

Economia Criativa: uma estratégia de desenvolvimento no início do século XXI

Creative Economy: a development strategy at the beginning of the 21st century)

Annanda Godim Carvalho¹

José Eduardo Manhães da Silva²

Resumo: Este artigo analisa a evolução da economia criativa no Brasil, considerando sua participação no Produto Interno Bruto (PIB), no mercado de trabalho, na distribuição regional e nas políticas culturais. A pesquisa, de natureza quantitativa, documental, exploratória e descritiva, utiliza dados da FIRJAN, do SEBRAE, do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais e do Observatório Itaú Cultural, principalmente entre 2004 e 2020. Os resultados indicam crescimento do PIB criativo e do emprego nos segmentos de tecnologia e consumo, retração das atividades culturais presenciais e concentração regional no Sudeste. Conclui-se que o setor possui relevância econômica e capacidade de adaptação, mas apresenta desigualdades setoriais e regionais, que exigem políticas estáveis, qualificação profissional e financiamento mais acessível.

Palavras-chave: Economia criativa. Inovação. Políticas Públicas.

Abstract: This article analyzes the evolution of the creative economy in Brazil, considering its contribution to Gross Domestic Product (GDP), the labor market, regional distribution, and cultural policies. The study adopts a quantitative, documentary, exploratory, and descriptive approach, using data from FIRJAN, SEBRAE, the National System of Cultural Information and Indicators, and the Itaú Cultural Observatory, mainly covering the period from 2004 to 2020. The results indicate growth in creative GDP and employment in the technology and consumer-oriented segments, a decline in in-person cultural activities, and regional concentration in the Southeast. The study concludes that the sector is economically relevant and adaptable but presents sectoral and regional inequalities that require stable policies, professional training, and more accessible funding.

Keywords: Creative Economy. Innovation. Public Policies.

1 Introdução

A internet, tal como a conhecemos atualmente, é o resultado de um processo de inovação tecnológica, colaboração acadêmica e desenvolvimento militar. Sua origem remonta à década de 1960, com a criação da ARPANET, rede desenvolvida pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos para troca de informações estratégicas. Com o passar dos anos, a internet foi se expandindo para o uso comercial e privado, transformando profundamente as formas de comunicação, trabalho e consumo.

¹ Bacharel em Economia, Universidade Federal Fluminense. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6933-6424>. E-mail: annandacarvalho@id.uff.br.

² Professor Doutor em Planejamento Regional e Gestão da Cidade, Departamento de Ciências Econômicas de Campos. Universidade Federal Fluminense. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4845-5480>. E-mail: jmanhaes@id.uff.br.

Entre um dos desdobramentos da revolução digital está o surgimento do e-commerce, que se firmou como uma ponte entre o mundo físico e o ambiente virtual no campo das transações econômicas. O comércio eletrônico possibilitou que empresas e consumidores interagissem de forma contínua e global, superando limitações temporais e geográficas. Essa nova dinâmica de consumo abriu espaço para novos modelos de negócios, ampliando o acesso ao mercado e estimulando a inovação empresarial.

Paralelamente, emergiu o conceito de "indústria criativa", base da atual economia criativa, formulado oficialmente na Austrália em 1994 com a política "*Creative Nation*". Essa iniciativa visava utilizar a cultura, as mídias digitais e a criatividade como instrumentos de desenvolvimento econômico e identidade nacional.

À medida que passou a integrar o sistema produtivo, a economia criativa consolidou-se como força impulsionadora da inovação, da inclusão e do desenvolvimento sustentável. Trata-se de um setor dinâmico, que ultrapassa as fronteiras tradicionais da economia ao articular cultura, tecnologia e criatividade em uma sociedade baseada no conhecimento.

Nesse contexto, a economia criativa abrange setores que utilizam a criatividade e o capital intelectual como insumos para criar, produzir e distribuir bens e serviços. A internet amplia esse processo ao permitir que criadores alcancem mercados globais de forma ágil, acessível e econômica.

Além disso, a economia criativa atua em duas frentes: como condutora da criatividade e do capital humano no fortalecimento de objetivos sociais e culturais, e como catalisadora de transformações econômicas por meio da tecnologia. Isso inclui a criação de pequenos negócios com baixas barreiras de entrada, fomentando o empreendedorismo e impulsionando a geração de renda e empregos.

A economia criativa tem se consolidado como impulsor do desenvolvimento socioeconômico, alicerçada na geração de riqueza, bem-estar social e valorização da diversidade cultural. Este trabalho parte da hipótese de que o crescimento da economia criativa é consistente e sustentável desde sua concepção, impulsionado pela digitalização dos processos produtivos, pela

globalização das expressões culturais e pelo fortalecimento de políticas públicas voltadas ao setor.

O objetivo deste estudo é analisar a evolução do financiamento da economia criativa e seus efeitos sobre emprego, renda, inovação tecnológica e novos modelos de gestão e expressão cultural. Especificamente, busca-se identificar os principais setores e características dessa economia, avaliar sua participação no Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro e no mercado de trabalho e analisar as políticas públicas de fomento.

A pesquisa justifica-se pela importância do setor criativo para a inovação, a transformação digital, o desenvolvimento regional e a construção de uma sociedade mais inclusiva, participativa e culturalmente ativa.

Este trabalho organiza-se em cinco seções, além desta introdução. A segunda seção apresenta a metodologia utilizada. A terceira seção apresenta as referências teóricas. A quarta seção apresenta a indústria criativa no Brasil e discute os aspectos relacionados ao tema e a quinta seção é composta pelas considerações finais.

2 Metodologia

Esta pesquisa adota abordagem quantitativa, documental, exploratória e descritiva. O objeto de análise é a economia criativa no Brasil, examinada por meio de indicadores de participação no PIB, emprego formal, composição setorial, distribuição territorial, beneficiários de políticas culturais e captação de recursos.

Foram utilizados dados secundários provenientes da FIRJAN, do SEBRAE, do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC), do Observatório Itaú Cultural e de documentos do BNDES e do Ministério da Cultura. A seleção das fontes considerou a disponibilidade pública dos dados, a identificação da metodologia de produção dos indicadores, a cobertura nacional ou regional e a pertinência em relação aos objetivos da pesquisa.

Os períodos variam conforme a disponibilidade de cada base: participação da economia criativa no PIB entre 2004 e 2020; comparação entre o PIB criativo e o PIB nacional entre 2005 e 2020; participação estadual e mercado de trabalho entre 2017 e 2020; beneficiários do Vale-Cultura entre 2014 e 2016; captação da Lei Rouanet entre 2012 e 2020; e composição setorial nos

anos de 2012 e 2020. Essa heterogeneidade impede a construção de uma única série longitudinal e constitui uma limitação da pesquisa.

Os dados foram organizados no Microsoft Excel e analisados por meio de estatística descritiva, com cálculo e comparação de participações percentuais, variações relativas, frequências absolutas e diferenças temporais e setoriais. Não foram utilizados modelos inferenciais ou procedimentos de identificação causal. Desse modo, os resultados permitem identificar tendências, associações e mudanças de composição, mas não demonstrar efeitos causais das políticas públicas sobre o crescimento da economia criativa.

Uma limitação decorre das diferenças conceituais e classificatórias entre as instituições responsáveis pelos dados, além da predominância de informações sobre vínculos formais de trabalho. Tais restrições são consideradas na interpretação dos resultados, evitando-se generalizações para toda a economia criativa ou para o trabalho informal.

3 Referencial Teórico

A seguir serão apresentadas as referências teóricas básicas que fundamentam esta pesquisa, abordando a economia criativa, políticas públicas e os principais mecanismos de incentivo à cultura.

Economia Criativa

O conceito de criatividade é fundamental para compreender a economia criativa, sendo uma noção multidimensional que se manifesta de forma complexa em diversos setores. No campo da psicologia, Winnicott (1975 *apud* Bendassolli, 2007) define criatividade como “a expressão do potencial humano de realização, o qual se manifesta mediante atividades geradoras de produtos tangíveis”.

Já Hesmondhalgh (2000 *apud* Bendassolli, 2007) define criatividade como “a capacidade, detida por indivíduos ou grupos, de manipular símbolos e significados com o intuito de gerar algo inovador”. Essa concepção reforça a criatividade como elemento-chave para o desenvolvimento de soluções originais, articulando dimensões psicológicas e culturais no contexto da economia criativa. Howkins (2001), por sua vez, discute a relação entre criatividade e economia, e marca o surgimento do termo economia criativa. Segundo o autor: “a criatividade não é uma coisa nova e nem a economia o é, mas o que é nova é a natureza e a extensão da relação entre elas e a forma como combinam para criar

extraordinário valor e riqueza”. O autor atribui o crescimento da economia criativa à globalização e digitalização dos produtos culturais.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (2020), as indústrias criativas englobam atividades econômicas baseadas na criatividade, no conhecimento e na cultura, com atuação em áreas como artes visuais, audiovisual, arquitetura, moda, música, literatura, turismo, jogos digitais, mídias digitais e desenvolvimento de softwares. Essas indústrias são relevantes não apenas pela geração de emprego, renda e divisas, mas também por promoverem inovação, diversidade cultural e inclusão social.

Políticas Públicas

São diversos os autores precursores dos estudos na área de políticas públicas. Cada um desses estudiosos contribuiu para o desenvolvimento conceitual e metodológico do campo, trazendo abordagens inovadoras e complementares que moldaram a forma como as políticas públicas são formuladas, implementadas e analisadas até hoje.

Lasswell (1936) aproximou a análise de políticas públicas do conhecimento científico e da prática governamental. Simon (1957), por sua vez, formulou o conceito de racionalidade limitada, baseado nas restrições enfrentadas pelos formuladores, enquanto Easton (1965) definiu as políticas públicas como um ciclo de formulação, implementação e resultados, influenciado por atores sociais e políticos.

A atuação dos agentes da sociedade também contribui para a formação de arranjos institucionais, entendidos como “o conjunto de regras, mecanismos e processos que determinam a forma específica de coordenação entre atores e interesses na implementação de uma política pública” (Fiani, 2011, *apud* Siliansky, Hasenclever e Peixoto, 2018).

Lei Rouanet

Sancionada em 1991, a Lei Rouanet (Lei nº 8.313/1991) é uma política pública de incentivo à cultura que visa democratizar o acesso e fomentar a produção artística no Brasil. Seus pilares incluem a ampliação do acesso à cultura, valorização das manifestações artísticas nacionais, proteção de expressões culturais, preservação do patrimônio e estímulo à criação cultural (Brasil, 2024).

A Lei Rouanet permite que pessoas físicas e jurídicas destinem parte do valor do Imposto de Renda (IR) devido, para financiar projetos culturais aprovados pelo Ministério da Cultura. Inicialmente, um projeto é submetido no Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura (SALIC)³. Após análise e aprovação, o proponente pode captar recursos de patrocinadores ou doadores, devendo cumprir exigências como democratização de acesso e contrapartidas sociais. Os valores captados devem seguir o orçamento aprovado, com prestação de contas obrigatória e sujeita à fiscalização. O incentivo fiscal é efetivado com a dedução do valor investido no IR, respeitados os limites legais (Olivieri, 2023).

Vale Cultura

Criado pela Lei nº 12.761/2013, o Vale Cultura foi um benefício do governo federal que visava ampliar o acesso da população a bens culturais, como livros, música, teatro e cinema, por meio de um cartão pré-pago destinado a trabalhadores com carteira assinada e renda de até cinco salários-mínimos (Brasil, 2016). As empresas aderiam voluntariamente ao programa, depositando até R\$ 50,00 mensais, com possibilidade de contribuição do trabalhador (Brasil, 2012). Segundo Silva e Santos (2015), o programa não apenas democratizava o consumo cultural, como também fortalecia a economia criativa.

4 Resultados e Discussões

Indústrias Criativas no Brasil

A economia criativa, que combina inovação, cultura e tecnologia, tem se consolidado como meio de desenvolvimento socioeconômico no Brasil, abrangendo setores como audiovisual, *design*, arquitetura, moda e economia digital. No entanto, mesmo antes dessa formalização, o Brasil já contava com expressivos setores culturais, como música e cinema, que começaram a ser fortalecidos desde os anos 1950 com iniciativas como o Instituto Nacional do Cinema Educativo (INCE) e a Empresa Brasileira de Filmes S.A (Embrafilme) (BNDES, 2018).

Em 2012, foi criada a Secretaria de Economia Criativa⁴ para promover políticas específicas para o setor criativo, com apoio ampliado do BNDES

³ Obedecendo limites e critérios da Instrução Normativa nº 1/2023

⁴ Decreto nº 7.743/2012. Em 31 de maio de 2012.

(BNDES, 2018). A década de 2010 viu o fortalecimento de *startups* criativas e setores como jogos digitais, *design* e moda, consolidando o Brasil como um dos principais mercados criativos da América Latina.

Entre 2015 e 2022, a economia criativa brasileira enfrentou instabilidade econômica, redução dos investimentos e descontinuidade das políticas públicas. A pandemia da COVID-19 agravou esse cenário ao interromper atividades culturais, mas também acelerou a digitalização de setores como música e audiovisual. Apesar das dificuldades, estudos do Sebrae (2021), do Observatório da Economia Criativa da Bahia destaca a resiliência do setor e sua relevância para a geração de empregos e inovação.

Apesar dos desafios, parcerias locais e colaborações internacionais percebe-se a continuidade de ações voltadas à capacitação, ao treinamento e ao fortalecimento de ecossistemas criativos. Essas iniciativas ajudaram empreendedores e artistas a desenvolverem competências e manterem suas atividades. Além disso, a adoção do termo "economia criativa" por Secretarias de Cultura em estados como Rio de Janeiro, São Paulo, Amazonas e Distrito Federal evidencia o reconhecimento crescente da relevância desse setor nas políticas públicas.

Em 2023, a política "Brasil Criativo"⁵ foi retomada com foco nos Territórios Criativos e na criação do Conselho Nacional da Economia Criativa, buscando consolidar o setor como estratégia de desenvolvimento socioeconômico. A nova agenda prioriza a preservação do patrimônio cultural e o incentivo ao empreendedorismo inclusivo⁶, ampliando o acesso ao financiamento e promovendo a diversidade cultural.

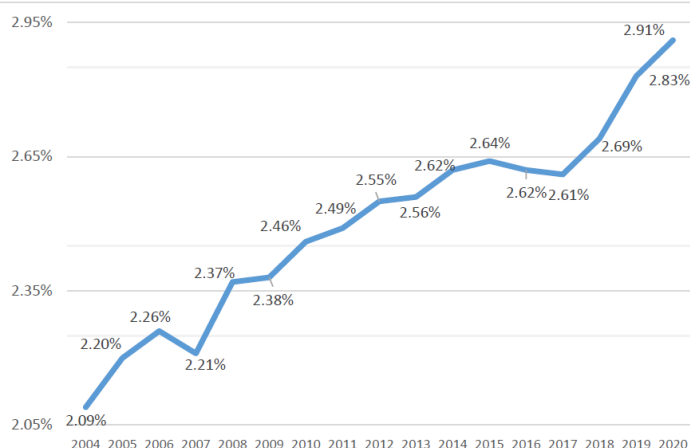
O setor das indústrias criativas é um dos que mais cresce globalmente, denominado PIB Criativo, e, no Brasil, representa cerca de 3,0% do PIB, gerando mais de 1 milhão de empregos. Contudo, a análise de sua evolução é dificultada pela escassez de dados sistematizados, uma vez que a economia criativa é uma área de estudo recente e os órgãos responsáveis ainda estão em processo de

⁵ Brasil Criativo é um programa do governo federal brasileiro voltado ao fomento da Economia Criativa, com foco na valorização da diversidade cultural, inclusão produtiva, geração de renda e estímulo ao empreendedorismo no setor cultural e criativo (Brasil, 2023).

⁶ "Políticas e programas de empreendedorismo inclusivo visam garantir que todas as pessoas, independentemente de sua origem e características pessoais, tenham oportunidades iguais de iniciar e administrar seus próprios negócios." (OECD, 2017).

consolidação de informações. Por isso, as análises apresentadas a seguir não obedecem a uma sequência temporal padronizada. O Gráfico 1 ilustra a variação percentual do PIB criativo no Brasil.

Gráfico 1: Evolução Percentual do PIB Criativo no Brasil - 2004 a 2020



Fonte: Elaborado pelos autores com base em FIRJAN (2020).

O Gráfico 1 mostra a evolução da participação da indústria criativa no PIB brasileiro entre 2004 e 2020, com fases distintas de crescimento, estabilidade e declínios. Entre 2004 e 2006, o PIB criativo apresentou crescimento de 2,09% para 2,26%, revelando um início de tendência positiva. Apesar de uma leve retração para 2,21% em 2007.

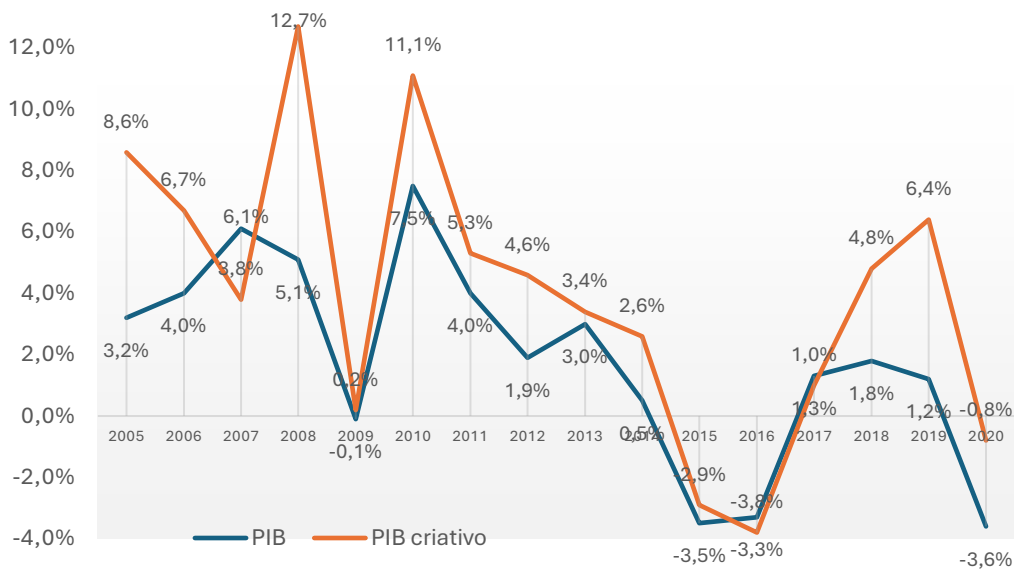
De 2008 a 2015, observou-se uma expansão contínua, com valores passando de 2,37% para 2,64%. Esse período foi caracterizado por incrementos anuais relativamente estáveis e indica um período de consolidação de políticas e práticas. Nos anos de 2016 e 2017, a taxa permaneceu estável entre 2,62% e 2,61%.

De 2018 a 2020, a participação do PIB criativo aumentou de 2,69% para 2,91%, movimento possivelmente associado à expansão dos segmentos de tecnologia e entretenimento digital, especialmente durante a pandemia da COVID-19. A adoção de modelos digitais e o maior uso da internet reforçaram a resiliência do setor diante das oscilações econômicas e políticas. Contudo, a ausência de políticas públicas estruturadas e os baixos investimentos em infraestrutura e formação profissional ainda limitam seu potencial.

PIB Criativo *versus* PIB Brasil

O Gráfico 2, a seguir, compara o comportamento do PIB da indústria criativa frente a evolução do PIB brasileiro no período de 2005 a 2020.

Gráfico 2: PIB Criativo versus PIB Brasil



Fonte: Elaborado pelos autores com base em FIRJAN (2020).

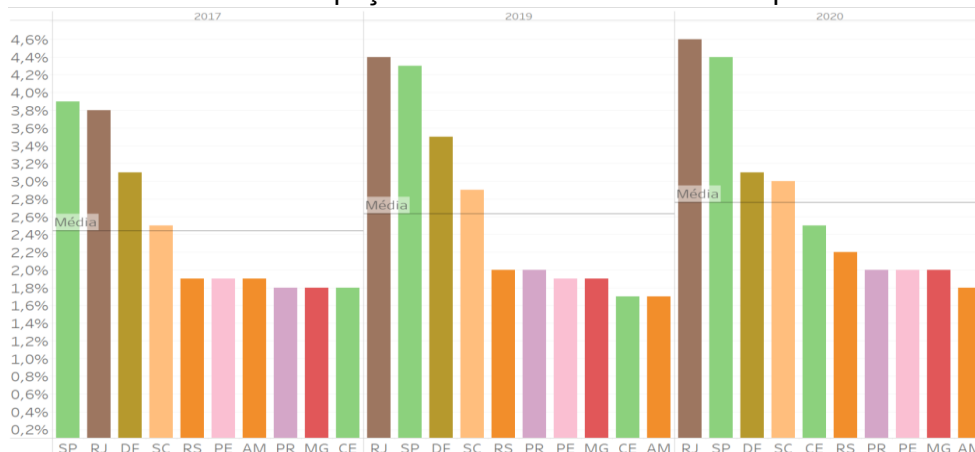
Entre 2006 e 2008, a economia criativa cresceu acima do PIB nacional, alcançando 12,7% em 2008, ante 5,1% do país. Com a crise financeira global, em 2009, o PIB brasileiro recuou 0,1%, enquanto o PIB criativo cresceu 0,2%. Em 2010, o setor retomou o dinamismo, com expansão de 11,1%, superior aos 7,5% do PIB nacional. Contudo, entre 2014 e 2016, enfrentou retrações e, em 2016, caiu 3,8%, ante 3,3% do PIB brasileiro, demonstrando resiliência em alguns períodos, mas também vulnerabilidade aos ciclos recessivos.

Entre 2017 e 2019, a economia criativa apresentou recuperação e cresceu acima do PIB nacional. Em 2019, o PIB criativo avançou 6,4%, ante 1,2% do PIB brasileiro, evidenciando seu potencial de expansão em períodos de estabilidade. Em 2020, a pandemia da COVID-19 provocou retração nos dois indicadores: o PIB nacional caiu 3,6%, enquanto o PIB criativo recuou 0,8%, demonstrando maior resiliência diante da crise.

Economia Criativa e a participação dos estados brasileiros

A indústria criativa brasileira concentra-se historicamente na Região Sudeste, sobretudo em São Paulo e no Rio de Janeiro. Este último lidera a participação da economia criativa no PIB estadual, com 4,62%, diante da média nacional de 2,91%. O Gráfico 3 apresenta a participação do setor no PIB das unidades federativas.

Gráfico 3: Participação Percentual do PIB Criativo por Estado



Fonte: Elaborado pelos autores com base em SEBRAE (2020).

Entre 2017 e 2020, São Paulo e Rio de Janeiro lideraram a participação da indústria criativa nos respectivos PIBs. Em 2020, o Rio de Janeiro alcançou 4,62%, superando os 4,41% de São Paulo, resultado associado à força dos segmentos de audiovisual, tecnologia e consumo. O Distrito Federal registrou 3,07% em 2020, enquanto Santa Catarina e Rio Grande do Sul atingiram, respectivamente, 2,9% e 2,0% em 2019. Minas Gerais, Ceará e Amazonas permaneceram abaixo das principais participações nacionais entre 2017 e 2019. A análise do Gráfico 3, demonstra que, entre 2017 e 2020, apenas quatro unidades federativas (São Paulo, Rio de Janeiro, Distrito Federal e Santa Catarina) apresentaram crescimento na participação da indústria criativa em seus PIBs acima da média⁷ nacional. Esse desempenho foi suficiente para elevar a média nacional, fazendo com que o crescimento do PIB do setor criativo fosse relativamente superior ao do PIB nacional.

Mercado de Trabalho do setor Criativo

Em 2020, o mercado de trabalho criativo brasileiro alcançou 935 mil profissionais formalmente empregados (FIRJAN, 2020), enquanto o setor movimentou aproximadamente R\$ 217 bilhões (FIRJAN, 2022). Esses resultados evidenciam sua relevância para a geração de emprego e renda e para o fortalecimento das cadeias produtivas. O mesmo estudo aponta que a pandemia de Covid-19 acelerou a digitalização e transformou métodos

⁷ Exibida na linha que corta horizontalmente o gráfico.

produtivos, impactando os setores econômicos de forma desigual, conforme suas estruturas.

A Tabela 1 apresenta um panorama do mercado de trabalho e da composição do Núcleo Criativo entre 2017 e 2020. O mercado de trabalho total sofreu uma leve retração de -1,03% entre 2019 e 2020, enquanto o Núcleo Criativo cresceu 11,7% entre 2017 e 2020 e apresentou um aumento de 1,8% entre 2019 e 2020.

Tabela 1: Mercado de Trabalho Criativo (2017-2020)

Segmento	Empregos			Variação %		Núcleo Criativo		
	2017	2019	2020	20/17	20/19	2017	2019	2020
Núcleo Criativo	837.206	919.010	935.314	11,7%	1,8%	100,0%	100,0%	100,0%
Cultura	64.853	68.423	60.166	-7,2%	-12,1%	7,7%	7,4%	6,4%
Expr. Culturais	28.403	32.958	30.621	7,8%	-7,1%	3,4%	3,6%	3,3%
Artes Cênicas	10.802	9.852	7.930	-26,6%	-19,5%	1,3%	1,1%	0,8%
Música	11.478	11.961	10.769	-9,7%	-10,0%	1,4%	1,3%	1,2%
Patrim. e Artes	14.170	13.652	11.246	-20,6%	-17,6%	1,7%	1,5%	1,2%
Tecnologia	310.439	338.053	350.330	12,8%	3,6%	37,1%	36,8%	37,5%
TIC	123.415	137.695	146.224	18,5%	6,2%	14,7%	15,0%	15,6%
Biotecnologia	31.012	34.841	38.044	22,7%	9,2%	3,7%	3,8%	4,1%
P&D ¹¹	156.012	165.478	166.023	6,4%	0,3%	18,6%	18,0%	17,8%
Consumo	366.352	419.949	439.517	20,0%	4,7%	43,8%	45,7%	47,0%
Public. & Mark.	150.794	199.491	223.497	48,2%	12,0%	18,0%	21,7%	23,9%
Design	76.090	81.666	81.458	7,1%	-0,3%	9,1%	8,9%	8,7%
Arquitetura	94.687	97.376	95.214	0,6%	-2,2%	11,3%	10,6%	10,2%
Moda	44.667	37.138	36.976	-17,2%	-0,4%	5,4%	4,6%	4,0%
Mídia	95.562	92.528	85.301	-10,7%	-7,9%	11,4%	10,1%	9,1%
Editorial	54.784	47.609	40.760	-25,6%	-14,4%	6,5%	5,2%	4,4%
Audiovisual	40.884	38.486	38.486	-5,9%	-5,9%	4,9%	4,2%	4,1%
Total	46.281.590	46.716.492	46.236.176	-0,10%	-1,03%	-	-	-

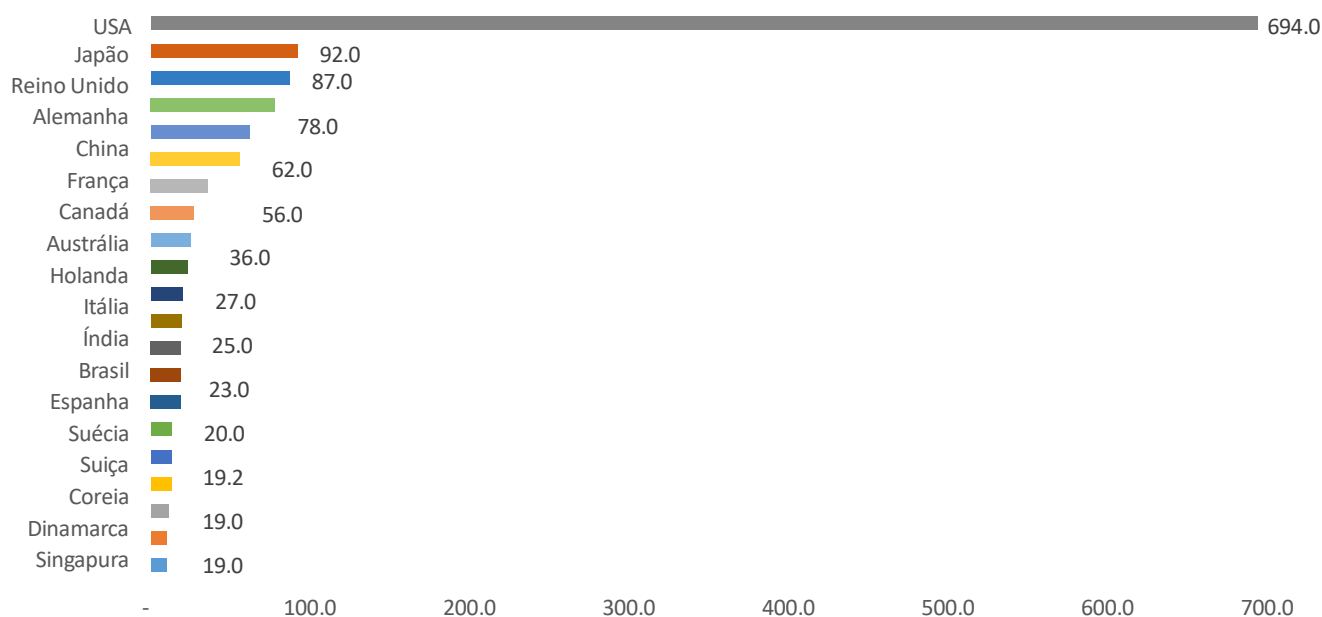
Fonte: SEBRAE (2020).

Conforme a Tabela 1, o crescimento foi impulsionado pelos segmentos de tecnologia e consumo. Entre 2017 e 2020, a tecnologia avançou 12,8% e alcançou 37,5% dos empregos criativos, com destaque para Biotecnologia (22,7%) e Tecnologias da Informação e Comunicação (18,5%). O segmento de consumo cresceu 20,0%, liderado por Publicidade e Marketing, que avançou 48,2% e passou a representar 23,9% dos empregos do setor.

Em contraste, os setores tradicionais da cultura registraram queda de 7,2% nos empregos, sobretudo Artes Cênicas (-26,6%) e Patrimônio e Artes (-20,6%). A retração evidencia o impacto da crise sanitária sobre atividades dependentes da presença física. A perda de participação desses segmentos no Núcleo Criativo também indica uma reconfiguração estrutural do setor.

O Gráfico 4, a seguir, apresenta a participação de diferentes países no mercado global de tecnologia, em termos de volume de receita (em bilhões de dólares).

Gráfico 4: Ranking global de tecnologia - 2022



Fonte: ABES (2022).

Em 2022, os EUA lideraram com 51,6% do mercado tecnológico global, seguidos por Japão (6,8%) e Reino Unido (6,5%). A Europa, como bloco, somou 27,5%. O Brasil, com 1,24%, destacou-se na indústria de jogos digitais e audiovisual, beneficiando-se da incorporação de tecnologias e da sinergia entre os setores criativo e tecnológico. Cabe destacar que o Brasil ocupa a 12ª posição no mercado global de tecnologia, com 1,3% de participação e US\$ 19,2 bilhões em volume, sendo o principal destaque da América Latina.

As próximas seções abordarão e analisarão o Vale Cultura e a Lei Rouanet.

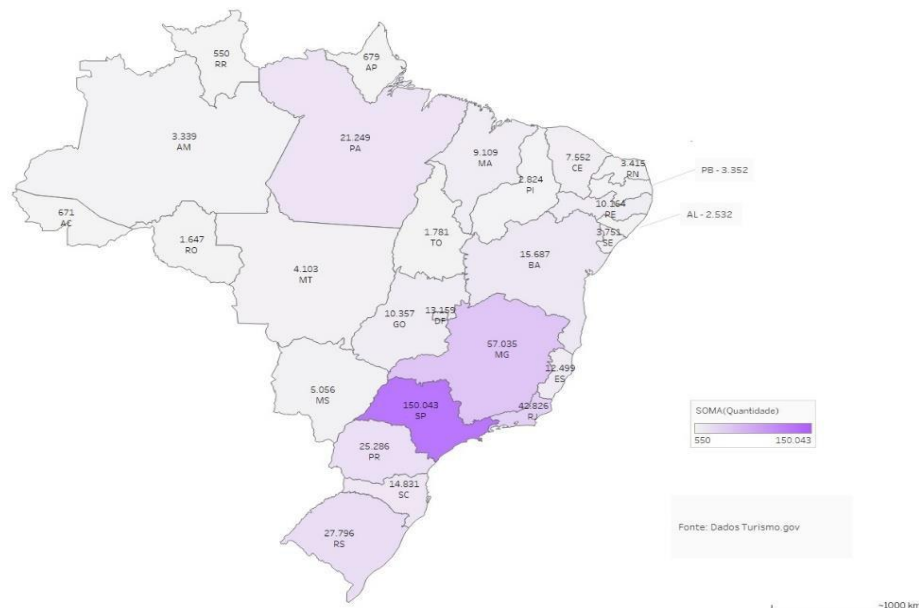
Vale Cultura

O Vale Cultura⁸ constituiu-se em uma iniciativa voltada à democratização do acesso a atividades culturais, com ênfase nas camadas de menor renda da população, ao mesmo tempo em que buscava estimular a indústria cultural

⁸ O Vale-Cultura estava previsto para encerrar-se no final de 2016 e embora tenham sido apresentados projetos de lei para prorrogá-lo, nenhuma das propostas avançou no Congresso. A extinção do incentivo tributário foi, portanto, o motivo central para a inviabilidade e consequente encerramento do Vale-Cultura em 2020 (Brasil, 2016).

nacional. Apesar de seu potencial significativo, o programa foi encerrado em 2020. A Figura 1 apresenta a distribuição dos beneficiários do Vale Cultura no período de 2014 a 2016.

Figura 1: Distribuição de beneficiários do Vale Cultura de 2014 a 2016.



Fonte: Elaborado pelos autores com base em dados do BRASIL (2016).

Dos 448.577 beneficiários do Vale-Cultura, 262.403 estavam no Sudeste, equivalente a 58,5% do total. Em seguida aparecem Sul, com 67.833 beneficiários (15,1%); Nordeste, com 58.010 (12,9%); Centro-Oeste, com 31.015 (6,9%); e Norte, com 29.316 (6,5%). Essa desigualdade regional reflete a concentração dos vínculos formais de trabalho no Sudeste, requisito fundamental para o acesso ao programa.

Lei Rouanet

De acordo com o BNDES (2013), o instrumento da Lei Rouanet (Lei nº 8.313/1991) tornou-se uma das principais políticas públicas de fomento à cultura no Brasil, criada em um contexto de escassez de recursos estatais e incentivo à participação do setor privado.

Por meio do Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC)⁹, empresas e pessoas físicas podem destinar parte dos impostos a projetos culturais, por meio de doações ou patrocínios. Embora estimule o financiamento da cultura, o modelo é criticado pela influência do mercado na seleção dos

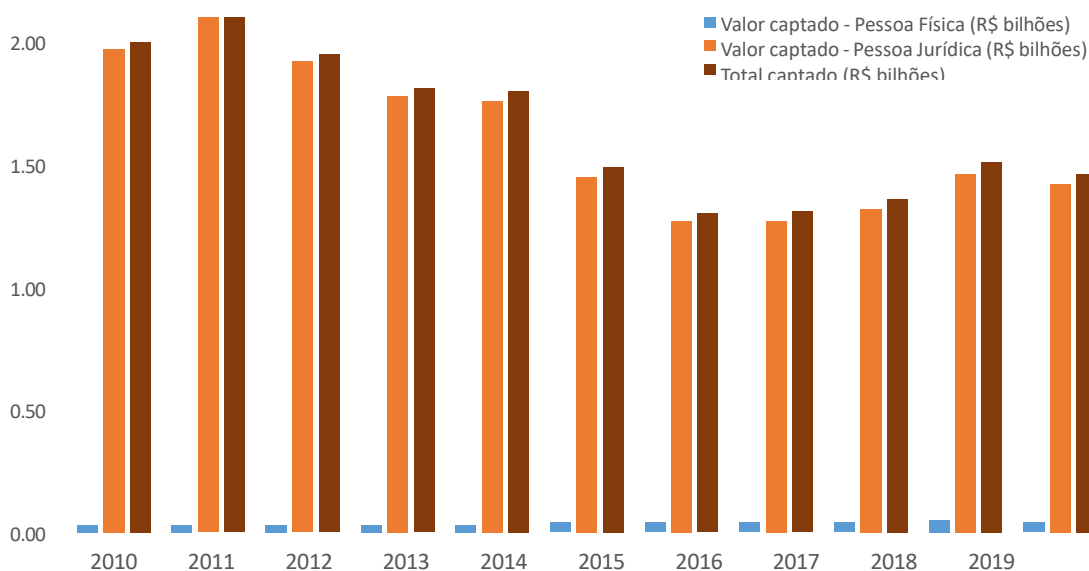
⁹ Programa Nacional de Apoio à Cultura, é uma iniciativa do governo brasileiro instituída pela Lei nº 8.313/1991, conhecida como Lei Rouanet (Brasil, 1991).

projetos, pois utiliza recursos de renúncia fiscal. Na década de 1990, o aumento da dedução e a simplificação dos trâmites ampliaram sua atratividade. Entre 2011 e 2014, a criação da Secretaria da Economia Criativa e a execução do Plano 2011-2014 fortaleceram o apoio a pequenos empreendedores e incentivaram a integração entre inovação, sustentabilidade e inclusão social.

De acordo com estudo publicado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), o impacto macroeconômico da Lei Rouanet é positivo e tem um efeito multiplicador de 1,59 sobre o PIB, ou seja, a cada 1 real investido, a capacidade de geração de valor foi de 1,59 reais (FGV, 2020)¹⁰.

O Gráfico 5, a seguir, ilustra a evolução dos valores captados entre 2010 e 2020, detalhando as contribuições de pessoas físicas, jurídicas e o total arrecadado no período.

Gráfico 5: Captação da Lei Rouanet



Fonte: Elaboração própria com base nos dados do Itaú Cultural (2021)

A análise da captação de recursos via Lei Federal de Incentivo à Cultura entre 2010 e 2020 revela uma forte relação com o contexto econômico do período. De 2010 a 2014, percebe-se um crescimento, com pico em 2011 (R\$ 2,13 bilhões), impulsionado pelo apoio de empresas devido aos incentivos fiscais. A partir de 2012, verifica-se uma queda gradual, o que reflete, em 2014, o início da desaceleração econômica.

¹⁰ Resumo estendido da FGV sobre impacto econômico da Lei Rouanet.

Entre os anos 2015 e 2017, os recursos provenientes da Lei Rouanet sofreram queda e chega a R\$ 1,30 bilhões em 2016. Uma tímida recuperação é observada em 2018 e 2019, que foi interrompida pela pandemia da COVID-19, que reduziu o volume para R\$ 1,46 bilhão em 2020. Ao longo da série, a participação de pessoas físicas permaneceu baixa, evidenciando a forte dependência do setor cultural do patrocínio empresarial e sua consequente vulnerabilidade a crises econômicas.

A Tabela 2 apresenta o valor captado pela Lei Rouanet ao longo dos anos no período de 2012 a 2020¹¹:

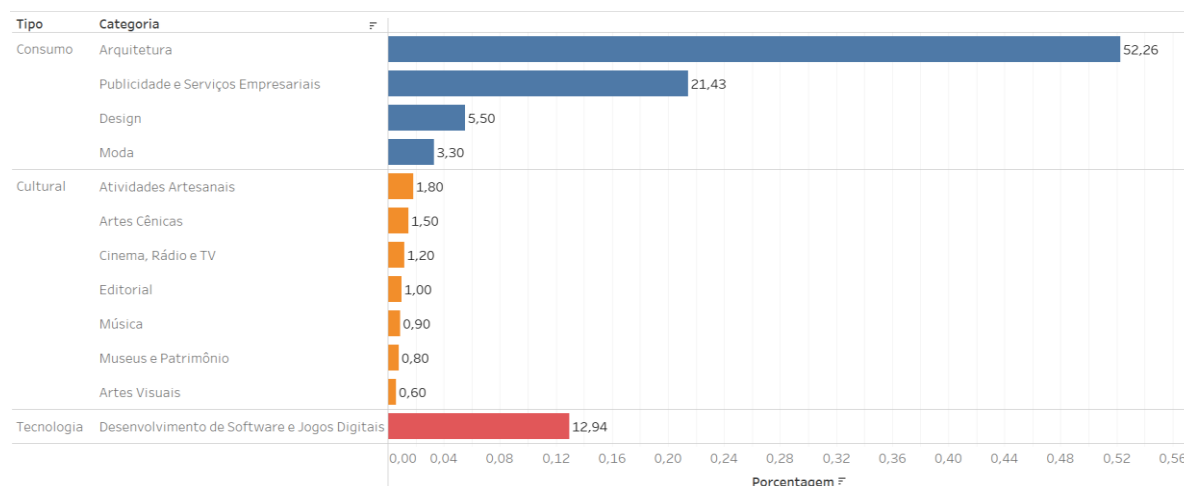
Tabela 2 - Valor captado pela Lei Rouanet.

Ano	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
R\$ (bilhões)	1,65	1,46	1,6	1,19	1,14	1,15	1,29	1,39	1,04

Fonte: Itaú Cultural (2021)

Entre 2012 e 2020, a captação oscilou, com pico de R\$ 1,65 bilhão em 2012 e quedas acentuadas em 2015 e 2020, associadas à recessão brasileira e à pandemia da COVID-19. Após 2015, houve recuperação gradual até 2019, quando o valor se aproximou da média histórica de R\$ 1,32 bilhão. A nova retração em 2020 interrompeu essa tendência e evidenciou a vulnerabilidade do setor, que não retomou o nível alcançado em 2012.

Gráfico 6: Distribuição setorial do PIB criativo em 2012.



Fonte: Elaborado pelos autores com base em Itaú Cultural (2021).

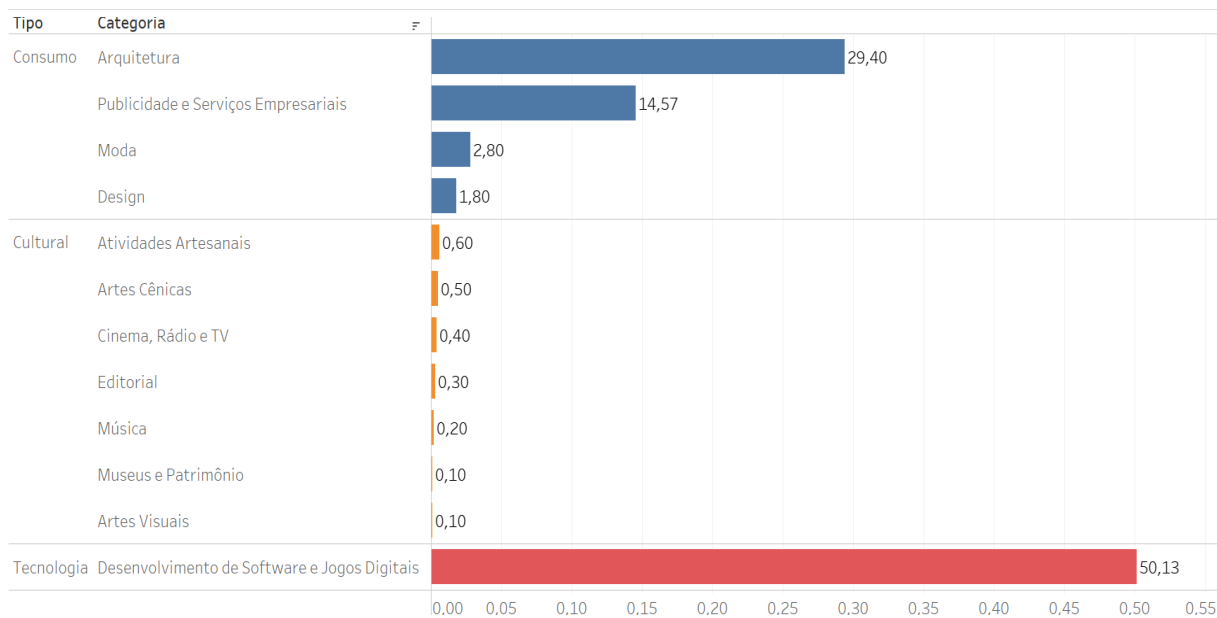
O Gráfico 6 mostra que, em 2012, a economia criativa concentrava-se no segmento de Consumo, sobretudo em Arquitetura (52,26%) e Publicidade e Serviços Empresariais (21,43%). Tecnologia, representada por Desenvolvimento

¹¹ Dados retirados do Ministério da Cultura – Governo Federal do Brasil.

de *Software* e Jogos Digitais, alcançou 12,94%, enquanto as atividades culturais tiveram menor participação, com apenas 1,80% em Atividades Artesanais. Essa distribuição revela o predomínio dos setores de maior valor comercial.

O Gráfico 7, a seguir, apresenta a nova configuração setorial do PIB criativo no ano de 2020, possibilitando uma análise comparativa com 2012.

Gráfico 7: Distribuição setorial do PIB criativo em 2020.



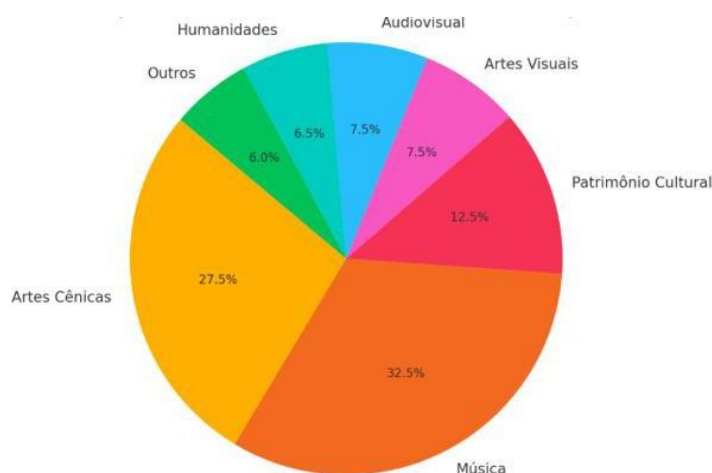
Fonte: Elaborado pelos autores com base em Itaú Cultural (2021).

Em 2020, o segmento de desenvolvimento de *software* e jogos digitais passou a responder por 50,13% do PIB criativo, seguido por arquitetura (29,40%) e publicidade e serviços empresariais (14,57%). O impacto da Indústria 4.0 alterou significativamente o perfil do PIB criativo brasileiro, resultando em forte expansão ao longo de oito anos: o setor ligado à produção de tecnologia avançou mais de 37 pontos percentuais nesse período.

O Gráfico 8, a seguir, ilustra a distribuição percentual dos recursos captados via Lei Rouanet entre 2012 e 2020¹² entre as diferentes áreas culturais.

¹² Números em termos de média do total investido no período de 2012 a 2020 em termos percentuais. Dados do observatório Itaú Cultural e do sistema de apoio às leis de incentivo à cultura.

Gráfico 8: Distribuição Percentual setorial 2012/2020.



Fonte: Elaborado pelos autores com base em Itaú Cultural (2021).

Observa-se que o setor de Música concentrou a maior parcela dos recursos, com 32,5%, seguida por Artes Cênicas (27,5%) e Patrimônio Cultural (12,5%). Audiovisual, Artes Visuais e Humanidades apresentaram participações entre 6,5% e 7,5%, enquanto a categoria “Outros” reuniu 6,0% dos recursos destinados a projetos não incluídos nas demais classificações.

5 Considerações Finais

Com base nos dados analisados, pode-se estabelecer que, entre 2004 e 2020, o PIB Criativo apresentou tendência geral de crescimento, apesar de períodos de desaceleração, indicando a consolidação e a capacidade de adaptação do setor. Durante a pandemia da COVID-19, as atividades culturais presenciais foram fortemente afetadas, mas o desempenho das áreas tecnológicas contribuiu para sustentar o PIB Criativo. A continuidade dessa expansão dependerá do fortalecimento de políticas públicas voltadas à inovação, à digitalização e à inclusão produtiva.

A digitalização foi essencial para a capacidade de reação do setor criativo, enquanto os segmentos menos adaptados às novas tecnologias sofreram maiores impactos. Embora o PIB Criativo tenha superado o PIB nacional em períodos favoráveis, também demonstrou vulnerabilidade nas crises. Uma recuperação mais equilibrada exige políticas de digitalização das empresas culturais, criação de plataformas de acesso para artistas e produtores e apoio específico aos setores tradicionais, com foco no desenvolvimento sustentável e inclusivo.

Na comparação entre estados, observa-se crescimento moderado da economia criativa em várias regiões, com destaque para Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Apesar disso, a concentração permanece no Sudeste e Sul, evidenciando desigualdades regionais e a necessidade de políticas que descentalizem e fortaleçam o setor em estados menos representados.

O Gráfico 4 evidencia a liderança dos Estados Unidos nos mercados tecnológicos e o potencial de expansão das economias emergentes. No Brasil, a baixa internacionalização e os investimentos insuficientes em pesquisa, desenvolvimento e infraestrutura tecnológica limitam a competitividade. Superar essas restrições exige políticas de integração entre tecnologia e economia criativa e o fortalecimento de parcerias internacionais.

No campo das políticas públicas, embora a Lei Rouanet tenha papel relevante, sua distribuição ainda favorece grandes projetos, em detrimento de iniciativas independentes e regionais. O fim do Vale Cultura também restringiu o acesso da população de baixa renda à cultura. Para ampliar o impacto do setor criativo, é necessário revisar os critérios de financiamento, promovendo descentralização e acesso mais democrático aos recursos.

Logo, a economia criativa é importante para o desenvolvimento socioeconômico do Brasil. No entanto, sua consolidação requer um planejamento estratégico que considere desigualdades regionais, competitividade internacional, valorização dos profissionais criativos e maior integração intersetorial. Investimentos consistentes e políticas eficazes são essenciais para transformar esse setor em um motor de desenvolvimento sustentável e inclusivo.

Com base na hipótese inicial, a economia criativa se confirma como um vetor estratégico para o desenvolvimento sustentável no século XXI. Ao mobilizar ativos intangíveis como cultura, conhecimento e inovação, ela contribui tanto para o crescimento econômico quanto para o bem-estar social e a valorização das identidades locais.

Pode-se depreender que, a evolução do financiamento destinado à economia criativa desempenha um papel central no fortalecimento desse setor como um agente transformador socioeconômico. Essa dinâmica não apenas promove a geração de novos postos de trabalho e renda, mas também estimula

a diversidade cultural, fomenta a adoção de novos modelos de gestão e impulsiona o desenvolvimento de linguagens inovadoras, com destaque para o uso de tecnologias avançadas.

Dessa forma, sua consolidação ao longo do tempo reforça a importância de políticas públicas e investimentos direcionados, capazes de posicionar a economia criativa como uma base sólida para o desenvolvimento econômico, social e cultural no contexto contemporâneo.

6 Referências

ABES - Associação Brasileira de Empresas de Software. Mercado Brasileiro de Software: Panorama & Tendências – 2022. Disponível em: <https://abes.com.br/download/51169/>. Acesso em: 20 fev 2025.

BENDASSOLLI, Pedro F. Estudo exploratório sobre indústrias criativas no Brasil e no estado de São Paulo. 2007, 95 p.

BNDES. A economia da cultura no Brasil: uma visão prospectiva. Rio de Janeiro: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, 2013. Disponível em: <https://web.bndes.gov.br>. Acesso em: 19 jan. 2025.

BNDES. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. Panorama da economia criativa no Brasil. Rio de Janeiro: BNDES, 2018.

BNDES. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. Relatório Anual BNDES 2013. Rio de Janeiro: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. Disponível em: Biblioteca Digital do BNDES, 2013

BNDES. Panorama da economia criativa no Brasil. Rio de Janeiro: BNDES, 2016.

BRASIL. Câmara dos Deputados. Projeto prorroga vigência de benefício fiscal do Vale-Cultura para 2020. Brasília, 28 jan. 2016. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/514934-projeto-prorroga-vigencia-de-beneficio-fiscal-do-vale-cultura-para-2020/>. Acesso em: 20 fev 2025.

BRASIL. Conselho Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC). Objetivos da Lei de Popularização e Democratização da Cultura. 2024.

BRASIL. Lei nº 12.761, de 27 de dezembro de 2012. Institui o Programa de Cultura do Trabalhador e o Vale-Cultura. Brasília, 2012. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br>. Acesso em: 20 fev 2025.

BRASIL. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura – PRONAC e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 24 dez. 1991. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8313cons.htm. Acesso em: 3 jun. 2025

BRASIL. Ministério da Cultura. Lei Rouanet: principais aspectos. 2023. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br>. Acesso em: 20 fev. 2025.

BRASIL. Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC). Vale Cultura. 2016. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ Ato2011- 2014/2012/Lei/L12761.htm. Acesso em: 12 jan. 2025.

EASTON, D. A Framework for Political Analysis Englewood Cliffs: Prentice Hall. 1965.

FIRJAN. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. 2020.

FIRJAN. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. Rio de Janeiro: Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro, 2022.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV). Impacto Macroeconômico da Lei Rouanet. 2020.

HOWKINS, John. The creative economy: how people make money from ideas. 2. ed. London: Penguin, 2001.

LASSWELL, H.D. Politics: Who Gets What, When, How Cleveland, Meridian Books. 1936.

OBSERVATÓRIO DA ECONOMIA CRIATIVA DA BAHIA. Site oficial do OBEC-BA. 2025. Disponível em: <https://obec.ufba.br/>. Acesso em: 10 fev. 2025.

OECD, 2017. The Missing Entrepreneurs 2017: Policies for Inclusive Entrepreneurship.

OLIVIERI, A. Manual atualizado com as novas regras – Lei Rouanet: Instrução Normativa nº 1, de 10 de abril de 2023. São Paulo: Olivieri Associados, 2023. Disponível em: <https://www.olivieriassociados.com.br/>. Acesso em: 10 fev 2025

SALIC. Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura. Brasília, DF: Ministério da Cultura, [s.d.]. Disponível em: <https://salic.cultura.gov.br/>. Acesso em: 9 fev 2025.

SEBRAE. economia criativa: Panorama e Perspectivas no Brasil, 2021.

SEBRAE. A economia criativa no Brasil: mercado de trabalho e desafios para o crescimento. São Paulo: SEBRAE, 2020.

SILIANSKY, Maria de Fátima; HASENCLEVER, Lia; PEIXOTO, André Luis Almeida. Arranjos institucionais em serviços dependentes de equipamentos para diagnóstico e terapêutica de doenças cardiovasculares: um estudo sobre as regiões Norte e Noroeste do estado do Rio de Janeiro. In: HASENCLEVER, Lia et al. Vulnerabilidades do Complexo Industrial da Saúde. Rio de Janeiro: E-papers, 2018. p. 253-276.

SILVA, J.; SANTOS, P. O Vale Cultura como ferramenta de inclusão social. Revista de Estudos Culturais, v. 8, n. 2, p. 23-38, 2015.

SIMON, Herbert. Comportamento Administrativo Rio de Janeiro: USAID. 1957

UNESCO. world report: investing in cultural diversity and intercultural dialogue. Unesco, 2009.

Recebido em: 29/mai/2026.

Aprovado em: 19/ago/2026.