

Conta Satélite da Economia Criativa do Estado de São Paulo



Processo de Construção dos Indicadores

Diálogo técnico entre a **Fundação Seade** e a **Secretaria de Cultura, Economia e Indústrias Criativas (SCEIC)** para estabelecer metodologia e classificação de atividades na Conta Satélite.

1 Proposta Inicial da Seade

Adoção da metodologia UNCTAD como referência internacional, com planilhas detalhando setores e produtos associados à Economia Criativa.

2 Análise Crítica da SCEIC

Apontamento de limitações para o contexto paulista e sugestão de estrutura ampliada que contemplasse maior diversidade de segmentos culturais e criativos.

A Secretaria sugeriu adotar estrutura articulando três dimensões: (i) base UNCTAD/UNESCO, (ii) detalhamento do documento Rotas Estratégicas da Economia Criativa 2035 e (iii) CNAEs utilizados nas políticas públicas de fomento.

A Preocupação com o Setor Audiovisual

A SCEIC identificou a ausência de CNAEs relevantes para o audiovisual, setor estratégico para a política cultural, com base na pesquisa da SPCine, especialmente relacionados a TV por assinatura e jogos digitais.

3 Esclarecimento da Seade: Limitações da CNAE

A Fundação Seade respondeu

esclarecendo que não é possível compatibilizar integralmente políticas públicas com a CNAE devido à sua estrutura padronizada e falta de granularidade para conceitos culturais mais específicos.

A Exclusão da Gastronomia

A Seade alertou que a heterogeneidade da categoria comprometeria a consistência dos indicadores, abrangendo desde chefs autorais até fast-food. Após análise, a SCEIC concordou com o diagnóstico e decidiu retirar a gastronomia da proposta.

4 Ajustes Finais e Consensos

A Incorporações no Setor Audiovisual

Solicitação da SCEIC: Inclusão de códigos específicos para operadoras de TV por assinatura (6141-8/00, 6142-6/00, 6143-4/00).

Resposta da Seade:

Confirmação de que os códigos para jogos digitais e serviços de TI já estavam contemplados na metodologia, mesmo que em subclasses mais amplas. Incorporação explícita dos três códigos de operadoras de TV.

B Definição de Próximos Passos

Estabelecimento de que a etapa seguinte seria a definição conjunta do nível de agregação para divulgação dos dados, equilibrando detalhamento, consistência estatística e demandas setoriais.

Introdução e Definição

A economia criativa refere-se ao conjunto de atividades econômicas baseadas na **criatividade**, na **cultura** e no **capital intelectual** como principais insumos de geração de valor.

"Um conceito em desenvolvimento baseado em ativos criativos com potencial para gerar crescimento econômico e desenvolvimento, capaz de fomentar a geração de renda, a criação de empregos e as exportações, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano."

- UNCTAD, 2010; 2024

Evolução do Conceito



Atualmente, a economia criativa representa um ecossistema complexo que integra cultura, tecnologia e inovação, agregando valor a múltiplos setores econômicos e transformando padrões de produção, distribuição e consumo.



Metodologias de Mensuração

A mensuração da economia criativa é complexa e variável entre países e organizações, exigindo metodologias flexíveis para capturar a diversidade de atividades e seu impacto econômico.

Modelos Internacionais

Metodologia	Ênfase Principal	Setores-chave
 UNCTAD	Comércio e desenvolvimento	Patrimônio, Artes, Mídia, Criações funcionais
 UNESCO	Diversidade cultural	Patrimônio, Expressões culturais, Artes visuais
 União Europeia	Cultura e conhecimento	Core cultural e periféricos

Core Cultural e Periféricos:
Na metodologia da União Europeia, "Core Cultural" refere-se aos setores centrais com valor cultural intrínseco (artes visuais, literatura, patrimônio), enquanto "Periféricos" são setores que aplicam elementos culturais em produtos funcionais ou comerciais (design, publicidade, arquitetura).

Modelos Nacionais

Reino Unido (DCMS) Pioneiro com foco em indústrias que têm origem na criatividade individual. Enfatiza propriedade intelectual e setores de alta intensidade criativa como publicidade, design e tecnologia.	Estados Unidos (CVI/NEA) Abordagem centrada no valor adicionado de produtos/serviços artísticos. Inclui medição de produção artística não-comercial e setores de apoio às artes.
Canadá Utiliza o Canadian Framework for Culture Statistics (CFCS) com sistema de contabilidade para patrimônio e mídia. Forte ênfase na contribuição do setor audiovisual e jogos.	Austrália Aborda economia criativa com conceito de indústrias culturais e criativas (CCIs) com integração de indicadores de bem-estar e qualidade de vida além dos econômicos.



Setores da Economia Criativa

De acordo com o Quadro 3 do relatório, a economia criativa é categorizada em 8 grupos principais de atividades, cada um abrangendo setores específicos com suas respectivas funções na cadeia produtiva:



1

Publicidade, pesquisa e suporte à inovação cultural

- Agências de publicidade e agenciamento de espaços
- Pesquisas de mercado e opinião pública
- P&D em ciências físicas, sociais e humanas
- Agenciamento de profissionais culturais
- Atividades técnicas e científicas



2

Arquitetura e design de interiores

- Serviços de arquitetura e engenharia
- Atividades técnicas complementares
- Design de interiores e decoração
- Atividades paisagísticas



3

Audiovisual, multimídia e fotografia

- Produção, pós-produção e distribuição
- Exibição cinematográfica
- Rádio e televisão (aberta e assinatura)
- Agências de notícias e informação
- Fotografia e atividades similares



4

Editorial (Livros e publicações)

- Edição e impressão de livros, jornais, revistas
- Comércio varejista de livros e papelaria
- Tradução, interpretação e serviços editoriais



5

Patrimônio cultural e natural

- Bibliotecas e arquivos
- Museus, restauração e conservação de patrimônio
- Jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais e áreas protegidas



6

Fabricação de artesanato e produtos de design

- Tecelagem e artefatos têxteis
- Produção artesanal de vestuário, acessórios
- Móveis e objetos decorativos
- Lapidação, ourivesaria e bijuterias
- Iluminação e artefatos decorativos



7

Música, artes cênicas e visuais

- Gravação, edição e reprodução musical
- Criação artística e gestão cultural
- Ensino de arte e cultura
- Organização de eventos culturais
- Fabricação de instrumentos musicais
- Aluguel de equipamentos culturais



8

Software, videogames, serviços de computador e web

- Desenvolvimento e licenciamento de softwares
- Consultoria e suporte técnico em TI
- Hospedagem, portais e conteúdo online
- Componentes eletrônicos e mídias digitais
- Equipamentos eletroeletrônicos



Dados Quantitativos – PIB e Crescimento (São Paulo)

O PIB da Economia Criativa em São Paulo apresentou crescimento expressivo na última década, apesar de períodos de volatilidade.

R\$ 136,6 bi

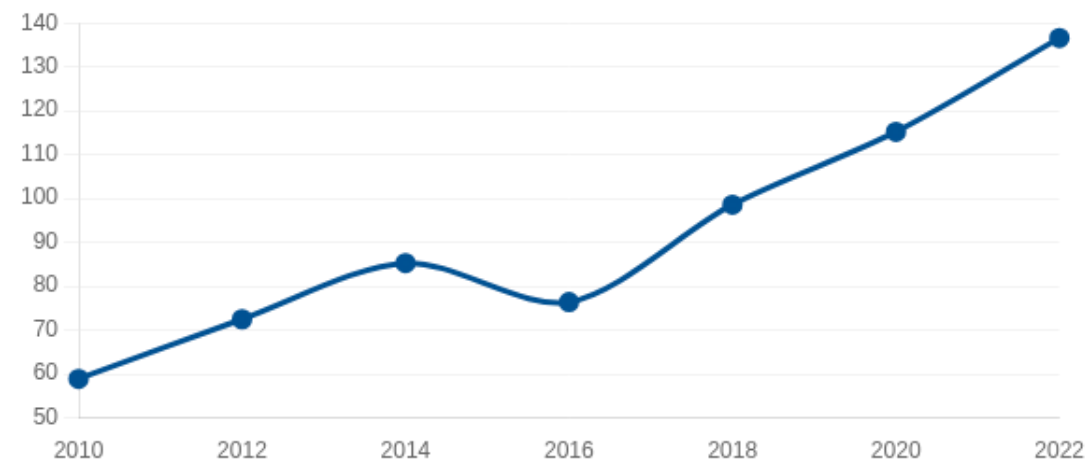
PIB Criativo em 2022

5,2%

do PIB Paulista

+9,6%

Crescimento em 2021



Crescimento robusto em 2011 (+8%), 2013 (+7,1%), 2019 (+7,4%), 2021 (+9,6%)

Retrações em períodos de crise: 2016 (-10,7%), 2020 (-3,5%), 2022 (-0,7%)

Participação no PIB paulista variou entre 5,0% e 5,7% no período

53,8%

Software, videogames e serviços web (participação em 2022)



● Software/Videogames (53,8%)

● Publicidade (9,9%)

● Editorial (5,6%)

● Arquitetura/Design (12,7%)

● Audiovisual (7,2%)

● Outros setores (10,8%)



Panorama Internacional x Brasil e Estado de São Paulo

A economia criativa representa percentuais significativos do PIB em diversos países, com diferentes abordagens de mensuração e prioridades setoriais.

Participação no PIB do Estado de São Paulo:

Entre 5,0% e 5,7% do PIB estadual (2010-2022)
Em 2022: 5,2% do PIB estadual

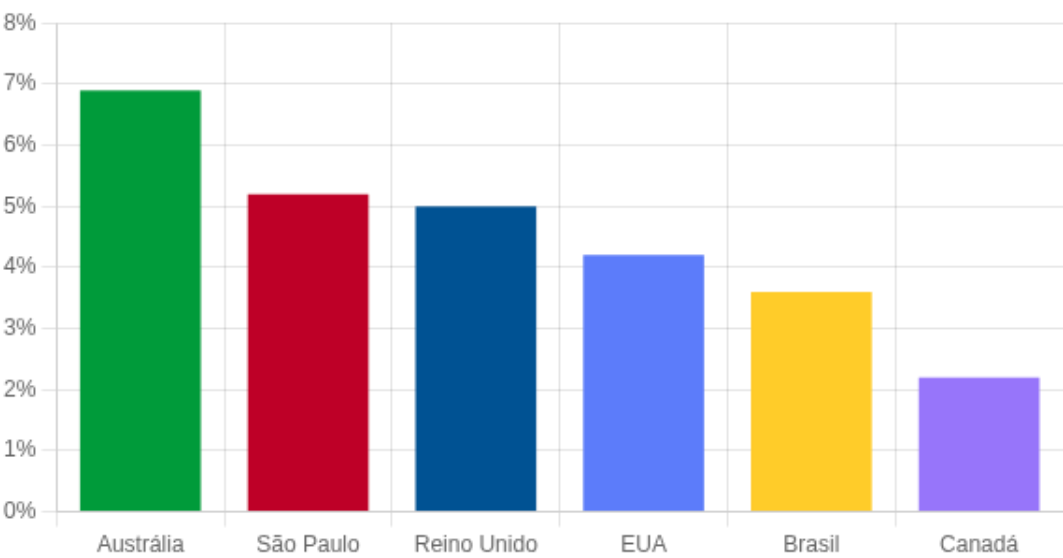
Reino Unido: 5% do PIB

Estados Unidos: 4,2% do PIB em 2023

Canadá: 2,2% do PIB em 2022

Austrália: 6,9% do PIB (2008-2009)

Brasil: Entre 3,1% e 3,6% do PIB nacional (2023-2024)



Percentual do PIB representado pela Economia Criativa

Destaques Setoriais - São Paulo

Estado de São Paulo - 2022

Software/videogames (53,8%)

Arquitetura e design (12,7%)

Publicidade (10,0%)

Audiovisual (7,2%)

Tendências Globais

📈 Digitalização

🌐 Exportação de serviços

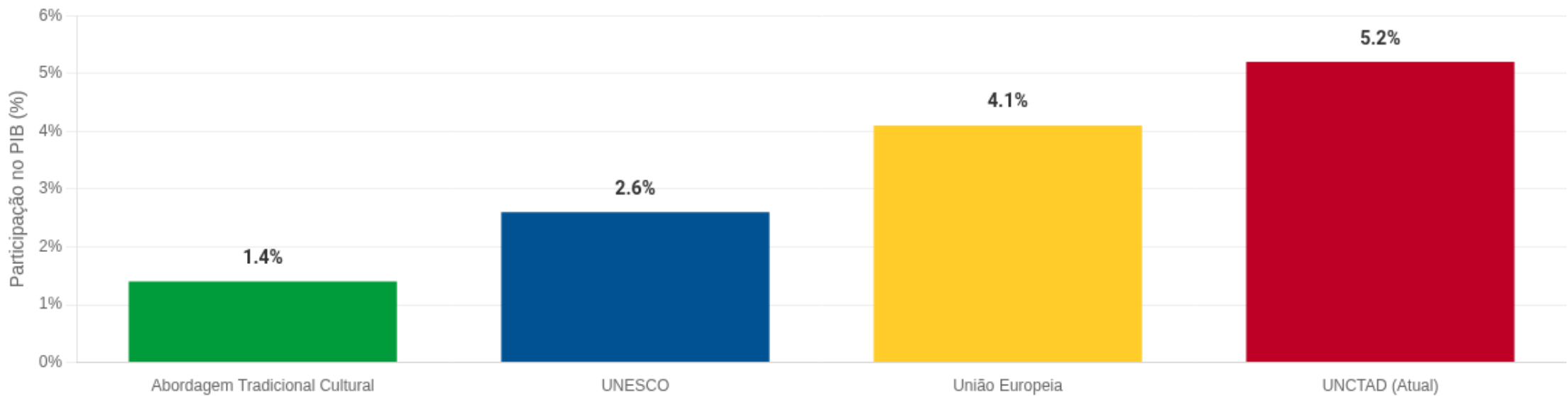
🤝 Colaboração setorial

💡 Propriedade intelectual



Simulação Comparativa: Impacto das Diferentes Metodologias

Simulação da participação da Economia Criativa no PIB do Estado de São Paulo sob diferentes abordagens metodológicas, demonstrando como as escolhas de escopo afetam significativamente os resultados.



Abordagem Tradicional Cultural

Inclui:

- Patrimônio histórico e cultural
- Artes visuais tradicionais
- Artes cênicas e performáticas
- Literatura e publicações impressas
- Artesanato tradicional

Exclui:

- Software e serviços digitais
- Publicidade e marketing
- Design e arquitetura
- Videogames e mídia interativa

UNESCO

Inclui:

- Patrimônio cultural e natural
- Artes performáticas e festivais
- Audiovisual e mídia interativa (parcial)
- Livros e imprensa
- Design e serviços criativos (restrito)

Exclui do núcleo:

- Software e plataformas digitais
- P&D criativo
- Publicidade digital e marketing

União Europeia

Inclui:

- Editoras e mídia impressa
- Audiovisual e multimídia
- Música e artes performáticas
- Arquitetura e design
- Software cultural (maior parte)

Exclui:

- TI genérica
- Turismo e esportes
- Marketing sem conteúdo cultural

UNCTAD (Atual)

Inclui:

- Todos os setores culturais tradicionais
- Software, videogames, serviços web
- Design, arquitetura, interiores
- Publicidade e pesquisa
- Audiovisual e multimídia

Exclui:

- TICs genéricas
- Manufatura sem conteúdo criativo

Fonte: Simulação baseada nos dados setoriais da Conta Satélite da Economia Criativa do Estado de São Paulo, 2022.





**GOVERNO DO ESTADO
DE SÃO PAULO**

Governador do Estado
Tarcísio de Freitas

Vice-Governador do Estado
Felício Ramuth

Secretário da Fazenda e Planejamento
Samuel Kinoshita



Diretor Executivo
Bruno Caetano Raimundo

Chefe de Gabinete
Sérgio Meirelles Carvalho

Diretor-adjunto de Produção e Análise de Dados
Rejane de Fátima Araújo

Gerência Demográfica
Bernadette Cunha Waldvogel

Gerência Econômica
Vagner de Carvalho Bessa

Gerência de Georreferenciamento
Valmir J. Aranha

Gerência de Pesquisa
Mylene Guedes M.S.R. de Athayde

Gerência Social
Maria Paula Ferreira

Diretor-adjunto de Comunicação e Informação
Marcelo Moreira

Coordenadoria de Comunicação e Disseminação
Paulo Emirandetti Junior

Superintendência de Tecnologia da Informação
Sergio Ricardo Rabelo

Diretor-adjunto Administrativo e Financeiro
Luiz Ricardo Santoro

Gerência Administrativa
Paulo Rogerio da Conceição

Gerência Financeira e Contábil
Joaquim Pereira Neto

Gerência de Recursos Humanos e O&M
Claudio Matarazzo

Conselho Curador
Presidente
Carlos Antonio Luque

Conselheiros
Cecília Mantovan
Eduardo Walmsley Soares Carneiro
Eugenia Troncoso Leone
Jairo Tadeu Pires Pimentel
José Carlos de Souza Santos
Laís Vita Mercês Souza
Nerylson Lima da Silva
Ney Lemke
Rogério Campos

Conselho Fiscal
Conselheiros
Ana Paula Inácio da Silva
Natália Risério Povoação
Wagner Marcelino Gomes da Silva