



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ
INSTITUTO DE FORMAÇÃO INTERDISCIPLINAR E INTERCULTURAL
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS AMBIENTAIS**

**JONAS PEDROSO
MARCOS TELMIR FERREIRA DA SILVA**

**ECONOMIA CRIATIVA: REFLEXÕES E PERSPECTIVAS DA INDÚSTRIA
CRIATIVA PARA O MUNICÍPIO DE SANTARÉM, PA**

SANTARÉM-PA

2024

JONAS PEDROSO
MARCOS TELMIR FERREIRA DA SILVA

**ECONOMIA CRIATIVA: REFLEXÕES E PERSPECTIVAS DA INDÚSTRIA
CRIATIVA PARA O MUNICÍPIO DE SANTARÉM, PA**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao
Bacharelado Interdisciplinar em Ciências
Ambientais para obtenção do grau de Bacharel em
Ciências Ambientais; Universidade Federal do
Oeste do Pará, Instituto de Formação
Interdisciplinar e Intercultural.

Orientadora: Dra. Glauce Vitor Da Silva

SANTARÉM-PA
2024

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)
Sistema Integrado de Bibliotecas – SIBI/UFOPA

P372e Pedroso, Jonas
 Economia criativa: reflexões e perspectivas da indústria criativa para o município de Santarém - PA ./ Jonas Pedroso, Marcos Telmir Ferreira da Silva. - Santarém, 2024.
 29 p. : il.
 Inclui bibliografias.

 Orientadora: Glauce Vitor da Silva.
 Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal do Oeste do Pará, Instituto de Formação Interdisciplinar e Intercultural, Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Ambientais.

 1. Criatividade. 2. Desenvolvimento. 3. Santarém. I. Silva, Marcos Telmir Ferreira da. II. Silva, Glauce Vitor da, *orient.* II. Título.

CDD: 23 ed. 338.98115

JONAS PEDROSO
MARCOS TELMIR FERREIRA DA SILVA

**ECONOMIA CRIATIVA: REFLEXÕES E PERSPECTIVAS DA INDÚSTRIA
CRIATIVA PARA O MUNICÍPIO DE SANTARÉM, PA**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Ambientais para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Ambientais; Universidade Federal do Oeste do Pará, Instituto de Formação Interdisciplinar e Intercultural.

Conceito: APROVADO
Data de Aprovação: 07/10/2024

Dra. Prof^a- Orientadora: Glauce Vitor da Silva
Universidade Federal do Oeste do Pará

Dra. Sandra Maria Sousa da Silva
Universidade Federal do Oeste do Pará

Dr. Raimundo Valdomiro de Sousa
Universidade Federal do Oeste do Pará

AGRADECIMENTO

Agradecemos a Deus por conceder a oportunidade de fazer o curso e aos nossos colegas da turma, Adilon Francisco Da Costa Pedroso, Ilêuda Auxiliadora Ferreira Prata e aos professores do Instituto de Formação Interdisciplinar e Intercultural e a nossa orientadora professora e Dra. Glauce Vitor da Silva. Por nos orientar e sua contribuição ao nosso trabalho de conclusão do curso.

RESUMO

O Presente artigo objetiva analisar o panorama da economia criativa, com foco na criatividade para o município de Santarém, Pará. A metodologia usada tem como base o estudo exploratório quantitativo, com apresentação dos resultados analisados em gráficos, extraídos da base de dados do mapeamento da indústria criativa para o período de 2010 a 2020. Os resultados obtidos apontam que não há consenso para o conceito da economia criativa, porém todas as discussões ponderam a criatividade como principal insumo. Em Santarém no período analisado, viu-se que o município tem contribuído para a indústria criativa nas quatro áreas – Cultura, Tecnologia, Consumo e Mídia, na geração de emprego e renda.

Palavras-chaves: Criatividade. Desenvolvimento. Santarém.

ABSTRACT

This article aims to analyze the panorama of the creative economy, with a focus on creativity for the municipality of Santarém, Pará. The methodology used is based on the quantitative exploratory study, with presentation of the results analyzed in graphs, extracted from the database of the mapping of the creative industry for the period from 2010 to 2020. The results obtained indicate that there is no consensus for the concept of the creative economy, but all discussions consider creativity as the main input. In Santarém in the period analyzed, it was seen that the municipality has contributed to the creative industry in the four areas – Culture, Technology, Consumption and Media, in the generation of employment and income. **Keywords:** Creativity. Development. Santarém.

LISTA DE SIGLAS

FIRJAN - Federação das Indústrias do Rio Janeiro

PIB - Produto Interno Bruto

PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

UNESCO - Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento

UNCTAD - Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e desenvolvimento

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Lista de Quadro e Gráfico:

Quadro - 1. Divisão da Indústria Criativa por área e Segmentos.

Gráfico - 1. Profissionais por área da Cultura no município de Santarém, 2010 – 2020.

Gráfico - 2. Salário médio por segmento da área da Cultura, Santarém, 2010 – 2020.

Gráfico 3 – Profissionais por área da Tecnologia no município de Santarém, 2010 -2020.

Gráfico 4 - Salário médio por segmento da área da Tecnologia, Santarém, 2010 – 2020.

Gráfico 5 – Profissionais por área do Consumo no município de Santarém, 2010 – 2020.

Gráfico 6 – Salário médio por segmento da área de Consumo, Santarém 2010 -2020.

Gráfico 7 – Profissionais por área de Mídia no município de Santarém, 2010 -2020.

Gráfico 8 - Salário médio por segmento da área de Mídia, Santarém, 2010 – 2020.

SUMÁRIO

RESUMO.....	11
ABSTRACT.....	11
1 INTRODUÇÃO	11
2 CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA.....	13
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	16
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	18
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	24
REFERÊNCIAS.....	25

O ARTIGO FOI REDIGITO, DE ACORDO COM AS DIRETRIZES, E SUBMETIDO À REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS DA AMAZÔNIA, ISSN:2176-8366, QUALIS B2.

ECONOMIA CRIATIVA: REFLEXÕES E PERSPECTIVAS DA INDÚSTRIA CRIATIVA PARA UM MUNICÍPIO DO INTERIOR DA AMAZÔNIA

CREATIVE ECONOMY: REFLECTIONS AND PERSPECTIVES OF THE CREATIVE INDUSTRY FOR A MUNICIPALITY IN THE INTERIOR OF THE AMAZON

RESUMO

O Presente artigo objetiva analisar o panorama da economia criativa, com foco na criatividade para o município de Santarém, Pará. A metodologia usada tem como base o estudo exploratório quantitativo, com apresentação dos resultados analisados em gráficos, extraídos da base de dados do mapeamento da indústria criativa para o período de 2010 a 2020. Os resultados obtidos apontam que não há consenso para o conceito da economia criativa, porém todas as discussões ponderam a criatividade como principal insumo. Em Santarém no período analisado, viu-se que o município tem contribuído para a indústria criativa nas quatro áreas – Cultura, Tecnologia, Consumo e Mídia, na geração de emprego e renda.

Palavras-chaves: Criatividade. Desenvolvimento. Santarém.

ABSTRACT

This article aims to analyze the panorama of the creative economy, with a focus on creativity for the municipality of Santarém, Pará. The methodology used is based on the quantitative exploratory study, with presentation of the results analyzed in graphs, extracted from the database of the mapping of the creative industry for the period from 2010 to 2020. The results obtained indicate that there is no consensus for the concept of the creative economy, but all discussions consider creativity as the main input. In Santarém in the period analyzed, it was seen that the municipality has contributed to the creative industry in the four areas – Culture, Technology, Consumption and Media, in the generation of employment and income.

Keywords: Creativity. Development. Santarém.

1 INTRODUÇÃO

A economia criativa no Brasil tem assumido um papel cada vez mais relevante no cenário socioeconômico do país. Compreendendo uma ampla gama de setores, como artes, cultura, design, audiovisual, moda, música, arquitetura, gastronomia e publicidade, a economia criativa destaca-se por sua capacidade de gerar riqueza, inovação e desenvolvimento. Uma de suas principais contribuições reside na geração de empregos e na inclusão social (CASTRO et. al., 2018).

O setor criativo oferece oportunidades para uma variedade de profissionais, desde artistas e designers até produtores culturais, fazedores de cultura e empreendedores. O crescimento dessas atividades proporciona a criação de postos de trabalho e estimula a formação de redes colaborativas, fortalecendo a economia local (ALVES JUNIOR, 2023).

A economia criativa é um seguimento que vem crescendo no mundo. A partir do século XXI, essa expansão se dá na maneira em que a humanidade vem se projetando, quando se relaciona com o critério de bens econômicos. Em um cenário econômico indeciso a criatividade engrandece, ocupando um pilar de eventualidades a sustentação financeira (CASTRO et. al., 2018).

No contexto Amazônico se manifesta em um conjunto cultural, o qual é um dos pilares para povos nativos e subjacentes (ribeirinhos e povos tradicionais), essa diversidade transforma uma potencialidade de produzir bens com valor comercial, como artesanato, danças (carimbó), festividades católicas e outras (FONTENELLE et. al. 2024).

Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU, 2018), a economia criativa é uma fonte de transformação econômica e estrutural, progresso econômico, criação de emprego e inovação. Ao mesmo tempo de inclusão social e ao desenvolvimento humano sustentável, portanto, a economia criativa colabora para uma valorização da cultura brasileira e na formação de identidades regionais. Assim a economia corrobora para a expressão artística e cultural e social e promoção de diversos atores e contribui no fortalecimento e na geração de emprego e renda e na comercialização de produtos e serviços criativos no Brasil (BRITTO, 2016).

O setor criativo, vem colaborando para o desenvolvimento das economias, principalmente de países em desenvolvimento, como o Brasil (BRITTO, 2016). Esta contribuição se dá ao considerar que a criatividade é um insumo de produção, tão importante, quanto os insumos capital, trabalho e matéria prima, para geração de produtos e serviços com

valor agregado, capaz de gerar emprego e renda e produção de riquezas para as economias (SANTOS et. al, 2021).

Ocasionalmente, a indústria criativa tem apresentado participação no Produto Interno Bruto – PIB, do Brasil, visto no mapeamento da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), considerando apenas a atuação dos trabalhadores formais (FIRJAN, 2019). Por outro lado, há uma maior concentração desta mão de obra nas áreas metropolitanas e seus entornos. Deste modo, muito da contribuição que a indústria criativa consegue produzir não entra na contabilidade do mapeamento, isso porque, não se considera o que se produz na informalidade (DIAS e LIMA, 2021).

Neste cenário, a economia criativa corrobora para novas perspectiva de vida da população, que nos últimos anos vem buscando novas fontes de subsistência e contribuindo no crescimento do mercado nacional e regional (DIAS e LIMA, 2021). Nesse sentido, o objetivo desta pesquisa é analisar o panorama da economia criativa, suas reflexões e perspectivas para o município de Santarém, Pará.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA

Nos últimos anos a Economia Criativa vem sendo abordada por vários governos e organizações internacionais, como um novo modelo econômico de diretrizes para políticas públicas, nos setores da economia e cultura. Com um conceito de criatividade, partindo do princípio de que a cultura vem se tornando uma peça fundamental para esse seguimento, (MARCHI, 2014)

Há várias conceituações de economia criativa que giram com embasamento de criatividade, cultura e conhecimento intelectual. A Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2010) define as diretrizes dessa área, como atividades e aspectos econômicos, culturais e sociais com objetivo tecnológico e propriedade intelectual. Esse conceito fomenta a geração de empregos, os quais promovem a inclusão social, diversidade cultural junto ao desenvolvimento humano (BARCEILOS, 2016).

O termo economia criativa foi citado pela primeira vez pelo primeiro-ministro da Austrália em 1994, quando se apresentava para o governo local, onde discursava em prol do programa de desenvolvimento da cultura, nesse discurso o mesmo definiu as indústrias criativas como o capital intelectual no centro de uma nova economia. Em 1997 a economia criativa também foi destacada pelo primeiro-ministro do Reino Unido, quando então se criava o departamento de indústrias criativas e turismo (BERNARD E TEIXEIRA et. al., 2020). Do

ponto de vista dos autores a economia criativa se baseia no coletivo como modelo para o crescimento do segmento econômico da indústria criativa (FIRJAN, 2022).

Ocasionalmente, a indústria criativa tem apresentado participação no Produto Interno Bruto – PIB, do Brasil, visto no mapeamento FIRJAN, considerando apenas a atuação dos trabalhadores formais. Por outro lado, há uma maior concentração desta mão-de-obra nas áreas metropolitanas e seus entornos. Deste modo, muita da contribuição que a indústria criativa consegue produzir não entra na contabilidade do mapeamento, isso porque, não se considera o que se produz na informalidade. Apesar de o campo da economia criativa apresentar grande relevância e impacto nos cenários social e econômico, poucos estudos foram desenvolvidos no contexto brasileiro, em especial que retrata a distribuição espacial do setor no país (PORTO e AZAMBUJA, 2022).

Por muito tempo na história das nações mundiais, tanto as de destaque no ranking das economias mais desenvolvidas, como, as que se tensionam na base inferior desta classificação, ditas como subdesenvolvidas, procuram manter o foco no desenvolvimento econômico baseados nos setores de produção primário (atividades extrativas), secundário (indústrias de transformação) e terciário (comércio e serviço) como a única alternativa de geração de renda e emprego. Desta forma, o modelo pautado na economia convencional desconsiderava o potencial da criatividade como insumo de produção de bens e serviços importante na geração de trabalho e renda de uma economia (ITALO et. al., 2021).

De acordo Ítalo *et al* (2021, p. 17.) “A noção de criatividade como capacidade inventiva pode ser compreendida a partir da concepção e geração de ideias, assim como, a transformação destas em algo tangível”. De outra maneira, Messias, et. al. (2020), criatividade é tida como um processo de desmaterialização da economia, para dar ênfase na produção e consumo de intangíveis com valor simbólico. Por esta razão, essa nova economia não se limita à disponibilidade de recursos naturais, em contraste com a dependência da economia convencional dos recursos naturais. Assim, se ver a conciliação da economia criativa, com os objetivos da sustentabilidade na quebra de paradigma dos modelos convencionais de desenvolvimento.

Deste modo, as atividades originadas da criatividade foram incorporadas por empresas que exploram a propriedade intelectual, formando uma indústria com forças motrizes de geração de emprego e construção de riqueza. A discussão conceitual em torno do termo economia criativa é derivada de outros termos que buscaram conceituar o setor de produtos e serviços criativos. Os termos são diversos – classe criativa, cidade criativa, educação criativa,

indústria cultural e indústria criativa, que convergem para a discussão das dimensões da sustentabilidade, a saber: econômica, ambiental, social, cultural, tecnológica, territorial, ética e político-institucional. Trata-se de um conceito ainda em construção, não havendo assim um consenso com relação a definição conceitual para o termo economia criativa (MESSIAS et al., 2020; PORTO e AZAMBUJA, 2022).

A princípio, tem-se que após a Segunda Guerra Mundial surgiu o termo indústria cultural usada por estudiosos da Escola de Frankfurt como Theodor Adorno e Max Horkheimer, mas tarde, por volta de 1994 surge o conceito de indústria criativa usado primeira vez num relatório pelo governo australiano intitulado “*Creative nation*”. Desde então, o conceito de indústria criativa vem se desenvolvendo e ampliando seu campo de atuação para além das atividades que a indústria cultural procurou agregar, ficando está na classificação da Firjan como um subconjunto da indústria criativa. Desta forma, tanto a indústria cultural, quanto a indústria criativa estão dentro do contexto da economia criativa (KON, 2016; BERNARD e TEXEIRA, 2020; ÍTALO et. al., 2021).

Ultimamente o conceito de indústria criativa tem sido amplamente discutido por instituições internacionais como o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) e a UNCTAD, como mecanismo estratégico para retomada de crescimento de muitas nações. Neste cenário o Brasil é destacado por sua diversidade cultural e potencial criativo, e apontado pelos organismos internacionais como um país em que o setor da economia criativa pode ser um instrumento estratégico para sanar muitos dos gargalos que a economia convencional enfrenta, sejam eles sociais, econômicos, ambientais e culturais (KON, 2016).

Neste contexto, é possível obter métricas sobre o quanto está impactando o desenvolvimento deste setor no produto agregado do Brasil. A indústria criativa exerce função primordial no estímulo à competitividade das empresas, eficiência e dinâmica dos mercados. A busca por alta produtividade do trabalho, redução de custos e maximização do lucro, tem levado os empresários a alocar recursos cada vez mais em geração de ideias, por meio de investimento em novas tecnologias e melhores estratégias de distribuição de produção (FIRJAN, 2022).

Porto e Azambuja (2022) destacam que as atividades da indústria criativa impactam diretamente outras indústrias, entre elas: as indústrias de materiais para publicidade e impressão; as indústrias de confecções, indústrias metalúrgicas e indústrias de cosméticos. De forma mais específica, Bernard e Texeira (2020), buscando correlacionar a teoria e prática da economia criativa com as *startups*, corroboram que não existem restrições conceituais que

impeçam uma *startup* ser da economia criativa. De outro modo, Barakat et. al. (2022) consideram que o sucesso das empresas criativas depende do bom engajamento com os *Stakeholders*, pois a colaboração leva ao aprendizado, à inovação e organizações modernas.

Ao considerar que o campo da economia criativa apresenta grande relevância, no mundo, no entanto, poucos estudos foram desenvolvidos no contexto brasileiro, em particular que retrata a distribuição espacial do setor no país. Estudo com técnicas mais robustas, como colocados por Porto e Azambuja (2022), apresentam e analisam a distribuição do emprego nas microrregiões brasileiras, concluindo a presença de *clister* nas áreas metropolitanas e seus entornos, com isso, pressupõem que áreas com menos incentivos financeiros, e de políticas públicas específica para o setor, apresentem dificuldades no desenvolvimento das atividades. Nesse sentido, há um campo a ser estudado sobre o impacto da indústria criativa no aspecto, sociais, econômicos, culturais e políticos de pequenos e médio municípios como o de Santarém, Amazônia brasileira.

3 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS

A área de estudo é o município de Santarém, localizado no oeste paraense, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022), possui 331.942 mil habitantes com um PIB referente a 2021 de 6.391 milhões de reais a preço corrente, e, PIB per capita de 20.726 mil. A cidade assume papel importante na economia da região.

Santarém é um município de médio porte, por esta razão oferece suporte aos municípios vizinhos, na articulação dos setores econômicos e políticos. O setor de comércio e serviço é seu carro chefe, no entanto a cultura e a arte são importantes para seu desenvolvimento, principalmente se associadas ao turismo, que vem crescendo, com destaque entre os destinos internacionais.

Por sua localização geográfica estratégica, que permite acesso e escoação, tanto, hidroviária, quanto, rodoviária torna está uma importante cidade porto para o Estado do Pará, inclusive a interação com o mercado internacional, boa parte das commodities de grão produzida no Mato Grosso e do próprio Estado sai do porto graneleiro (Cargill) no município, e outros tipos de cargas recebem a logística dada pelo porto das Docas do Pará. O presente estudo trata-se de uma abordagem quantitativa de cunho exploratória. Os dados analisados foram obtidos na base de dados do Mapeamento da Industria Criativa, elaborado pela FIRJAN. Este mapeamento é feito desde 2008, cujo objetivo é levantar a radiografia do comportamento e peculiaridade da indústria criativa em relação aos demais setores econômicos no Brasil,

estados e municípios. Também avalia a representatividade, evolução, transformação e relevância do setor no decorrer do tempo. Desta forma, o estudo é executado com base em dados do Ministério do Trabalho, especificamente do Cadastro Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), e do Cadastro Brasileiro de Ocupações (CBO), e, volta-se para a área de atuação do trabalhador criativo e para o valor da produção gerada pelos estabelecimentos criativos (FIRJAN, 2024).

Ressalta-se então que os dados informados dos registros profissionais refletem aqueles que estão com vínculo formal de trabalho, não sendo considerada a atuação de profissionais informais na análise. Para Kon (2016) mensurar as indústrias criativas é uma tarefa difícil, mesmo sabendo que elas têm contribuição significativa na economia. A propósito, usa-se aqui a metodologia adotada pela FIRJAN, da divisão para a indústria criativa feita por área e os segmentos que agregam cada uma. Diante disso, subdividiu-se a indústria criativa em quatro grandes áreas com as atividades que compreende cada uma delas, descrita no Quadro 1:

Quadro 1: Divisão da Indústria Criativa por área e Segmentos.

ÁREA	SEGMENTOS
CULTURA	Expressões Culturais – artesanato, folclore, gastronomia; Artes Cênicas – atuação, produção e direção de espetáculos teatrais e de dança; Música – gravações, edição e mixagem de som, criação e interpretação musical; Patrimônio & Arte – serviços culturais, museologia, produção cultural, patrimônio histórico.
TECNOLOGIA	Biologia – bioengenharia, pesquisa em biologia, atividades laboratoriais; Pesquisa & Desenvolvimento – desenvolvimento experimental e pesquisa em geral exceto biologia; TIC – desenvolvimento de softwares, sistemas, consultorias em TI e robótica.

CONSUMO	Publicidade e Marketing – atividades de publicidade, marketing, pesquisa de mercado e organização de eventos; Design - design gráfico, multimídia e de móveis; Arquitetura – design e projeto de edificação, paisagens e ambientes, planejamento e conservação; Moda – desenho de roupas, acessórios e calçados e modelistas.
MÍDIA	Editorial – edição de livros, jornais, revistas e conteúdo digital; Audiovisual – desenvolvimento de conteúdo, distribuição, programação e transmissão.

Fonte: FIRJAN, 2014.
 Elaborado pelos autores.

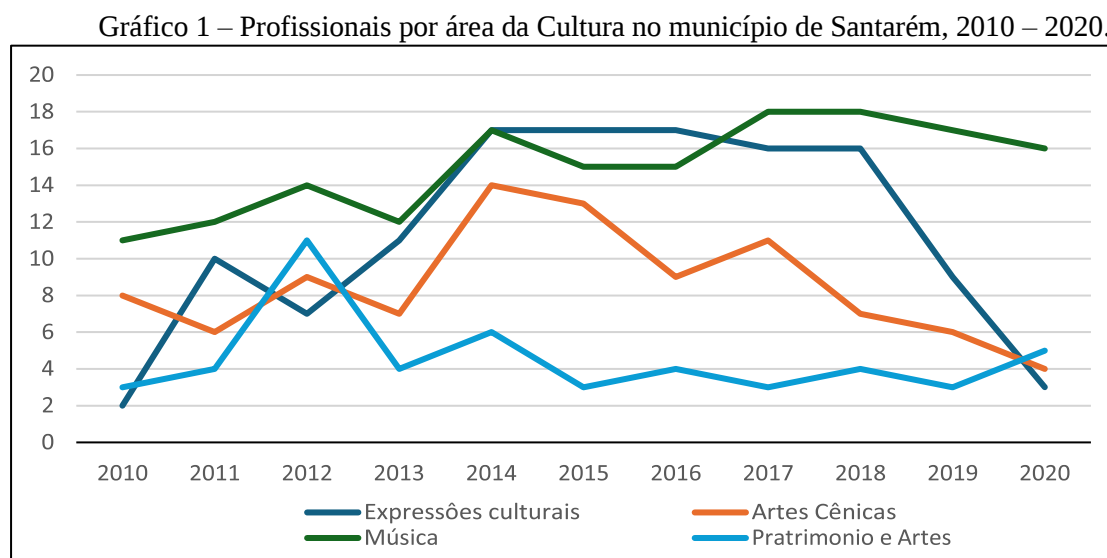
Assim, fez-se uso dos registros dos profissionais e remuneração média, disponível para consulta na plataforma da FIRJAN no período compreendido entre 2010 e 2020. Ressalta-se que não há atualização de dados posteriores a este período. Entretanto, para obter-se o objetivo do trabalho, fez-se análises também dos relatórios do Mapeamento da Indústria Criativa, publicados a cada dois anos, desde 2012. Desta forma, verificou-se dados mais robusto deste setor, não apenas para o município em questão, mas também para o Brasil.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Segundo a Firjan (2022), a participação da indústria criativa no Produto Interno Bruto (PIB) em 2004 representava 2,09%, passando por um período recessivo entre 2015 e 2017, e maior participação da série observada para 2020 atingindo 2,91%, o equivalente a R\$ 217,4 Bilhões. Destarte, que está significância da indústria criativa em 2020, se dar em meio à crise sanitária da pandemia de Covid-19, configurando a resiliência do setor em tempos de caos econômico. Cabe ressaltar, que a indústria criativa não foi imutável no período pandêmico, talvez tivéssemos tido uma maior participação considerando a não existência da crise. Contudo, enquanto aquelas atividades que necessitavam de interação social foram drasticamente impactadas, por outro lado, as atividades dependentes de tecnologias obtiveram avanços consideráveis. Novas oportunidades foram surgidas, principalmente devido ao crescimento da demanda digital, impulsionado pelo isolamento social e a interação on-line (BARAKAT et. al. 2022; FIRJAN, 2022).

A partir dos dados analisados, conforme a divisão das áreas da indústria criativa e seus 13 segmentos, visto no Quadro 1, permitiu verificar a evolução das atividades por área, considerando duas variáveis importantes para o setor, o número de registros de profissionais e a remuneração média de cada atividade. O Gráfico 1, apresenta o comportamento do número

de registros para área da Cultura, se percebe que no período atividade de música tem se destacado com as maiores quantidades de profissionais atuantes.



Fonte: FIRJAN, 2024.

Elaborado pelos autores.

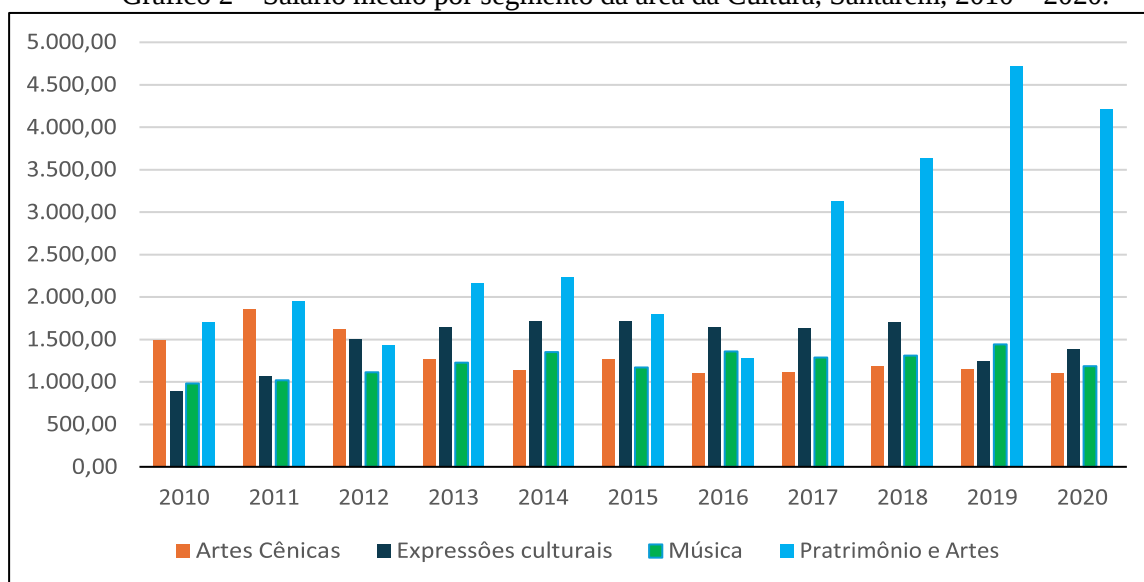
O Pará apresentou recessão entre 2017 e 2020, caindo de 1,1% para 0,9% respectivamente. Neste mesmo ano, vê-se a participação da mão de obra, em cada área da indústria criativa para o Estado. A participação de profissionais na área de Consumo, representou 34,3%, somados os 3.976 empregos com salários médio de R\$ 5.484,00, ao lado de Tocantins (38,7%), Roraima (36,7%) e Amazonas (33,9%), sendo os que têm menor participação do total de empregados na área de consumo da indústria criativa nacional (FIRJAN, 2022).

Expressões culturais se comportou na forma de *U invertido*, ou seja, os registros cresceram até 2014, manteve uma estabilidade e caiu bruscamente após 2018. A atividade artes cênicas segue trajetória parecida com a expressões culturais, porém em menor quantidade. A atividade patrimônio e artes tem o menor números de registros anuais da série, mantendo-se em quase todos os anos o quantitativo de registros abaixo de 11 profissionais.

No que diz respeito, a rentabilidade dos profissionais desta área, conforme gráfico 2, a atividade de Artes Cênicas obteve comportamento decrescente da remuneração média oscilando entre R\$1.490,22 em 2010 a R\$1.103,36 em 2020. Expressões Culturais manteve remuneração média entre R\$887,36 em 2010, em 2015 atingiu o pico mais alto da série com média de R\$1.718,98, os anos restantes segue em queda.

Para música a remuneração média anual se comporta com pequenas oscilações, sendo a maior da série em 2019 quando atingi R\$1.442,74. Chama atenção o segmento de Patrimônio e Artes, que tem a menor quantidade de profissionais atuante do período, mas dispara na remuneração média anual, com R\$1.706,82 em 2010, chegando a R\$ 4.713,34 em 2019, um crescimento expressivo que valorizar esta atividade, o pode ser explicado pela falta de profissionais no mercado.

Gráfico 2 – Salário médio por segmento da área da Cultura, Santarém, 2010 – 2020.

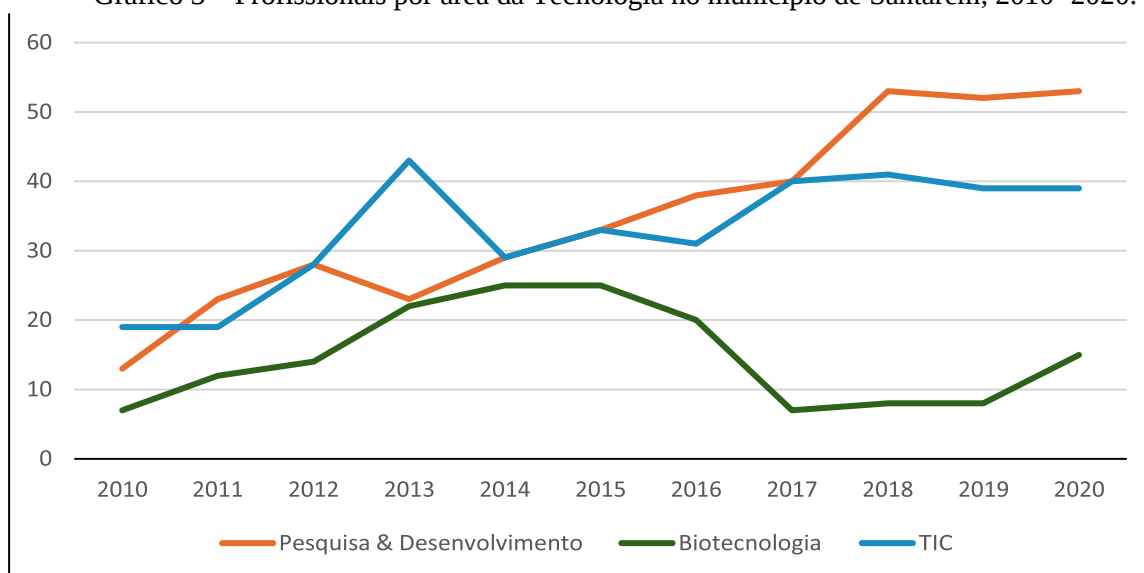


Fonte: FIRJAN, 2024.

Elaborado pelos autores.

Para área de Tecnologia o Gráfico 3, indica que há uma demanda crescente de profissionais ao longo do período para o segmento de Pesquisa & Desenvolvimento e Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), isso pode ser explicado por alguns fatores como, atuação das universidades, modernização das empresas e disponibilidade de ferramentas digitais. Para Biotecnologia assinala-se uma carência de profissionais no setor, que atingiu o ponto máximo em 2014 e 2015 com 25 profissionais respectivamente.

Gráfico 3 – Profissionais por área da Tecnologia no município de Santarém, 2010 -2020.



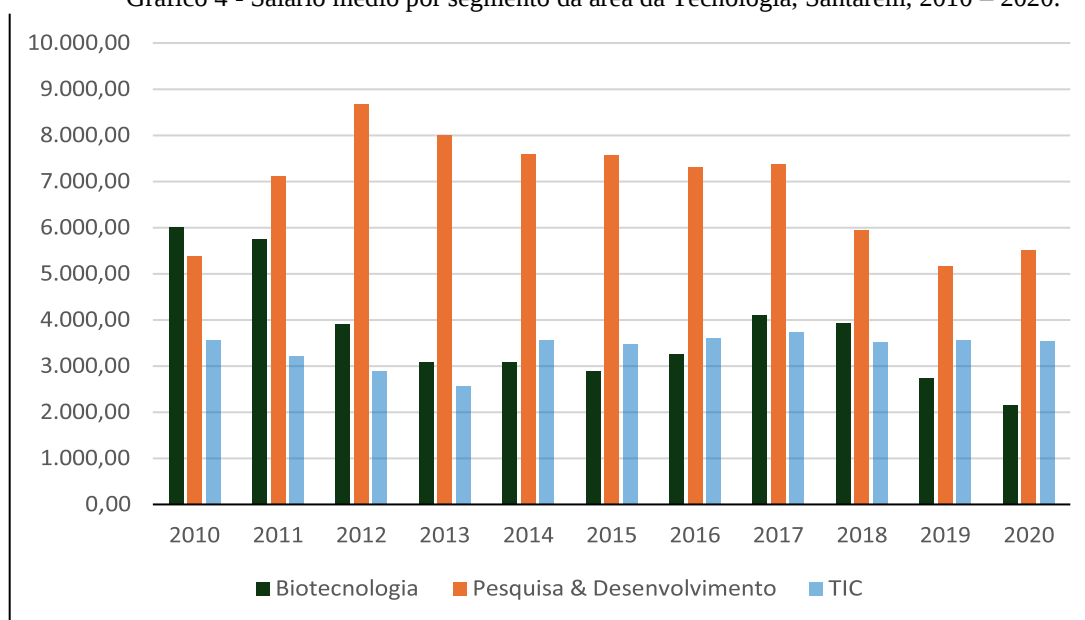
Fonte: FIRJAN, 2023.

Elaborado pelos autores.

Na área de Tecnologia o Estado obteve uma participação de mão de obra empregada de 39%, contabilizando 4.529 profissionais, com renda média de R\$8.568,00. Para a área de Mídia, teve participação dos profissionais empregados de 19% do setor, somados os 2.204 profissionais com renda média de R\$2.534,00. Na área de Cultura a participação de vínculos empregatícios foi de 7,7%, o que corresponde a 892 profissionais com renda média de R\$2.340,00. Estudos mais elaborados com uso de técnicas econométricas, apontam que existe uma maior concentração de empregos nas principais regiões metropolitanas e seus entornos no país (FIRJAN, 2022; PORTO e AZAMBUJA, 2022).

Verifica-se no gráfico 4, que as atividades de Pesquisa e Desenvolvimento é a que possui as maiores remunerações médias do setor, alcançando um salário médio de R\$8.677,38 em 2012, apesar de apresentar queda a partir deste ano, ainda chega em 2020 com valorização salarial relevante, atingindo R\$5.521,32.

Gráfico 4 - Salário médio por segmento da área da Tecnologia, Santarém, 2010 – 2020.



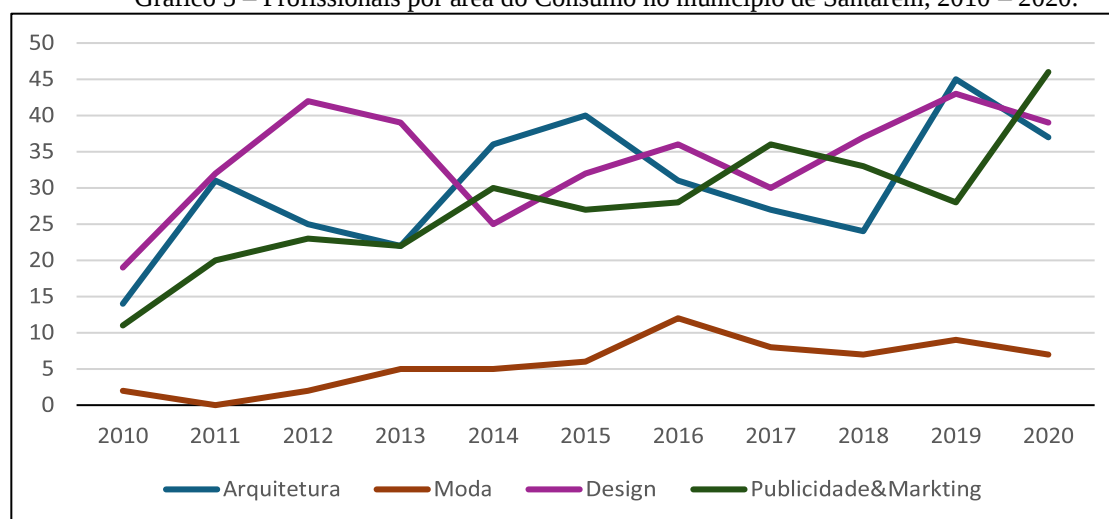
Fonte: FIRJAN, 2024.

Elaborado pelos Autores.

Bioteecnologia inicia em 2010 com R\$6.007,00, e segue caindo chegando a R\$2.144,23 em 2020, uma desvalorização média de 35,7% em relação ao início da série, pode-se atribuir ao aumento de profissionais no setor esta queda salarial, com mais mão de obra disponíveis os salários tendem a baixa. TIC manteve uma estabilidade oscilando entre R\$2.558,79 em 2013 e R\$3.723,71 em 2017. Segundo Kon (2016) as TICs embora estejam em todos os setores econômicos, o sucesso da utilização depende do grau do capital intelectual do profissional.

Para a área de Consumo, no gráfico 5, observa-se que os registros de profissionais seguem trajetória de crescimento para todos os segmentos da área, contudo os segmentos de Arquitetura, Design e Publicidade & Marketing, agrega maior quantidade de profissionais, indicando que Santarém vem ganhando espaço na atuação destes profissionais. O segmento de Moda apresenta registros anuais bem abaixo dos demais, o que indica carências destes profissionais no município durante o período analisado.

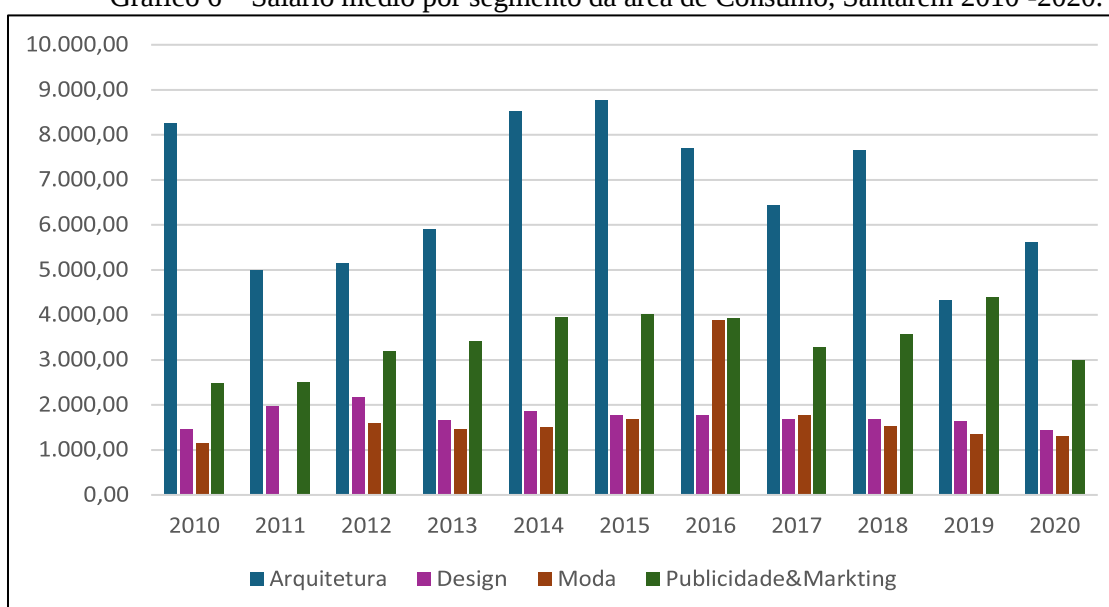
Gráfico 5 – Profissionais por área do Consumo no município de Santarém, 2010 – 2020.



Fonte: FIRJAN, 2024.
Elaborado pelos autores.

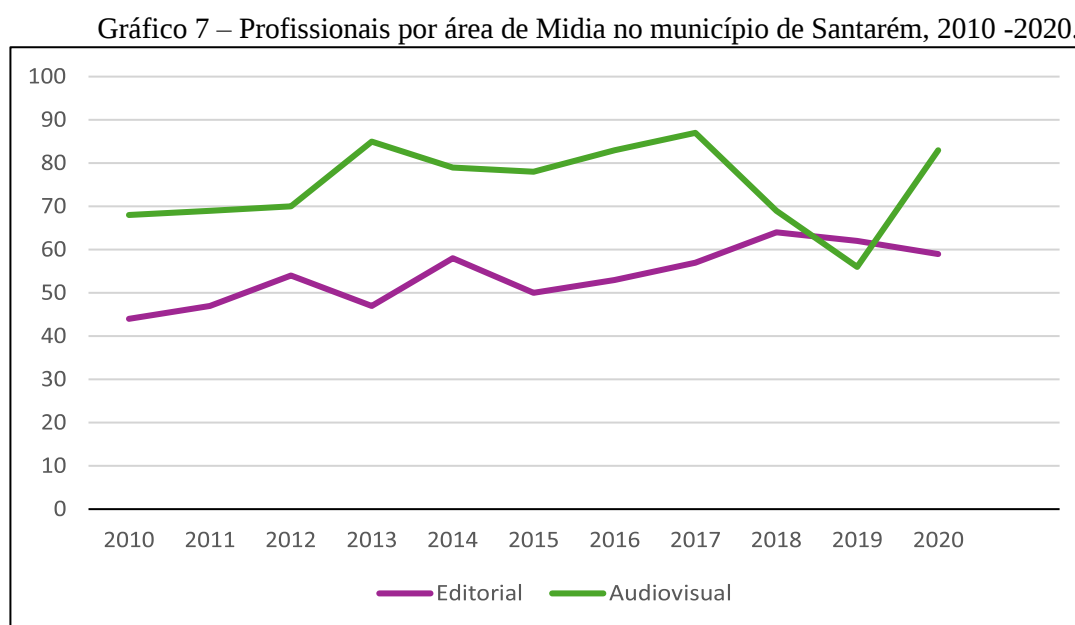
Com relação a remuneração média para cada segmento da área de Consumo, no Gráfico 6, observa-se que a atividade de Arquitetura é altamente valorizada, apesar da série apresenta picos de altas e quedas se mantém no intervalo de R\$ 4.314,60 em 2019 e R\$ 8.771,66 em 2015 pico mais alto da série. Publicidade e marketing é a segunda mais bem remunerada, porém não ultrapassou a média de R\$4.395,03. Design apesar de apresentar crescimento no registro de profissionais a remuneração média fica próximo do setor de Moda.

Gráfico 6 – Salário médio por segmento da área de Consumo, Santarém 2010 -2020.



Fonte: FIRJAN, 2024.
Elaborado pelos Autores.

Para área de Mídia, o Gráfico 7, destaca que é a área com mais profissionais registrados das quatros grandes divisões da Indústria criativa para o município de Santarém. Apesar de agregar apenas dois segmentos, em ambos verifica-se tendência de crescimento durante o período analisado.

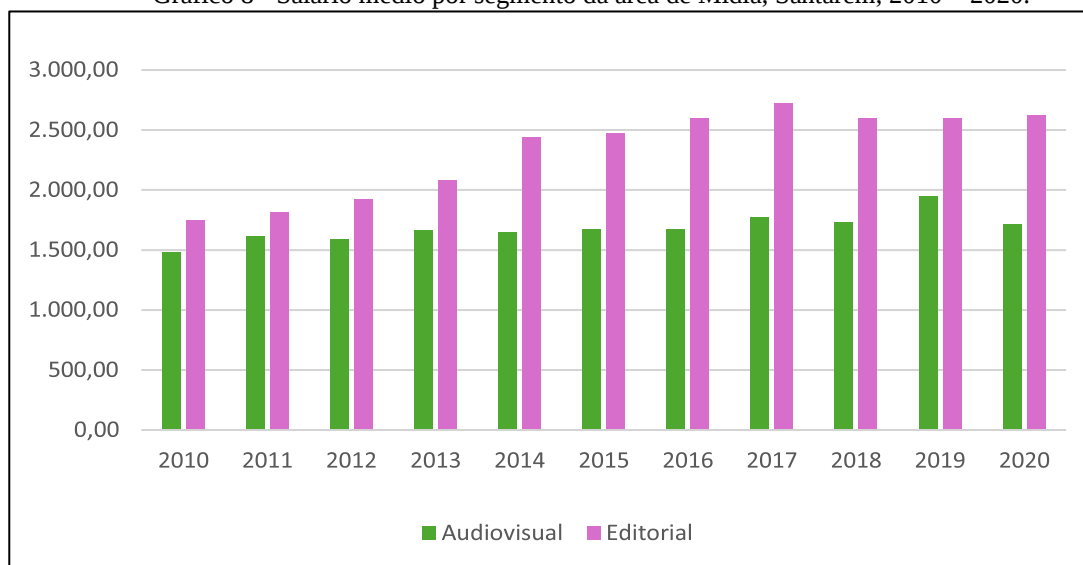


Fonte: FIRJAN, 2024.
Elaborado pelos autores.

O destaque do setor se dar ao crescimento na cidade do setor comercial impulsionado pela divulgação de produtos e serviços, somados também a demanda do mercado de criação de conteúdo audiovisual. De outra forma, o município tem se tornado um importante polo de universidades privadas e públicas que demandam serviços editoriais. Por outro lado, as atividades audiovisuais têm crescido em função do município ter uma emissora de transmissão de TV aberta, rádios, e, profissionais que desenvolvem conteúdo nas plataformas digitais.

Quanto a remuneração média desta área, o setor que menos emprega no período possui salários maiores, porém, conforme o Gráfico 8, o segmento de audiovisual que apresenta evolução, não ultrapassou o salário médio de R\$2.724,46 atingido em 2017. O setor de Editorial manteve remuneração um pouco acima, com crescimento durante o período.

Gráfico 8 - Salário médio por segmento da área de Mídia, Santarém, 2010 – 2020.



Fonte: FIRJAN, 2024.
Elaborado pelos autores.

Como visto na seção dois, a setor da indústria criativa vem se destacando na participação do PIB do país, da mesma forma é visto a participação do setor no PIB do Estado do Pará. Portanto, os resultados acima ressaltaram, que Santarém tem apresentado emprego e geração de renda no desenvolvimento de atividade que tem a criatividade como matéria prima.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A economia criativa como setor de geração de trabalho e renda, capaz de contribuir com o desenvolvimento de uma economia, no que diz respeito a conceituação no campo teórico não há um consenso, mas as diversas conceituações convergem para o mesmo sentido – o uso da criatividade como insumo de produção capaz de gerar produtos e serviços intangíveis, que podem ser materializados com valor agregado.

No segmento de Cultura, a atividade de música obteve melhor desempenho no quantitativo de registros anuais de profissionais, entretanto, a atividade de patrimônio e arte que obteve menor número de profissionais, se destaca com maiores remuneração no mercado.

Na área de Tecnologia, as atividades de Pesquisa & Desenvolvimento e TIC, indicam comportamento crescente quase idêntico nos números de profissionais, porém, apenas P & D

se destaca com melhor remuneração da área. TIC apesar de ter números altos de profissionais, em termos salariais quase não houve alteração, e Biotecnologia apresentou recessão.

Na área de Consumo o município apresentou tendência de crescimento para todas as atividades, no entanto a atividade de Moda se mantém bem abaixo das demais no que diz respeito aos números de profissionais. Se destaca como atividade mais bem remunerada a Arquitetura, seguido da Publicidade e Marketing.

Para a área de Mídia, que agrega apenas duas atividades, são as que mais empregam em comparação com as outras três áreas, apresentaram tendência de crescimento tanto no número de registros de profissionais, como na remuneração no período analisado.

Portanto, com base nos dados disponibilizado pela FIRJAN, o município de Santarém tem contribuído com a indústria criativa tanto em termos quantitativos de mão de obra formal, como na remuneração salarial, indicando assim, que o município oferece espaço para geração de emprego e renda neste setor.

REFERÊNCIAS

BARAKAT, S. R.; SANTOS, N. L.; VIGUELES, M. C. **Engajamento de stakeholders em empresas da economia criativa: estratégias para o enfrentamento da crise da COVID-19.** Cad. EBAPE. BR, v. 20, nº 4, Rio de Janeiro, Jul./Ago.2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1679-395120210129>. Acesso em: 19 de abr. 2024.

BARCELLOS, E. E. I.; BOTURA JUNIOR, G. ; RAMIREZ, C. M.Z. A ECONOMIA CRIATIVA NO AMBIENTE DOS PARQUES E INCUBADORAS. **International Journal of Innotion**, v. 4, n. 2, p. 140-154,2016.

BENTES, R. R.; CARNEIRO, A. F. G.; CUNHA, N. F.; SOUSA, W. L. CARACTERIZAÇÃO DO TURISMO COMUNITÁRIO: A EXPERIÊNCIA DO PROJETO SAÚDE E ALEGRIA EM SANTARÉM/PA. **Revista de Administração e Negócios da Amazônia**, V.11, n.3, 2019.

BERNARD, A. P; TEXEIRA, C, S. Economia criativa no universo das startups. **Revista Tecnologia e Sociedade**. V. 16, n. 40, 2020.

CASTRO, T. R.; LINHARES, F. J. C.; FREIRE, M. M. A.; ALBUQUERQUE FILHO, A. R. ECONOMIA CRIATIVA: DESAFIOS, OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS E FATOR DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO SUSTENTÁVEL NO SETOR DE ARTESANATO DE COURO NO MUNICÍPIO DE PACUJÁ – CEARÁ. **Revista de Administração e Negócios da Amazônia**, V.10, n.3, 2018.

Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/posfau/article/view/161954>. Acesso em: 14 abr. 2024.

FIRJAN – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. Mapeamento da indústria criativa no Brasil. **FIRJAN/SENAI** – Rio de Janeiro – 2019. Disponível em: <https://appsext.firjan.com.br/economiacriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativaFirjan2014>. Acesso em: 15 de abr. 2024.

FIRJAN. Mapeamento da indústria criativa no Brasil. **Firjan** – Rio de Janeiro – 2022. Disponível em: [MapeamentoIndustriaCriativa2022.pdf](#) (firjan.com.br). Acesso em: 11 de abr. 2024.

FIRJAN. Mapeamento da Industria Criativa. **Sistema FIRJAN**. Rio de Janeiro - 2024. Disponível: Economia Criativa :: Mapeamento da Industria Criativa Brasil (firjan.com.br). Acesso em: 05 de abr. 2024.

GALUK, M. B. ; ZEN, A. C.; BITTENCOURT,, B. A.; MATOS, G.; MENEZES, D. C. D. Innovation in creative economy micro-enterprises: a multiple case study. RAM. **Revista de Administração mackenzie**, v. 4, n. 1, p, 2017.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Produto Interno Bruto dos Municípios. **IBGE**. 2022. Disponível em: Produto Interno Bruto dos Municípios / IBGE. Aceso em : 15 de abr. 2024.

ÍTALO, S; PÂMELA, K, D; ELISABETH, C, S. Organização e gestão Ordinária na Economia Criativa Local. **Administração Pública e Gestão Social**. Vol. 13, num. 3, 2021

KON, A. On the creative economy chain in brazil: pontential and challenges. **Brazilian jornal of Political Economy**, vol. 36, n 1 (142), pp. 168-189, 2016.

MARCHI, L. Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil. Intercom: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 37, p. 193-215, 2014.

MESSIAS, F, B; NASCIMENTO, E, P; SILVA, C, F. Economia Criativa na arena da Sustentabilidade. Pós, Ver. **Programa Pós-grad.Arquit.Urban. FAUUSP**. São Paulo, v.27, n. 50, e161954, 2020. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.23172762.posfau.2020.161954>.

ONU – Organização da Nações Unidas. Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries. UNCTAD/DITC/TED, 2018.

PORTO, P, C;. S.; AZAMBUJA, I, P. Padrões Espaciais da Economia Criativa no Brasil. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**. v.18, Nº2, Mai-Ago/2022 – Taubaté/SP- Brasil. Doi: <https://doi.org/10.54399/rbgdr.v18i2.6312>. Acesso em: 15 de abr. 2024.

SANTOS, S. H. A.; PEDRO FILHO, F. S.; BORRERO, M. A. V.; CARDOSO, G. B.; PIMENTA, D. F. INSTRUMENTALIZAÇÃO DA ECONOMIA CRIATIVA SOB A ÓTICA DA TEORIA U. **Revista de Administração e Negócios da Amazônia**, V.13, n.4, 2021.

UNCTAD – UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRAD AND DEVELOPMENT. Creative economy report 2010. Cretive economy: a feasible devopment option. U.N.,2010.