



## Análise especial: Rio de Janeiro

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 Trabalho<sup>1</sup> 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](http://www.firjan.com.br/economiacriativa).

<sup>1</sup> Fonte: RAIS, 2017.



### Economia Criativa: Ótica da Produção

O Rio de Janeiro tem um papel muito relevante na Indústria Criativa Brasileira. Para se ter uma ideia, é o estado que tem maior participação de empresas criativas em sua economia: a cada 20 estabelecimentos fluminenses 1 têm a criatividade como principal insumo de produção (5,6% de participação de empresas criativas no total da economia no RJ frente a 3,8% no Brasil). Isso corresponde a 25 mil empresas criativas<sup>2</sup> no estado do Rio de Janeiro.

Em termos de PIB, o Rio também se destaca: as empresas criativas produzem o equivalente a R\$ 24,8 bilhões de reais, o que significa que 3,8% de toda a riqueza gerada no estado é proveniente de empresas criativas. Essa é a 2ª maior participação, atrás apenas do estado de São Paulo (3,9%).

No biênio 2015-2017 essa participação se manteve praticamente estável e, isso ocorre pois o desempenho do mercado criativo fluminense acompanhou os movimentos do total da economia estadual (variação de -10,1% para PIB Criativo frente a -9,9% no total do PIB).

### Economia Criativa: Ótica do Mercado de Trabalho

Sob a ótica do mercado de trabalho, o Rio de Janeiro se manteve muito relevante no cenário criativo nacional.

Em 2017, quando olha-se para o total do mercado de trabalho, o Rio de Janeiro é o terceiro maior empregador do país, atrás de São Paulo e Minas Gerais.

Ao focar na Indústria Criativa sua participação é ainda mais relevante: com 89 mil talentos criativos formalmente empregados no Rio de Janeiro, o estado ultrapassa Minas

Tabela 1: Distribuição dos Empregos por Áreas e Segmentos Criativos

| Segmentos               | 2015    | 2017   | Variação |
|-------------------------|---------|--------|----------|
| Consumo                 | 37.905  | 31.867 | -15,9%   |
| Publicidade & Marketing | 15.395  | 15.429 | 0,2%     |
| Arquitetura             | 13.607  | 8.774  | -35,5%   |
| Design                  | 6.245   | 5.195  | -16,8%   |
| Moda                    | 2.658   | 2.469  | -7,1%    |
| Cultura                 | 8.182   | 7.891  | -3,6%    |
| Expressões Culturais    | 3.153   | 3.161  | 0,3%     |
| Patrimônio e Artes      | 1.881   | 1.685  | -10,4%   |
| Música                  | 1.135   | 1.059  | -6,7%    |
| Artes Cênicas           | 2.013   | 1.986  | -1,3%    |
| Mídia                   | 10.034  | 9.209  | -8,2%    |
| Editorial               | 5.696   | 5.269  | -7,5%    |
| Audiovisual             | 4.338   | 3.940  | -9,2%    |
| Tecnologia              | 45.014  | 39.918 | -11,3%   |
| P&D                     | 30.116  | 25.782 | -14,4%   |
| TIC                     | 11.440  | 10.764 | -5,9%    |
| Biotecnologia           | 3.458   | 3.372  | -2,5%    |
| Indústria Criativa      | 101.135 | 88.885 | -12,1%   |

Fonte: RAIS/MTE

<sup>2</sup> Entre estabelecimentos empregadores e não empregadores.



# INDÚSTRIA CRIATIVA

## Análise Especial

Gerais e ocupa a posição de segundo maior empregador criativo nacional.

Com isso, pode-se dizer que 2,2% de toda a mão de obra fluminense é criativa - segunda maior participação dentre todos os estados.

A conjuntura no biênio 2015-2017, no entanto, não foi fácil para a economia fluminense. Na comparação com 2015, o total do mercado de trabalho do estado foi marcado pelo encerramento de mais de 400 mil postos de trabalho no período (-9,1%). Esse resultado é consequência de uma série de fatores, dentre eles a instabilidade política e econômica no estado do RJ, que transcorre desde o ano de 2015. A situação trouxe impactos severos para dois setores relevantes na economia estadual: a Indústria Extrativa e a Construção Civil, que passaram pela pior crise de sua história.

A Indústria Criativa fluminense, naturalmente, não passou ilesa e encerrou 12,1% dos seus postos de trabalho. Esse desempenho inferior ao do total do mercado de trabalho estadual se justifica por uma particularidade da Indústria Criativa do Rio de Janeiro: boa parte de seus profissionais atuam justamente nos segmentos mais afetados pela crise. Para se ter uma ideia, em 2015, mais 20% dos criativos fluminenses atuavam na Extrativa ou na Construção Civil.

Não à toa, na análise das áreas criativas, os segmentos mais afetados foram Arquitetura e P&D - que apresentam maior atuação na Construção Civil e na Extrativa.

Arquitetura registrou redução de 35,5% dos seus postos de trabalho, com a redução de Arquitetos, engenheiros e afins (-35,6%), Desenhistas técnicos (-30,8%) e Desenhistas projetistas (-37,5%). O mesmo ocorre para o segmento de P&D que teve queda de 14,4% de seus profissionais, influenciada basicamente pela redução dos Engenheiros de P&D (-18,1%).

Apesar desse comportamento, P&D continua muito relevante no estado. O Rio de Janeiro é a UF com maior concentração de criativos nesse segmento: quase um terço dos talentos criativos fluminenses atuam com P&D (29,0%), bem superior ao registrado a nível nacional (18,6%). Esse fato se justifica pela concentração de grandes centros de pesquisa e instituições da área tecnológica no estado.

A conjuntura adversa do Rio de Janeiro acaba por acanhar as transformações no mercado de trabalho fluminense, vistas de forma bem mais evidente em outros estados. Ainda assim, há profissões que crescem mesmo em meio à crise e, mais ainda, são registrados movimentos alinhados ao cenário de digitalização e valorização da experiência do consumidor.



# INDÚSTRIA CRIATIVA

## Análise Especial

As áreas de Cultura (-3,6%) e Mídias (-8,2%) tiveram desempenho superior ao do total do mercado de trabalho fluminense, demonstrando resiliência no período desfavorável.

Na área de Mídias, as inovações tecnológicas têm promovido mudanças que apontam para um caminho mais digital. Assim como registrado à nível nacional, no Rio de Janeiro também há o crescimento de Editores de mídias eletrônicas (+4,2%), em detrimento de profissões relacionadas as mídias tradicionais - como Repórteres de rádio e televisão (-34,3%), Montadores de filmes (-28,7%), Produtores de rádio (-20,4%), Apresentadores de programas de televisão (-17,1%), Diretores de redação (-17,1%) e Jornalistas (-10,5%).

Em Cultura, destaque para Expressões Culturais (+0,3%) que, junto com Publicidade & Marketing, compõe o rol de segmentos que apresentaram crescimento no período. Esse movimento na área cultural é impulsionado pela valorização da gastronomia, que se reflete no crescimento de Chefes de cozinha (+13,0%) - profissionais capazes de gerar experiências customizadas para o consumidor.

Ainda na área cultural, Produtores (+68,8%), Professores de dança (+20,8%) e Atores (+17,0%) também apresentaram crescimento significativo no período.

Dentro da área de Consumo, o tênue crescimento apresentado no segmento de Publicidade & Marketing (+0,2%) tem fortes relações com a valorização da experiência do consumidor. Em linha com os movimentos nacionais, no Rio de Janeiro cresce a procura por profissionais voltados à compreensão das necessidades do consumidor, como Analista de pesquisa de mercado (+23,9%) e Analistas de negócios (+20,6%).

Em paralelo, nos segmentos de Moda e Design cresceram os Designers de eventos (+37,9%), Perfumistas (+37,5%) e Designers de moda (+26,0%) - todas ocupações com maior valor agregado, atreladas à geração de inovação no consumo. Esses movimentos, no entanto, não foram suficientes para conter a redução dos segmentos de Design (-16,8%) e Moda (-7,1%), causada por quedas em profissões diversas.

Dentro da área de Tecnologia, os segmentos de Biotecnologia (-2,5%) e TIC (-5,9%) também tiveram seus estoques reduzidos. No entanto, ambos os desempenhos são superiores ao do total do mercado de trabalho fluminense, demonstrando a resistência desses profissionais. Em Biotecnologia, a busca por Biomédicos (+22,9%) e Biólogos (+3,4%) foram responsáveis por segurar o resultado do segmento. Já em TIC, todas as ocupações foram minimamente afetadas no período, em maior ou menor grau. Por um lado, Gerentes de TI (-2,3%) e Programadores (-



# INDÚSTRIA CRIATIVA

## Análise Especial

5,6%) foram menos impactados do que o mercado de trabalho fluminense - o que se relaciona à necessidade de lidar com o grande volume de dados disponível. Já Engenheiros da área de TIC tiveram redução mais expressiva (-15,1%).

Ao analisar as profissões criativas mais contratadas entre 2015 e 2017, os resultados novamente se alinham à tendência de digitalização e valorização da experiência do consumidor.

**Tabela 2:** Profissões com maior crescimento absoluto no período 2015-2017

|     | Profissões                      | Segmento                | 2015  | 2017  | Cresc. Absoluto |
|-----|---------------------------------|-------------------------|-------|-------|-----------------|
| 1º  | Analista de negócios            | Publicidade & Marketing | 4.574 | 5.514 | +940            |
| 2º  | Analista de pesquisa de mercado | Publicidade & Marketing | 2.456 | 3.044 | +588            |
| 3º  | Chefe de cozinha                | Expressões Culturais    | 1.824 | 2.061 | +237            |
| 4º  | Pesquisadores em geral          | Biotecnologia   P&D     | 4.184 | 4.401 | +217            |
| 5º  | Produtor cultural               | Patrimônio e Artes      | 154   | 260   | +106            |
| 6º  | Perfumista                      | Moda                    | 267   | 367   | +100            |
| 7º  | Designer de moda                | Moda                    | 323   | 407   | +84             |
| 8º  | Ator                            | Artes Cênicas           | 470   | 550   | +80             |
| 9º  | Professor de dança              | Artes Cênicas           | 384   | 464   | +80             |
| 10º | Editor de TV e vídeo            | Audiovisual             | 347   | 400   | +53             |

Os Analistas de pesquisa de mercado e os Analistas de negócios encabeçam o *ranking* e, juntos, foram responsáveis pela geração de 1,5 mil novos postos de trabalho no estado do Rio de Janeiro no período entre 2015 e 2017.

Acompanhando a ideia de geração de valor para o cliente, houve também o crescimento de profissionais que se dedicam a maximizar a experiência dos consumidores, como é o caso dos Chefes de cozinha (+237), Perfumistas (+100) e Designers de moda (+84).

Deixando um pouco de lado a lógica do consumo e direcionando o olhar para a tecnologia, também se destacaram as contratações em Biotecnologia e P&D, especialmente Pesquisadores em geral (+217), fato que reforça o papel estratégico dos segmentos no atual contexto de recuperação da atividade econômica e busca por novos mercados e tecnologias.

Quanto à análise dos municípios, a cidade do Rio de Janeiro naturalmente é a mais representativa no cenário criativo, e concentra 74,0% dos criativos do estado - que corresponde



# INDÚSTRIA CRIATIVA

## Análise Especial

a 65,8 mil trabalhadores. O município tem como principais áreas criativas Consumo (37,6%) e Tecnologia (44,0%), assim como registrado no estado do Rio de Janeiro.

No entanto, ao avaliar a participação dos criativos no mercado de trabalho, o principal destaque é Macaé. A cidade ocupa o papel de polo nacional de produção de petróleo e, mesmo com a crise no setor, manteve sua relevância no cenário criativo fluminense. 3,8% de todos os trabalhadores da cidade atuam com a criatividade, parcela consideravelmente superior à registrada no estado (2,2%) e a maior dentre todos os municípios do Rio de Janeiro.

Dada a vocação da cidade, o principal segmento criativo é P&D, que concentra 72,2% de todos os profissionais criativos de Macaé.

A cidade de Resende também se sobressai pela alta participação de criativos no mercado de trabalho (3,1%). Esse município concentra um polo automotivo e, por isso, apresenta um número expressivo de profissionais na área de Tecnologia, que concentra 67,8% das vagas criativas.

## Remuneração dos Trabalhadores Formais

Sob a ótica da remuneração, o **Rio de Janeiro** aparece como o principal *player* do mercado criativo. O estado fluminense registra o maior rendimento médio de profissionais criativos dentre todos os estados: R\$ 10.667 - valor consideravelmente superior à média nacional (R\$ 6.801).

Além disso, a valorização dos criativos é evidente: a remuneração desses profissionais é mais de 3 vezes superior do salário médio geral fluminense (R\$ 3.197).

Os segmentos de P&D e Arquitetura apresentam as maiores

**Tabela 3:** Remuneração Média por Áreas e Segmentos Criativos

| Segmentos                  | 2015       | 2017       | Variação |
|----------------------------|------------|------------|----------|
| <b>Consumo</b>             | R\$ 7.846  | R\$ 7.490  | -4,5%    |
| Publicidade & Marketing    | R\$ 7.559  | R\$ 7.370  | -2,5%    |
| Arquitetura                | R\$ 11.112 | R\$ 11.218 | 1,0%     |
| Design                     | R\$ 3.742  | R\$ 3.822  | 2,2%     |
| Moda                       | R\$ 2.430  | R\$ 2.713  | 11,6%    |
| <b>Cultura</b>             | R\$ 5.377  | R\$ 5.672  | 5,5%     |
| Expressões Culturais       | R\$ 2.214  | R\$ 2.418  | 9,2%     |
| Patrimônio e Artes         | R\$ 6.805  | R\$ 6.087  | -10,6%   |
| Música                     | R\$ 3.848  | R\$ 4.054  | 5,3%     |
| Artes Cênicas              | R\$ 9.859  | R\$ 11.362 | 15,2%    |
| <b>Mídia</b>               | R\$ 6.713  | R\$ 7.299  | 8,7%     |
| Editorial                  | R\$ 6.449  | R\$ 6.877  | 6,6%     |
| Audiovisual                | R\$ 7.061  | R\$ 7.863  | 11,4%    |
| <b>Tecnologia</b>          | R\$ 14.894 | R\$ 14.967 | 0,5%     |
| Pesquisa & Desenvolvimento | R\$ 17.738 | R\$ 18.134 | 2,2%     |
| TIC                        | R\$ 9.088  | R\$ 9.022  | -0,7%    |
| Biotecnologia              | R\$ 9.327  | R\$ 9.728  | 4,3%     |
| <b>Indústria Criativa</b>  | R\$ 10.671 | R\$ 10.667 | 0,0%     |

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

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



# INDÚSTRIA CRIATIVA

## Análise Especial

remunerações da economia criativa estadual, cerca de R\$ 18.134 e R\$ 11.218, respectivamente. Inclusive, em quatro dos treze segmentos os profissionais fluminenses possuem as maiores remunerações médias do país: Pesquisa & Desenvolvimento (R\$ 18.134), Artes Cênicas (R\$ 11.362), TIC (R\$ 9.022) e Audiovisual (R\$ 7.863).

**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.