



Análise especial: Minas Gerais

O mundo mudou, as pessoas mudaram e as empresas também estão se transformando. Os avanços tecnológicos, a conectividade e a chamada digitalização vêm trazendo alterações na lógica social e cultural que, conseqüentemente, mexem com as estruturas tradicionais do trabalho. Tudo muda: sob a ótica do processo produtivo, as tecnologias avançam e as relações de trabalho se alteram; sob o espectro do consumo, muda a forma de consumir informação, a quantidade de dados sobre seu consumidor, a necessidade de compreender seu cliente e a forma de se relacionar com ele. Como resultado, esse processo exige das empresas uma série de novas gamas de competências e habilidades até então inexploradas.

Essa edição do Mapeamento tem as transformações digitais como pano de fundo e, na análise dos dados, fica evidente que o Brasil já acompanha esses movimentos. As mudanças da sociedade repercutem nos profissionais procurados e, naturalmente, a Indústria Criativa encabeça boa parte desses movimentos - com alterações significativas nos perfis dos profissionais buscados pelo mercado.

Nesse contexto, o **Mapeamento da Indústria Criativa** acompanha o desenvolvimento da área criativa no Brasil e nos estados e analisa sua representatividade, evolução, transformações e relevância no decorrer dos tempos. Para análise ampla e completa, o Mapeamento contempla duas óticas distintas, avaliando tanto os profissionais criativos em suas diversas áreas de atuação, quanto o valor de produção gerado pelos estabelecimentos criativos - que não necessariamente empregam apenas trabalhadores criativos.

Criado em 2008 e divulgado a cada dois anos, o estudo tem como base dados oficiais do Ministério do Trabalho¹ e detalhamentos dos dados relativos à profissões criativas com abrangência municipal estão disponíveis em uma ferramenta de consulta dinâmica, em: www.firjan.com.br/economiacriativa.

¹ Fonte: RAIS, 2017.



Economia Criativa: Ótica da Produção

Minas Gerais é um estado muito relevante no cenário nacional e, em termos de Indústria Criativa não poderia ser diferente. Em 2017, Minas produziu o terceiro maior PIB Criativo do Brasil e, com riqueza gerada de aproximadamente R\$ 10,3 bilhões, ficou atrás apenas de São Paulo (R\$ 80,7 bi) e Rio de Janeiro (R\$ 24,8 bi). Como resultado, a Indústria Criativa foi responsável por 1,8% de toda a riqueza produzida no estado mineiro.

Em termos de estabelecimentos, **Minas Gerais** concentra 22,9 mil empresas criativas² - fruto de um crescimento de 2,7% frente a 2015. Vale destacar, que esse aumento ocorre num cenário em que, no total da economia mineira, 1,1% de todas as empresas tiveram suas atividades encerradas no período.

Com isso, mesmo no cenário adverso, as empresas criativas ganham espaço e aumentam sua participação no estado mineiro, atingindo 3,0% (frente a 2,9% em 2015). No entanto, mesmo frente ao crescimento registrado, Minas ainda mantém participação inferior à registrada a nível Brasil (3,8%), indicando que ainda há espaço para o crescimento da Indústria Criativa no estado.

Economia Criativa: Ótica do Mercado de Trabalho

Sob a ótica do mercado de trabalho criativo, também é natural que o estado de Minas seja relevante, visto que apresenta o segundo maior mercado de trabalho do país. E de fato é: em 2017, são 72,5 mil trabalhadores criativos formalmente empregados em Minas, o que representa 8,7% de todos os profissionais criativos do país - concentração inferior apenas à São Paulo e Rio de Janeiro. Contudo, ao considerar a participação dos criativos no total do mercado de trabalho novamente fica evidente que ainda existe um potencial de expansão da área criativa mineira.

Isso porque **Minas Gerais** tem 1,5% de seus trabalhadores atuando em profissões essencialmente criativas e essa participação, além de ser inferior à média nacional (1,8%), fica atrás de outros estados menos relevantes economicamente.

² Entre estabelecimentos empregadores e não empregadores.



INDÚSTRIA CRIATIVA

Análise Especial

Na comparação com 2015, o total do mercado de trabalho mineiro sofreu os efeitos da crise político-econômica nacional e registrou queda de 2,3% no número de trabalhadores - o que corresponde a uma redução de mais de 110 mil vagas. Naturalmente, os criativos também foram impactados. Nesse caso, até mesmo de maneira mais intensa (-4,5%) que o mercado de trabalho geral, o que fez com que houvesse uma perda na participação dos profissionais criativos no mercado mineiro (-0,04 p.p.).

Acerca das áreas e segmentos criativos, assim como ocorre na maior parte das unidades da federação, os profissionais mineiros concentram-se na área de Consumo (43,1%), onde destacam-se os segmentos de Publicidade & Marketing (13,8%) e Arquitetura (14,1%). Em seguida está a área de Tecnologia com 38,8% das vagas criativas mineiras, distribuídas principalmente entre os segmentos de Pesquisa & Desenvolvimento (19,6%) e TIC (12,8%).

No período de 2015 a 2017, o aumento mais expressivo de Minas

Gerais se deu no segmento de Biotecnologia (+23,5%). Esse movimento, que se justifica sobretudo pelo aumento de Biólogos (+20,7%) e Biomédicos (+33,0%), fez com que o estado mineiro fosse um dos que mais contribuíram para a expansão da Biotecnologia a nível nacional.

Nota-se em todo o país transformações no mercado de trabalho alinhadas à tendência mundial de digitalização e valorização da experiência do consumidor e, em Minas Gerais não

Tabela 1: Distribuição dos Empregos por Áreas e Segmentos Criativos

Segmentos	2015	2017	Variação
Consumo	32.295	31.266	-3,2%
Publicidade & Marketing	8.496	9.991	17,6%
Arquitetura	11.620	10.230	-12,0%
Design	6.927	6.286	-9,3%
Moda	5.252	4.759	-9,4%
Cultura	5.959	5.529	-7,2%
Expressões Culturais	2.504	2.505	0,0%
Patrimônio e Artes	1.440	1.279	-11,2%
Música	1.126	994	-11,7%
Artes Cênicas	889	751	-15,5%
Mídia	8.687	7.576	-12,8%
Editorial	4.665	4.076	-12,6%
Audiovisual	4.022	3.500	-13,0%
Tecnologia	28.915	28.102	-2,8%
P&D	15.821	14.204	-10,2%
TIC	9.332	9.251	-0,9%
Biotecnologia	3.762	4.647	23,5%
Indústria Criativa	75.856	72.473	-4,5%

Fonte: RAIS/MTE



INDÚSTRIA CRIATIVA

Análise Especial

foi diferente. Mesmo no momento de recessão, o perfil dos profissionais dos segmentos de Publicidade & Marketing e Mídias já apresenta mudanças.

Publicidade & Marketing foi o segundo segmento com maior crescimento no período (17,6%). E esse movimento se justifica pela busca por profissionais voltados à compreensão das necessidades do consumidor e à criação de estratégias de diferenciação no mercado, como: Analistas de pesquisa de mercado (+65,8%), Analistas de negócios (+43,8%) e Gerentes de marketing (+7,8%).

A área de Mídias apresenta movimento inverso, com redução de 12,8% de seus postos de trabalho. No entanto, nota-se a valorização de novas mídias em detrimento das mídias tradicionais. A exemplo disso, foi verificado crescimento de profissionais ligados às mídias digitais, como Editores de mídia eletrônica (+29,3%). E, em paralelo, há reduções no número de profissões tradicionais, como: Locutores de rádio e televisão (-10,0%), Editores de texto e imagem (-8,6%) e Jornalistas (-5,0%).

Quanto à análise dos municípios, Belo Horizonte revela sua importância no cenário criativo, visto que concentra 39,1% desses profissionais de **Minas Gerais** - o que corresponde a 28,3 mil trabalhadores. O município tem como principais áreas criativas Consumo (45,2%) e Tecnologia (40,6%).

Outro destaque mineiro é a cidade de Nova Lima, que se sobressai por ter a maior participação de criativos: a cada 20 profissionais da cidade 1 é criativo (4,7% de participação) - participação superior à média da cidade de Belo Horizonte (2,4%) e, mais ainda, quando comparada à média do estado (1,5%).

O município de Betim também figura entre aqueles com maior participação de criativos no total do mercado de trabalho (2,4%). E seu principal destaque é o segmento de Pesquisa & Desenvolvimento: mais da metade dos talentos criativos da cidade atuam na área de P&D (55,2%), valor significativamente superior quando comparado aos 19,6% do estado mineiro. Esse fato se justifica, em grande parte, por sua relevante atuação nos setores petroleiro e automotivo.



INDÚSTRIA CRIATIVA

Análise Especial

Remuneração dos Trabalhadores Formais

Tendo como foco de análise os salários, Minas Gerais não se destaca em comparação aos demais estados. O estado mineiro apresenta remuneração média mensal abaixo das registradas no país tanto na economia criativa quanto no mercado de trabalho geral. Para se ter uma ideia, a remuneração média dos criativos de Minas Gerais é de R\$ 5.357,00 frente a R\$6.801 na média brasileira.

Mesmo nesse contexto, os profissionais criativos são muito valorizados dentro do estado

mineiro: a remuneração média dos criativos (R\$ 5.357) é mais que o dobro da praticada no total do mercado de trabalho mineiro (R\$ 2.372).

Os segmentos P&D e Arquitetura são os mais bem remunerados na Indústria Criativa mineira - R\$ 9.707 e R\$ 7.129 respectivamente.

Tabela 2: Remuneração Média por Áreas e Segmentos Criativos

Segmentos	2015	2017	Varição
Consumo	R\$ 4.681	R\$ 4.609	-1,6%
Publicidade & Marketing	R\$ 4.789	R\$ 4.742	-1,0%
Arquitetura	R\$ 7.217	R\$ 7.129	-1,2%
Design	R\$ 2.800	R\$ 2.671	-4,6%
Moda	R\$ 1.379	R\$ 1.469	6,6%
Cultura	R\$ 2.419	R\$ 2.426	0,3%
Expressões Culturais	R\$ 1.598	R\$ 1.749	9,4%
Patrimônio e Artes	R\$ 3.737	R\$ 3.555	-4,9%
Música	R\$ 2.816	R\$ 2.970	5,5%
Artes Cênicas	R\$ 2.095	R\$ 2.038	-2,7%
Mídia	R\$ 2.812	R\$ 2.834	0,8%
Editorial	R\$ 3.545	R\$ 3.537	-0,2%
Audiovisual	R\$ 1.962	R\$ 2.014	2,7%
Tecnologia	R\$ 7.629	R\$ 7.447	-2,4%
Pesquisa & Desenvolvimento	R\$ 9.719	R\$ 9.707	-0,1%
TIC	R\$ 5.334	R\$ 5.571	4,4%
Biotecnologia	R\$ 4.530	R\$ 4.271	-5,7%
Indústria Criativa	R\$ 5.413	R\$ 5.357	-1,0%

Fonte: RAIS/MTE | Deflator: IPCA/IBGE.

Nota: Valores de 2015 a preços de 2017 (deflator: IPCA/IBGE).

EXPEDIENTE: Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan) - Av. Graça Aranha, 01 CEP: 20030-002 - Rio de Janeiro.

Presidente: Eduardo Eugenio Gouvêa Vieira; **Diretor da Firjan:** João Paulo Alcantara Gomes; **Diretor do SESI, SENAI e IEL:** Alexandre dos Reis; **Gerente de Estratégia de Marketing e Portfólio:** Tatiana Sanchez; **Equipe Técnica da Divisão de Pesquisa e Estatística:** Isabela Knupp, Joana Afonso e Marcos Henrique Acruche.