se o artesanato pela importância desta atividade para o segmento cultural na Bahia.

Além disso, o Sistema de Indicadores produzido pelo IBGE (2013) também serviu

como importante referencial teórico-metodológico para as escolhas feitas nesse estudo, por levar em conta as atividades que não geram bens simbólico-culturais, mas que, de alguma forma, estão inseridas na cadeia produtiva da cultura (como fabricação de instrumentos musicais) ou que são impactados pelo segmento criativo, a exemplo do turismo (SISTEMA, 2013).

Uma referência utilizada foi a delimitação preliminar das atividades que irão compor a Conta Satélite da Cultura. Esse projeto do Ministério da Cultura em parceria com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), objetiva sistematizar as informações sobre atividades econômicas relacionadas aos bens e serviços culturais, e, assim, identificar e mensurar a contribuição da *Cultura* para a formação do Produto Interno Bruto Brasileiro³.

Outra abordagem utilizada, no presente estudo, foi a ocupacional. O critério utilizado para definir os ocupados na economia criativa foi a seleção das ocupações tidas como tipicamente artístico-culturais, criativas e relacionadas. Os trabalhos realizados por Oliveira; Araujo e

³ As contas satélites são uma extensão do Sistema de Contas Nacionais. Elas permitem que se façam análises sobre o perfil e a evolução de um setor de forma comparável ao total da economia, medido pelas Contas Nacionais (SISTEMA, 2013).

Silva (2013) e Sistema (2013) foram as principais referências deste recorte metodológico.

O detalhamento das **atividades e ocupações** selecionadas para geração das estatísticas sobre economia criativa na Bahia será apresentado no próximo item. Deve-se, mais uma vez, esclarecer que este é um exercício de delimitação do segmento, haja vista que não existe consenso em relação a esta aproximação entre as instituições envolvidas neste debate.

4.2 Abordagem Quantitativa

A análise quantitativa utilizou os dados do Censo Demográfico de 2010, levantados pelo IBGE, para analisar o perfil dos ocupados na economia criativa. A utilização dessa base de dados serviu para traçar um panorama mais geral do estado da Bahia, tendo em vista que as informações são abrangentes, por se tratarem de amostra mais ampla da população baiana.

Os classificados como **ocupados** são pessoas com 10 anos ou mais de idade que, na semana de referência da pesquisa, trabalharam durante todo o período ou parte deste. Foram investigadas as ocupações de acordo com o *trabalho principal*, ou seja, aquele no qual a pessoa habitualmente dedicava maior número

de horas por semana. Estes ocupados são classificados, segundo o IBGE (2010), do seguinte modo:

- Empregado: pessoa que trabalhava para um empregador (pessoa física ou jurídica), geralmente obrigando-se ao cumprimento de uma jornada de trabalho e recebendo, em contrapartida, uma remuneração.
- Conta própria (autônomo): pessoa que trabalhava explorando o seu próprio empreendimento, sozinha ou com sócio, sem ter empregado, ainda que contando com a ajuda de trabalhador não remunerado.
- Empregador: pessoa que trabalhava explorando o seu próprio empreendimento com pelo menos um empregado.

O primeiro desafio deste trabalho, após a delimitação do campo que envolve o segmento criativo, foi cotejar estes agrupamentos à agregação disponível nas bases de dados secundários do IBGE, a qual, historicamente, fornece informações sobre o comportamento econômico dos setores tradicionais de geração de bens no país. A valorização recente da economia intangível no Brasil, a exemplo das telecomunicações, até então não foi traduzida na mensuração dos

institutos oficiais de pesquisa e informação, ainda que já se observe um movimento destes setores nos códigos de classificação.

As informações coletadas por setores de *atividade* têm por base a Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE-Domiciliar 2.0, que segue a padronização internacionalmente adotada para a classificação das atividades⁴. As *ocupações*, por sua vez, seguem a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) do Ministério do Trabalho⁵. Estas classificações oficiais trabalham com grandes grupos, o que gerou dificuldades para identificar atividades pertencentes ao segmento criativo, como serviços de *design*, arquitetura e artesanato, com implicações conceituais e metodológicas.

4.2.1 Dimensão setorial: segmento criativo e atividades relacionadas

Define-se **atividade** como a finalidade ou

⁴ Esta classificação constituiu o instrumento chave para a delimitação do setor composto de atividades econômicas de natureza industrial, comercial e de serviços que produzissem bens e serviços relacionados à produção cultural (SISTEMA, 2013).

⁵ A Classificação Brasileira de Ocupações descreve e ordena as ocupações dentro de uma estrutura hierarquizada que permite agregar as informações referentes à força de trabalho, segundo características ocupacionais que dizem respeito à natureza da força de trabalho (funções, tarefas e obrigações que tipificam a ocupação) e ao conteúdo do trabalho (conjunto de conhecimentos, habilidades, atributos pessoais e outros requisitos exigidos para o exercício da ocupação) (CBO, 2012).

ramo de negócio da organização, empresa ou entidade para a qual a pessoa trabalha. Para os trabalhadores por conta própria, classifica-se de acordo com a ocupação exercida (IBGE, 2010). Na dimensão setorial foram selecionadas as atividades consideradas da área criativa de acordo com os critérios específicos adotados por esse estudo.

Salienta-se, que nessa dimensão, as atividades foram selecionadas de formas distintas. Isso se justifica pelas próprias características e peculiaridades de cada uma delas. Enquanto algumas envolvem a produção de conteúdos simbólicos e culturais, outras estão associadas à cadeia produtiva da cultura; existem, ainda, aquelas atividades econômicas relacionadas indiretamente ao setor cultural. O primeiro critério para definição do campo do segmento criativo foi trabalhar com as classes de atividades de acordo com os grupos selecionados considerados como *criativos* (ver Quadro 1).

A classificação da CNAE domiciliar permite identificar classes de atividades de cinco dígitos. Deste modo, foram selecionadas as atividades satisfatoriamente desagregadas, relacionadas diretamente às atividades culturais e afins, de forma a se chegar a uma composição mais próxima do segmento criativo. Como exemplo de um CNAE

selecionado, pode-se citar: atividades artísticas, criativas e de espetáculos.

O segundo critério utilizado para delimitação do setor criativo, considerando as atividades cujas CNAEs possuíam um elevado grau de agregação, foi o filtro com base na CBO. Foram selecionadas, para as atividades de artesanato e arquitetura, apenas as ocupações tidas como tipicamente criativas relacionadas a estas áreas. Este procedimento permitiu fazer uma triagem dos ocupados, excluindo alguns que não têm relação direta com o segmento criativo delimitado.

Para o setor de moda não foi identificado um CNAE relacionado a esta atividade com um nível de desagregação aceitável. Havia duas classes de atividades muito amplas que faziam alguma referência ao setor de moda: “indústria de confecção” e “outras atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente”. Contudo, no corte ocupacional foram identificadas ocupações relacionadas ao segmento da moda.

Dessa forma, as classificações foram divididas em quatro grupos e três categorias, conforme serão identificados a seguir.

I. Segmento Criativo

Para a análise dos dados da ocupação do segmento criativo foram considerados os ocupados que atuam nas atividades que geram, preservam, conservam e transmitem bens com conteúdo simbólico-cultural. Estes são os profissionais criativos ou não que atuam nas **atividades culturais** (patrimônio, artes cênicas, artes visuais, livros e periódicos, audiovisual, música e mídias interativas e artesanato) e **criações funcionais** (publicidade e arquitetura).

O primeiro grupo, denominado de atividades culturais, é compreendido por domínios cujas atividades têm como insumo principal a criatividade e os seus produtos personificam ideias e valores, ou seja, valor cultural⁶. Este grupo possui cinco domínios, sendo eles: (A) patrimônio; (B) artes cênicas e outras

6 Throsby (2001a: 29) define os aspectos do valor cultural da seguinte maneira:

- Valor estético: reflete beleza, harmonia e forma, bem como outras características estéticas.
- Valor espiritual: significado espiritual partilhado por todos os seres humanos.
- Valor social: capacidade de criar vínculos entre os indivíduos, que, de outra forma, não se encontravam.
- Valor histórico: reflete as condições do momento em que eles foram criados e, por sua vez, garantem clareza e um sentido de continuidade com o presente.
- Valor simbólico: significado de um bem que vai ser transmitido ao consumidor.
- Valor de autenticidade: salienta o fato de uma obra ser o real, original e único trabalho que ela própria representa.

atividades artísticas; (C) livros e periódicos; (D) audiovisual, música e mídias interativas e (E) artesanato. Abaixo, segue a descrição de cada um deles, com base nas definições do SISTEMA (2013) e da FUNDAP (2011):

A. Patrimônio: abrange as atividades relacionadas à preservação de acervo bibliográfico e museológico, além da exploração comercial de espaços de exibição desses materiais e das atividades de conservação e restauração dos mesmos. As atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques, reservas e áreas de proteção ambiental foram incluídas nesse grupo.

B. Artes Cênicas, visuais e outras atividades artísticas: inclui as atividades ligadas às artes cênicas e circenses e outros espetáculos realizados ao vivo. Fazem parte dessa categoria não apenas os espetáculos em si, mas, também, as atividades de gestão dos espaços em que eles acontecem, como ateliê de arte, casas de cultura, salas de teatro, de espetáculos de dança, casas de shows, entre outros. Esta classificação engloba, ainda, serviços que fazem parte do processo de execução desse tipo de espetáculo, como, por exemplo, sonorização, iluminação, efeitos especiais e disc jokey. Compreende também as atividades de

criação artística, como a de artistas plásticos (pintores, escultores) e escritores. Trata-se de uma classificação ampla que agrega atividades diversas que são dedicadas à cultura e à arte⁷.

C. Livros e periódicos: encontram-se nessa categoria as atividades de produção de todos os tipos de materiais impressos (livros, jornais, revistas e outros).

D. Audiovisual, Música e Mídias

Interativas: inclui atividades fabris como a reprodução de materiais gravados (em que se inclui a gravação de CD e DVD). Os serviços ligados à produção, pós-produção e exibição cinematográfica também fazem parte dessa categoria, além das atividades de rádio e televisão, responsáveis pela maior parte dos serviços de difusão de produções audiovisuais. Também fazem parte desse grupo os provedores de conteúdo *on line*, os serviços de busca e outros serviços de informação na *internet*, assim como os serviços de hospedagem de sites, portais e blogs.

E. Artesanato: inclui as atividades que desenvolvem novos produtos a partir de

7 Ver Anexo 1 com o detalhamento completo de todas as atividades presentes nessa Classificação Nacional de Atividades Econômicas.

matérias primas de natureza diversas: fibras, madeira, pedras, sementes e cascas, tecidos, metais, couro, látex, dentre outros. Esse processo criativo incorpora variadas técnicas de tratamento, preparação e transformação das matérias primas utilizadas. Esses produtos recebem acabamento de modo que os mesmos retratem a cultura local e identifiquem seu autor.

O segundo grupo, denominado de **Criações Funcionais**, representam as atividades mais orientadas pela demanda e serviços de indústrias de bens e serviços com finalidades funcionais. É formado exclusivamente pelo domínio Serviços Criativos de Base Cultural (F). A inclusão dessas classificações é justificada pelo fato dos elementos culturais serem fatores impulsionadores da produção dessas atividades, ao ponto de uma considerável parte dos resultados dos trabalhos destas serem voltados para a área cultural.

F. Serviços criativos de base cultural: neste item foram incluídas as classificações setoriais *Publicidade* e Serviços de arquitetura, engenharia e atividades técnicas relacionadas, testes e análises técnicas. Em *Publicidade* estão compreendidas as diversas atividades do setor, como agência de anúncios, agência de comunicação visual,

assessoria de comunicação e marketing, entre outros ramos profissionais desta classificação. Salienta-se que o setor de *Serviços* de arquitetura, engenharia e atividades técnicas relacionadas, testes e análises técnicas, não abrange todas as ocupações desta CNAE, uma vez que ela comporta setores do mercado não relacionados com a área criativa. Foram abordados nesta pesquisa apenas os profissionais deste segmento profissional que têm a ocupação no setor de arquitetura.

II. Atividades Relacionadas

O terceiro grupo, denominado **Atividades Diretamente Relacionadas à Cadeia Produtiva da Cultura**, é composto por atividades industriais, de serviços e comerciais que não produzem bens simbólicos e/ou culturais, mas fornecem bens ao processo produtivo cultural/criativo ou distribuem ou auxiliam a difusão dos bens culturais/criativos. Este grupo é constituído pelos seguintes domínios:

G. Atividades industriais: compreendem atividades de manufatura necessárias para o acontecimento e desenvolvimento de determinadas atividades culturais, sendo eles: fabricação de equipamentos de comunicação e de aparelhos de recepção, reprodução,

gravação, amplificação de áudio e vídeo; fabricação de instrumentos ópticos fotográficos, cinematográficos, de mídias virgens, magnéticas e ópticas; fabricação de instrumentos musicais e impressão de reprodução e gravações.

H. Atividades de serviços: são atividades de provisão dos serviços e/ou operação de infra estrutura que possibilitam a transmissão e o armazenamento de produtos com conteúdo de informação.

I. Atividades comerciais: para definir as classificações utilizadas em Atividades comerciais, este trabalho abarcou o setor de comércio de artigos de escritório, livros, jornais e outras publicações impressas e equipamentos e produtos de tecnologias de informação e comunicação.

O quarto grupo, **Atividades Indiretamente Relacionadas ao Segmento Cultural**, é composto por setores que abarcam os serviços de viagem e atividades de recreação e lazer. A escolha destes é justificada pelo fato das atividades culturais gerarem externalidades nesses segmentos, ainda que não estejam inseridos diretamente na cadeia produtiva da cultura.

J. Atividades de entretenimento e turismo: este grupo abrange todas as atividades relacionadas aos serviços de viagens e turismo, bem como as atividades de recreação e lazer, que correspondem os setores das casas noturnas, boates, cafés, salões de festas, entre outros.

Essa diferenciação permitirá uma análise mais focada no setor criativo intrinsecamente relacionado aos bens simbólico-culturais, ou seja, os domínios de A ao F. Ao mesmo tempo, para um estudo mais abrangente, utiliza-se os dados das classificações das atividades que estão diretamente e indiretamente relacionadas à cadeia produtiva da cultura, o que corresponde aos domínios G, H, I e J.

O Quadro 1 resume as classes que integram os grupos, segundo a natureza cultural das atividades.

Quadro 1: Segmento criativo e atividades relacionadas

DOMÍNIOS	CNAE	DESCRIÇÃO
SEGMENTO CRIATIVO		
1. ATIVIDADES CULTURAIS		
A. PATRIMÔNIO	91000	ATIVIDADES LIGADAS AO PATRIMÔNIO CULTURAL E AMBIENTAL
B. ARTES CÊNICAS, ARTES VISUAIS E OUTRAS ATIVIDADES ARTÍSTICAS	90000	ATIVIDADES ARTÍSTICAS, CRIATIVAS E DE ESPETÁCULOS
C. LIVROS E PERIÓDICOS	58000	EDIÇÃO E EDIÇÃO INTEGRADA À IMPRESSÃO
D. AUDIOVISUAL, MÚSICA E MÍDIAS INTERATIVAS	59000	ATIVIDADES CINEMATOGRAFICAS, PRODUÇÃO DE VÍDEOS E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO, GRAVAÇÃO DE SOM E DE MÚSICA
	60001	ATIVIDADES DE RÁDIO
	60002	ATIVIDADES DE TELEVISÃO
	61000	SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES
	63000	ATIVIDADES DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO
E. ARTESANATO¹	16002	FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE MADEIRA, CORTIÇA E MATERIAL TRANÇADO, EXCETO MÓVEIS
	15012	FABRICAÇÃO DE ARTIGOS DE VIAGEM E DE ARTEFATOS DIVERSOS DE COURO
	23010	FABRICAÇÃO DE VIDRO E PRODUTOS DE VIDRO
	23091	FABRICAÇÃO DE PRODUTOS CERÂMICOS
	32001	FABRICAÇÃO DE ARTIGOS DE JOALHERIA, BIJUTERIA E SEMELHANTES
2. CRIAÇÕES FUNCIONAIS		
F. SERVIÇOS CRIATIVOS DE BASE CULTURAL	73010	PUBLICIDADE
	71000²	SERVIÇOS DE ARQUITETURA E ENGENHARIA E ATIVIDADES TÉCNICAS RELACIONADAS; TESTES E ANÁLISES TÉCNICAS

DOMÍNIOS	CNAE	DESCRIÇÃO
ATIVIDADES RELACIONADAS AO SEGMENTO CRIATIVO		
3. ATIVIDADES RELACIONADAS À CADEIA PRODUTIVA DA CULTURA		
G. ATIVIDADES INDUSTRIAIS	26030	FABRICAÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE COMUNICAÇÃO E DE APARELHOS DE RECEPÇÃO, REPRODUÇÃO, GRAVAÇÃO E AMPLIFICAÇÃO DE ÁUDIO E VÍDEO
	26042	FABRICAÇÃO DE EQUIPAMENTOS E INSTRUMENTOS ÓPTICOS, FOTOGRAFICOS E CINEMATOGRAFICOS E DE MÍDIAS VIRGENS, MAGNÉTICAS E ÓPTICAS
	32002	FABRICAÇÃO DE INSTRUMENTOS MUSICAIS
	18000	IMPRESSÃO E REPRODUÇÃO DE GRAVAÇÕES
H. ATIVIDADES DE SERVIÇOS	62000	ATIVIDADES DOS SERVIÇOS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO
I. ATIVIDADES COMERCIAIS	48072	COMÉRCIO DE ARTIGOS DE ESCRITÓRIO E DE PAPELARIA; LIVROS, JORNAIS E OUTRAS PUBLICAÇÕES
	48074	COMÉRCIO DE EQUIPAMENTOS E PRODUTOS DE TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
4. ATIVIDADES INDIRETAMENTE RELACIONADAS AO SEGMENTO CULTURAL		
J. ATIVIDADES DE ENTRETENIMENTO E TURISMO	79000	SERVIÇOS DE VIAGEM
	93020	ATIVIDADES DE RECREAÇÃO E LAZER

FONTE: CONCLA/IBGE

4.2.2 Dimensão ocupacional

Considera-se como ocupação a função, cargo, profissão ou ofício exercido pela pessoa (IBGE, 2013). Na dimensão ocupacional, o interesse incidiu na ocupação do trabalhador e se esta é uma ocupação típica da economia criativa ou não.

O ocupado criativo tem a criatividade artística como elemento chave ou fundamental na

sua atividade laboral⁸. São os indivíduos cuja **profissão** se relaciona com a geração de bens com conteúdo simbólico cultural. Neste caso, são inclusos tanto os ocupados que tem a criatividade inerente ao seu trabalho como as ocupações relacionadas às funções criativas.

8 A criatividade artística envolve a imaginação e a capacidade de gerar ideias originais e novas maneiras de interpretar o mundo, expressas em texto, som e imagem (UNCTAD, 2010).

As ocupações criativas foram organizadas em três categorias: artístico-culturais; criativas funcionais e relacionadas às funções criativas. O Quadro 2 apresenta as ocupações selecionadas.

Quadro 2: Grupos ocupacionais da economia criativa

GRUPOS OCUPACIONAIS	CBO	DESCRIÇÃO
OCUPAÇÕES ARTÍSTICO-CULTURAIS		
MÚSICA	2652	MÚSICOS, CANTORES E COMPOSITORES
	2354	OUTROS PROFESSORES DE MÚSICA
	7312	CONFECCIONADORES E AFINADORES DE INSTRUMENTOS MUSICAIS
TEATRO E CINEMA	2655	ATORES
	2654	DIRETORES DE CINEMA, DE TEATRO E AFINS
	2659	ARTISTAS CRIATIVOS E INTERPRETATIVOS NÃO CLASSIFICADOS ANTERIORMENTE
DANÇA E COREOGRAFIA	2653	BAILARINOS E COREÓGRAFOS
PRODUÇÃO LITERÁRIA	2641	ESCRITORES
ARTES PLÁSTICAS, FOTOGRAFIA E DE-MAIS PROFISSIONAIS DAS ARTES	2651	ARTISTAS PLÁSTICOS
	3431	FOTÓGRAFOS
	2355	OUTROS PROFESSORES DE ARTES
	3435	OUTROS PROFISSIONAIS DE NÍVEL MÉDIO EM ATIVIDADES CULTURAIS E ARTÍSTICAS

GRUPOS OCUPACIONAIS	CBO	DESCRIÇÃO
OCUPAÇÕES ARTÍSTICO-CULTURAIS (continuação)		
ARTESANATO	7314	CERAMISTAS E AFINS (PREPARAÇÃO E FABRICAÇÃO)
	7317	ARTESÃOS DE PEDRA, MADEIRA, VIME E MATERIAIS SEMELHANTES
	7318	ARTESÃOS DE TECIDOS, COUROS E MATERIAIS SEMELHANTES
	7319	ARTESÃOS NÃO CLASSIFICADOS ANTERIORMENTE
PATRIMÔNIO	2621	ARQUIVOLOGISTAS E CURADORES DE MUSEUS
	2622	BIBLIOTECÁRIOS, DOCUMENTARISTAS E AFINS
	3433	TÉCNICOS EM GALERIAS DE ARTE, MUSEUS E BIBLIOTECAS
OCUPAÇÕES CRIATIVAS FUNCIONAIS		
PUBLICIDADE E DESIGN GRÁFICO	2431	PROFISSIONAIS DA PUBLICIDADE E DA COMERCIALIZAÇÃO
	3432	DESENHISTAS E DECORADORES DE INTERIORES
	2166	DESENHISTAS GRÁFICOS E DE MULTIMÍDIA
MODA E VESTUÁRIO	7531	ALFAIATES, MODISTAS, CHAPELEIROS E PELETEIROS
	2163	DESENHISTAS DE PRODUTOS E VESTUÁRIO
ARQUITETURA	2161	ARQUITETOS DE EDIFICAÇÕES
	2162	ARQUITETOS PAISAGISTAS
OCUPAÇÕES RELACIONADAS ÀS FUNÇÕES CRIATIVAS		
TÉCNICOS NA ÁREA DE SERVIÇOS CULTURAIS/ CRIATIVOS	3514	TÉCNICOS DA WEB
	3521	TÉCNICOS DE RADIODIFUSÃO E GRAVAÇÃO AUDIOVISUAL
	7532	TRABALHADORES QUALIFICADOS DA PREPARAÇÃO DA CONFECCÃO DE ROUPAS
ESCRITA E LINGUAGENS	2642	JORNALISTAS
	2643	TRADUTORES, INTÉRPRETES E LINGUISTAS

GRUPOS OCUPACIONAIS	CBO	DESCRIÇÃO
OCUPAÇÕES RELACIONADAS ÀS FUNÇÕES CRIATIVAS		
PROFISSIONAIS DAS TELECOMUNICAÇÕES	2656	LOCUTORES DE RÁDIO, TELEVISÃO E OUTROS MEIOS DE COMUNICAÇÃO
IMPRESSÃO GRÁFICA, EDIÇÃO E AFINS	7321	TRABALHADORES DA PRÉ-IMPRESSÃO GRÁFICA
	7322	IMPRESSORES
	7316	REDADORES DE CARTAZES, PINTORES DECORATIVOS E GRAVADORES
	7323	ENCADERNADORES E AFINS
PROFISSIONAIS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	2512	DESENVOLVEDORES DE PROGRAMAS E APLICATIVOS (SOFTWARE)
	2513	DESENVOLVEDORES DE PÁGINAS DE INTERNET (WEB) E MULTIMÍDIA
	2519	DESENVOLVEDORES E ANALISTAS DE PROGRAMAS E APLICATIVOS (SOFTWARE) E MULTIMÍDIA NÃO CLASSIFICADOS ANTERIORMENTE

FONTE: CONCLA/IBGE

4.2.3 Dimensão ampla da ocupação criativa

Oliveira; Araujo; Silva (2013) consideram três tipos de ocupação da economia criativa. A primeira é aquela na qual trabalhadores de ocupações criativas trabalham em empresas cuja atividade-fim pertence à definição de segmento criativo, como o ator que trabalha em um teatro. A segunda é aquela em que os trabalhadores criativos não estão trabalhando em empresas cuja atividade-fim é considerada criativa, tal qual o *designer* de moda que atua em uma indústria têxtil. Por fim, o terceiro caso é o das ocupações de apoio, que são aqueles trabalhadores em ocupações não criativas nas empresas criativas, como o contador que atua em uma produtora de audiovisual.

Com base nessa categorização, para a análise dos dados da ocupação criativa, além dos cortes setoriais e ocupacionais, também foi considerada, na seção 10, uma abordagem mais ampla. Nesta buscou-se apreender uma dimensão ampliada do trabalho criativo na economia baiana. Portanto, foram considerados como ocupados da economia criativa: a) os profissionais criativos especializados que atuam em empresas ou atividades consideradas do segmento criativo; b) os profissionais criativos que atuam em outros setores que não pertencem ao segmento criativo; c) os profissionais que atuam no setor criativo, mas suas funções não são típicas da área criativa.

4.3 Abordagem Qualitativa

A abordagem qualitativa da pesquisa envolveu a realização de grupos focais. O grupo focal apresenta-se como uma possibilidade para compreender a construção das percepções, atitudes e representações sociais de grupos humanos acerca de um tema específico.

A utilização desta técnica, que objetiva uma análise qualitativa, foi importante, considerando que este procedimento possibilitou uma discussão a partir de questões norteadoras com pessoas relacionadas ao tema estudado. Esta técnica consiste em:

(...) um procedimento de coleta de dados no qual o pesquisador tem a possibilidade de ouvir vários sujeitos ao mesmo tempo, além de observar as interações características do processo grupal. Tem como objetivo obter uma variedade de informações, sentimentos, experiências, representações de pequenos grupos acerca de um tema determinado (KIND, 2004, p.126).

Dessa forma, foram realizados dois encontros com participantes de perfis distintos: o primeiro grupo foi composto por representantes da Secretaria de Cultura do Estado (SECULT) e do Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia (IRDEB), o

segundo grupo reuniu profissionais atuantes no mercado de trabalho das áreas culturais/criativas abordadas na pesquisa.

A realização de dois *grupos focais* pretendeu obter informações e apreciações de dois pontos de vista diferentes e complementares sobre o mesmo assunto. Se por um lado, os representantes da SECULT e IRDEB contribuíram, não somente, por apresentarem uma compreensão de dentro do setor público, mas também por participarem ativamente do planejamento e formulação de políticas públicas para a cultura; por outro, os profissionais que atuam diretamente com os segmentos selecionados, ofereceram à pesquisa a perspectiva de quem está inserido no mercado de trabalho cultural/criativo.

Com base nos resultados da análise qualitativa e da revisão de literatura sobre o assunto, elegeu-se sete temas para serem discutidos nas reuniões dos grupos focais, a partir de um roteiro previamente estabelecido: escolaridade; profissionalização; informalidade; concentração territorial dos ocupados; rendimento; segunda ocupação e comparação da ocupação do segmento criativo na Bahia com estados selecionados.

Salienta-se que os *grupos focais* foram coordenados por uma mediadora que conduziu o debate dos dois encontros. Cinco observadores e dois relatores estavam presentes e todos os debates foram registrados em áudio.

5. PARTICIPAÇÃO DOS OCUPADOS DO SEGMENTO CRIATIVO NA ECONOMIA BAIANA

Nesta seção foi mensurada a participação dos ocupados (criativos ou não) do segmento criativo (atividades culturais e criações funcionais) no total de ocupação da Bahia. Também foram feitas análises comparativas entre o segmento criativo com alguns setores estratégicos da economia do estado, sendo estes: petroquímica, construção civil, metalurgia, automobilística, calçados, hotelaria e indústria têxtil.

Em 2010, o segmento criativo que ocupou 57.619 pessoas, representava em torno de 1% do total de ocupados do estado. Quando se considera o segmento criativo e as atividades relacionadas tivemos 111.613 pessoas ocupadas em seu trabalho principal, o qual representava 1,91% do total de 5.841.078 pessoas operantes no mercado de trabalho no estado.

Tendo em vista que o objetivo deste estudo é avaliar a importância do segmento criativo na economia do estado da Bahia, uma comparação entre alguns setores selecionados da economia regional com a atividade criativa pode fornecer pistas sobre a dimensão e importância econômica do segmento. A Tabela 1 apresenta esses dados:



Foto: Bruno Santos

Tabela 1: Número e participação de ocupados na economia baiana por setores selecionados - 2010

SETOR	OCUPADOS	
	VALOR ABSOLUTO	%
SEGMENTO CRIATIVO	57.619	1,00
SEGMENTO CRIATIVO + ATIVIDADES RELACIONADAS	111.613	1,91
PETROQUÍMICO	6.659	0,11
CONSTRUÇÃO CIVIL	443.328	7,59
METALURGIA	37.682	0,65
CELULOSE	5.463	0,09
AUTOMOBILÍSTICO	10.024	0,17
INDÚSTRIA TÊXTIL	12.840	0,22
HOTELARIA	6.149	0,11
CALÇADOS	34.839	0,60

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

A análise das informações contidas na Tabela 1 nos permite perceber que a atividade criativa, em termos quantitativos, ocupa mais indivíduos do que a maioria dos setores selecionados, ficando atrás apenas da construção civil, que detém 7,59% dos ocupados.

É importante reiterar que essa análise se refere apenas ao total de ocupados, sem que sejam consideradas outras variáveis fundamentais no mundo do trabalho, tais como: características

da ocupação, produtividade, rendimento, capital investido, valor adicionado e impactos para o crescimento econômico do estado. De todo modo, composto por 1,91% da mão de obra da Bahia, o segmento criativo possui uma participação relevante ao se analisar os efeitos multiplicadores desse setor na economia, pois esse incorpora diferentes atividades econômicas.

6. DISTRIBUIÇÃO DOS OCUPADOS NO SEGMENTO CRIATIVO POR SETORES DE ATIVIDADES



A presente seção utiliza a classe de atividade como parâmetro delimitador, ou seja, as tabelas apresentarão as estatísticas dos setores considerados criativos e relacionados⁹.

A Tabela 2 apresenta a distribuição setorial do segmento criativo no estado da Bahia, por grupos de atividades.

Tabela 2: Ocupados do segmento criativo por setores de atividades, Bahia - 2010

GRUPOS DE ATIVIDADES	VALOR ABSOLUTO	%
PATRIMÔNIO	2.940	5,10
ARTES CÊNICAS, VISUAIS E OUTRAS ATIVIDADES ARTÍSTICAS	19.067	33,09
LIVROS, LEITURA E LITERATURA	2.135	3,71
AUDIOVISUAL, MÚSICA E MÍDIAS INTERATIVAS	17.544	30,45
ARTESANATO	6.096	10,58
CRIAÇÕES FUNCIONAIS	9.837	17,07
TOTAL	57.619	100

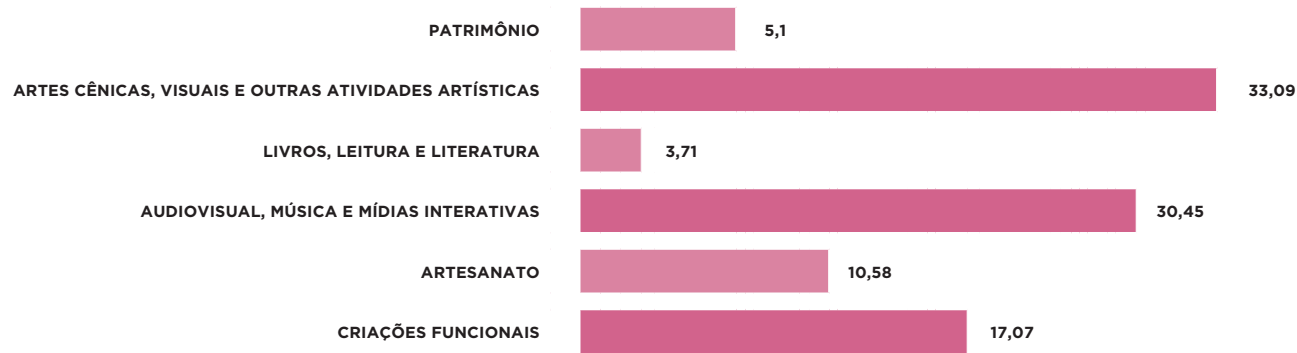
Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

O Gráfico 1 indica que no segmento criativo, no estado da Bahia, as atividades artes cênicas e atividades artísticas são as mais representativas, com 33,09% do total. O setor

⁹ Vale destacar que o agrupamento de dados segundo as CNAES muitas vezes agregam diversos segmentos em uma mesma classificação, o que impossibilita uma quantificação detalhada dos ocupados em seus diversos segmentos de atuação.

de audiovisual, música e mídias interativas representa 30,45%. Em contrapartida, as atividades ligadas à produção literária e à escrita possuem o menor índice: apenas 3,71%.

Gráfico 1: Distribuição percentual dos ocupados no segmento criativo por setor, Bahia - 2010



Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI

A Tabela 3 apresenta a distribuição setorial no estado da Bahia considerando, além do segmento criativo, as atividades relacionadas¹⁰.

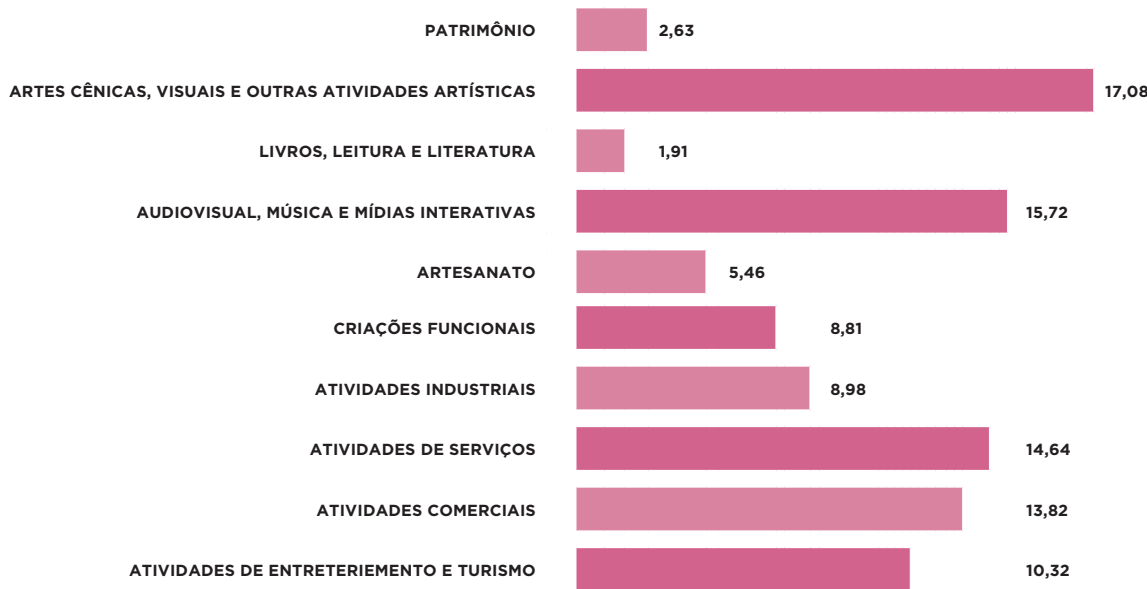
¹⁰ Verificar Anexo I, onde estão descritas as atividades de trabalhos englobadas pelos setores selecionados para a pesquisa.

Tabela 3: Ocupados no segmento criativo e atividades selecionadas por setor, Bahia - 2010		
SETORES	VALOR ABSOLUTO	%
PATRIMÔNIO	2.940	2,63
ARTES CÊNICAS, VISUAIS E OUTRAS ATIVIDADES ARTÍSTICAS	19.067	17,08
LIVROS, LEITURA E LITERATURA	2.135	1,91
AUDIOVISUAL, MÚSICA E MÍDIAS INTERATIVAS	17.544	15,72
ARTESANATO	6.096	5,46
CRIAÇÕES FUNCIONAIS	9.837	8,81
ATIVIDADES INDUSTRIAIS	10.024	8,98
ATIVIDADES DE SERVIÇOS	17.020	14,64
ATIVIDADES COMERCIAIS	15.428	13,82
ATIVIDADES DE ENTRETERIMENTO E TURISMO	11.522	10,32
TOTAL	111.613	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI

Pela distribuição, no Gráfico 2, percebe-se a importância das atividades relacionadas à cultura na Bahia, visto que esse segmento ocupa mais de 50 mil pessoas no estado. Estes setores englobam atividades diversas e plurais, representando áreas importantes que fornecem bens e serviços necessários à movimentação da cadeia produtiva da economia criativa, em especial as atividades audiovisuais, produção de rádio e TV, telecomunicações, gravação de som e música, mídias interativas e produção escrita. Deve-se frisar, também, a importância das atividades de entretenimento e turismo, em que sua dinâmica está bem relacionada ao conteúdo cultural produzido.

Gráfico 2: Distribuição percentual dos ocupados no segmento criativo e atividades relacionadas por setor, Bahia - 2010



Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI

7. CARACTERÍSTICAS DOS OCUPADOS DO SEGMENTO CRIATIVO NA BAHIA

Nesta seção o objetivo foi analisar as características dos 57.619 ocupados do segmento criativo. Os recortes das análises foram os atributos pessoais dos indivíduos e as características da ocupação.

7.1 Atributos pessoais

Este item analisa o perfil dos ocupados das atividades criativas por meio da observação dos seus atributos pessoais: gênero, cor, idade, instrução e rendimento. Foram analisadas as diferenças e semelhanças observadas entre os ocupados do segmento criativo e a população ocupada total.

7.1.1 Gênero e cor

A Tabela 4 explicita a distribuição dos ocupados no mercado de trabalho em geral e no segmento criativo por gênero e cor.

Tabela 4: Distribuição dos ocupados em geral e no segmento criativo, por gênero e cor, Bahia - 2010

ATRIBUTOS PESSOAIS	OCUPADOS EM GERAL		OCUPADOS DO SEG- MENTO CRIATIVO	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
GÊNERO				
MASCULINO	3.424.691	58,63	36.692	63,68
FEMININO	2.416.387	41,37	20.927	36,32
TOTAL	5.841.078	100	57.619	100
COR				
BRANCA	1.294.598	22,16	16.371	28,41
PRETA	1.097.660	18,79	11.346	19,69
AMARELA	68.669	1,18	730	1,27
PARDA	3.356.594	57,47	28.977	50,29
INDÍGENA	23.557	0,40	195	0,34
TOTAL	5.841.078	100	57.619	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

Nas atividades criativas, os indivíduos do gênero masculino representam 63,68% dos ocupados contra 36,32% do gênero feminino, uma diferença de 27,36%, superior à diferença de 17,26% entre os ocupados gerais.

A população parda é a de maior representatividade, com 50,29% dos ocupados, enquanto o segundo grupo, composto pela população branca possui 28,41%. Os indígenas têm o percentual de apenas

0,34% do segmento criativo.

Conclui-se que os pardos representam a maior parcela da população baiana ocupada (geral) e, também, atuante no setor da economia criativa. No entanto, em termos relativos, estes aparecem em menor proporção, enquanto a participação das pessoas de cor branca supera a média registrada no mercado de trabalho baiano.

7.1.2 Escolaridade

Tabela 5: Distribuição dos ocupados em geral e no segmento criativo, por escolaridade, Bahia - 2010

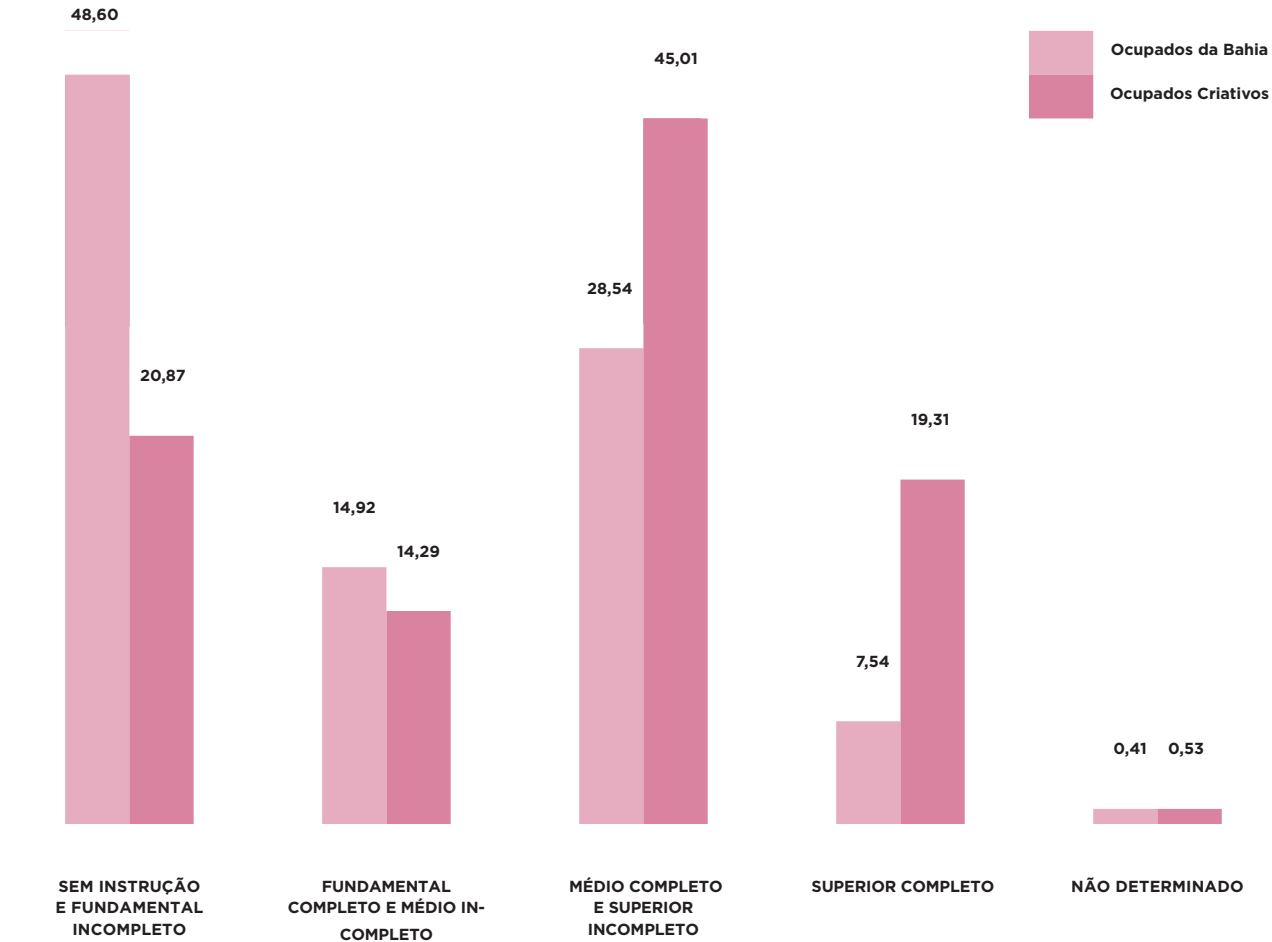
ATRIBUTOS PESSOAIS	OCUPADOS DA BAHIA		OCUPADOS CRIATIVOS	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
ESCOLARIDADE				
SEM INSTRUÇÃO E FUNDAMENTAL INCOMPLETO	2.838.544	48,60	12.023	20,87
FUNDAMENTAL COMPLETO E MÉDIO INCOMPLETO	871.357	14,92	8.232	14,29
MÉDIO COMPLETO E SUPERIOR INCOMPLETO	1.666.820	28,54	25.934	45,01
SUPERIOR COMPLETO	440.262	7,54	11.123	19,31
NÃO DETERMINADO	24.095	0,41	306	0,53
TOTAL	5.841.078	100	57.619	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

Segundo a Tabela 5, o segmento criativo possui um nível de escolaridade mais elevado quando comparado à população ocupada total. Sendo aqueles com ensino médio completo e superior incompleto 45,01% e superior completo 19,31%, totalizando 64,32%. Os ocupados com menor grau de educação formal correspondem a 20,87%, índice muito inferior aos 48,60% da população geral (Gráfico 3).



Gráfico 3: Distribuição percentual dos ocupados em geral e no segmento criativo, por escolaridade, Bahia - 2010



Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI

A maior escolarização dos ocupados do segmento criativo foi apontada pela revisão de literatura e este tema foi discutido nos *grupos focais*. Os participantes tiveram opiniões diferentes sobre a real importância da escolaridade para o exercício profissional cultural/criativo.

De um lado, alguns afirmam que o mercado da economia criativa incentiva a qualificação dos seus profissionais e tende a atrair os indivíduos com maior grau de instrução escolar formal.

Eu vou falar da área artística de contato mais direto. (...) Todas essas são profissões regulamentadas por lei. Estão todas no bojo da mesma legislação. É a lei 65.33, de 1978, que está fazendo 36 anos de criada e regulamentada. Então, a forma de você obter o registro profissional, no caso das atividades artísticas, é ter um diploma de nível superior universitário, ir direto à Superintendência e fazer seu registro profissional. Não sendo assim, você tem que obedecer a três requisitos que foram criados em assembleias do Sindicato, (...) O primeiro deles: ensino médio completo. (...) por outro lado, o que eu vejo na questão do trabalho criativo é uma interface muito grande de pesquisa, porque para o caso do ator, do dançarino, há a necessidade de um trabalho muito grande de pesquisa, de leitura, de troca. (...) Além do aspecto da sensibilidade do processo

do trabalho de criação. Eu acho que isso incentiva a leitura, desperta uma sensibilidade maior para a literatura *lato sensu*. (...) Já há algum tempo, com a necessidade de o artista buscar financiamentos, ter que fazer projetos, (...) acho que tudo isso estimula, de alguma maneira, a necessidade de estudo, de se ler mais, de se ter uma formação um pouco mais qualificada com relação ao todo do mercado da atividade ocupacional, como está demonstrado aqui. (informação verbal).

Atuo no segmento da Produção. É surpreendente a qualificação desse profissional, a oferta desse profissional no mercado. Tem um nível realmente alto. Eu recebo muitos currículos com nível universitário, pós-graduação, experiência internacional. Agora, em relação à questão da experiência, nós não vemos uma escola de Produção, então a experiência na área (...) vejo que têm várias nuances que devem ser destacadas (informação verbal).

Acredito que para a moda é a mesma coisa. Só que nós não temos uma associação que regule o setor, que faça exigências. Mas, o mercado é seletivo, (...) principalmente a questão do facebook, internet, que é uma vitrine. Então, é fundamental, realmente, que ele tenha uma condição de escolaridade um pouco

maior (informação verbal).

Durante as discussões nos *grupos focais*, muitos ponderaram que para algumas profissões criativas, a formação escolar não seria essencial para o exercício da profissão.

A partir dos critérios que nós temos, acho que esse dado é, no mínimo, equivocado. Claro que vem das pesquisas de nível nacional e das realizadas na Bahia, mas que não dialogam com a malha geral do campo da cultura, porque nós não temos, dentro das pessoas que atuam na cultura, 60%. Nós estamos excluindo dessas pesquisas pessoas, elementos que são fundamentais. Primeiro, o pessoal do campo, que lida com a cultura popular e que, sem dúvida, esse segmento possui um grande percentual da produção cultural do nosso estado e uma produção que não é só institucionalizada, uma produção cotidiana. Nós temos uma atividade cultural acontecendo a todo instante (informação verbal).

Por outro lado, também foi apontado, pelos participantes, que mesmo não sendo imprescindível, a maior escolaridade auxilia o exercício profissional no segmento criativo, principalmente no que se refere ao acesso aos recursos públicos incentivados.

Se a sentença fosse verdadeira, é lógico que uma maior escolaridade,

de fato, contribuiria para uma melhor produção cultural, isso por uma questão de acessibilidade a recursos, por uma questão de linguagem, interlocução, aspectos que a capacitação intelectual possibilita que se faça (informação verbal).

(...) no estágio que nós estamos de intolerância total e absoluta, desenvolver essas competências de negociação garante, inclusive, a manutenção daquilo que eles fazem. Agora, o que nós temos dificuldade, e continuaremos tendo, é de saber como lidar, e não sobrepor, privilegiar determinadas competências em detrimento daquela do detentor do saber, por conta dele não ter outras competências para preencher o formulário X, para prestar conta de uma maneira Y. Ele tem que acessar o fomento, porque a competência para o que ele quer fazer ele tem. Ele é produtor cultural, ele faz. Agora, a manutenção dessa manifestação vai demandar outras competências, mas, seguramente, a escolaridade não vai inviabilizar a produção. Nós precisamos observar as outras competências que podem estar ajustadas àquela realidade, não é ele que tem que ser ajustado à nossa realidade, que é o que vem acontecendo (informação verbal).

Quando a gente diz “produção cultural do estado” dá uma amplitude

muito grande. É obvio que se nós formos pensar em outros segmentos, uma maior escolaridade vai potencializar qualquer setor. Quando nós falamos “produção cultural” me dá um senso de abrangência muito grande e aí a escolaridade pode ficar como pano de fundo, porque se produz cultura, se produz arte, independentemente da escolaridade, da formação. Se você é um artista e precisa fazer circular a sua obra, os seus produtos, ou o seu espetáculo, se quer viver disso, e quer ultrapassar as fronteiras do seu bairro, do seu município, do seu estado, cada vez mais vai precisar ter competência em vários setores, então, precisa saber negociar. Vai chegar o momento em que vai precisar de uma assessoria jurídica, a assessoria de um contador especializado na questão das leis de incentivo, relacionamento com o estado, relacionamento com o patrocinador. Então, claro que a maior escolaridade vai contribuir para uma melhor inserção na vida econômica e produtiva (informação verbal).

É notório que, nas últimas décadas, vêm aumentando os níveis de escolaridade da população brasileira, bem como a demanda por trabalhadores mais escolarizados e qualificados. A literatura sobre mercado de trabalho mostra que os ocupados com maior escolaridade possuem maior probabilidade de conseguir

ocupação. No segmento criativo, há ocupações que, certamente, a maior escolarização conta para sua inserção profissional, tais como: patrimônio; audiovisual e criações funcionais. Contudo, existem atividades em que a experiência e a sensibilidade artística parecem pesar mais do que uma educação formal, como: artesanato e música.

7.1.3 Faixa Etária

Na Tabela 6 são apresentados os números em valores absolutos e percentuais dos indivíduos ocupados no segmento criativo em comparação com o total de ocupados no estado da Bahia, por faixa etária.

Tabela 6: Distribuição dos ocupados em geral e no segmento criativo, por faixa etária, Bahia 2010

FAIXA ETÁRIA (EM ANOS)	OCUPADOS DA BAHIA		OCUPADOS CRIATIVOS	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
10 a 14	113.460	1,94	353	0,61
15 a 19	376.512	6,45	3.418	5,93
20 a 24	725.793	12,43	9.966	17,30
25 a 29	855.181	14,64	11.057	19,19
30 a 34	817.325	13,99	9.379	16,28
35 a 39	699.452	11,97	6.999	12,15
40 a 44	632.621	10,83	4.725	8,20
45 a 49	530.482	9,08	4.829	8,38
50 a 54	415.177	7,11	3.104	5,39
55 a 59	289.003	4,95	1.850	3,21
60 OU MAIS	386.071	6,61	1.938	3,36
TOTAL	5.841.078	100	57.619	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

Pelo exposto na Tabela 6, percebe-se que o segmento criativo apresenta uma concentração da população ocupada entre os mais jovens. Verifica-se que 23,84% dos trabalhadores deste segmento possuem entre 10 e 24 anos¹¹. Se considerarmos a população jovem adulta

até 34 anos, esta participação é de 59,61% dos ocupados. Assim, o segmento criativo é composto por pessoas mais jovens quando comparado à população ocupada em geral (ver Gráfico 4).

11 A Organização das Nações Unidas define juventude como a faixa de indivíduos entre 15 e 24 anos. No Brasil não há uma definição legal de população jovem.

7.1.4 Rendimento Médio Mensal

Na Tabela 7, segue a distribuição dos ocupados no segmento criativo, por faixa de rendimento. Os cálculos das faixas estão nos valores dos salários mínimos vigentes em 2010 (R\$ 510,00).

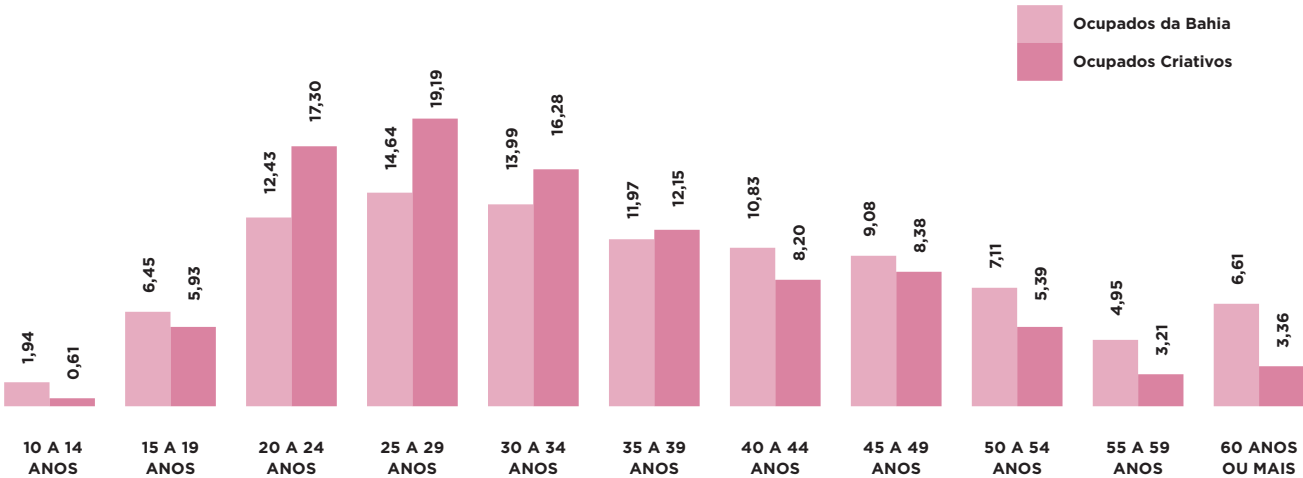
Tabela 7: Distribuição dos ocupados em geral e no segmento criativo, por faixa de rendimento em salários mínimos, Bahia - 2010

FAIXA SALARIAL (POR SALÁRIO MÍNIMO)	OCUPADOS DA BAHIA		OCUPADOS CRIATIVOS	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
ATÉ 1	3.057.011	60,30	24.819	43,08
ACIMA DE 1 A 3	1.485.381	29,30	20.906	36,28
ACIMA DE 3 A 5	255.397	5,04	5.113	8,87
ACIMA DE 5 A 10	185.090	3,65	4.989	8,66
ACIMA DE 10 A 20	63.388	1,25	1.289	2,24
ACIMA DE 20	23.211	0,46	502	0,87
TOTAL	5.069.477	100	57.618	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

A Tabela 7 mostra que a distribuição dos ocupados entre a população ocupada em geral e a atividade criativa não difere substancialmente. Na Bahia, cerca de 89,60% dos ocupados recebem até 3 salários mínimos, enquanto no segmento criativo esse percentual é de 79,36%. Acima de cinco salários mínimos a atividades criativas têm uma pequena vantagem de 11,77% contra 5,36% da população em geral (ver Gráfico 5).

Gráfico 4: Distribuição percentual dos ocupados em geral e no segmento criativo, por faixa etária, Bahia - 2010



Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

Os dados apresentados acima reforçam uma característica dos ocupados do segmento criativo, apontada pela literatura revisada: estes tendem a ser mais jovens e se inserem mais cedo no mercado de trabalho. Tal dado foi pontuado nas discussões dos *grupos focais*:

Existe um pensamento de que quando a pessoa se torna uma pessoa séria, chefe de família, “não vai viver desse negócio, fazendo arte”. (...) É coisa de jovem, a militância, o trabalho (informação verbal).

A atividade cultural tem um componente de risco, eu acho que é bem maior que as outras atividades. (...) No Fundo de Cultura, na época que a gente exigia o comprovante de residência (...) era comum ele não ter esse comprovante, pedia a declaração do pai ou da mãe (...) Não tem uma conta, muitas vezes, de celular, no seu nome (informação verbal).

ocupada em geral.

7.2 Características da ocupação

Este item objetiva avaliar as características da ocupação na área criativa. Procura-se identificar as peculiaridades deste segmento em relação à ocupação em geral, no que se refere à posição na ocupação, carteira assinada, contribuição à previdência, jornada de trabalho e segunda ocupação.

7.2.1 Posição na ocupação:

Na Tabela 8 são apresentados os ocupados distribuídos segundo a posição na ocupação, na ocupação geral e no segmento criativo.

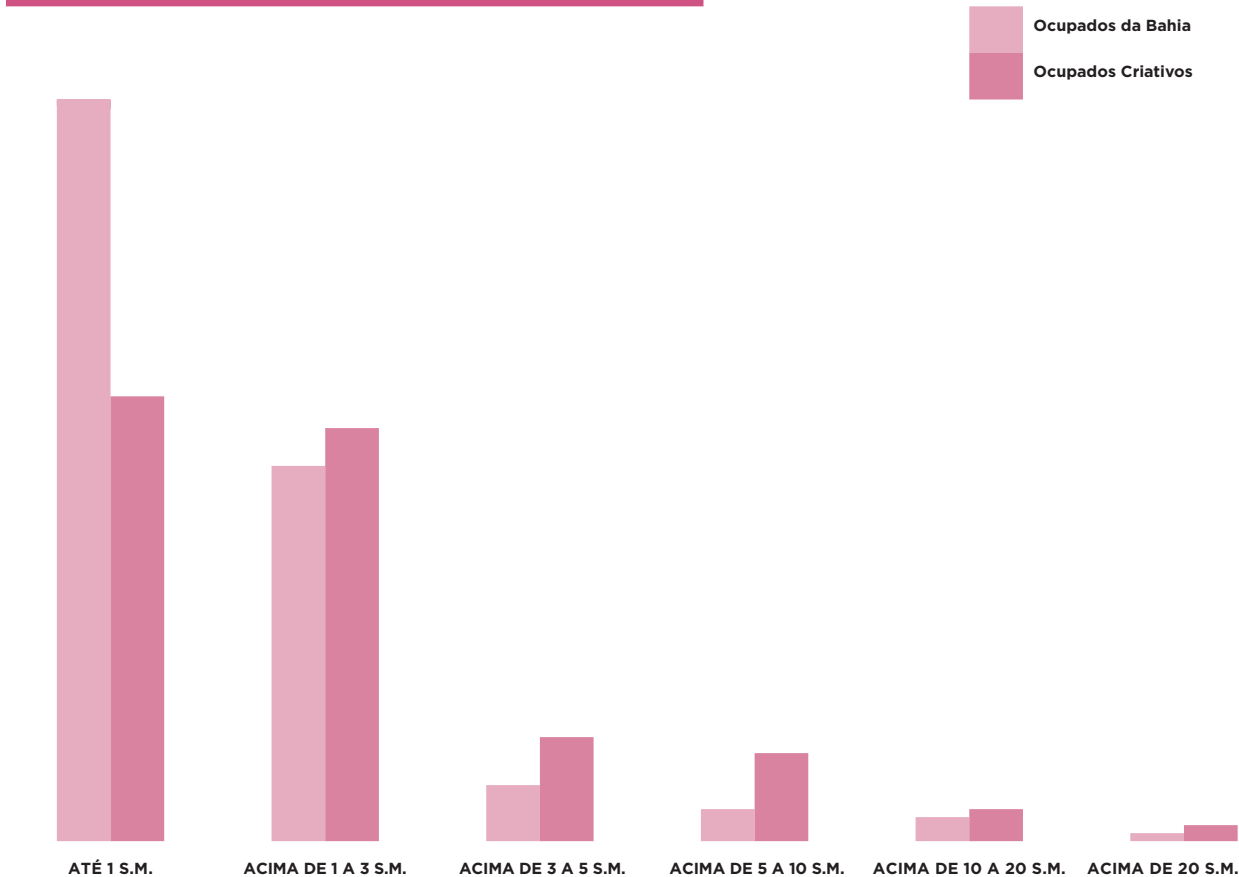
Tabela 8: Distribuição dos ocupados geral e no segmento criativo, por característica da ocupação, Bahia - 2010

POSIÇÃO DA OCUPAÇÃO	OCUPADOS DA BAHIA		OCUPADOS CRIATIVOS	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
POSIÇÃO NA OCUPAÇÃO				
EMPREGADOS COM CARTEIRA DE TRABALHO ASSINADA	1.906.421	36,97	23.798	41,71
MILITARES E FUNCIONÁRIOS PÚBLICOS ESTATUTÁRIOS	244.835	4,75	979	1,72
EMPREGADOS SEM CARTEIRA DE TRABALHO ASSINADA	1.602.574	31,08	14.431	25,29
CONTA PRÓPRIA	1.321.367	25,63	16.195	28,39
EMPREGADORES	80.841	1,57	1.649	2,89
TOTAL	5.156.039	100	57.052 ³	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

Segundo o Gráfico 6, os empregados com carteira assinada são a maioria do segmento criativo, com 41,71%. Empregados sem carteira e conta própria representam, respectivamente, 25,29% e 28,39% juntos totalizam 53,68%.

Gráfico 5: Rendimento Médio Mensal, em reais, dos ocupados em geral e no segmento criativo na Bahia - 2010

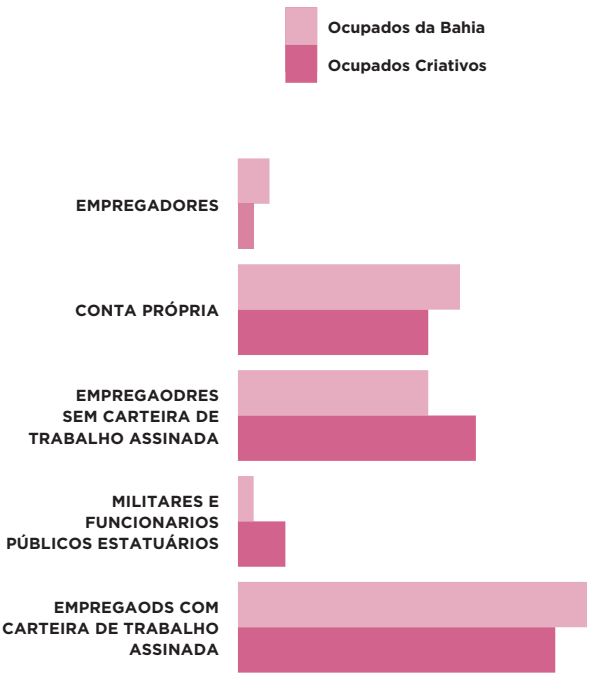


Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI

Estes dados evidenciam mais uma vez o nível de baixo rendimento no mercado de trabalho do estado da Bahia. Os ocupados da área

criativa também apresentam um rendimento médio modesto, em que pese possuir um grau de escolaridade mais alto do que a população

Gráfico 6: Distribuição percentual dos ocupados em geral e no segmento criativo, por posição na ocupação, Bahia - 2010



Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

Os participantes dos *Grupos Focais* foram questionados sobre estes dados, ou seja, sobre a posição da ocupação no mercado de trabalho criativo. Além disso, foi discutido como estes avaliam a profissionalização da área cultural/criativo. Procurou-se perceber se há uma tendência dos agentes que atuam

neste segmento em considerar esta atividade como seu trabalho principal, o qual exige habilidades específicas para executar funções e maior tempo de dedicação.

Muitos participantes lembraram que a natureza da atividade criativa exigem uma certa flexibilidade no trabalho. O fazer artístico não se adequaria aos padrões de ocupações tradicionais como emprego com carteira de trabalho assinada e jornada de trabalho determinada.

Provavelmente, o mercado cultural, para atuar nesse campo de profissionalização, exige outro tipo de profissional e outros saberes. Eu estou pensando aqui no caso de um músico. Imagino se Baden Powell, um dos melhores violonistas do mundo, tivesse que parar as 16 horas diárias de estudo do violão para entender de direito autoral e para fazer a contabilidade da empresa dele. Teríamos perdido um grande instrumentista e não teríamos ganhado um grande administrador. Então, para organizar o campo é preciso outros profissionais. É preciso formar um campo de produção. (informação verbal).

Eu discordo também dessa informação da baixa profissionalização. A profissionalização não é baixa, mas é profissionalização diferenciada das estruturas que estão postas. Vejamos um artesão da cultura popular

identitária, um fazedor de chapéu, ou Terno de Reis. Ele tem altíssimo nível de profissionalização, até porque o seu trabalho está impregnado de outros valores que não só o mecânico de apertar botão, de copiar e colar. Eu discordo que seja uma baixa profissionalização, ele tem um altíssimo grau de profissionalização. Agora, a sua profissionalização é diferente. Tem significados diferentes da profissionalização tomada como referência nessa circunstância. Isso aí já começa a corromper uma série de outras questões que nós começamos a discutir com relação à própria informalidade. O padrão de referência tomado é diferente. (...) De um modo geral nós estamos marginalizando os nossos ocupados. Eles estão tangenciando os ocupados, investigados nessas pesquisas. (...) Fora que as estruturas postas com relação ao emprego formal, que diz respeito ao volume de impostos, de recolhimentos etc., acabam conduzindo para que a coisa seja informalizada cada vez mais. Abrir e manter uma empresa é difícil. Em três anos as empresas fecham. É mais fácil ser produtor cultural porque você paga menos imposto, é independente, autônomo, ou registrado como empreendedor individual (informação verbal).

Sob outra perspectiva, também foi apontado pelos participantes que, mais uma vez, a

necessidade de acessar os recursos públicos vem exigindo uma maior profissionalização dos agentes culturais.

O Estado é o grande incentivador dessa produção cultural. O estado tem o papel fundamental de ajudar. Eu dei só um exemplo: o Irdeb, até pouco tempo atrás, pagava sem nem sem importar com isso: se o cara era MEI ou não. Era pessoa física, vinha, pagava. Quantos por cento de investimento têm para pessoa física no Fundo de Cultura?

Temos apenas uns cinquenta profissionais que antes recebiam de RPA e hoje eles foram lá, abriram uma empresa, eu estou me referindo a locutores, apresentadores. Eles abriram a microempresa deles, o MEI. Nós fizemos uma palestra para o pessoal do SEBRAE, explicamos o que é. Desmitificamos um pouco o medo de abrir uma empresa, conseguimos formalizar um pouco isso, mas ainda é preciso um trabalho maior para tirar essa informalidade (informação verbal).

Na área de Patrimônio e Arquitetura há um percentual reduzido em relação à informalidade. Na área do restauro é exigido um nível de profissionalização avançado. É um setor que exige experiência e articulação do profissional (...). Para contratação dos profissionais e das

empresas, os editais são rigorosos e exigem mão de obra especializada, trabalhador devidamente registrado (informação verbal).

7.2.2 Contribuição na previdência e carteira assinada:

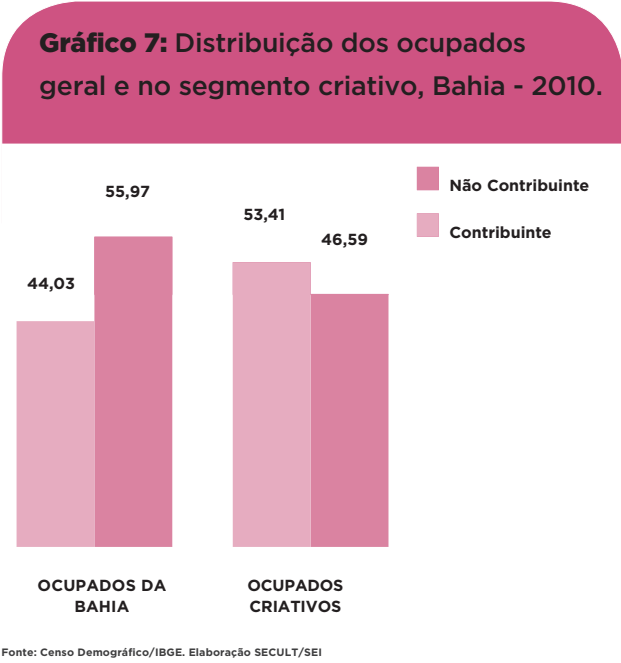
Um dos aspectos apontados pela literatura é que a informalidade das relações de trabalho seria uma característica do mercado de trabalho cultural. Comumente, a literatura aponta dois indicadores do grau de formalização: contribuição para a previdência e o percentual dos empregados com carteira de trabalho assinada. A Tabela 9 apresenta a distribuição dos ocupados em geral e nas atividades criativas de acordo com a contribuição previdenciária.

Tabela 9: Distribuição dos ocupados em geral e no segmento criativo, Bahia - 2010

CARACTERÍSTICA DA OCUPAÇÃO	OCUPADOS DA BAHIA		OCUPADOS CRIATIVOS	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
CONTRIBUIÇÃO PARA A PREVIDÊNCIA				
CONTRIBUINTE	2.572.029	44,03	30.773	53,41
NÃO CONTRIBUINTE	3.269.049	55,97	26.845	46,59
TOTAL	5.841.078	100	57.619	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

O segmento criativo, quando analisado isoladamente, apresenta resultados diferentes no que se refere à contribuição previdenciária, pois o percentual de contribuintes supera os de não contribuintes, sendo 53,41% e 46,59%, respectivamente.



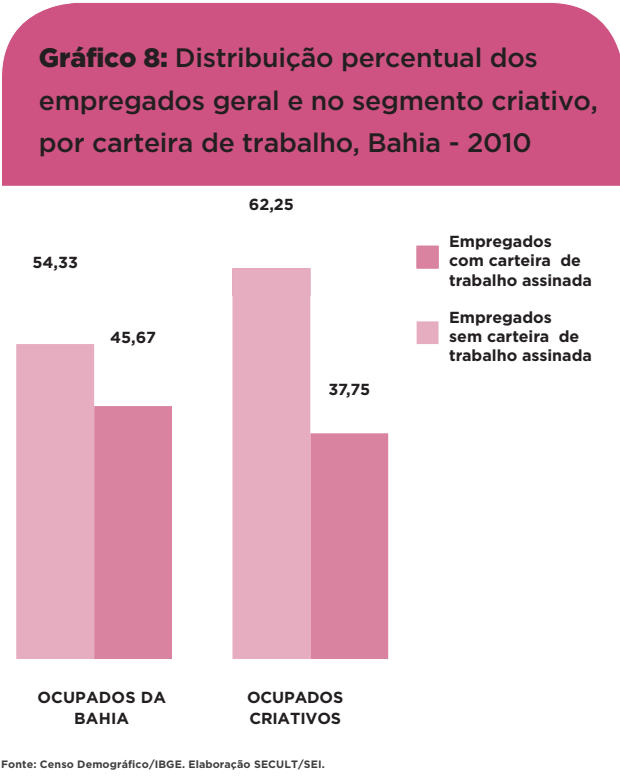
A Tabela 10 apresenta entre os empregados da população ocupada em geral e no segmento criativo, qual o percentual que possui carteira de trabalho assinada.

Tabela 10: Distribuição dos empregados em geral e no segmento criativo, por carteira de trabalho, Bahia - 2010

CARACTERÍSTICA DA OCUPAÇÃO	OCUPADOS DA BAHIA		OCUPADOS CRIATIVOS	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
CARTEIRA DE TRABALHO				
EMPREGADOS COM CARTEIRA DE TRABALHO ASSINADA	1.906.421	54,33	23.798	62,25
EMPREGADOS SEM CARTEIRA DE TRABALHO ASSINADA	1.602.574	45,67	14.431	37,75
TOTAL	3.508.996	100	38.229	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

No item referente à carteira de trabalho, o segmento criativo apresenta um percentual de trabalhadores com carteira assinada acima da média dos ocupados do estado da Bahia (ver Gráfico 8).



Modo geral, nas atividades criativas, devido às especificidades da área, espera-se um número elevado de indivíduos sem previdência social; muitos empregos temporários ou conta própria. Contudo, o nível de informalidade está abaixo da população ocupada em geral. Este tema foi discutido nos *grupos focais*.

Foi recorrentemente apontado que a informalidade das relações contratuais advém das características da atividade cultural como sazonalidade, instabilidade e pelo fato de

serem executadas por projeto.

Isso ainda reflete uma outra coisa: a instabilidade das relações de emprego, mesmo no espaço público temos os agentes culturais, os produtores culturais que estão atuando dentro das instâncias públicas, uma precarização absurda dos contratos e uma precarização de como é estabelecida essa contratação. Nós acabamos fazendo, mantendo um mercado de cultura que é um mercado *freelancer*. Quando a gente vai contratando, demitindo, contratando, demitindo, fazendo projetos. Eu acho que um exemplo disso foi ano passado, quando houve o problema do contingenciamento e o Fundo de Cultura atrasou os repasses para os projetos aprovados e nós tivemos um campo cultural mobilizado não só porque estavam atrasando seus repasses, mas porque o campo cultural acabou fazendo dos Editais, que seriam apenas pontuais, o seu sustento, e ao fazer isso dá uma demonstração de como é frágil, precário. (informação verbal).

De um modo geral no mundo, pensando numa coisa mais ampla, o caminho me parece ser o da informalidade, porque estamos no período do capitalismo cognitivo (...).

Eu faço um trabalho para Hong Kong,

amanhã para os Estados Unidos, pela internet, sem formalidade nenhuma. A tendência geral vai ser essa (informação verbal).

Nos tempos de hoje ninguém pode ser uma coisa só, mas nós temos que assumir o prejuízo de talvez não termos uma produção cultural tão qualificada, pelo fato do profissional de cultura ter que se dedicar a outras atividades que hoje, realmente, ele deve ter. Agora, pensando nessa questão da informalidade das atividades culturais (...). O arranjo burocrático faz com que aquele que tem uma maior escolaridade se mantenha, tenha como sobreviver e continuar. E quem tem uma menor escolaridade tende a caminhar para a informalidade (...). Existem outras variáveis que não só a escolaridade. Um maestro talvez tenha a possibilidade de escolher (...) mas, de repente, o cara da cultura popular, não: ou ele se mantém na informalidade ou não produz a arte dele, porque não tem condições de abrir uma empresa. Pelo próprio mecanismo ele é imposto à informalidade. Ele sabe que se abrir uma empresa não vai pagar imposto, não vai declarar imposto de renda e a empresa vai para os cadastros negativos da Receita Federal. Então, ele é colocado neste lugar porque os mecanismos o colocam lá (informação verbal).

A necessidade de participar de editais públicos e atuar em um mercado mais competitivo em alguns segmentos são fatores que podem explicar a maior formalização em relação aos ocupados em geral.

A própria legislação do Estado, a Procuradoria, tem impulsionado cada vez mais para que as formas de contratação, apoio, etc. (...) formalizem, seja como MEI, seja como microempresa (...) A informalidade é uma realidade? É. (...). Na área da cultura popular nós trabalhamos com um nível de informalidade altíssima (informação verbal).

A gente percebe muito nesse público de pessoa jurídica. As Associações muitas vezes não demonstram conhecimento das suas obrigações. Então, muitas vezes é preciso explicar um documento que tem que ser apresentado. É muito comum com o balanço patrimonial, por exemplo, várias instituições alegam que não vão emitir esse documento. A gente está com um caso agora de uma Associação que na hora de assinar o TAC afirmou que não tem balanço patrimonial porque está inativa. A Associação está inativa há cinco anos. Quer dizer, é um dado que traz questionamentos (informação verbal).

Em que pese esta necessidade de uma maior formalização em algumas situações,

foi apontado por alguns participantes a dificuldade dos agentes culturais em lidar com aspectos legais.

Na área da música também é muito comum. Os músicos têm um alto grau de expertise no fazer artístico, mas no que diz respeito à gestão dos seus direitos, dos seus direitos autorais, por exemplo... Eles não sabem ler o demonstrativo do ECAD, que é o documento que recebem com periodicidade, que os informa. Claro que tem uma série de críticas relacionadas à transparência do que está nesse documento, todas pertinentes (...), mas, existe por parte dos músicos uma dificuldade de se relacionar com esse tipo de informação. Ouvimos, muitas vezes, críticas que não têm fundamento. E não é que seja algo distante da realidade deles. Nós estamos falando de direitos autorais de execução pública, pois ele está ali toda hora fazendo show e não sabe como se comportar, quais as suas obrigações para que a distribuição do direito autoral se dê. Também não sabe como fazer uma abordagem no sentido de reivindicar isso (informação verbal).

Você tem dificuldade com o músico até para ele conseguir uma nota fiscal. Por exemplo, o cordeiro vai para o carnaval: na percussão são 200 e mais 30 músicos, os instrumentos

são microfonados, são os principais. Eles não têm nota fiscal, não tem empresa. Enfim, é um problema sério até para eles receberem o cachê, para termos a prova de que os pagamos. (...) Então, é um problema essa coisa da profissionalização, da regulamentação desse setor aí, por exemplo (informação verbal).

7.2.3 Jornada de Trabalho:

A Tabela 11 apresenta a distribuição dos ocupados do segmento criativo, de acordo com a jornada semanal de trabalho.

Tabela 11: Distribuição dos ocupados em geral e no segmento criativo, de acordo com jornada de trabalho, Bahia - 2010

HORAS TRABALHADAS POR SEMANA	OCUPADOS DA BAHIA		OCUPADOS CRIATIVOS	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
0 a 10	562.076	9,62	6.718	11,66
11 a 20	696.719	11,93	6.858	11,9
21 a 30	491.399	8,41	5.534	9,6
31 a 40	2.290.330	39,21	22.974	39,87
41 a 50	1.265.000	21,66	11.429	19,84
MAIS DE 51	535.553	9,17	4.106	7,13
TOTAL	5.841.078	100	57.619	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

Os profissionais do segmento criativo possuem, em sua maioria, uma jornada de trabalho semanal entre 31 e 40 horas, sendo 39,87%; a jornada entre 41 a 50 horas atinge 19,84%. Estes valores se aproximam do perfil da população ocupada geral.

7.2.4 Segunda Ocupação

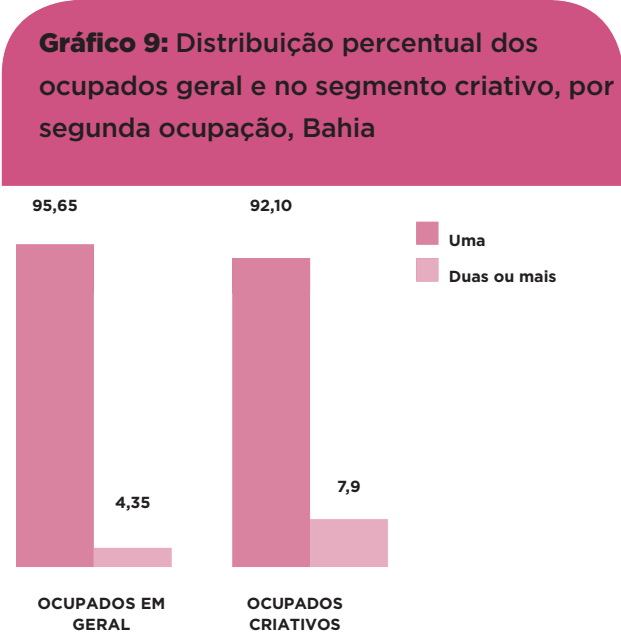
A Tabela 12 apresenta a distribuição dos ocupados no segmento criativo que possuem uma segunda ocupação. Procurou-se aferir qual o percentual dos ocupados, no mercado de trabalho no estado da Bahia e no segmento criativo, que possuem uma outra ocupação além da principal.

Tabela 12: Distribuição dos ocupados em geral e no segmento criativo, por número de ocupações, Bahia - 2010

NÚMERO DE OCUPAÇÕES	OCUPADOS EM GERAL		OCUPADOS CRIATIVOS	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
UMA	5.066.720	95,65	53.065	92,10
DUAS OU MAIS	230.336	4,35	4.554	7,90
TOTAL	5.297.056	100	57.619	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

Pela distribuição apresentada no Gráfico 9, vemos que 7,90% dos profissionais do segmento criativo possuem uma segunda ocupação, o que já supera o valor geral de 4,35%.



Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI

Esse resultado levanta a hipótese de que no mercado da cultura é comum os indivíduos possuírem mais de um trabalho devido à natureza de suas atividades, isso sem considerar aqueles que realizam atividades caracterizadas pela sazonalidade. Além disso, a segunda ocupação pode ser uma alternativa para a necessidade de complementação da

renda obtida com a ocupação principal na atividade criativa.

Os grupos focais destacaram esta característica do mercado de trabalho cultural/criativo. Foram discutidas as principais razões para um maior percentual de ocupados criativos com uma segunda ocupação.

O que a gente ouve, justamente na área do audiovisual: “se eu fosse depender só disso, morreria de fome. Tenho que procurar fazer outra coisa para sobreviver (informação verbal).

Desorganização do campo. O campo cultural não está consolidado como uma área que se retroalimenta, que se estrutura. É segmento que ainda é muito frágil (informação verbal).

Na questão do restauro, por exemplo: Ele acontece por um período. Acabando o trabalho, você tem que ter outra coisa para fazer (informação verbal).

O principal motivo disso é a sazonalidade e a instabilidade nos empregos da área. No exemplo do teatro, o ator formado sempre tem duas atividades. Do contrário, ele não sobrevive. No audiovisual, nos últimos dez anos, muitos profissionais estão tendo mais opções de trabalho. O profissional pode exercer várias funções por conta do perfil do mercado.

Campanhas políticas são opções de emprego (informação verbal).

Uma análise geral das informações sobre as características da ocupação para o mercado de trabalho da área criativa indica que este apresenta-se mais estruturado do que o apontado pela literatura para a ocupação criativa. Pode-se inferir que a heterogeneidade das relações contratuais, no âmbito do segmento criativo, explicaria estes resultados.

Nos *grupos focais*, foi citada a existência de mercados de trabalho mais estruturados como os de patrimônio, televisão, rádio e telecomunicações, que se caracterizariam pela ocupação com carteira de trabalho assinada; maior contribuição à previdência; jornada de trabalho de 44 horas semanais e uma única ocupação. De outro lado, áreas como artes cênicas; música e audiovisual se caracterizariam por trabalho por conta própria, em tempo parcial e com segunda ocupação. Além disso, uma parte dos ocupados no segmento criativo, que não é tipicamente artístico-cultural, tende a ter um vínculo mais formalizado, a exemplo dos trabalhadores da área administrativa das empresas e instituições culturais.



Foto: Álvaro Viela

8. COMPARAÇÃO DA OCUPAÇÃO NO SEGMENTO CRIATIVO NA BAHIA E ESTADOS SELECIONADOS

Esta seção objetiva realizar uma análise comparativa da ocupação do segmento criativo na Bahia com estados selecionados, a saber: São Paulo, Rio de Janeiro, Pernambuco e Ceará.

8.1 Participação dos ocupados criativos na Bahia e estados selecionados

Na Tabela 13 é apresentada a distribuição dos ocupados criativos na Bahia e em mais quatro estados brasileiros. Foram selecionados os estados do Rio de Janeiro e São Paulo, por serem referências nacionais na área cultural e criativa. Por outro lado, os estados do Ceará e Pernambuco são, conjuntamente com estado da Bahia, os principais centros da região Nordeste em produção cultural.

Tabela 13: Ocupados em geral e no segmento criativo em relação ao total do Brasil, Bahia e estados selecionados - 2010

PAÍS/UF	OCUPADOS GERAL		OCUPADOS CRIATIVOS	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
BAHIA	5.841.078	6,76	57.619	4,22
CEARÁ	3.361.735	3,89	42.835	3,14
PERNAMBUCO	3.403.873	3,94	40.505	2,97
RIO DE JANEIRO	7.151.619	8,28	157.098	11,51
SÃO PAULO	20.001.270	23,16	435.382	31,91
BRASIL	86.353.839	100	1.364.373	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

De acordo com a Tabela 13, São Paulo é responsável por 31,91% dos ocupados do segmento criativo no país. A importância do estado neste segmento é ainda maior quando se verifica que a sua participação entre os ocupados em geral é de 23,16%. O segundo estado com mais ocupados no segmento criativo é o Rio de Janeiro, com 11,51%. Dos três estados nordestinos apresentados – Bahia, Ceará e Pernambuco –, a Bahia está à frente, com 4,22% dos ocupados criativos brasileiros.

Na Tabela 14, é apresentada a distribuição dos ocupados criativos por estado, considerando o segmento criativo, com o cálculo da taxa relativa de participação do mesmo na

economia de seu respectivo estado.

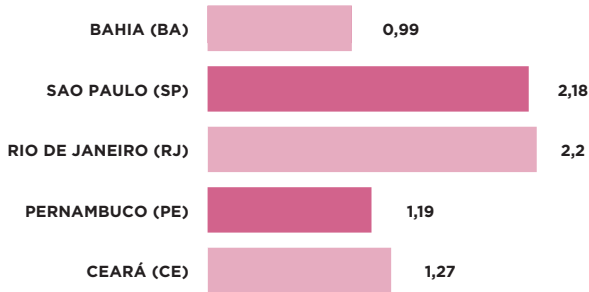
Tabela 14: Distribuição dos ocupados em geral e do segmento criativo no Brasil, por estados selecionados - 2010

ESTADO/PAÍS	OCUPADOS	OCUPADOS CRIATIVOS	%
BAHIA	5.841.078	57.619	0,99
SÃO PAULO	20.001.270	435.382	2,18
RIO DE JANEIRO	7.151.619	157.098	2,20
PERNAMBUCO	3.403.873	40.505	1,19
CEARÁ	3.361.735	42.835	1,27
BRASIL	86.353.839	1.364.373	1,58

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI

Os profissionais do segmento criativo no estado da Bahia representam 0,99% da população baiana ocupada, enquanto em Pernambuco e Ceará esses valores são respectivamente 1,19% e 1,27% da população de seus estados (ver Gráfico 10).

Gráfico 10: Participação percentual dos ocupados do segmento criativo no total de ocupados, Bahia e estados selecionados - 2010



Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI

8.2 Distribuição dos ocupados por setores criativos e relacionados no Brasil, Bahia e estados selecionados:

A Tabela 15 apresenta a distribuição percentual do segmento criativo e atividades relacionadas, segundo a divisão em subgrupos setoriais, por estados selecionados. Na primeira linha encontra-se o total que a UF representa em relação ao Brasil.

Tabela 15: Ocupados nos grupos setoriais da economia criativa no Brasil, por Estados selecionados - 2010 (%)

GRUPOS SETORIAIS	BA	SP	RJ	PE	CE
PARTICIPAÇÃO DO ESTADO NO TOTAL DE OCUPADOS CRIATIVOS NO BRASIL	4,08	32,87	10,96	2,96	3,05
PATRIMÔNIO	7,24	21,62	12,05	4,11	3,96
ARTES CÊNICAS, VISUAIS E OUTRAS ATIVIDADES ARTÍSTICAS	6,57	27,71	13,00	3,91	4,38
LIVROS, LEITURA E LITERATURA	2,09	40,17	11,16	2,53	2,01
AUDIOVISUAL, MÚSICA E MÍDIAS INTERATIVAS	3,58	32,53	14,70	3,12	2,78
ARTESANATO	3,65	22,16	1,94	1,64	4,13
CRIAÇÕES FUNCIONAIS	3,60	39,66	10,12	2,50	2,16
ATIVIDADES INDUSTRIAIS	3,17	39,16	10,29	2,53	2,72
ATIVIDADES COMERCIAIS	5,11	25,73	9,81	3,47	3,11
ATIVIDADES DE ENTRETENIMENTO E TURISMO	5,37	24,06	11,75	3,87	3,68

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

Na Tabela 15, São Paulo aparece à frente dos demais estados com uma larga diferença, representando 32,87% do total nacional. O

subgrupo *criações funcionais* nesse estado detém o maior percentual de 39,66%. A diferença diminui quando se observa *patrimônio e artes performáticas, visuais e artesanato*, no entanto permanece alta. Pode-se concluir a partir dessas informações que São Paulo funciona como o principal pólo de atração para os profissionais criativos no Brasil.

A Bahia possui 4,08% do total de ocupados criativos do Brasil. Os setores mais representativos em relação ao total de ocupados no Brasil são os de *patrimônio* (7,24%) e o de *artes cênicas, visuais e outras atividades* (6,57%). A Bahia lidera os valores em relação aos estados nordestinos aqui abarcados, Pernambuco e Ceará.

8.3 Distribuição dos ocupados no segmento criativo por atributos pessoais na Bahia e estados selecionados

Neste item será apresentada uma análise comparativa da ocupação entre Bahia e estados selecionados de acordo com os atributos pessoais.

8.3.1 Gênero e cor

Na Tabela 16 é apresentada a distribuição dos ocupados no segmento criativo na Bahia e nos quatro estados selecionados por gênero e cor.



Foto: André Oliveira

Tabela 16: Distribuição dos ocupados do segmento criativo na Bahia e nos estados selecionados, por atributos pessoais - 2010

ATRIBUTOS PESSOAIS	BAHIA		SÃO PAULO		RIO DE JANEIRO		PERNAMBUCO		CEARÁ	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
SEXO										
MASCULINO	36.692	63,68	246.194	56,55	94.270	60,01	25.105	61,98	27.814	64,93
FEMININO	20.927	36,32	189.188	43,45	62.828	39,99	15.400	38,02	15.021	35,07
TOTAL	57.619	100	435.382	100	157.098	100	40.505	100	42.835	100
COR										
BRANCA	16.371	28,41	318.051	73,05	97.766	62,23	18.914	46,70	16.941	39,55
PRETA	11.346	19,69	22.816	5,24	15.406	9,81	2.899	7,16	2.090	4,88
AMARELA	730	1,27	8.210	1,89	763	0,49	489	1,21	516	1,20
PARDA	28.977	50,29	85.870	19,72	42.968	27,35	18.125	44,75	23.195	54,15
INDÍGENA	195	0,34	435	0,10	195	0,12	77	0,19	94	0,22
TOTAL	57.619	100	435.382	100	157.098	100	40.505	100	42.835	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

De acordo com os dados apresentados na Tabela 16, é possível observar que o setor criativo tem a maior presença do gênero masculino em todos os cinco estados selecionados. Dentre estes, o estado que tem a menor diferença entre os dois sexos de trabalhadores na área criativa é São Paulo: 56,55% correspondem aos homens e 43,45% são mulheres. A Bahia apresenta a segunda

maior predominância masculina na área, com 63,68% de homens contra 36,32% de mulheres, ficando, nesta comparação, ligeiramente atrás do Ceará, que apresenta 64,93% do gênero masculino atuando no setor, contra 35,07% de mulheres.

Já no quesito cor, é possível perceber algumas diferenças entre os estados selecionados.

São Paulo, Rio de Janeiro e Pernambuco são Unidades Federativas que apresentam maior quantidade de pessoas brancas no setor criativo: 73,05%, 62,23% e 46,70%, respectivamente. Já no Ceará e na Bahia, o percentual de ocupados que se declaram brancos é reduzido, sendo superado pelos profissionais que se declararam como pardos. Enquanto o Ceará apresenta 54,15% de pessoas pardas ocupadas no segmento criativo, a Bahia possui 50,29% de pessoas dessa cor no setor.

8.3.2 Escolaridade

Na Tabela 17 é apresentada a distribuição dos ocupados, de acordo com a escolaridade, das atividades criativas na Bahia e nos outros quatro estados selecionados.



Foto: Rosilda Cruz

Tabela 17: Distribuição dos ocupados no segmento criativo na Bahia e estados selecionados, por escolaridade - 2010

ESCOLARIDADE	BAHIA		SÃO PAULO		RIO DE JANEIRO		PERNAMBUCO		CEARÁ	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
SEM INSTRUÇÃO E FUNDAMENTAL INCOMPLETO	12.023	20,87	55.510	12,75	15.636	9,95	7.530	18,59	9.219	21,52
FUNDAMENTAL COMPLETO E MÉDIO INCOMPLETO	8.232	14,29	56.613	13	18.223	11,6	5.914	14,6	7.330	17,11
MÉDIO COMPLETO E SUPERIOR INCOMPLETO	25.934	45,01	170.554	39,17	68.144	43,38	17.842	44,05	19.948	46,57
SUPERIOR COMPLETO	11.123	19,31	150.314	34,52	54.623	34,77	9.036	22,31	6.079	14,19
NÃO DETERMINADO	306	0,53	2.391	0,55	472	0,3	184	0,45	259	0,6
TOTAL	57.619	100	435.382	100	157.098	100	40.505	100	42.835	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

No que se refere à escolaridade, a Tabela 17 expõe que o Rio de Janeiro é o estado onde os ocupados no segmento criativo possuem maior nível escolar: 78,15% dos trabalhadores do setor possuem formação entre o ensino médio completo e o superior completo. Entretanto, é importante destacar que todos os cinco estados possuem a maior parte dos ocupados no setor com nível escolar acima do nível médio. Em todos os casos, mais de 50% dos trabalhadores têm, pelo menos, nível médio completo (Bahia 64,32%, São Paulo

73,69%, Pernambuco 66,36%, Ceará 60,76%).

8.3.3 Faixa etária

Na Tabela 18 pode-se observar a distribuição dos ocupados na atividade criativa na Bahia e nos estados selecionados, por faixa etária.

Tabela 18: Distribuição dos ocupados no segmento criativo na Bahia e estados selecionados, por faixa etária - 2010

FAIXA ETÁRIA (EM ANOS)	BAHIA		SÃO PAULO		RIO DE JANEIRO		PERNAMBUCO		CEARÁ	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
10 a 14	353	0,61	2.004	0,46	462	0,29	273	0,67	401	0,94
15 a 19	3.418	5,93	25.700	5,90	5.493	3,50	2.373	5,86	3.518	8,21
20 a 24	9.966	17,30	72.975	16,76	21.804	13,88	7.886	19,47	9.587	22,38
25 a 29	11.057	19,19	84.070	19,31	29.753	18,94	7.574	18,70	8.675	20,25
30 a 34	9.379	16,28	70.625	16,22	24.125	15,36	5.691	14,05	5.963	13,92
35 a 39	6.999	12,15	52.314	12,02	19.994	12,73	4.723	11,66	4.309	10,06
40 a 44	4.725	8,20	37.879	8,70	15.344	9,77	3.947	9,75	3.858	9,01
45 a 49	4.829	8,38	33.951	7,80	13.836	8,81	2.858	7,06	2.595	6,06
50 a 54	3.104	5,39	23.663	5,44	11.543	7,35	2.188	5,40	1.774	4,14
55 a 59	1.850	3,21	16.920	3,89	6.950	4,42	1.438	3,55	1.190	2,78
60 OU MAIS	1.938	3,36	15.282	3,51	7.794	4,96	1.553	3,83	965	2,25
TOTAL	57.619	100	435.382	100	157.098	100	40.505	100	42.835	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

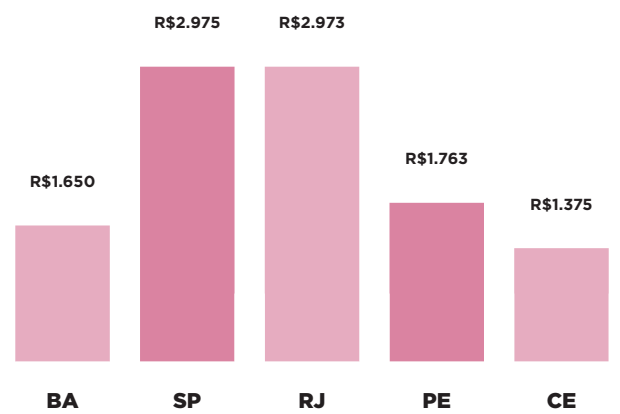
A Tabela 18 mostra que o segmento criativo é majoritariamente composto por pessoas entre 20 e 34 anos. Além da Bahia, outros três estados selecionados também possuem mais de 50% dos ocupados da área estando nessas faixas etárias: Bahia 52,76%, São Paulo 52,29%, Pernambuco 52,22% e Ceará 56,55%. O Rio de Janeiro é o único estado que não tem na

sua composição dos ocupados do segmento criativo mais de 50% de trabalhadores com idade entre 20 e 34 anos. Ainda assim, essa faixa de idade compõe a maioria dos trabalhadores do setor nesse estado, com 48,18% do total. É válido destacar, também, que o número de ocupados na área cai nas cinco unidades federativas a partir dos 35 anos.

8.3.4 Rendimento

O Gráfico 11 apresenta um comparativo do rendimento médio mensal dos ocupados da atividade criativa na Bahia e nos estados selecionados.

Gráfico 11: Rendimento mensal dos ocupados no segmento criativo na Bahia e estados selecionados



Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

De acordo com o Gráfico 11, São Paulo e Rio de Janeiro, dentre os estados selecionados, são os locais onde os ocupados nos segmentos criativos possuem maior rendimento. A média mensal dos profissionais que atuam em São Paulo é de R\$ 2.975,00 e no Rio de Janeiro é de R\$ 2.973,00. Ambos os dados superam

Pernambuco em quase mil reais de diferença. Esse estado proporciona para o trabalhador da área o rendimento médio mensal de R\$ 1.763,00. A Bahia, com R\$ 1.650,00 e o Ceará, com R\$ 1.375,00; são os estados que possuem as menores médias de rendimento entre os cinco comparados.

8.4 Distribuição dos ocupados criativos por características da ocupação na Bahia e estados selecionados

Neste item será apresentada uma análise comparativa da ocupação entre Bahia e estados selecionados, de acordo com as características da ocupação.

8.4.1 Posição na ocupação

A Tabela 19 apresenta a distribuição dos ocupados no segmento criativo na Bahia e nos estados selecionados, por posição na ocupação.

Tabela 19: Distribuição dos ocupados no segmento criativo na Bahia e estados selecionados, por posição na ocupação - 2010

POSIÇÃO NA OCUPAÇÃO	BAHIA		SÃO PAULO		RIO DE JANEIRO		PERNAMBUCO		CEARÁ	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
EMPREGADOS COM CARTEIRA DE TRABALHO ASSINADA	23.798	41,71	245.152	56,58	90.072	57,59	19.599	48,69	18.146	42,60
MILITARES E FUNCIONÁRIOS PÚBLICOS ESTATUTÁRIOS	979	1,72	2.928	0,68	2.379	1,52	756	1,88	826	1,94
EMPREGADOS SEM CARTEIRA DE TRABALHO ASSINADA	14.431	25,29	62.765	14,49	22.260	14,23	8.747	21,73	14.194	33,32
CONTA PRÓPRIA	16.195	28,39	109.371	25,24	37.284	23,84	10.073	25,03	8.650	20,31
EMPREGADORES	1.649	2,89	13.054	3,01	4.420	2,83	1.074	2,67	782	1,84
TOTAL	57.052	100	433.271	100	156.415	100	40.250	100	42.598	100

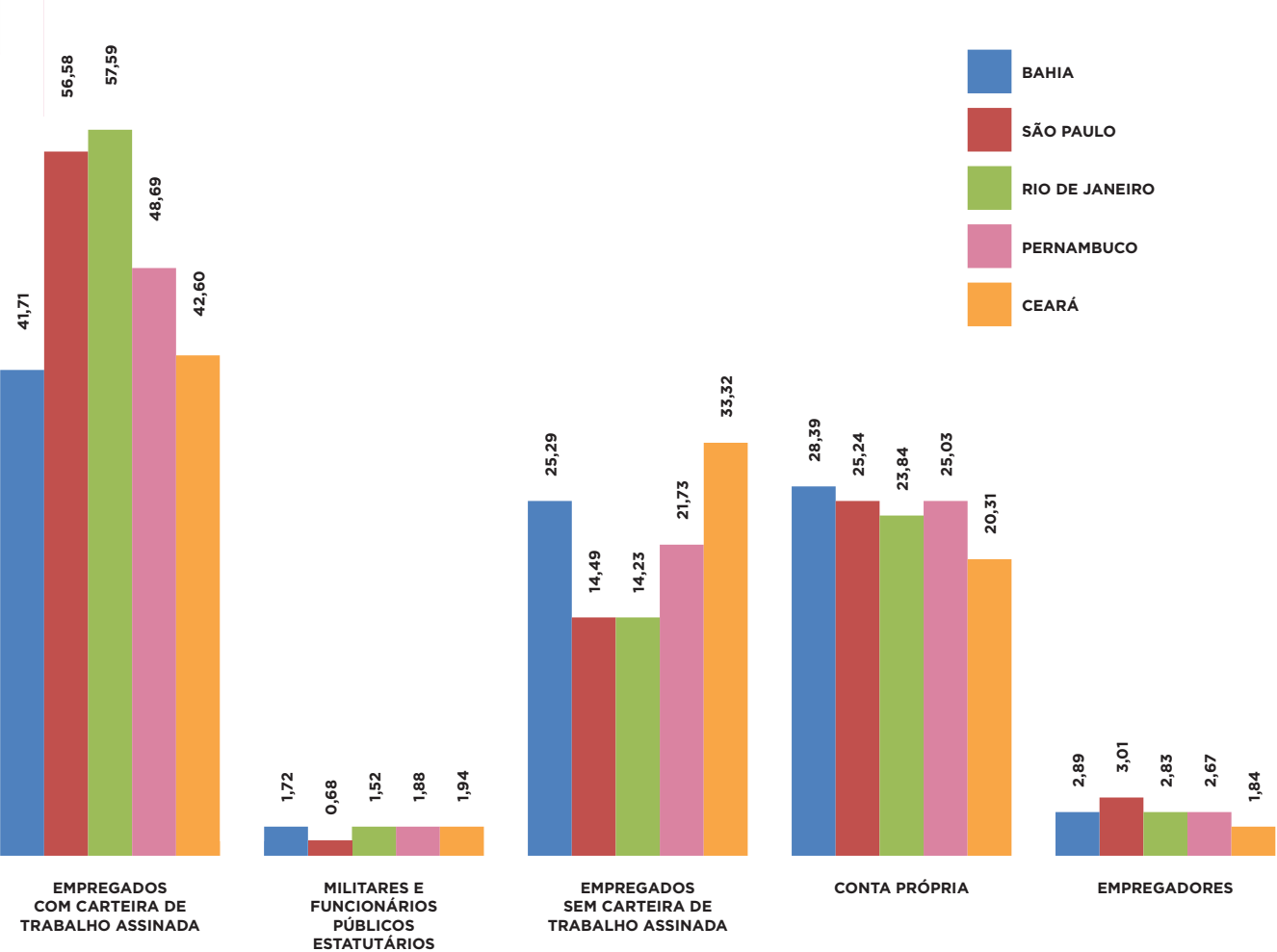
Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

No que se refere à posição na ocupação, o estado com maior quantidade percentual de trabalhadores que têm emprego com carteira de trabalho assinada, conforme mostra a tabela 22, é Rio de Janeiro, com 57,59% de profissionais atuando nesta condição. A Bahia, por sua vez, entre os estados selecionados, apresenta a menor proporção de ocupados no setor criativo que trabalham com vínculo empregatício formal: do total, 41,71% são trabalhadores criativos que têm carteira assinada. O estado de São Paulo possui

56,58% dos trabalhadores atuando com carteira assinada. Já Pernambuco 48,69% e Ceará 42,60%, posicionam-se um pouco à frente da Bahia neste quesito.

Outro dado relevante sobre a Bahia nessa tabela é o percentual de profissionais que atuam por conta própria, que é de 28,39%. Em comparação às demais Unidades da Federação selecionadas, a Bahia possui a maior proporção de trabalhadores nesta condição (São Paulo 25,24%, Rio de Janeiro, 23,84%, Pernambuco 25,03% e Ceará 20,31%).

Gráfico 12: Distribuição percentual dos ocupados, por posição na ocupação, do segmento criativo na Bahia e estados selecionados



Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

8.4.2 Jornada semanal de trabalho

A Tabela 20 apresenta a distribuição dos ocupados na atividade criativa na Bahia e nos estados selecionados, por horas de trabalho semanais.

Tabela 20: Distribuição dos ocupados no segmento criativo na Bahia e estados selecionados, por jornada de trabalho semanal - 2010

HORAS DE TRABALHO SEMANAIS	BAHIA		SÃO PAULO		RIO DE JANEIRO		PERNAMBUCO		CEARÁ	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
O A 10	6.718	11,66	31.953	7,34	13.994	8,91	4.367	10,78	4.608	10,76
10 A 20	6.858	11,90	24.917	5,72	10.036	6,39	3.779	9,33	5.270	12,30
20 A 30	5.534	9,60	33.864	7,78	13.854	8,82	4.666	11,52	4.437	10,36
30 A 40	22.974	39,87	175.260	40,25	65.871	41,93	14.865	36,70	15.167	35,41
40 A 50	11.429	19,84	133.292	30,61	38.790	24,69	9.041	22,32	9.669	22,57
MAIS DE 51	4.106	7,13	36.097	8,29	14.553	9,26	3.787	9,35	3.685	8,60
TOTAL	57.619	100	435.382	100	157.098	100	40.505	100	42.835	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

Pelo exposto acima, São Paulo tem a maior quantidade percentual de profissionais atuando no segmento criativo que trabalham mais de 40 horas semanais. Essa forma de escala de trabalho corresponde às horas trabalhadas de 30,61% dos ocupados da atividade criativa desse estado. Já na Bahia,

o percentual de trabalhadores do setor que atuam por mais de 40 horas semanais é de 19,84%, o que representa a menor quantidade proporcional entre os cinco estados.

Pelos dados explicitados nas Tabelas 19 e 20, é possível inferir que, em São Paulo e no Rio de Janeiro, os mercados de trabalho,

do setor abordado nesta pesquisa, são mais estruturados e com relações de trabalho mais formais. No segmento criativo destes estados, a quantidade de ocupados que atuam com carteira assinada e com uma jornada de trabalho entre 30 e 50 horas semanais está acima dos demais.

8.4.3 Segunda Ocupação

A Tabela 21 expõe o número de ocupações dos ocupados no segmento criativo na Bahia e nos quatro estados selecionados.

Tabela 21: Distribuição dos ocupados no segmento criativo na Bahia e estados selecionados, por número de ocupações - 2010

NÚMERO DE OCUPAÇÕES	BAHIA		SÃO PAULO		RIO DE JANEIRO		PERNAMBUCO		CEARÁ	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
UM	53.065	92,10	413.576	94,99	145.069	92,34	38.089	94,03	40.188	93,82
DOIS OU MAIS	4.554	7,90	21.806	5,01	12.1029	7,66	2.416	5,97	2.647	6,18
TOTAL	57.619	100	435.382	100	157.098	100	40.505	100	42.835	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

Entre os estados selecionados, a Bahia, com 7,90%, apresenta o maior percentual de ocupados com uma segunda ocupação. Já São Paulo possui o menor percentual, com 5,01%. Estas informações estão coerentes com os dados

sobre jornada de trabalho em que os ocupados paulistas são os que dedicam maior parte das suas horas de trabalho semanais para a ocupação principal enquanto os baianos dedicam um tempo menor para a mesma atividade.

8.5 Distribuição dos ocupados criativos por grupos ocupacionais no Brasil, Bahia e estados selecionados

A Tabela 22 apresenta a distribuição percentual dos ocupados criativos, segundo a divisão em subgrupos ocupacionais, por estados selecionados. Na primeira linha encontra-se o total que a Bahia representa em relação ao total do Brasil, no que se refere ao número de ocupados no grupo ocupacional em questão do país.

Tabela 22: Participação percentual no total dos ocupados criativos do Brasil, Bahia e estados selecionados - 2010

GRUPOS DE OCUPAÇÕES	BAHIA	SÃO PAULO	RIO DE JANEIRO	PERNAMBUCO	CEARÁ
PARTICIPAÇÃO DO ESTADO NO TOTAL DE OCUPADOS CRIATIVOS NO BRASIL	5,08	28,59	10,02	3,22	4,50
MÚSICA	6,03	24,38	10,59	4,02	5,02
TEATRO E CINEMA	4,20	33,33	29,39	2,58	1,91
DANÇA E COREOGRAFIA	6,28	19,65	16,17	6,63	4,90
PRODUÇÃO LITERÁRIA	1,63	39,88	16,03	2,87	2,39
ARTES PLÁSTICAS, FOTOGRAFIA E DEMAIS PROFISSIONAIS DAS ARTES	8,84	21,23	11,65	5,38	6,80
ARTESÃOS	4,32	21,83	2,46	1,55	6,80
PATRIMÔNIO	6,20	18,65	10,14	4,45	2,85
PUBLICIDADE E DESIGN GRÁFICO	3,56	38,61	10,87	2,54	2,25

GRUPOS DE OCUPAÇÕES	BAHIA	SÃO PAULO	RIO DE JANEIRO	PERNAMBUCO	CEARÁ
MODA E VESTUÁRIO	3,25	34,61	9,74	1,79	4,27
ARQUITETURA	3,51	36,18	14,27	2,47	1,42
TÉCNICOS NA ÁREA DE SERVIÇOS CULTURAIS/CRIATIVOS	4,12	28,16	10,59	2,24	2,96
ESCRITA E LINGUAGENS	3,04	34,19	15,00	2,37	2,04
PROFISSIONAIS DAS TELECOMUNICAÇÕES	6,77	17,39	7,50	4,07	4,42
IMPRESSÃO GRÁFICA, EDIÇÃO E AFINS	3,18	37,64	7,79	3,23	4,01
PROFISSIONAIS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	1,74	37,93	10,85	3,34	2,70

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

Pelo exposto na Tabela 22, nota-se a predominância do estado de São Paulo em todos os grupos ocupacionais criativos, representando 28,59% do total. Na maioria dos grupos existe uma diferença de pelo menos dez pontos percentuais entre São Paulo e os demais, mesmo quando comparado ao Rio de Janeiro, o segundo estado com maior representatividade percentual. É perceptível a concentração de determinados grupos ocupacionais nesses dois estados, o grupo *Teatro* e *Cinema*, que somados, representam 62,72% (33,33% em São Paulo e 29,39% no Rio de Janeiro) dos ocupados na área. Os percentuais elevadíssimos de ambos os estados nessa categoria apontam para um forte pólo cultural e produtivo no que diz respeito às

atividades teatrais e cinematográficas.

Dentre todos os grupos ocupacionais, aquele no qual São Paulo possui maior representatividade é *Produção literária*, com 39,88% de todo o país; a partir desses dados vemos que São Paulo é o centro de referência para a produção literária, atraindo maior número de ocupados para o seu mercado regional. Pode-se inferir que o estado em questão aparece como o principal pólo na área de tecnologia relacionada à informática, pois, o grupo *Profissionais da Informática*, aparece com 37,93%. Essa constatação é ainda mais verdadeira quando percebe-se que o segundo estado de maior representatividade apresenta o valor de 10,85%, revelando uma acentuada diferença de 27,08%.

No comparativo do Nordeste, a Bahia lidera em nove dos grupos ocupacionais, demonstrando uma proeminência do estado na região, totalizando 5,08% no quadro nacional. *Artes plásticas, fotografia e demais profissionais das artes* é o grupo ocupacional que a Bahia possui a maior representatividade em relação aos outros estados do Nordeste abordados, com 8,84%. Na Bahia, o grupo com menor representatividade percentual é o de *Produção literária* com apenas 1,63% do total. Podemos inferir, a partir dessa realidade, que o mercado para esse grupo no estado é bastante reduzido, independente da qualidade da produção. O grupo *Profissionais de tecnologia da informação* apresenta o valor de apenas 1,74% dos ocupados na Bahia, o que pode ser um indicativo de pouco investimento no setor criativo relacionado à tecnologia, enquanto nos demais estados nordestinos apresentados na tabela, essa representatividade é maior.

A Tabela 23 apresenta a distribuição percentual dos ocupados criativos de acordo com os grupos ocupacionais na Bahia e estados selecionados.



Foto: Ronaldo Silva

Tabela 23: Distribuição percentual dos ocupados criativos, de acordo com os grupos ocupacionais, na Bahia e estados selecionados - 2010

GRUPOS DE OCUPAÇÕES	BAHIA	SÃO PAULO	RIO DE JANEIRO	PERNAMBUCO	CEARÁ
MÚSICA	9,11	6,54	8,11	9,57	8,54
TEATRO E CINEMA	1,47	2,08	5,24	1,43	0,76
DANÇA E COREOGRAFIA	0,45	0,25	0,59	0,75	0,40
PRODUÇÃO LITERÁRIA	0,28	1,21	1,38	0,77	0,46
ARTES PLÁSTICAS, FOTOGRAFIA E DEMAIS PROFISSIONAIS DAS ARTES	37,67	16,08	25,19	36,14	32,70
ARTESÃOS	13,68	12,30	3,96	7,72	24,30
PATRIMÔNIO	3,16	1,69	2,63	3,58	1,64
PUBLICIDADE E DESIGN GRÁFICO	9,62	18,55	14,90	10,82	6,85
MODA E VESTUÁRIO	2,85	5,39	4,33	2,47	4,22
ARQUITETURA	3,61	6,61	7,44	4,00	1,64
TÉCNICOS NA ÁREA DE SERVIÇOS CULTURAIS/CRIATIVOS	5,15	6,26	6,73	4,42	4,18
ESCRITA E LINGUAGENS	3,43	6,87	8,59	4,21	2,60
PROFISSIONAIS DAS TELECOMUNICAÇÕES	2,94	1,35	1,66	2,79	2,17
IMPRESSÃO GRÁFICA, EDIÇÃO E AFINS	6,01	12,64	7,47	9,62	8,55
PROFISSIONAIS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	0,56	2,18	1,78	1,70	0,99
TOTAL	100	100	100	100	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

Pela análise da tabela 23, observa-se que para todos os estados, com exceção de São Paulo, o grupo ocupacional *artes plásticas, fotografia e demais profissionais das artes* é o mais representativo. Cabem alguns destaques como: o peso significativo dos *artesãos* no Ceará, com 24,30%, e as participações relevantes dos profissionais de *publicidade e design gráfico* em São Paulo e no Rio de Janeiro, com 18,55% e 14,90%, respectivamente.

Nos *Grupos Focais* foram discutidas as diferenças das realidades da Bahia e os estados selecionados.

Sazonalidade. Nós temos um trabalho junto às entidades afro. Uma das premissas é criar atividades econômicas da cultura que durem todo o ano, porque nós temos uma concentração de atividades nos meses de novembro, dezembro, janeiro e fevereiro, mas durante o resto do ano há um vácuo. E também, por outro lado, (...) em qualquer lugar do mundo que você vai a cultura transborda, sentimos isso em Recife, nós percebemos a estética do lugar. Mas, você chega a Salvador e é como se estivesse chegando a qualquer cidade do mundo porque a estética afro não está latente. Ela aparece mais no verão, mas não está presente o ano inteiro. (informação verbal).

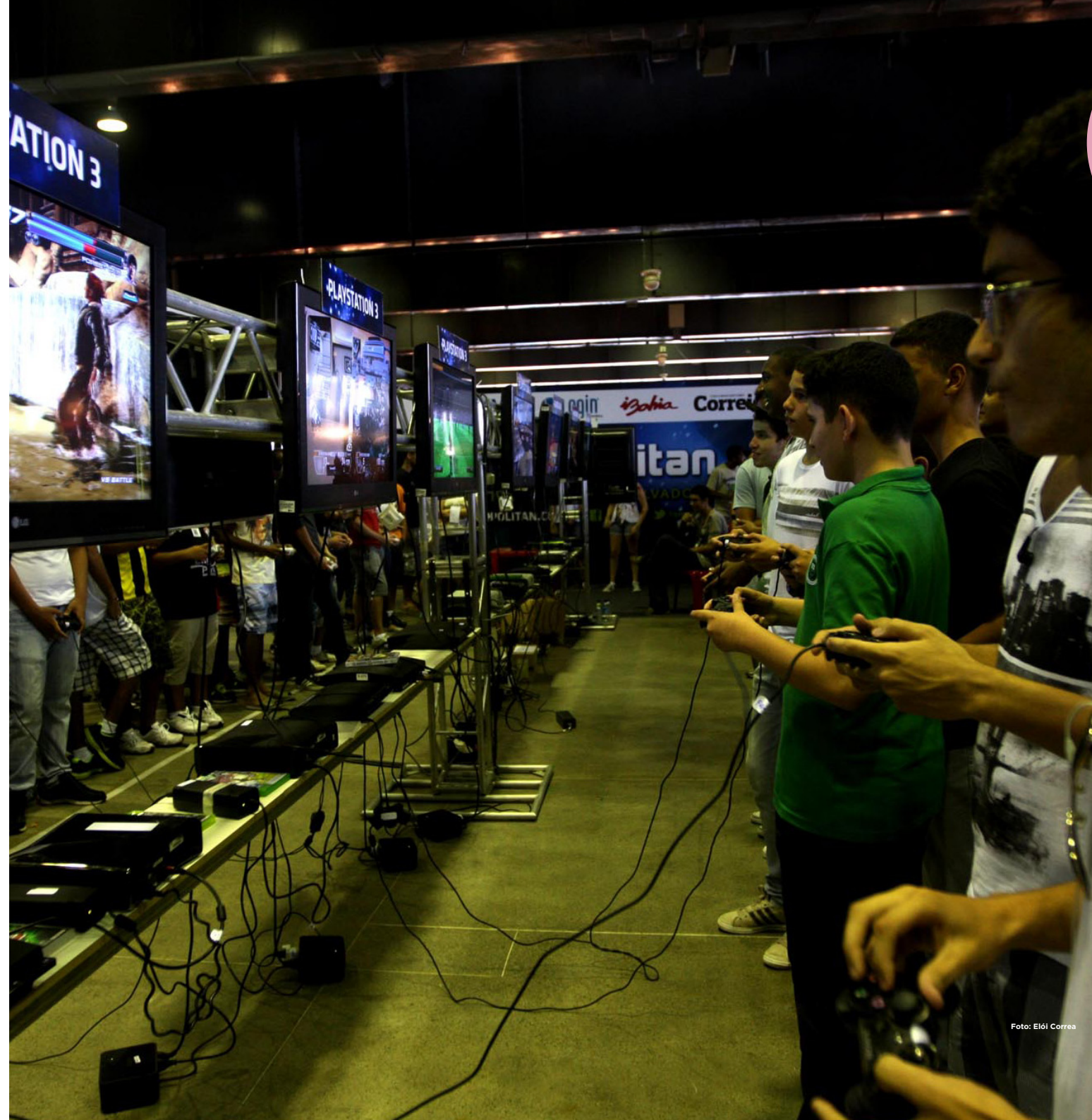
Em relação ao Rio de Janeiro e São Paulo não dá nem para comparar. (...) No caso do audiovisual, acho que o mercado é muito mais dinamizado que o nosso. No caso do Ceará, o *Dragão do Mar* é um projeto antigo, de formação cinematográfica que vem desde os anos 90. Orlando Sena foi pra lá. Quer dizer, há uma dinamização anterior à nossa. A Bahia ficou mais efervescente a partir dos dois governos Wagner, com uma nova atuação da Secretaria de Cultura. Antes, estávamos no atraso (informação verbal).

Nós temos a produção de artesanato no Ceará, que é muito grande, tradicional e profissionalizado (...) aqui falta a profissionalizar esse segmento. E, outra coisa, (...) nessa fase a Bahia é Salvador e Recôncavo. Enquanto nós não superarmos esse olhar, a Bahia para a Cidade da Bahia e a Bahia sem “h”, nós não vamos entender o estado.

Temos que comparar aqueles dados de composição de renda com outros estados. Talvez tenhamos que fazer um estudo comparativo mais denso desses dois estados do Nordeste para ter uma resposta para esta questão (informação verbal).

Acho que de uma forma genérica só comparando com os estados do Nordeste, porque com o Rio de Janeiro

e São Paulo não é possível comparar. Os estados do Nordeste têm atividades de economia da cultura, um arranjo produtivo relacionado à produção cultural diferenciado do estado da Bahia. E acho que talvez a nossa dimensão geográfica, com a pulverização da produção, com os aspectos envolvendo a cadeia produtiva, como a circulação, melhoria dos produtos, tudo isso prejudica o percentual de atuação da Bahia. Um estado menor, com a possibilidade de agregar mais, de formar com um menor custo, com facilidade de mobilidade. Eles têm alguns diferenciais para mim muito explícitos, que favorecem o desempenho das atividades (informação verbal).



9. COMPOSIÇÃO DA OCUPAÇÃO CRIATIVA NA BAHIA, POR GRUPOS OCUPACIONAIS

O corte ocupacional permite a visualização da distribuição dos ocupados considerados como criativos (conforme o quadro 2). Cabe ressaltar que estão incluídos nesta categoria os ocupados criativos que trabalham tanto em atividades criativas como aquelas não criativas. Estes ocupados totalizam 81.979 pessoas no estado

A Tabela 24 apresenta a distribuição em valores absolutos e percentuais dos ocupados na Bahia, por categorias denominadas *grupos ocupacionais*. Esses representam as principais ocupações relacionadas à economia criativa¹².

¹² Verificar Anexo II, onde estão descritas as atividades presentes nos grupos ocupacionais aqui trabalhados.

Tabela 24: Ocupados na economia criativa, por grupo ocupacional, Bahia - 2010

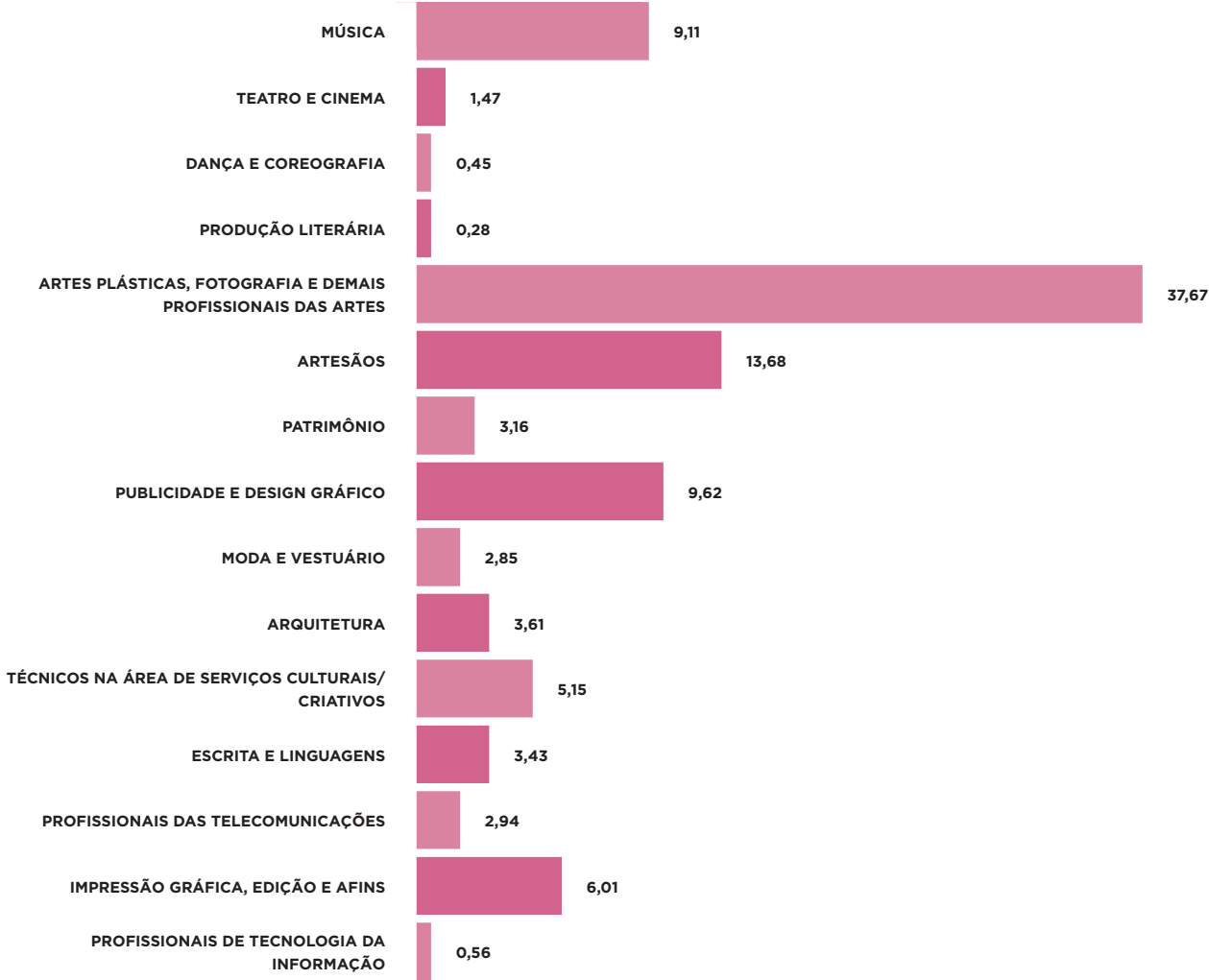
GRUPOS DE OCUPAÇÕES	VALOR ABSOLUTO	%
MÚSICA	7.915	9,11
TEATRO E CINEMA	1.282	1,47
DANÇA E COREOGRAFIA	391	0,45
PRODUÇÃO LITERÁRIA	241	0,28
ARTES PLÁSTICAS, FOTOGRAFIA E DEMAIS PROFISSIONAIS DAS ARTES	32.737	37,67
ARTESÃOS	11.892	13,68
PATRIMÔNIO	2.750	3,16
PUBLICIDADE E DESIGN GRÁFICO	8.359	9,62
MODA E VESTUÁRIO	2.473	2,85
ARQUITETURA	3.134	3,61
TÉCNICOS NA ÁREA DE SERVIÇOS CULTURAIS/CRIATIVOS	4.479	5,15
ESCRITA E LINGUAGENS	2.980	3,43
PROFISSIONAIS DAS TELECOMUNICAÇÕES	2.559	2,94
IMPRESSÃO GRÁFICA, EDIÇÃO E AFINS	5.223	6,01
PROFISSIONAIS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	490	0,56
TOTAL	86.905	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

Pelo exposto na tabela acima, percebe-se uma grande diferença na representatividade dos grupos na economia baiana; *Artes plásticas e fotografia* compõem mais de um quarto do total dos ocupados, cerca de 37,67%¹³. O segundo grupo mais representativo no estado é *artesãos*, com 13,68%. Outra conclusão que a tabela possibilita refere-se aos indivíduos ocupados com a área da informática, que representam apenas 0,56%. O grupo com menos ocupados é *dança e coreografia*, com apenas 391 pessoas na atividade principal, o que representa o valor de 0,48% (Gráfico 13).

13 Este número bastante expressivo pode ser atribuído à variedade de profissões que estão incluídas na categoria, tais como: aquarelista, artesão (artista visual), artista plástico, caricaturista, cartunista, ceramista (artes visuais), chargista, escultor, grafiteiro (artes visuais), gravador (artes visuais), ilustrador (artes visuais), pintor (artes visuais).

Gráfico 13: Distribuição Percentual dos Ocupados da Economia Criativa por grupos ocupacionais na Bahia - 2010



Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI

A Tabela 25 apresenta a remuneração média de quinze grupos ocupacionais criativos. Considerando que, em 2010, o rendimento do conjunto da população ocupada era R\$1025,00, pode-se identificar que 10 dos 15 grupos de profissionais apresentam renda superior à média do estado.

Tabela 25: Rendimento dos ocupados criativos, por grupo ocupacional, Bahia - 2010

GRUPOS DE OCUPAÇÕES	EM REAIS	EM SALÁRIOS MÍNIMOS
MÚSICA	1.299,76	2,50
TEATRO E CINEMA	2.223,47	4,40
DANÇA E COREOGRAFIA	1.526,00	2,99
PRODUÇÃO LITERÁRIA	2.071,00	4,06
ARTES PLÁSTICAS, FOTOGRAFIA E DEMAIS PROFISSIONAIS DAS ARTES	614,23	1,20
ARTESÃOS	451,52	0,89
PATRIMÔNIO	1.016,13	1,99
PUBLICIDADE E DESIGN GRÁFICO	1.688,90	3,31
MODA E VESTUÁRIO	1.067,69	2,09
ARQUITETURA	4.128,17	8,09
TÉCNICOS NA ÁREA DE SERVIÇOS CULTURAIS/CRIATIVOS	1028,69	2,02
ESCRITA E LINGUAGENS	2865,85	5,62
PROFISSIONAIS DAS TELECOMUNICAÇÕES	996,00	1,95
IMPRESSÃO GRÁFICA, EDIÇÃO E AFINS	775,00	1,52
PROFISSIONAIS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	2380,82	4,67

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

As cinco categorias de ocupados mais bem remunerados, em 2010, na economia criativa são os de: arquitetura; escrita e linguagens; da tecnologia da informação, teatro e cinema e produção literária.



Foto: Rosilda Cruz

10. OCUPADOS NA ECONOMIA CRIATIVA, COM BASE NO CONCEITO AMPLO, NO ESTADO DA BAHIA E POR TERRITÓRIOS DE IDENTIDADE

A análise dos dados de ocupação desenvolvida até então neste texto, utilizou duas perspectivas: a setorial e a ocupacional. O corte setorial incorpora tanto os profissionais cuja ocupação é considerada criativa, quanto os ocupados que atuam nessas áreas, mas sem, especificamente, se enquadrarem nas categorias criativas. O corte ocupacional considera apenas os indivíduos cuja ocupação se enquadra na definição de *ocupado criativo*, independente do setor em que ele atue no mercado de trabalho.

Uma outra forma de apresentação dos dados de ocupação criativa é com base no conceito amplo. Esta abordagem permitiria avaliar melhor a dimensão da economia criativa na Bahia e nos territórios, pois mensuraria a importância, tanto

das atividades criativas e relacionadas presentes nos territórios, como a ocupação criativa nos setores criativos e não criativos. Assim, esta dimensão fornece uma noção do papel da criatividade naquela matriz econômica e o quão está espalhada na economia local.

Assim, nesse item, foram considerados: a) os ocupados criativos especializados que atuam em empresas ou atividades consideradas do segmento criativo e atividades relacionadas (um ator que trabalha em um teatro); b) os ocupados criativos que atuam em outros setores que não pertencem ao segmento criativo e atividades relacionadas (um artista plástico que trabalha em uma escola); c) os ocupados que atuam no setor criativo e atividades relacionadas, mas suas funções não são típicas da área criativa (o auxiliar administrativo que trabalha em uma produtora de audiovisual).

Os ocupados da economia criativa na Bahia, conceito amplo, perfazem 165.656 pessoas. Este valor representaria em torno de 2,8% do total de ocupados. Neste item também foram analisados como estes ocupados se distribuem

por territórios de identidade¹⁴.

Tabela 26: Distribuição dos Ocupados na Economia Criativa, por Territórios de Identidade, Bahia - 2010

TERRITÓRIOS DE IDENTIDADE	OCUPADOS DA BAHIA		OCUPADOS CRIATIVOS	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
IRECÊ	157.328	2,69	2.391	1,44
VELHO CHICO	131.254	2,25	2.027	1,22
CHAPADA DIAMANTINA	146.627	2,51	1.728	1,04
SISAL	244.870	4,19	4.749	2,87
LITORAL SUL	293.560	5,03	8.454	5,10
BAIXO SUL	154.298	2,64	2.625	1,58
EXTREMO SUL	171.656	2,94	3.556	2,15
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA	99.484	1,70	2.412	1,46
VALE DO JEQUIRIÇÁ	126.538	2,17	1.399	0,84
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	188.927	3,23	3.254	1,96
BACIA DO RIO GRANDE	160.665	2,75	2.830	1,71
BACIA DO PARAMIRIM	65.372	1,12	786	0,47

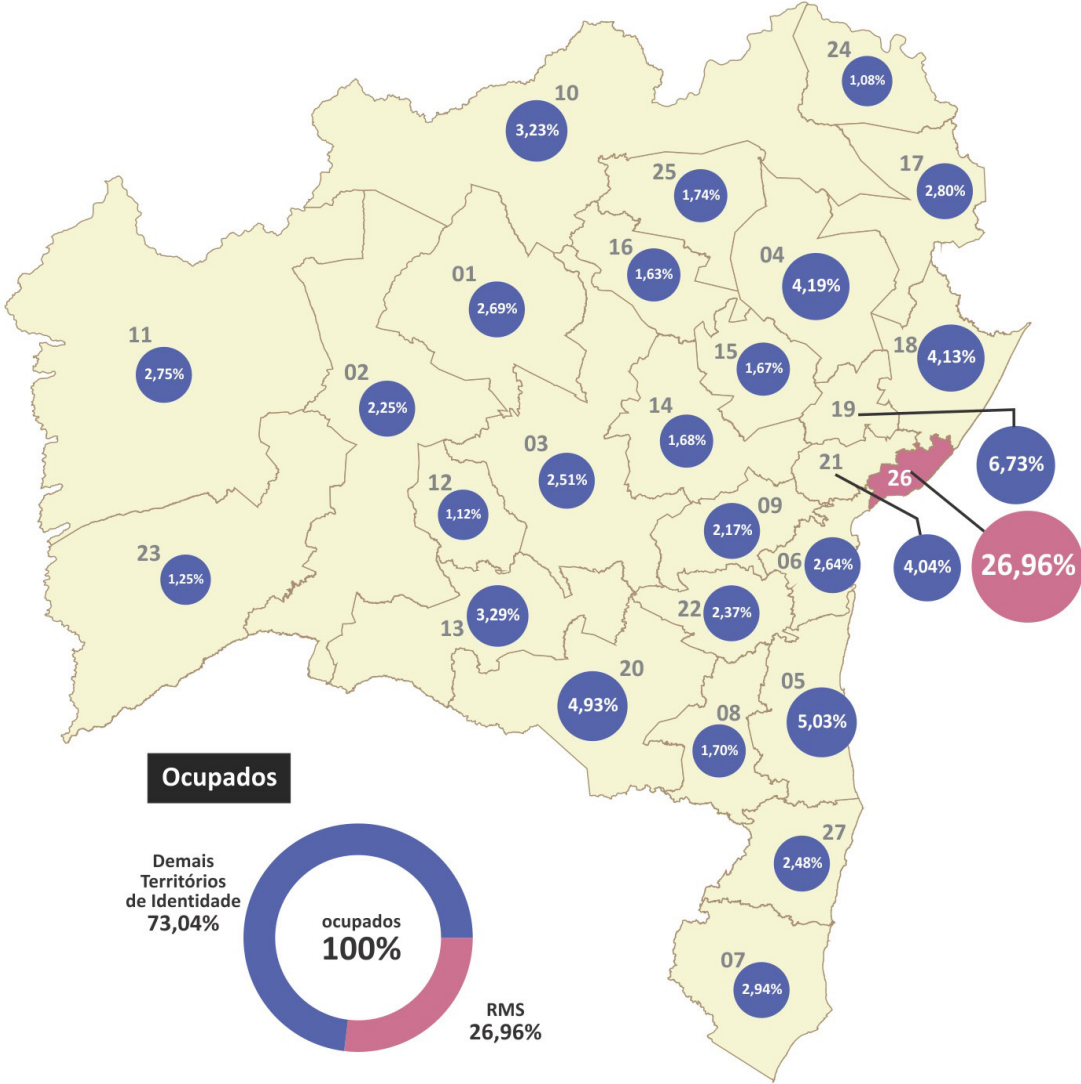
14 Desde 2007 o governo do estado da Bahia passou a adotar uma nova política territorial, instituindo 27 Territórios de Identidade. Os novos recortes espaciais passaram a nortear as políticas públicas estaduais. Estes são conceituados como um espaço físico, geograficamente definido, geralmente contínuo, caracterizado por critérios multidimensionais, tais como o ambiente, a economia, a sociedade, a cultura, a política e as instituições, e uma população com grupos sociais relativamente distintos, que se relacionam interna e externamente por meio de processos específicos, onde se pode distinguir um ou mais elementos que indicam identidade, coesão social, cultural e territorial. Definição disponível no site da SEPLAN - BA: <http://www.seplan.ba.gov.br/territorios-de-identidade/mapa>.

SERTÃO PRODUTIVO	192.384	3,29	3.208	1,94
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	97.854	1,68	1.697	1,02
BACIA DO JACUIPE	97.636	1,67	2.363	1,43
PIEMONTE DA DIAMANTINA	95.171	1,63	1.595	0,96
SEMI-ÁRIDO NORDESTE II	163.572	2,80	4.639	2,80
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	241.449	4,13	4.000	2,41
PORTAL DO SERTÃO	393.122	6,73	12.229	7,38
VITÓRIA DA CONQUISTA	288.218	4,93	6.099	3,68
RECÔNCAVO	235.991	4,04	3.956	2,39
MÉDIO RIO DE CONTAS	138.431	2,37	2.696	1,63
BACIA DO RIO CORRENTE	72.905	1,25	868	0,52
ITAPARICA	62.793	1,08	1.483	0,90
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	101.863	1,74	1.631	0,98
METROPOLITANA DE SALVADOR	1.574.506	26,96	76.795	46,36
COSTA DO DESCOBRIMENTO	144.604	2,48	6.187	3,73
TOTAL	5.841.078	100	165.656	100

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

De acordo com a Tabela 26, na ocupação geral do estado da Bahia há uma concentração no território metropolitano de Salvador, com 26,96%. Este número superior de ocupados na maior metrópole estadual, onde se concentra boa parte das atividades econômicas do estado, é um dado esperado. Os demais centros econômicos como Portal do Sertão, Vitória da Conquista e Litoral Sul possuem um número relevante de ocupados (ver Mapa 1).

Mapa 1: Distribuição dos Ocupados Geral, por territórios de identidade, Bahia - 2010

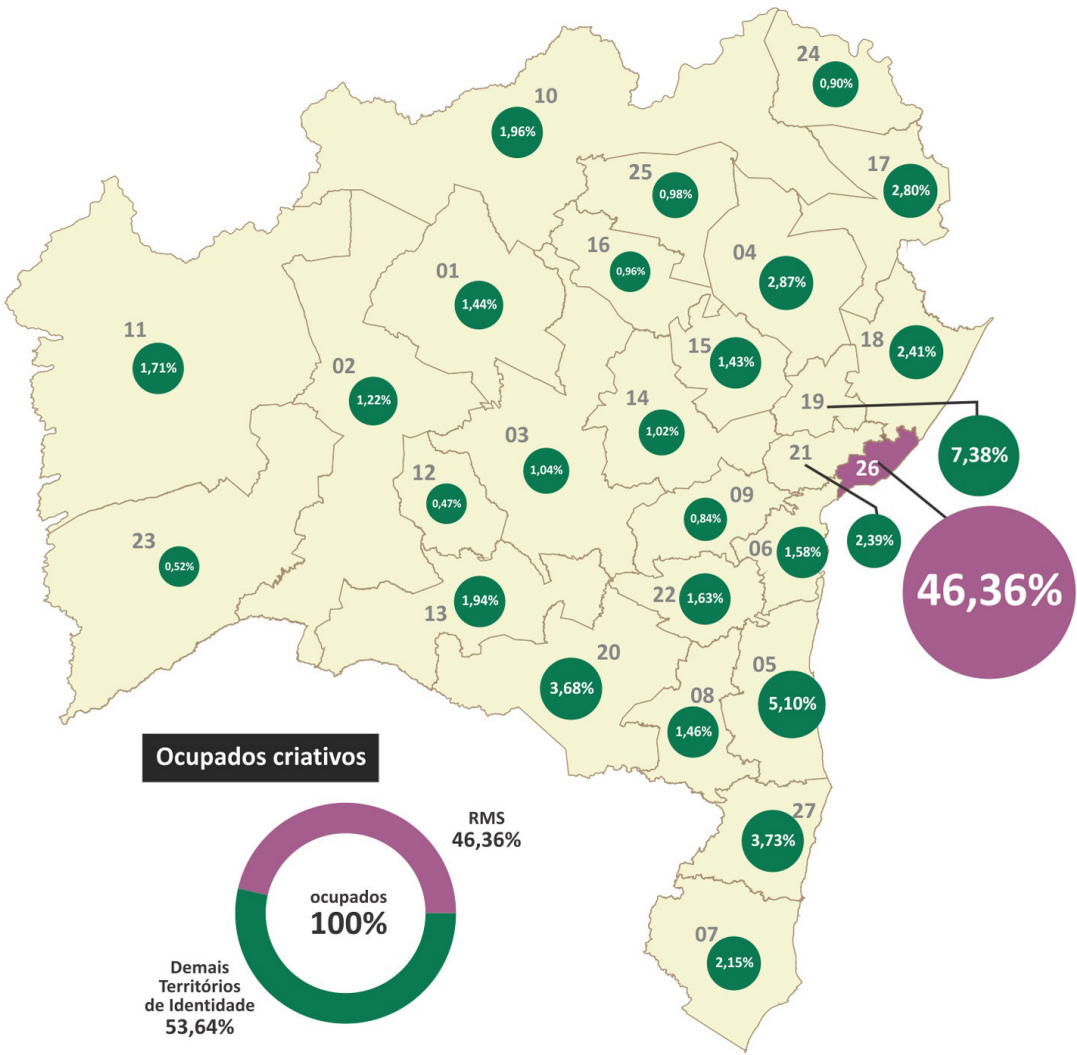


TERRITÓRIOS DE IDENTIDADE		
1. IRECÊ	10. SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	19. PORTAL DO SERTÃO
2. VELHO CHICO	11. BACIA DO RIO GRANDE	20. VITÓRIA DA CONQUISTA
3. CHAPADA DIAMANTINA	12. BACIA DO PARAMIRIM	21. RECÔNCAVO
4. SISAL	13. SERTÃO PRODUTIVO	22. MÉDIO RIO DE CONTAS
5. LITORAL SUL	14. PIEMONTE DO PARAGUAÇU	23. BACIA DO RIO CORRENTE
6. BAIXO SUL	15. BACIA DO JACUIPE	24. ITAPÁRICA
7. EXTREMO SUL	16. PIEMONTE DA DIAMANTINA	25. PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU
8. MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA	17. SEMI-ÁRIDO NORDESTE II	26. METROPOLITANA DE SALVADOR
9. VALE DO JEQUIRIÇÁ	18. LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	27. COSTA DO DESCOBRIMENTO

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI.

A distribuição apresentada na Tabela 26 revela a concentração de 46,36% dos ocupados criativos no território *Metropolitano de Salvador*, quase a metade de todo o estado. Ou seja, uma concentração territorial maior do que a população ocupada total. Essa informação aponta para o fato de a produção cultural ser mais presente nas grandes áreas urbanas, no caso da Bahia, em Salvador e sua região metropolitana (ver Mapa 2).

Mapa 2: Distribuição dos Ocupados na Economia Criativa, por territórios de identidade, Bahia - 2010



TERRITÓRIOS DE IDENTIDADE		
1. IRECÊ	10. SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	19. PORTAL DO SERTÃO
2. VELHO CHICO	11. BACIA DO RIO GRANDE	20. VITÓRIA DA CONQUISTA
3. CHAPADA DIAMANTINA	12. BACIA DO PARAMIRIM	21. RECÔNCAVO
4. SISAL	13. SERTÃO PRODUTIVO	22. MÉDIO RIO DE CONTAS
5. LITORAL SUL	14. PIEMONTE DO PARAGUAÇU	23. BACIA DO RIO CORRENTE
6. BAIXO SUL	15. BACIA DO JACUIPE	24. ITAPARICA
7. EXTREMO SUL	16. PIEMONTE DA DIAMANTINA	25. PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU
8. MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA	17. SEMI-ÁRIDO NORDESTE II	26. METROPOLITANA DE SALVADOR
9. VALE DO JEQUIRIÇÁ	18. LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	27. COSTA DO DESCOBRIMENTO

Fonte: Censo Demográfico/IBGE. Elaboração SECULT/SEI

Nos demais territórios, a distribuição apresenta-se mais homogênea, com uma média percentual de 2,08%¹⁵, à exceção de Salvador. O segundo território com maior percentual é *Portal do Sertão*, com 7,38%. Pode-se destacar que a Costa do Descobrimento e Litoral Sul apresentam um percentual de ocupados da economia criativa acima da média da população ocupada em geral.

A concentração territorial da produção é apontada como uma das características da atividade criativa. Sobre este dado foi questionado, aos participantes dos *Grupos Focais*, as razões dessa concentração e se as políticas territoriais seriam suficientes para reverter esta situação.

A concentração. Isso acontece no Brasil e no mundo. Se as pessoas vão aos Estados Unidos, querem ir para Nova York, para Chicago. Se viajam para a Suíça, vão para Genebra. Então, acho que é uma polarização que acontece (informação verbal).

O que é importante, (...) é o foco que começou na estrutura do Sistema Nacional de Cultura, que está evadindo na estrutura do Sistema Estadual e deve estar no município. Mas, particularmente no caso do estado, que é o que nos interessa, é a questão da territorialização, ou seja, a gestão disso, o pensamento e o foco dessa coisa dentro do território. E aí é que está, precisa de um trabalho de parceria do poder público do estado com o município, que

¹⁵ Esse percentual é uma média aritmética simples dos percentuais de todos os Territórios de Identidade, exceto Metropolitana de Salvador.

é na realidade, o principal *cuidador* do cidadão e do criativo, vamos falar assim, artístico ou não, mas do criativo de um modo geral. Essa parceria precisa ficar muito clara porque a questão é: eles correm para a cidade por quê? Eles vão fazer o quê no lugar deles, se não tem absolutamente nada? (...) “eles precisam escoar seu produto, precisam vender, precisam sobreviver”, aí é que está o detalhe. O que é importante é descobrir o artesanato de Valença e fazer com que ele se desenvolva e prolifere. Se organize, crie a estrutura cooperativa, a associação. Arranje um meio de fazer aquilo ali ser escoado. Eu preciso tirar os artesãos de Valença para poderem sobreviver na cidade de Salvador. Esse é o equívoco. Então, o que é importante, já dentro de um processo competente, dentro da estruturação da Secretaria de Cultura com relação ao aspecto da territorialização é ter esse trabalho muito *linkado* com os gestores de cultura em cada município (...). O município tem essa responsabilidade primeira com os cidadãos e, num segundo momento, o estado deve organizar e articular isso (informação verbal).

Tem uma concentração na formação em cultura e nos setores criativos que está em Salvador também. Aqui estão as escolas de arte e as escolas de produção cultura, com exceção

aqui e acolá. Se nós formos olhar os cursos profissionalizantes privados ou públicos, eles estão aqui em Salvador e na cidadezinha tal acontece uma oficina de 8 horas que não profissionaliza ninguém, no máximo informa. Eu acho que esse é o problema que temos que levar para os territórios (informação verbal).

11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho objetivou fazer um esforço inicial de entender a dinâmica da atividade criativa a partir dos dados de ocupação. Entretanto, não foi possível realizar o tratamento estatístico ideal, devido aos obstáculos da base de dados disponível. A categorização dos CNAES e CBOs abrange de forma agregada vários ramos da atividade criativa, o que dificulta o alcance e a compreensão detalhada do setor criativo. Entretanto, se deve comemorar a recente desagregação de algumas ocupações criativas pela CNAE 2.0, ainda que não utilizada pela base do Censo Demográfico 2010.

Quando se observa esse aspecto sobre as singularidades regionais, o limite torna-se ainda mais sério. Durante os *grupos focais*, foram citados os casos da capoeira e produção de acarajé como ocupações e atividades importantes no estado, os quais não são contemplados nessas classificações.

Devido aos fatores supracitados, o segmento não pode ser submetido à análise mais

detalhada que mereceria. Em primeiro lugar, exigiu um tratamento metodológico e conceitual flexível. Em segundo lugar, há a questão dos limites dos resultados alcançados em que se optou pela parcimônia em favor de uma maior confiabilidade dos dados.

Não obstante essa dificuldade, foi possível identificar algumas características interessantes do conjunto de atividades criativas na Bahia. No que diz respeito às características pessoais dos ocupados, o segmento criativo mostra-se predominantemente masculino e com uma presença mais significativa de pessoas de cor parda, em relação ao total. Há uma participação significativa de ocupados de cor branca, haja vista que a Bahia tem um grande contingente de ocupados de cor parda e negra. Os trabalhadores do segmento criativo apresentam nível de instrução mais elevado do que o encontrado no conjunto da população ocupada. Eles também apresentam maior participação percentual no segmento dos trabalhadores autônomos do que o total. A correlação positiva entre nível de renda e anos de estudo é reafirmada no setor criativo, responsável por um rendimento médio superior ao da população ocupada total.

Além disso, esta mensuração inicial demonstrou que as atividades criativas são mais intensivas

em mão de obra do que outros segmentos importantes da economia baiana, como a indústria petroquímica, celulose, hotelaria e indústria têxtil e vestuário.

Como esperado, os dados reafirmaram a percepção de que a atividade cultural se concentra em torno da capital e sua região metropolitana. Em Salvador estão situados os principais equipamentos culturais, o mercado de trabalho e de consumo e a conexão com outras praças brasileiras e internacionais.

Cabe destacar que a importância do segmento criativo coloca na ordem do dia a necessidade de se ampliar as pesquisas específicas sobre as atividades criativas. Ao tempo em que as instituições oficiais precisam avançar no debate sobre as classificações e construção de bases de dados mais ajustadas às necessidades deste importante mercado.



12. REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ricardo. O trabalho no campo do cinema: entre a criação e a precarização. In: ANAIS DO I ENCONTRO DE PESQUISADORES EM CULTURA. São Paulo: USP, 2013.

BAHIA (Estado) Secretaria de Cultura. Plano Estadual de Cultura. Salvador, 2013. (versão preliminar).

BAHIA. Governo do Estado. Bahia Criativa: diretrizes e iniciativas para o desenvolvimento da economia criativa na Bahia. Salvador, 2014.

BAHIA (Estado) Secretaria de Cultura. Lei Orgânica da Cultura. Salvador, 2011.

BENHAMOU, F. A economia da cultura. Cotia, São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

_____. Artists labour market. In: A Handbook of Cultural Economics. Edward-Elgar, 2003.

BENDASSOLLI, P. et al. Indústrias Criativas: definição, limites e possibilidades. Revista de Administração de Empresas, v. 49, n. 1, p. 10-18, 2009.

BRASIL. MinC. Plano da Secretaria da Economia Criativa. Brasília, 2012. 145p.

CLASSIFICAÇÃO brasileira de ocupações - CBO. Brasília, DF: Ministério do Trabalho e Emprego, 2002. 3v. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/sipd/oitavo_forum/COD.pdf>. Acesso em: fev. 2014.

CLASSIFICAÇÃO nacional de atividades econômicas domiciliar - CNAE Domiciliar. Rio de Janeiro: IBGE, 2000. Disponível em: <<http://concla.ibge.gov.br/classificacoes/por-tema/>>. Acesso: em fev. 2014.

EAGLETON, T. A ideia de cultura. São Paulo: Editora UNESP, 2005.

FERREIRA NETO et al. Evidências de diferenças salariais para o setor cultural e ocupações artísticas no Brasil. Economia Aplicada, v.16, n.1, p. 49-76. (2012).

FUNDAP. Economia Criativa na cidade de São Paulo: diagnóstico e potencialidade. São

REFERÊNCIAS

Paulo: FUNDAP, 2011. Disponível em: http://novo.fundap.sp.gov.br/arquivos/PDF/Livro_Economia_Criativa_NOVO.pdf>. Acesso em: 05 de ago. de 2013.

GORGULHO, L. et al. A economia da cultura, o BNDES e o desenvolvimento sustentável. 2009. p.299 - 355. (BNDES Setorial, 30).

IBGE. Censo Demográfico 2010, Resultados Gerais da Amostra. Rio de Janeiro, 2010. 239 p.

KEA EUROPEAN AFFAIRS. The economy of culture in Europe. Brussels: European Commission, 2006. 355 p.

KIND, Luciana. Notas para o trabalho com a técnica de grupos focais. Psicologia em Revista, Belo Horizonte, MG, p. 124-136. 2004.

LIMA, Carmen Lucia Castro. Redes sociais e aglomerações produtivas culturais: proposição de método de pesquisa e aplicação ao caso da produção de filmes em Salvador. 2009. Tese (Doutorado Pós cultura) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador. 2009.

_____. Debate sobre indústrias criativas: uma primeira aproximação para o Estado da

Bahia. Revista da DESENBAHIA, Salvador, n.5, p.103-130, set. 2006.

MACHADO, Ana Flávia; RABELO, Alexandre; MOREIRA Arthur Gomes. Specificities of the artistic cultural labor market in Brazilian metropolitan regions between 2002 and 2010. Journal of Cultural Economics, v.38, n.3, ago. 2014.

OLIVEIRA, João Maria de; ARAUJO, Bruno Cesar de; SILVA, Leandro Valério. Panorama da Economia Criativa no Brasil. Rio de Janeiro: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea). 2013. 54p. (Texto para discussão, 1880).

REIS, A. C. F. Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: caleidoscópio da cultura. São Paulo: Manole, 2006.

SEGNINI, Liliana; SOUZA, Aparecida Neri. Trabalho e Formação no Campo da Cultura: professores, músicos e bailarinos. São Paulo: 2003/2007. mimeo. (Projeto de pesquisa FAPESP).

SEI/BA. Bahia Análise & Dados (Economia Criativa). Salvador, v. 22, n. 4, p.603-622, out./dez. 2012.

SISTEMA de Informações e Indicadores Culturais 2007-2010. Rio de Janeiro: IBGE, 2013. 1179 p. (Estudos e pesquisas. Informação demográfica e socioeconômica, n. 31). Disponível em: ftp://ftp.ibge.gov.br/Indicadores_Sociais/Sistema_de_Informacoes_e_Indicadores_Culturais/2010/indic_culturais_2007_2010.pdf. Acesso em nov. 2013.

SOEIRO, José. O artista enquanto trabalhador. Disponível em: http://www.esquerda.net/index.php?option=com_content&task=view&id=2069&Itemid=67, 2007. Acesso em jul.2014.

THROSBY, D. Artists as workers. In: 'Cultural Economics', Heidelberg:Springer-Verlag, 1992.

_____. Economics and culture. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

TOLILA, P. Cultura e economia. São Paulo: Iluminuras, 2007.

TOWSE, R. Human capital and artists' labour markets, In: 'Handbook of the Economics of Art and Culture', Vol. 1, Elsevier, Amsterdam, 2006.

UNCTAD; Creative Economy Report 2010 -

Creative Economy: A Feasible Development Option. UN, 2010. Disponível em: http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf. Acesso: em jun. 2013.

VALIATI, Leandro. Indústria criativa no Rio Grande do Sul: síntese teórica e evidências empíricas [livro eletrônico] / Leandro Valiati, Marcos Vinicius Wink Junior; organizado por Leandro Valiati. - 2. ed. - Porto Alegre: FEE, 2013. Disponível em: <http://www.fee.rs.gov.br/wp-content/uploads/2014/03/20140312mapeamento-da-industria-criativa-no-rs.pdf>. Acesso: em ago. 2014.

YÚDICE, G. A conveniência da cultura: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: UFMG, 2004.

WASSAL, G. H.; ALPER, N. O. Artists careers and their labor markets, In: 'Handbook of the Economics of Art and Culture', Vol. 1, Elsevier, Amsterdam, 2006.

APÊNDICE I

Roteiro Grupo Focal com Representantes das unidades da Secult e Irdeb

ASSUNTO: Estudo sobre indicadores culturais de ocupação no estado da Bahia utilizando os dados da PNAD, PED, RAIS e do Censo Demográfico	TIPO DE DOCUMENTO: Roteiro Grupo Focal com Representantes das unidades da Secult e Irdeb
RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO: Diretoria de Economia da Cultura (DEC)/Superintendência de Promoção Cultural - SUPROCULT e Superintendência de Estudos Sociais e Econômicos - SEI	DATA: 10/09/2014

Roteiro de Discussão

1. Os ocupados criativos possuem um nível de escolaridade bem acima dos ocupados em geral na Bahia. Os resultados da pesquisa indicam que mais de 60% dos que atuam nas atividades criativas possuem pelo menos nível médio completo, enquanto entre os ocupados em geral este valor não chega a 40%
- Como vocês avaliam este resultado?
 - De que maneira esta maior escolaridade contribui para a produção cultural do estado?
2. Comumente é apontado que o setor cultural é caracterizado por uma grande informalidade nas relações contratuais e baixa

- profissionalização. No entanto, os dados do Censo 2010 do IBGE revelam que entre os ocupados no núcleo das atividades criativas (atividades culturais e criações funcionais): 41% dos ocupados possuem carteira assinada; os autônomos representam 28% e os empregadores representam 2,89%. Estes percentuais são maiores do que os apresentados pelos ocupados em geral.
- Como vocês vêem a questão da informalidade nas atividades culturais/criativas?
 - Vocês percebem um maior grau de formalização/profissionalização dessas atividades nos últimos anos?
3. Na área criativa, cerca de 45% dos ocupados se concentram no Território Metro-

- politano de Salvador. Se analisarmos os ocupados em geral na Bahia, apenas 26% dos ocupados estão neste território.
- Qual a sua explicação para esta maior concentração na área criativa?
 - Considerando que este pode ser um indicativo da concentração da produção cultural/criativa no estado, as políticas territoriais podem reverter esta situação ou a concentração territorial das atividades culturais faz parte da dinâmica da sua organização?
4. Os dados revelam que o rendimento médio mensal dos ocupados no núcleo das atividades criativas é em torno de 2,8 salários mínimos (R\$ 2.027,00). Este é mais elevado do que os ocupados em geral (R\$ 1.520,00).
- Qual a sua visão sobre a situação apresentada por estes dados?
5. No estado da Bahia, apenas 4,35% dos ocupados possui duas ou mais ocupações. Já entre os profissionais criativos este percentual sobe para 7,90%.
6. Na sua opinião, quais os motivos que levam os ocupados do segmento cultural/criativo a buscar uma segunda atividade no mercado de trabalho?
7. A Bahia é conhecida pela produção cul-

- tural, criatividade e qualidade dos seus artistas. Aqui, os ocupados no núcleo das atividades criativas representam 1% do total, percentual que supera segmentos como o automobilístico, têxtil e celulose. Contudo, quando comparamos a importância da ocupação das atividades criativas na Bahia, o setor criativo baiano é o que possui a menor participação entre estados selecionados. A título de comparação: no Ceará este setor representa 1,27%; em Pernambuco 1,19%; em São Paulo 2,20%; e no Rio de Janeiro 2,19%.
- Como vocês explicariam este resultado?
8. Os dados da ocupação da Pesquisa Emprego e Desemprego (2011-março 2014), para a Região Metropolitana de Salvador, apontam que os chefes de família (40,4%) exercem menos ocupações criativas que os demais membros da família (59,6%).
- O que vocês acham deste resultado?
 - Até que ponto o fator remuneração pode ser o principal responsável por este comportamento das famílias?

APÊNDICE II

Roteiro Grupo Focal com profissionais que atuam em atividades culturais/criativas

ASSUNTO: Estudo sobre indicadores culturais de ocupação no Estado da Bahia utilizando os dados da PNAD, PED, RAIS e do Censo Demográfico	TIPO DE DOCUMENTO: Roteiro Grupo Focal com profissionais que atuam em atividades culturais/ criativas
RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO: Diretoria de Economia da Cultura (DEC)/Superintendência de Promoção Cultural – SUPROCULT e Superintendência de Estudos Sociais e Econômicos – SEI	DATA: 22/09/2014

Roteiro de Discussão

9. De acordo com os dados do Censo 2010 do IBGE, os ocupados criativos possuem um nível de escolaridade acima dos ocupados em geral na Bahia. Os resultados da pesquisa indicam que mais de 60% dos que atuam nas atividades criativas possuem pelo menos nível médio completo, enquanto entre os ocupados em geral este valor não chega a 40%

 - Como vocês avaliam este resultado?
 - De que maneira, esta maior escolaridade, contribui para a produção cultural do estado?
10. Comumente é apontado que o setor cultural é caracterizado por uma grande informalidade nas relações contratuais e baixa profissionalização. No entanto, os dados do Censo 2010 revelam que entre os ocupados no núcleo das atividades criativas (atividades culturais e criações funcionais): 41% dos ocupados possuem carteira assinada; os autônomos representam 28% e os empregadores representam 2,89%. Estes percentuais são maiores do que os apresentados pelos ocupados em geral.

 - Como vocês vêem a questão da informalidade nas atividades culturais/criativas?
 - Vocês percebem um maior grau de formalização/profissionalização dessas

atividades nos últimos anos?

11. Na área criativa, cerca de 45% dos ocupados se concentram no Território Metropolitano de Salvador. Se analisarmos os ocupados em geral na Bahia, apenas 26% dos ocupados estão neste território.

- Qual a sua explicação para esta maior concentração na área criativa?

12. Os dados revelam que o rendimento médio mensal dos ocupados no núcleo das atividades criativas é em torno de 2,8 salários mínimos (este é mais elevado do que os ocupados do estado que percebem em torno de 2,0 salários mínimos). Ao mesmo tempo, os ocupados criativos apresentam um percentual maior de pessoas que possuem duas ou mais ocupações (4,35% para os ocupados em geral e 7,90% para os profissionais do segmento criativo).

- Qual a sua visão sobre a situação apresentada por estes dados?
- Na sua opinião, quais os motivos que levariam os ocupados do segmento cultural/criativo a buscar uma segunda atividade no mercado de trabalho?

13. A Bahia é conhecida pela produção cultural, criatividade e qualidade dos seus ar-

tistas. Aqui, os ocupados no núcleo das atividades criativas representam 1% do total, percentual que supera segmentos como o automobilístico, têxtil e hotelaria. Contudo, quando comparamos a importância da ocupação das atividades criativas na Bahia, o setor criativo baiano é o que possui a menor participação entre estados selecionados. A título de comparação: no Ceará este setor representa 1,27%; em Pernambuco 1,19%; em São Paulo 2,20%; e no Rio de Janeiro 2,19%.

- Como vocês explicariam este resultado?

ANEXO I

DESCRIÇÃO DOS CNAES UTILIZADOS NO QUADRO I

1. Atividades Culturais

A. Patrimônio

91000 Atividades ao Patrimônio Cultural e Ambiental

Esta divisão compreende as atividades de bibliotecas e arquivos; as atividades de museus de todos os tipos, jardins botânicos e zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental. Esta divisão compreende também as atividades de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e de outros locais de interesse cultural ou educacional.

B. Artes Cênicas e outras atividades artísticas

90000 Atividades Artísticas e Criativas e de Espetáculos

Esta divisão compreende a produção e promoção de artes cênicas, espetáculos e atividades complementares. Compreende, também, as atividades de criação artística, como a de artistas plásticos (pintores, escultores) e escritores, bem

como a gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas.

C. Livros e Periódicos

58000 Edição e edição integrada à impressão

Esta divisão compreende as atividades de edição e de edição integrada à impressão de livros, jornais, revistas, periódicos, dicionários, enciclopédias, atlas, mapas, listas, cadastros e outras publicações. Estas atividades incluem a aquisição de direitos autorais para a edição e disseminação de produtos com conteúdo de informação, ou seja, para a reprodução e a distribuição desse conteúdo. Estão incluídas nesta divisão todas as formas de edição de produtos com conteúdo de informação (impressa, eletrônica ou sonora, na internet e em produtos multimídia, como CDs), exceto a edição de programas informáticos (software). Esta divisão compreende também a atividade de edição on-line (na internet), quando desenvolvida adicionalmente à edição impressa. Esta divisão não compreende as atividades de edição de filmes cinematográficos, filmes em fitas de vídeo, em DVDs ou em outras mídias, a produção de matrizes originais para gravação de som (divisão 59), as atividades de impressão sob contrato e a reprodução de matrizes originais de som (divisão 18).

D. Audiovisual, música e mídias interativas

59000 Atividades cinematográficas, produção de vídeos e de programas de televisão, gravação de som e de música

Esta divisão compreende a produção de filmes em películas, fitas de vídeo, DVDs ou em outros suportes para qualquer finalidade; as atividades de apoio, como edição, dublagem, colocação de legendas, etc.; a distribuição e licenciamento de filmes cinematográficos e de outros filmes para as empresas distribuidoras e exibidoras; a exibição de filmes. Esta divisão compreende também a compra e a venda de direitos autorais de filmes cinematográficos e de outros filmes, bem como os direitos de distribuição dessa produção. Esta divisão não compreende o comércio atacadista de fitas de vídeo e DVDs gravados (grupo 46.4) e o aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares (grupo 77.2).

60001 e 60002 Atividades de rádio e atividades de televisão

Esta divisão compreende as atividades de criação de conteúdo e de aquisição dos direitos de distribuição e posterior difusão desse conteúdo em rádio e televisão. Compreende também a emissão de dados integrados à difusão por rádio e televisão. Essa difusão pode

usar diferentes tecnologias de transmissão: por microondas, cabo, satélite ou internet. Esta divisão compreende também a produção pelas programadoras de televisão por assinatura, de programas que têm um formato limitado ou especializado, como os programas de notícias, esportes, educação, etc., que são transmitidos pelas operadoras de televisão por assinatura mediante subscrição. Esta divisão não compreende a transmissão das operadoras de televisão por assinatura (grupo 61.4).

61000 Serviços de telecomunicações

Esta divisão compreende as atividades de prestação de serviços de telecomunicações e serviços conexos, isto é, as atividades de transmissão, emissão ou recepção de símbolos, caracteres, sinais, escritos, imagens, sons ou informações de qualquer natureza. A infraestrutura de telecomunicações que dá suporte a estas atividades pode ser baseada em uma única tecnologia ou em uma combinação de tecnologias (por fio, por microondas e por satélite). A principal característica das atividades classificadas nesta divisão é a transmissão de conteúdo sem envolver as atividades de criação. O detalhamento das categorias pertencentes a esta divisão foi baseado no tipo de infraestrutura preponderante. As atividades das operadoras de televisão foram destacadas para

dar maior visibilidade a este segmento. Estas atividades incluem a transmissão e distribuição da programação dos canais de televisão por assinatura.

63000 Atividades de prestação de serviços de informação

Esta divisão compreende as atividades dos portais de busca na internet, as atividades de tratamento e hospedagem de dados na internet, provedores de conteúdo e as demais atividades com a finalidade de permitir o acesso a serviços de informação.

E. Artesanato

16002 Fabricação de produtos de madeira, cortiça e material trançado, exceto móveis

Esta classe compreende a fabricação artesanal de madeira bruta desdobrada (serrada) e de madeira resserrada (pranchas, pranchões, postes, tábuas, barrotes, aplainados para caixas e engradados e semelhantes; a fabricação de pisos de madeira e tábuas para assoalho e teto; a fabricação de dormentes para vias férreas).

15012 Fabricação de artigos de viagem e de artefatos diversos de couro

Esta divisão compreende também a fabricação artesanal de calçados para todos os usos

e suas partes, de qualquer material e por qualquer processo.

23010 Fabricação de vidro e produtos de vidro

Este grupo compreende a fabricação artesanal de vidro plano e de segurança, de embalagens de vidro e de artefatos de vidro para usos diversos, de fibra de vidro e de lã de vidro.

23091 Fabricação de produtos cerâmicos

Esta classe compreende a fabricação artesanal de artefatos refratários de cerâmica (tijolos, ladrilhos e semelhantes) e a fabricação de materiais refratários aluminosos, silicosos, sílico-aluminosos, grafitosos, pós-exotérmicos, charmote e semelhantes.

32001 Fabricação de artigos de joalheria, bijuteria e semelhantes

Esta classe compreende a lapidação de gemas (pedras preciosas e semipreciosas), a fabricação de artefatos de joalheria e ourivesaria; a cunhagem de moedas, inclusive as de uso legal, e de medalhas, sejam ou não de metais preciosos.

2. Criações Funcionais

F. Serviços criativos de base cultural

73010 Publicidade

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

71000 Serviços de Arquitetura e Engenharia e atividades técnicas relacionadas; testes e análises técnicas

Esta classe compreende as atividades de consultoria e de prestação de serviços técnicos de arquitetura, tais como: os projetos de arquitetura de prédios (projetos conceituais, projetos de detalhamento, etc.); a supervisão da execução de projetos de arquitetura; os projetos para ordenação urbana e uso do solo e os projetos de arquitetura paisagística.

3. Atividades diretamente relacionadas à cadeia produtiva da Cultura

G. Atividades industriais

26030 Fabricação de equipamentos de comunicação e de aparelhos de recepção, reprodução, gravação e amplificação de áudio e vídeo

Esta classificação compreende a fabricação de capacitores e condensadores eletrônicos; a fabricação de microprocessadores; a fabricação de placas de circuito impresso; a fabricação de conectores eletrônicos; a fabricação de tubos catódicos e tubos de imagem; a fabricação de circuitos integrados (analógico, digital ou híbrido); a fabricação de diodos, transistores e componentes semelhantes; a fabricação de indutores (p.ex.: reatores, bobinas, transformadores eletrônicos); a fabricação de solenóides, interruptores e transdutores para aplicações eletrônicas; a fabricação de semicondutores, acabados ou semi-acabados; a fabricação de placas de interface (p.ex.: som, vídeo, controladores de rede); a fabricação de componentes de displays, telas e mostradores (plasma, polímero, LCD); a fabricação de diodos emissores de luz (LED).

*26042 Fabricação de equipamentos e instrumentos ópticos, fotográficos e cinematográficos e de mídias virgens, magnéticas e ópticas***ABRICAÇÃO DE**

Este grupo compreende a fabricação de instrumentos ópticos e lentes (exceto oftálmicas), revestimento, polimento e montagem de lentes (exceto oftálmicas) e a fabricação de equipamentos fotográficos e cinematográficos.

32002 Fabricação de instrumentos musicais

Esta divisão compreende a fabricação de uma variedade de bens não incluídos em outras divisões da classificação. Considerando ser esta uma categoria residual da indústria de transformação, o processo de produção dos bens e os critérios para agrupamento de classes e divisões não foram aplicados nesta divisão.

18000 Impressão e reprodução de gravações

A atividade de impressão compreende a contratação de um produto industrial final pronto, onde o contratado é responsável por todo o processo, desde a aquisição da matéria-prima até o produto final. Esta divisão compreende a impressão, por qualquer processo (offsete, flexografia, serigrafia, etc), em qualquer material (papel, plástico,

couro, tecidos, etc.) de jornais, livros, revistas e outros periódicos, formulários, cartões comemorativos, etc. e as atividades de apoio como pré-impressão, acabamentos, etc. Esta divisão compreende também a reprodução de mídia gravada, tais como CDs, gravações de vídeo, softwares, etc.

H. Atividades de serviços

62000 Atividades dos serviços de tecnologia da informação

Esta classe compreende o desenvolvimento de sistemas para atender às necessidades do cliente, ou seja, as atividades voltadas para a definição dos módulos, especificações funcionais internas, tipos de relatórios e testes de avaliação do desempenho; a programação com o uso de ferramentas e de linguagens de programação; o fornecimento de documentação de programas de informática desenvolvidos sob encomenda; o desempenho de páginas para a internet (web design); o desenvolvimento de projetos e modelagem de banco de dados sob encomenda.

I. Atividades Comerciais

48072 Comércio de artigos e de papelaria; livros, jornais e outras publicações

Esta seção compreende as atividades de compra e venda de mercadorias, sem transformação significativa, inclusive quando realizadas sob contrato. Este item representa o comércio de mercadorias novas e usadas relacionadas aos artigos de escritório e de papelaria; livros, jornais e outras publicações.

48074 Comércio de equipamentos e produtos de infomação de tecnologias de informação e comunicação

Esta seção compreende as atividades de compra e venda de mercadorias, sem transformação significativa, inclusive quando realizadas sob contrato. Este item representa o comércio de mercadorias novas e usadas relacionadas aos equipamentos e produtos de tecnologias de informação e comunicação

3. Atividade indiretamente relacionadas à cadeia produtiva da Cultura

J. Atividades de Entretenimento e Turismo

79000 Serviços de viagem

Esta classe compreende as atividades de organização e venda de viagens, pacotes turísticos, excursões; as atividades de reserva de hotel e de venda de passagens de

empresas de transporte; o fornecimento de informação, assessoramento e planejamento de viagens para o público em geral e para clientes comerciais e as atividades de venda de bilhetes de viagens para qualquer finalidade.

93020 Atividades de recreação e lazer

Esta divisão compreende as atividades esportivas, recreativas e de lazer, exceto as atividades de bibliotecas, museus, exploração de locais históricos, jardins botânicos e zoológicos e reservas ecológicas compreendidas na divisão e as atividades de exploração de jogos de azar e apostas compreendidas na divisão. Esta divisão não compreende as artes cênicas, a música e outras artes e atividades de entretenimento como os grupos e companhias de teatro, música, dança.

ANEXO II

DESCRIÇÃO DOS CBOS UTILIZADOS NO QUADRO 2

As ocupações foram divididas nas categorias apresentadas no documento. Abaixo, as descrições de cada CBO por categoria.

1. Ocupações Artísticos-Culturais

A. Música – A categoria incorpora os seguintes CBOs:

2652 – Músicos, cantores e compositores:

Compõem e arranjam obras musicais, regem e dirigem grupos vocais, instrumentais ou eventos musicais. Estudam, pesquisam e ensinam música. Editoram partituras, elaboram textos e prestam consultoria na área musical.

Interpretam músicas por meio de instrumentos ou voz, em público ou em estúdios de gravação e, para tanto, aperfeiçoam e atualizam as qualidades técnicas de execução e interpretação, pesquisam e criam propostas no campo musical.

2354 – Outros professores de música:

Atuam no ensino superior, nas áreas de artes (no caso, especificamente música); planejam cursos; desenvolvem pesquisas e criações artísticas; coordenam atividades de extensão e divulgam conhecimentos específicos em artes. Exercem e assessoram atividades artísticas, pedagógicas e acadêmico-administrativas.

7312 – Confeccionadores e afinadores de instrumentos musicais:

Restauram, transformam, reformam e adaptam instrumentos musicais de sopro, cordas, percussão e teclado. Montam e desmontam instrumentos, realizam as intervenções necessárias, tais como desmembrar componentes, confeccionar peças de reposição, trocar peças e acessórios, soldar e colar componentes, alinhar e ajustar os instrumentos. Realizam testes nos componentes mecânicos, elétricos e eletrônicos, afinam e dão acabamento de superfície aos instrumentos. Orientam clientes na conservação dos instrumentos musicais e elaboram laudos técnicos e orçamentos. Podem operar máquinas motrizes e construir ferramentas. Trabalham seguindo normas de segurança, higiene, qualidade e preservação ambiental.

B. Teatro e cinema – A categoria incorpora os seguintes CBOs:

2655 – Atores:

Interpretam e representam um personagem, uma situação ou ideia, diante de um público ou diante das câmeras e microfones, a partir de improvisação ou de um suporte de criação (texto, cenário, tema, etc.) e com o auxílio de técnicas de expressão gestual e vocal.

2654 – Diretores de cinema, de teatro e afins:

Os diretores de cinema, teatro, televisão e rádio dirigem, criando, coordenando, supervisionando e avaliando aspectos artísticos, técnicos e financeiros referentes a realização de filmes, peças de teatro, espetáculos de dança, ópera e musicais, programas de televisão e rádio, vídeos, multimídia e peças publicitárias.

Implementam projetos de produção de espetáculos artísticos e culturais (teatro, dança, ópera, exposições e outros), audiovisuais (cinema, vídeo, televisão, rádio e produção musical) e multimídia. Para tanto, criam propostas, realizam a pré-produção e finalização dos projetos, gerindo os recursos financeiros disponíveis para o mesmo.

2659 – Artistas e interpretativos não

classificados anteriormente:

(sem descrição)

C. Dança e coreografia – A categoria incorpora o seguinte CBO:

2653 – Bailarinos e coreógrafos:

Os dançarinos tradicionais e populares dançam sozinhos, em pares ou em grupo com fins ritualísticos, performáticos e espetaculares, pesquisam e estudam, reinterpretem danças tradicionais e populares; criam espetáculos, ministram aulas e inserem seu acervo cultural em diferentes contextos (sociais, pedagógicos e terapêuticos).

Concebem e concretizam projeto cênico em dança, realizando montagens de obras coreográficas; executam apresentações públicas de dança e, para tanto, preparam o corpo, pesquisam movimentos, gestos, dança, e ensaiam coreografias. Podem ensinar dança.

D. Produção literária – A categoria incorpora o seguinte CBO:

2641 – Escritores:

Escrevem textos literários para publicação, representação e outras formas de veiculação e para tanto, criam projetos literários,

pesquisando temas, elaborando esquemas preliminares. Podem buscar publicação ou encenação da obra literária, bem como sua divulgação.

E. Artes plásticas, fotografia e demais profissionais das artes - A categoria incorpora os seguintes CBOs:

2651 – Artista plástico:

Concebem e desenvolvem obras de arte e projetos de design, elaboram e executam projetos de restauração e conservação preventiva de bens culturais móveis e integrados. Para tanto, realizam pesquisas, elaboram propostas e divulgam suas obras de arte, produtos e serviços.

3431 – Fotógrafos:

Criam imagens fotográficas de acontecimentos, pessoas, paisagens, objetos e outros temas, em branco e preto ou coloridas, utilizando câmeras fixas (de película ou digitais) e diversos acessórios. Escolhem tema ou assunto da fotografia ou atendem a demandas de clientes ou empregadores, segundo objetivos artísticos, jornalísticos, comerciais, industriais, científicos etc. Podem revelar e retocar negativos de filmes, tirar, ampliar e retocar cópias, criar efeitos gráficos

em imagens obtidas por processos digitais e reproduzi-las sobre papel ou outro suporte. Podem dirigir estúdio fotográfico ou loja de material de fotografia.

2355 – Outros professores de artes:

Atuam no ensino superior, nas áreas de artes; planejam cursos; desenvolvem pesquisas e criações artísticas; coordenam atividades de extensão e divulgam conhecimentos específicos em artes. Exercem e assessoram atividades artísticas, pedagógicas e acadêmico-administrativas.

3435 – Outros profissionais de nível médio em atividades culturais artísticas:

(sem descrição)

F. Artesãos - A categoria incorpora os seguintes CBOs:

7313 – Joalheiros e lapidadores de gemas, artesãos de metais preciosos e semipreciosos:

Planejam lapidação de gemas e fabricação de jóias. Preparam material para fabricação e reparação de jóias, bijouteriais e lapidação de gemas. Realizam manutenção produtiva de máquinas, equipamentos e ferramentas. Fundem metais preciosos e semipreciosos. Conformam metais preciosos e semipreciosos,

laminando, rebaixando, trefilando, recozendo, estampando e dobrando. Montam jóias e semijóias, ajustando, encaixando, soldando, rebitando, pinando e aplicando resinas em peças. Pré-formam e facetam gemas. Dão polimento em metais preciosos e semipreciosos. Cravam gemas em peças.

Fundem, conformam e recozem metais preciosos e semipreciosos. Realizam gravações e controlam a qualidade de processos de transformação de metais preciosos e semipreciosos. Executam manutenções produtivas em máquinas, equipamentos e ferramentas. Trabalham seguindo normas de segurança, higiene, qualidade e preservação ambiental.

7314 – Ceramistas e afins (Preparação e fabricação):

Preparam massa cerâmica, desenvolvem modelos, modelam, formatam e queimam peças cerâmicas. Preparam tintas, esmaltes e vernizes. Esmaltam, envernizam, realizam acabamento em peças cerâmicas e classificam produtos cerâmicos. Trabalham seguindo normas de segurança, higiene, qualidade e preservação ambiental.

7317 – Artesão de pedra, madeira, vime e materiais semelhantes:

Os profissionais desta família ocupacional criam e confeccionam produtos artesanais utilizando-se de vários tipos de matérias-primas, tais como: fibras, madeira, pedras, sementes e cascas, tecidos, metais, couro, látex dentre outros. Para tanto, utilizam-se de várias técnicas de tratamento, preparação e transformação das matérias-primas utilizadas. Finalizam seus produtos de modo que os mesmos retratem a cultura local e identifiquem seu autor. São responsáveis pela comercialização de seus produtos, como também do gerenciamento de seus negócios.

7318 – Artesãos de tecidos, couros e materiais semelhantes:

Os profissionais desta família ocupacional criam e confeccionam produtos artesanais utilizando-se de vários tipos de matérias-primas, tais como: fibras, madeira, pedras, sementes e cascas, tecidos, metais, couro, látex, dentre outros. Para tanto, utilizam-se de várias técnicas de tratamento, preparação e transformação das matérias-primas utilizadas. Finalizam seus produtos de modo que os mesmos retratem a cultura local e identifiquem seu autor. São responsáveis

pela comercialização de seus produtos, como também do gerenciamento de seus negócios.

7319 – Artesão não classificados anteriormente:

Os profissionais desta família ocupacional criam e confeccionam produtos artesanais utilizando-se de vários tipos de matérias-primas, tais como: fibras, madeira, pedras, sementes e cascas, tecidos, metais, couro, látex dentre outros. Para tanto, utilizam-se de várias técnicas de tratamento, preparação e transformação das matérias-primas utilizadas. Finalizam seus produtos de modo que os mesmos retratem a cultura local e identifiquem seu autor. São responsáveis pela comercialização de seus produtos como também do gerenciamento de seus negócios.

G. Patrimônio - A categoria incorpora os seguintes CBOs:

2621 – Arquivologistas e curadores de Museus:

Organizam documentação de arquivos institucionais e pessoais, criam projetos de museus e exposições, organizam acervos museológicos públicos e privados. Dão acesso à informação, conservam acervos. Preparam ações educativas ou culturais, planejam e realizam atividades técnico-administrativas, orientam implantação das

atividades técnicas. Participam da política de criação e implantação de museus e instituições arquivísticas.

2622 – Bibliotecários, documentaristas e afins:

Disponibilizam informação em qualquer suporte; gerenciam unidades como bibliotecas, centros de documentação, centros de informação e correlatos, além de redes e sistemas de informação. Tratam tecnicamente e desenvolvem recursos informacionais; disseminam informação com o objetivo de facilitar o acesso e geração do conhecimento; desenvolvem estudos e pesquisas; realizam difusão cultural; desenvolvem ações educativas. Podem prestar serviços de assessoria e consultoria.

3433 – Técnicos em galerias de arte, museus e bibliotecas:

Organizam documentação de arquivos institucionais e pessoais, criam projetos de museus e exposições, organizam acervos museológicos públicos e privados. Dão acesso à informação, conservam acervos. Preparam ações educativas ou culturais, planejam e realizam atividades técnico-administrativas, orientam a implantação das atividades técnicas. Participam da política de criação

e implantação de museus e instituições arquivísticas.

Atuam no tratamento, recuperação e disseminação da informação e executam atividades especializadas e administrativas relacionadas à rotina de unidades ou centros de documentação ou informação, quer no atendimento ao usuário, quer na administração do acervo, ou na manutenção de bancos de dados. Participam da gestão administrativa, elaboração e realização de projetos de extensão cultural. Colaboram no controle e na conservação de equipamentos. Participam de treinamentos e programas de atualização.

2. Ocupações Criativas Funcionais

H. Publicidade e design gráfico – A categoria incorpora os seguintes CBOs:

2431 – Profissionais da Publicidade e da Comercialização:

Desenvolvem propagandas e promoções, estruturando estratégia de projetos, planejamento estratégico, venda de serviços publicitários.

3432 – Desenhistas e decoradores de interiores:

Concebem e desenvolvem obras de arte e projetos de design, elaboram e executam projetos de restauração e conservação preventiva de bens culturais móveis e integrados. Para tanto realizam pesquisas, elaboram propostas e divulgam suas obras de arte, produtos e serviços.

Projetam e executam de forma criativa e científica soluções para espaços interiores residenciais, comerciais e institucionais, visando a estética, a eficiência, a segurança, a saúde e o conforto. Pesquisam produtos, materiais e equipamentos para elaboração e execução de projetos de interiores.

2166 – Desenhistas gráficos e de multimídia:

Interpretam solicitações de desenhos; elaboram desenhos de produtos ou serviços; submetem desenhos à aprovação. Dão acabamento final em desenhos; indicam características de materiais e acabamentos em desenhos; organizam e solicitam adequação ergonômica do posto de trabalho.

Concebem e desenvolvem obras de arte e projetos de design, elaboram e executam projetos de restauração e conservação preventiva de bens culturais móveis e

integrados. Para tanto, realizam pesquisas, elaboram propostas e divulgam suas obras de arte, produtos e serviços.

I. Moda e Vestuário - A categoria incorpora os seguintes CBOs:

7531 – Alfaiates, modistas, chapeleiros e peleteiros:

Concebem e desenvolvem obras de arte e projetos de design, elaboram e executam projetos de restauração e conservação preventiva de bens culturais móveis e integrados. Para tanto, realizam pesquisas, elaboram propostas e divulgam suas obras de arte, produtos e serviços.

2163 – Desenhistas de produtos e vestuário:

Concebem e desenvolvem obras de arte e projetos de design, elaboram e executam projetos de restauração e conservação preventiva de bens culturais móveis e integrados. Para tanto, realizam pesquisas, elaboram propostas e divulgam suas obras de arte, produtos e serviços.

J. Arquitetura – A categoria incorpora os CBOs:

2161 – Arquitetos de edificações e;

2162 – Arquitetos paisagistas:

Elaboram planos e projetos associados à arquitetura em todas as suas etapas, definindo materiais, acabamentos, técnicas, metodologias, analisando dados e informações. Fiscalizam e executam obras e serviços, desenvolvem estudos de viabilidade financeira, econômica, ambiental. Podem prestar serviços de consultoria e assessoramento, bem como estabelecer políticas de gestão.

3. Ocupações relacionadas às atividades Culturais

K. Técnicos na área de serviços culturais/criativos - A categoria incorpora os seguintes CBOs:

3514 – Técnicos da WEB:

Desenvolvem e implantam sistemas informatizados dimensionando requisitos e funcionalidade dos sistemas, especificando sua arquitetura, escolhendo ferramentas de desenvolvimento, especificando programas, codificando aplicativos. Administram ambiente informatizado, prestam suporte

técnico ao cliente, elaboram documentação técnica. Estabelecem padrões, coordenam projetos, oferecem soluções para ambientes informatizados e pesquisam tecnologias em informática.

3521 – Técnicos de radiodifusão e gravação audiovisual:

Estruturam narrativas de filmes e vídeos; editam imagens e áudio; criam efeitos especiais. Assessoram pós-produção, determinando roteiro de dublagem, listando planos montados e indicando procedimentos para edição de som. Supervisionam finalização, dublagem e conformação de cópião de filmes.

Implementam projetos de produção de espetáculos artísticos e culturais (teatro, dança, ópera, exposições e outros), audiovisuais (cinema, vídeo, televisão, rádio e produção musical) e multimídia. Para tanto, criam propostas, realizam a pré-produção e finalização dos projetos, gerindo os recursos financeiros disponíveis para o mesmo.

7532 – Trabalhadores qualificados da preparação da confecção de roupas:

Programam riscos marcadores por processo manual ou digital, enfestam e cortam tecidos e não-tecidos, preparam lotes e pacotes para o setor de costura de roupas. Distribuem peças cortadas para as costureiras, retiram, revisam, contam e dobram peças acabadas. Trabalham em conformidade a normas técnicas de qualidade, meio ambiente e saúde.

L. Escrita e linguagens - A categoria incorpora os seguintes CBOs:

2642 – Jornalistas:

Recolhem, redigem, registram através de imagens e de sons, interpretam e organizam informações e notícias a serem difundidas, expondo, analisando e comentando os acontecimentos. Fazem seleção, revisão e preparo definitivo das matérias jornalísticas a serem divulgadas em jornais, revistas, televisão, rádio, internet, assessorias de imprensa e quaisquer outros meios de comunicação para o público.

2643 – Tradutores, intérpretes e linguistas:

Traduzem, na forma escrita e/ou oral, textos e imagens de qualquer natureza, de um idioma para outro, considerando as

variáveis culturais, bem como os aspectos terminológicos e estilísticos, tendo em vista um público-alvo específico. Interpretam oralmente e/ou na língua de sinais, de forma simultânea ou consecutiva, de um idioma para outro, discursos, debates, textos, formas de comunicação eletrônica, respeitando o respectivo contexto e as características culturais das partes. Tratam das características e do desenvolvimento de uma cultura, representados por sua linguagem; fazem a crítica dos textos. Prestam assessoria a clientes.

M. Profissionais das telecomunicações - A categoria incorpora o seguinte CBO:

2656 – Locutores de rádio, televisão e outros meios de comunicação:

Apresentam programas de rádio e televisão, ancorando programas, nos quais interpretam o conteúdo da apresentação, noticiam fatos, lêem textos no ar, redigem a notícia, narram eventos esportivos e culturais, tecem comentários sobre os mesmos e fazem a locução de anúncios publicitários; entrevistam pessoas; anunciam programação; preparam conteúdo para apresentação, pautando o texto, checando as informações, adaptando-se aos padrões da emissora e do público alvo; atuam em rádio, televisão e eventos, bem

como em mídias alternativas como cinema e internet.

N. Impressão gráfica, edição e afins - A categoria incorpora os seguintes CBOs:

7321 – Trabalhadores da pré-imprensão gráfica:

Planejam serviços de pré-impressão gráfica. Realizam programação visual gráfica e editoram textos e imagens. Operam processos de tratamento de imagem, montam fotolitos e imposição eletrônica. Operam sistemas de prova e copiam chapas. Gravam matrizes para rotogravura, flexografia, calcografia e serigrafia. Trabalham seguindo normas de segurança, higiene, qualidade e preservação ambiental.

7322 – Impressores:

Planejam serviços da impressão gráfica e ajustam máquinas para impressão. Realizam serviços da impressão gráfica, tais como impressão plana e rotativa, impressão digital, flexografia, litografia, tipografia, *letterset*, calcografia, tampografia, rotogravura e serigrafia (silkscreen). Trabalham seguindo normas e procedimentos técnicos e de qualidade, segurança, meio ambiente, higiene e saúde.

7316 – Redatores de cartazes, pintores decorativos e gravadores:

(sem descrição)

7323 – Encadernadores e afins:

Encadernam, douram e gravam manualmente e por meio de diversos processos gráficos e artísticos, folhas, documentos e livros. Realizam impressão hot stamp.

O. Profissionais de tecnologia da informação - A categoria incorpora os seguintes CBOs:

2512 – Desenvolvedores de programas e aplicativos (software):

Administram ambientes computacionais, implantando e documentando rotinas e projetos, controlando os níveis de serviço de sistemas operacionais, banco de dados e redes. Fornecem suporte técnico no uso de equipamentos e programas computacionais e no apoio a usuários, configuram e instalam recursos e sistemas computacionais, controlam a segurança do ambiente computacional.

2513 – Desenvolvedores de páginas de internet (WEB) e multimídia:

Concebem e desenvolvem obras de arte e projetos de design, elaboram e executam projetos de restauração e conservação preventiva de bens culturais móveis e integrados. Para tanto, realizam pesquisas, elaboram propostas e divulgam suas obras de arte, produtos e serviços.

2519 – Desenvolvedores e analistas de programas e aplicativos (software) e multimídia não classificados anteriormente:

Projetam soluções em tecnologia da informação, identificando problemas e oportunidades, criando protótipos, validando novas tecnologias e projetando aplicativos em linguagem de baixo, médio e alto nível. Implementam soluções em tecnologia da informação, gerenciam ambientes operacionais, elaboram documentação, fornecem suporte técnico e organizam treinamentos a usuários.

ANEXO III

PARTICIPANTES DO GRUPO FOCAL

A. Grupo Focal – Profissionais do mercado de trabalho

- Fernando Marinho – Presidente do Sindicato dos Artistas e Técnicos em Diversões do Estado da Bahia (SATED), produtor cultural no segmento das artes cênicas, como teatro e dança.
- Alberto Pitta – Presidente do bloco Cortejo Afro. Alberto Pitta é artista plástico e atua na cultura afro-baiana.
- Gerson Silva – Músico formado em Composição e Regência pela Universidade Federal da Bahia (UFBa), membro da Associação Pracatum Ação Social (APAS).
- Jailson Souza – Atua na área de criação, desenvolvimento, design e gerenciamento de projetos de games.
- Goya Lopes – Designer de moda, atuando na área da cultura afro.
- Beatriz Rocha – Artesã e integrante do grupo de artesanato Baianas Caprichosas.
- Mestre Balão – Mestre de Capoeira e membro do grupo CTE Capoeiragem.
- Cláudia Lima – Sócia-fundadora e diretora da Janela do Mundo, empresa atuante no ramo da produção cultural.

- Alberto Cruz – Arquiteto que atua, especificamente, na área de Patrimônio e restauração.
- Elson Rosário – Produtor de elenco do ramo cinematográfico.

B. Grupo Focal – representantes da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (SECULT)

- Goreth Randam – Representante do Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia (IRDEB).
- Lia Silveira – Representante da Fundação Cultural do Estado da Bahia (FUNCEB).
- Gualberto Conceição – Representante do Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia (IPAC)
- Andrea Montenegro – Representante da Fundação Pedro Calmon (FPC).
- Rafael Fontes – Representante da Superintendência de Desenvolvimento Territorial da Cultura (SUDECULT).
- Henrique Andrade – Assessor de formação da SECULT.
- Cristiane Taquari – Representante do Centro de Cultura Populares e Identitárias (CCPI).
- Verônica Aquino – Representante da Superintendência de Promoção Cultural (SUPROCULT).

GLOSSÁRIO

ATIVIDADE: finalidade ou ramo de negócio da organização, empresa ou entidade para a qual a pessoa trabalha. Para os trabalhadores por conta própria, classifica-se de acordo com a ocupação exercida.

CBO - CLASSIFICAÇÃO BRASILEIRA DE OCUPAÇÕES: instituída por portaria ministerial nº. 397, de 9 de outubro de 2002, tem por finalidade a identificação das ocupações no mercado de trabalho, para fins classificatórios junto aos registros administrativos e domiciliares.

CLASSIFICAÇÃO NACIONAL DE ATIVIDADES ECONÔMICAS - DOMICILIAR – CNAE DOMICILIAR: Adaptação da Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE para as pesquisas domiciliares. A CNAE tem como referência a *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas - CIIU (International Standard Industrial Classification of all Economic Activities - ISIC)*, Revisão 3, das Nações Unidas.

CONDIÇÃO DE OCUPAÇÃO: classificação do respondente quanto à condição de ocupação na semana de referência, em ocupada ou desocupada.

EMPREGADO: pessoa que trabalha para um empregador (pessoa física ou jurídica), geralmente obrigando-se ao cumprimento de uma jornada de trabalho e recebendo, em contrapartida, remuneração em dinheiro, mercadorias, produtos ou benefícios (moradia, comida, roupas, etc.). Nesta categoria inclui-se a pessoa que presta o serviço militar obrigatório e, também, o sacerdote, ministro de igreja, pastor, rabino, frade, freira e outros clérigos.

EMPREGADOR: pessoa que trabalha explorando o seu próprio empreendimento, com pelo menos um empregado.

HORAS HABITUALMENTE TRABALHADAS POR SEMANA: (*Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios*): número de horas habitualmente trabalhadas por semana no trabalho, inclusive as horas que a pessoa habitualmente ocupa fora do local de trabalho em tarefas relacionadas com a sua ocupação no trabalho.

IDADE: idade calculada, em anos completos, na data de referência da pesquisa, com base no dia, mês e ano do nascimento da pessoa, e idade presumida da pessoa que não sabe a data de nascimento.

NÍVEL DE INSTRUÇÃO: a classificação

segundo o nível de instrução foi obtida em função das informações da série e nível ou grau que a pessoa estava frequentando ou havia frequentado, e da sua conclusão, compatibilizando os sistemas de ensino anteriores com o vigente.

- Sem instrução e fundamental incompleto - para a pessoa que nunca frequentou escola ou creche, ou que frequentava ou frequentou creche, curso pré-escolar, classe de alfabetização ou curso de alfabetização de jovens e adultos; frequentava curso de ensino fundamental; frequentou curso elementar; ou frequentou, mas não concluiu, curso de ensino fundamental, 1º grau ou médio 1º ciclo;
- Fundamental completo e médio incompleto - para a pessoa que concluiu curso de ensino fundamental, 1º grau ou médio 1º ciclo; frequentava da 1ª a 3ª série de curso de ensino médio; ou frequentou, mas não concluiu o ensino médio ou o 2º grau;
- Médio completo e superior incompleto - para a pessoa que frequentava a 4ª série do ensino médio; concluiu o ensino médio, 2º grau ou médio 2º ciclo; ou frequentava ou frequentou, mas não concluiu curso superior;
- Superior completo - para a pessoa que

concluiu curso superior; ou freqüentava ou frequentou curso de mestrado, doutorado ou especialização de nível superior;

- Não determinado.

OCUPAÇÃO: considerou-se como ocupação a função, cargo, profissão ou ofício exercido pela pessoa.

POSIÇÃO NA OCUPAÇÃO: considerou-se como posição na ocupação a relação de trabalho existente entre a pessoa e o empreendimento em que trabalhava. Foram definidas cinco categorias de posição na ocupação no trabalho principal:

Empregado - para a pessoa que trabalhava para um empregador (pessoa física ou jurídica), geralmente obrigando-se ao cumprimento de uma jornada de trabalho e recebendo, em contrapartida, uma remuneração em dinheiro, mercadoria, produtos ou benefícios (moradia, alimentação, vestuário, treinamento etc.).

Nesta posição na ocupação incluíram-se:

- A pessoa que prestava o serviço militar obrigatório;
- O sacerdote, ministro de igreja, pastor, rabino, frade, freira e outros clérigos;
- A pessoa que trabalhava prestando serviço doméstico remunerado, em dinheiro ou

benefícios, em um ou mais domicílios;

- O aprendiz ou estagiário recebendo somente aprendizagem ou treinamento como pagamento;

- A pessoa remunerada somente em benefícios (moradia, comida, roupas, treinamento etc.);

Conta própria - para a pessoa que trabalhava explorando o seu próprio empreendimento, sozinha ou com sócio, sem ter empregado, ainda que contando com ajuda de trabalhador não remunera do;

Empregador - para a pessoa que trabalhava explorando o seu próprio empreendimento com pelo menos um empregado;

Não remunerado - para a pessoa que trabalhou sem remuneração durante pelo menos uma hora completa na semana de referência, em ajuda na atividade econômica de morador do domicílio que era conta própria, empregador ou empregado do setor privado;

Trabalhador na produção para o próprio consumo - para a pessoa que trabalhou durante pelo menos uma hora completa na semana de referência, na produção de bens, em atividade da agricultura, pecuária, caça, produção florestal, pesca

ou aquicultura, destinados somente à alimentação de, pelo menos, um morador do domicílio.

PESSOA OCUPADA: considera-se como ocupada na semana de referência:

- A pessoa que exerceu algum trabalho durante pelo menos uma hora completa na semana de referência;
- A pessoa que tinha trabalho remunerado do qual estava temporariamente afastada nessa semana.

Considerou-se como ocupada temporariamente afastada de trabalho remunerado, a pessoa que não trabalhou durante pelo menos uma hora completa na semana de referência por motivo de férias, licença remunerada pelo empregador ou por instituto de previdência, falta voluntária ao trabalho, greve, suspensão temporária do contrato de trabalho, doença, más condições do tempo, quebra de máquina, limitação de produção ou qualquer outro impedimento independente da sua vontade.

TRABALHO: considerou-se como trabalho em atividade econômica o exercício de:

- Ocupação remunerada em dinheiro, produtos, mercadorias ou benefícios (moradia, alimentação, roupas, treinamento etc.) na produção de bens ou serviços;

- Ocupação remunerada em dinheiro ou benefícios (moradia, alimentação, roupas, treinamento etc.) no serviço doméstico;
- Ocupação sem remuneração na produção de bens e serviços, desenvolvida em ajuda na atividade econômica, no setor privado, de morador do domicílio;
- Ocupação desenvolvida na produção de bens, compreendendo as atividades da agricultura, pecuária, caça, produção florestal, pesca e aquicultura, destinados somente à alimentação de, pelo menos, um morador do domicílio.

TRABALHO PRINCIPAL: considerou-se como principal o único trabalho que a pessoa tinha na semana de referência. Para a pessoa que tinha mais de um trabalho na semana de referência, ou seja, para a pessoa ocupada em mais de um empreendimento nessa semana, adotaram-se os seguintes critérios, na ordem enumerada, para definir o principal:

- 1º) O trabalho principal era aquele ao qual a pessoa habitualmente dedicava maior número de horas por semana;
- 2º) No caso de igualdade no número de horas trabalhadas, o trabalho principal era aquele que proporcionava, habitualmente, o maior rendimento mensal;

3º) No caso de igualdade, também, no rendimento, o trabalho principal era aquele com mais tempo de permanência no empreendimento, contado até o último dia da semana de referência.

RENDIMENTO NOMINAL MENSAL: considerou-se como rendimento nominal mensal da pessoa de 10 anos ou mais de idade, a soma do rendimento nominal mensal de trabalho com o proveniente de outras fontes.

Notas

- 1 Foi utilizado um filtro com as CBOs para incluir apenas os artesãos que trabalharam nestas atividades. As CBOs dos artesãos que serviram como filtros foram: joalheiros (7313); ceramistas(7314); madeira (7317); tecido e couro (7318) e outros artesãos (7319)
- 2 Foi utilizado um filtro com as CBOs para incluir apenas os profissionais de arquitetura que trabalharam nestas atividades. As CBOs que serviram como filtros foram: Arquitetos de edificação (2161) e Arquitetos paisagistas (2162).
- 3 Há uma redução do número de ocupados devido à questão de arredondamento.



Palácio Rio Branco, Praça Thomé de Souza, s/nº, Centro | CEP 40020-010, Salvador — Bahia

Tel.: (71) 3103-3400 / 3103-3434

www.cultura.ba.gov.br