

ECONOMIA CRIATIVA NA BAHIA

Os indicadores de economia criativa da Bahia sistematizados pela Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI) é um instrumento a ser utilizado pelos gestores públicos e agentes privados para o planejamento de ações destinadas ao incentivo a centralidade da cultura baiana e a minimização de suas fragilidades.

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

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

A mudança no formato do consumo cultural determinou que, a cada ano, as atividades mais dinâmicas amplifiquem a sua importância na economia internacional, prova disso é que em 2017, esses aglomerados valiam US\$ 2,250 bilhões e empregavam 30 milhões de pessoas pelo mundo. Vejamos o exemplo da indústria da música, um dos segmentos mais radicalmente impactados pelas novas tecnologias, de um ano para o outro, proveniente das vendas digitais foi registrado no mercado internacional a movimentação financeira de US\$ 6,7 bilhões (2015) para US\$ 7,85 bilhões (2016). O mercado cultural nos países em desenvolvimento (incluindo China e Índia), em um período de economias crescentes apontou para a tendência de expansão do mercado cultural, chegando em 2014 a representar 45% do comércio mundial de fluxo de bens e serviços culturais contra 25% registrado em 2005. Estima-se que 3,4% do PIB mundial advêm de riquezas geradas pelas indústrias criativas e culturais.

Nas duas últimas décadas, a Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) em parceria com representantes institucionais de diversos países buscou responder a necessidade de integrar a cultura à agenda de desenvolvimento dos países e, conseqüentemente, aprofundar o debate sobre a construção de indicadores macroeconômicos capazes de planejar, mensurar e avaliar esse fenômeno. Assim, na Convenção de 2005 foi apresentado um Manual Metodológico com orientações normativas com as seguintes diretrizes: criar capacidade estatística e impulsionar o diálogo interinstitucional; evidenciar os setores de atividades (impactos econômicos) sem minimizar os benefícios intangíveis (coesão e inclusão social e tolerância); operar os trabalhos com grupos multiprofissionais; atuar em áreas estratégicas, tais como: economia, emprego, consumo das famílias, educação, governança, participação social, igualdade de gênero, comunicação e patrimônio (UNESCO, 2005).

Na sequência desse debate, em 2014, a UNESCO acrescentou ao Manual Metodológico novas orientações ao definir um indicativo de classificação dos domínios culturais por atividades empresariais a ser adequado à vivência de cada território. Esse parâmetro ao delimitar o campo cultural com base nos bancos de dados oficiais, permite tanto a definição do campo da economia criativa e da cultura na esfera estadual, regional e nacional, como possibilita compatibilidade internacional.

Em 2020, os efeitos da pandemia ocasionada pelo covid-19 atingiu de cheio o segmento criativo, sobretudo, aqueles relacionados às Atividades Culturais. O indicativo de isolamento social determinou o fechamento de espaços, cancelamento de espetáculos e de festividades, provocando sérios impactos sobre o mercado criativo. O que se observa nesse momento adverso é a busca por alternativas de sobrevivência para o setor cultural que tem se valido, extraordinariamente, do uso dos meios digitais como estratégia de manter as suas atividades vivas. Provavelmente desse processo surgirão novas formas de expressar as ações culturais.

Os dados sobre a economia criativa no estado da Bahia, disponibilizados aqui no site da SEI, no cumprimento de sua missão institucional, pretende servir à construção de indicadores culturais que ajudem dimensionar o significado da cultura na socioeconômica local diante de uma conjuntura extremamente desafiadora, quando se tem que administrar simultaneamente crises na saúde pública, no mercado de trabalho e na economia nacional e internacional.

Nesse primeiro momento, utilizando o Código Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) indicados pela UNESCO/IBGE e as pesquisas oficiais serão apresentadas informações referentes à Economia (valor agregado da economia criativa no PIB-Ba) e ao Emprego (estoque de empregos formais e flutuações/evolução da força de trabalho no mercado criativo). Os dados selecionados nas bases de dados do IBGE e do Ministério da Economia serão disponibilizados nos formatos de gráficos representativos da evolução e da participação dos segmentos e das tabelas matrizes para que os pesquisadores interessados possam utilizar a informação conforme a sua necessidade.

Posteriormente, sempre que houver base de dados disponíveis, o propósito é ampliar as informações para outras linhas de atuação indicadas pela UNESCO: Consumo das Famílias, Educação, Governança, Participação Social, Igualdade de Gênero, Comunicação, Patrimônio.



GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA
Rui Costa

SECRETARIA DE CULTURA DO ESTADO DA BAHIA
Arany Santana Neves Santos

SECRETARIA DO PLANEJAMENTO
Walter Pinheiro

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

DIRETORIA DE INDICADORES E ESTATÍSTICA (DISTAT)
Armando Castro

DIRETORIA DE PESQUISA (DIPEQ)
Jônatas do Espírito Santo

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

COORDENAÇÃO DE PRODUÇÃO EDITORIAL
EDITORIA-GERAL
Elisabete Cristina Teixeira Barretto
EDITORIA DE ARTE E DE ESTILO
Ludmila Nagamatsu
DESIGN GRÁFICO/EDITORAÇÃO
Vinícius Luz Assunção