RELATÓRIO SOBRE OS IMPACTOS ECONÔMICOS DA COVID-19

ECONOMIA CRIATIVA

FGV

Junho 2020

Apoio: SEBRAE · SÃO PAULO GOVERNO DO ESTADO Secretaria de Cultura e Economia Criativa · apresenta associação dos promotores de eventos do setor de entretenimento e afins · SBTM Sociedade Brasileira de Teatro Musical

CONTEXTO

1. O ano de 2020 teve início com perspectivas positivas para a economia brasileira e, em particular, para a Economia Criativa. Ainda no primeiro trimestre, no entanto, o setor sofreu com a paralisação praticamente total de suas atividades por conta da pandemia de um novo tipo de coronavírus, causador da Covid-19.

2. As ações de controle da pandemia provocaram a necessidade de isolamento social, restringindo as possibilidades de negócios em nível local e internacional. Atividades consideradas não-essenciais foram paralisadas por tempo indeterminado, o que tem afetado sobremaneira a economia nacional, a manutenção do nível de renda per capita e de emprego em todo o território nacional.

3. As atividades econômicas que demandam espaços e contato físicos para funcionar estão sofrendo mais severamente os efeitos da crise. Em tal situação se enquadram boa parte das atividades da chamada "Economia Criativa", como a realização de espetáculos teatrais, shows, eventos, apresentações culturais, gastronomia etc. Outras atividades, contudo, encontram espaço para expansão, como é o caso do setor de *software* e *games*. Importante ressaltar que uma parte considerável das atividades do setor não conseguem adaptar seus modelos de negócios a um contexto completamente digital, nestes casos o encerramento das atividades é a única opção.

4. Conceitualmente, a Economia Criativa pode ser descrita como o conjunto de "atividades nas quais a criatividade e o capital intelectual são a matéria-prima para a criação, produção e distribuição de bens e serviços"[1]. Já a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) define a Economia Criativa como "um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico"[2]. De acordo com o último Relatório da UNCTAD, publicado em 2019, o mercado global de produtos da Economia Criativa saltou de US$ 208 bilhões em 2002 para US$ 509 bilhões em 2015.

5. Apesar de existirem diversas abordagens da Economia Criativa, para efeitos deste trabalho foi utilizada a classificação de atividades adotada pela Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN) e apresentada no Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, por já conter adaptações ao setor produtivo do país, bem como utilizar os dados de participação no PIB e empregos gerados pelo setor na economia, importantes no cálculo de impactos econômicos apresentados neste documento.

---

1 Howkins, John. The creative economy: how people make Money from ideas. London: Penguin Global, 2002.

2 Relatório de Economia Criativa 2010. Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável. Disponível em https://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf

6. Sendo assim, o setor de Economia Criativa, considerado como base para a elaboração deste documento, é composto da seguinte forma:

Figura 1 | Economia Criativa no Brasil

Indústria Criativa (Núcleo)			
Consumo	**Cultura**	**Mídias**	**Tecnologia**
Publicidade & Marketing: Atividades de publicidade, marketing, pesquisa de mercado e organização de eventos.	**Expressões Culturais:** Artesanato, folclore, gastronomia.	**Editorial:** Edição de livros, jornais, revistas e conteúdo digital.	**P&D:** Desenvolvimento experimental e pesquisa em geral exceto biologia.
Arquitetura: Design e projeto de edificações, paisagens e ambientes. Planejamento e conservação.	**Patrimônio & Artes:** Serviços culturais, museologia, produção cultural, patrimônio histórico.	**Audiovisual:** Desenvolvimento de conteúdo, distribuição, programação e transmissão.	**Biotecnologia:** Bioengenharia, pesquisa em biologia, atividades laboratoriais.
Design: Design gráfico, multimídia e de móveis	**Música:** Gravação, edição e mixagem de som; criação e interpretação musical.		**TIC:** Desenvolvimento de softwares, sistemas, consultoria em TI e robótica.
Moda: Desenho de roupas, acessórios e calçados e modelistas.	**Artes Cênicas:** Atuação; produção e direção de espetáculos teatrais e de dança.		

Fonte: Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, FIRJAN/SENAI (Fev/19).

7. Como pode ser constatado pela figura, há uma diversidade de atividades englobadas no conceito de Economia Criativa que dificulta a compreensão e extensão real desse segmento na economia. Segundo dados da Firjan, em 2017 a Economia Criativa foi responsável por 2,6% do PIB do Brasil e gerou um total de 837.206 empregos formais, o equivalente a 1,8% de toda a mão-de-obra nacional.

8. Tais atividades estão sofrendo com os efeitos do prolongamento das medidas de restrição de circulação de pessoas e funcionamento de estabelecimentos em diferentes graus de intensidade. Em alguns casos, as restrições comprometem o desenvolvimento da atividade, como, por exemplo, as proibições de realização de shows e eventos devido à aglomeração de pessoas, forçando esses setores a se reinventar com uso de ferramentas digitais e a promoção de outros mecanismos de interação em espaços virtuais.

9. Por outro lado, a crise tem levado o setor a experimentar novos formatos de produção e de entrega de seus produtos e conteúdos ao público final, antecipando movimentos que talvez fossem levar mais tempo para serem disponibilizados, como os shows transmitidos em *lives* em redes sociais, eventos online e a proliferação de cursos, palestras e eventos usando plataformas de *streaming* de vídeo.

10. No entanto, do ponto de vista econômico, o impacto causado pela pandemia da Covid-19 no setor de Economia Criativa é profundo, além deste setor ser considerado um dos últimos candidatos a reabertura e volta à normalidade nos protocolos de retomada apresentados pelos governos. Algumas atividades poderão retomar seu cotidiano mais rapidamente, como aquelas englobadas nos segmentos de consumo, mídias e tecnologia, mas para o setor de cultura, o caminho ainda parece ser mais longo.

11. Além destas atividades principais, o setor é ainda forte influenciador de atividades de apoio na formação de uma longa cadeia produtiva, que agora também sofrem o impacto da redução da atividade econômica do setor de Economia Criativa. A Firjan identifica um total de 20 atividades diretamente relacionadas ao setor e mais 10 outras de apoio.

12. Nesse sentido, é fundamental entender a dimensão do impacto da crise da COVID-19 na Economia Criativa, de forma a identificar as ações necessárias e propor alternativas que se encaixem na realidade brasileira para recuperação do setor e da economia como um todo.

13. Na tentativa de compreender os efeitos da crise nas atividades de Economia Criativa, a FGV, em parceria com o SEBRAE e a Secretaria de Cultura e Economia Criativa de São Paulo, desenvolveu a "Pesquisa de Conjuntura do Setor de Economia Criativa – Efeitos da Crise da Covid-19", cujos resultados são apresentados neste documento.

PESQUISA DE CONJUNTURA DO SETOR DE ECONOMIA CRIATIVA

EFEITOS DA CRISE DO COVID-19

Apesar de contar com grandes empresas em todos os ramos de atuação e promover muitos postos de trabalho em algumas áreas, o setor de Economia Criativa é composto, em grande parte, por micro e pequenas empresas e profissionais autônomos (formalizados ou não), em especial na área Cultural. Esses empreendedores, em geral, não possuem capital de giro suficiente para suportar longos períodos sem faturamento. Em um momento de crise, estas empresas não conseguem manter os postos de trabalho nem os projetos em andamento, levando a uma grande paralização do setor e a dificuldades inerentes à retomada das atividades.

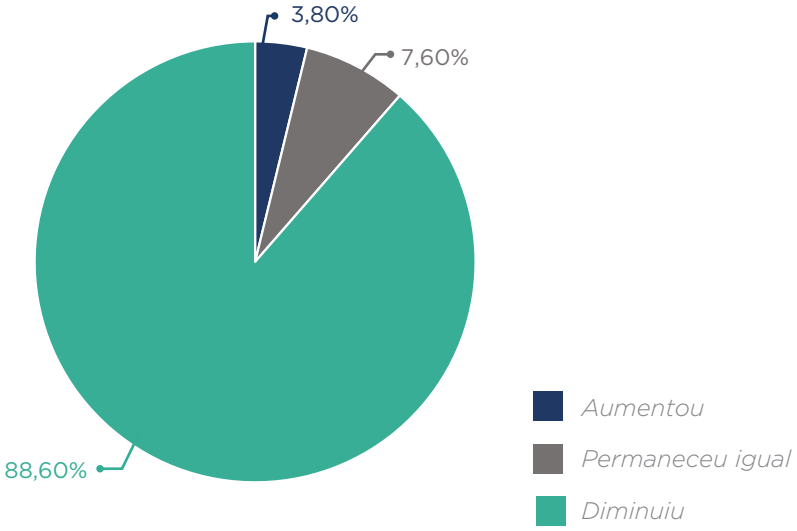
Para tentar compreender que de forma o setor de economia criativa estava sendo impactado pelas medidas de restrição adotadas no enfrentamento do COVID-19, a FGV realizou uma pesquisa, no período de 20/05 a 09/06, no intuito de identificar os principais impactos gerados pela crise e, principalmente, quais as medidas que podem ajudar na retomada mais rápida dos diversos segmentos do setor de Economia Criativa, quando da reabertura econômica prevista para os próximos meses.

IMPACTOS DA CRISE DO COVID-19 NO SETOR DE ECONOMIA CRIATIVA

FATURAMENTO E FUNCIONAMENTO

O setor de Economia Criativa está sendo bastante impactado pela crise da Covid-19. Entre os respondentes da pesquisa, 88,6% indicaram ter sofrido com queda do faturamento, conforme pode ser visto na figura 2. Entre os segmentos que compõem o setor de Economia Criativa, os impactos ocorrem de forma heterogênea. Para os segmentos de "publicidade e mídia impressa" e "artes dramáticas" quase todos os entrevistados informaram que o faturamento diminuiu desde o início das medidas de restrição de funcionamento e circulação de pessoas.

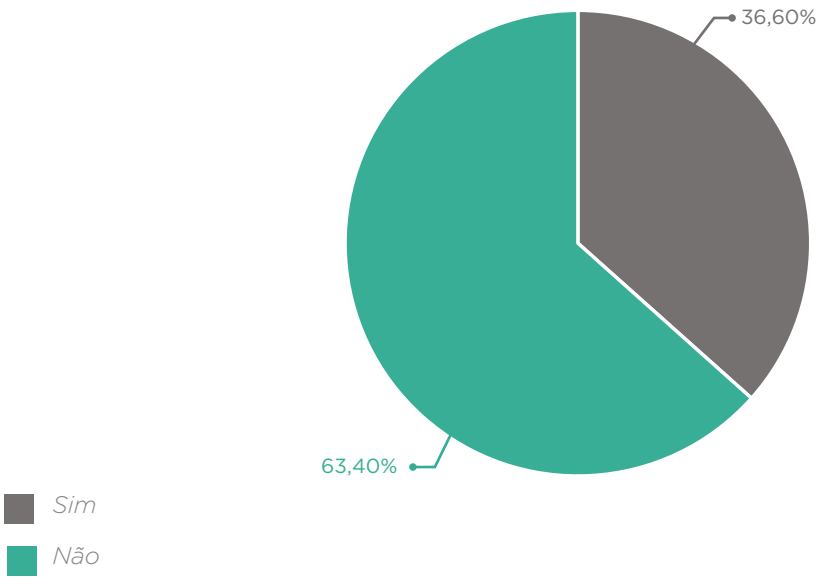
Figura 2 | Desde o início da crise do COVID-19 o que aconteceu com seu faturamento?



Fonte: FGV.

Este resultado é fortemente influenciado pela natureza das atividades do setor, que ocorrem com presença física e demandam o contato pessoal, em sua maior parte. Para 63,4% dos entrevistados não é possível realizar as atividades enquanto perdurarem as medidas que impossibilitam o contato físico. Essa realidade afeta a todos os segmentos pesquisados, de forma heterogênea, sendo o setor de novas tecnologias o menos impactado pelas medidas de restrições econômicas.

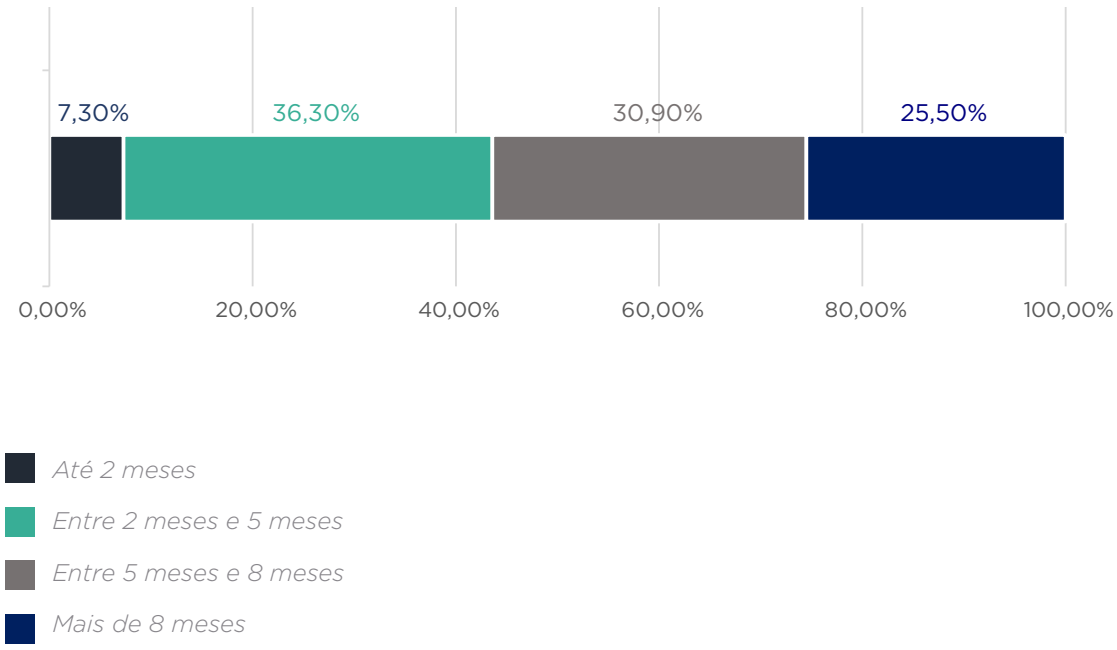
Figura 3 | Sua empresa consegue funcionar nesse momento de restrição de circulação de pessoas?



Fonte: FGV.

A maior parte dos entrevistados acredita que as medidas ainda irão perdurar por pelo menos mais 5 meses até a reabertura total da economia. Para alguns setores, a retomada deverá acontecer mais rapidamente e, para outros, levará mais tempo até a volta completa do funcionamento. .

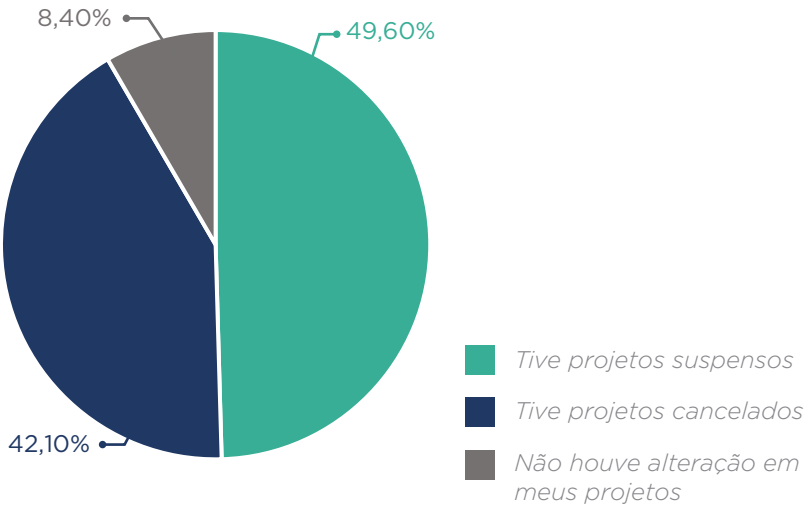
Figura 4 | Em sua opinião, quanto tempo ainda perdurarão as medidas restritivas, ou seja, quanto tempo acha que levará até a reabertura completa da economia?



Fonte: FGV.

As medidas de restrição de funcionamento refletiram na manutenção das atividades em andamento das empresas do setor, que tradicionalmente atuam em formato de projetos. Cerca de 50% dos entrevistados informaram que tiveram projetos suspensos e 42% alegaram ter tido projetos cancelados. Além disso, cerca de 38% informaram ter perdido patrocínios captados antes do início da crise para projetos que seriam desenvolvidos em 2020.

Figura 5 | Projetos cancelados e suspensos, por segmento

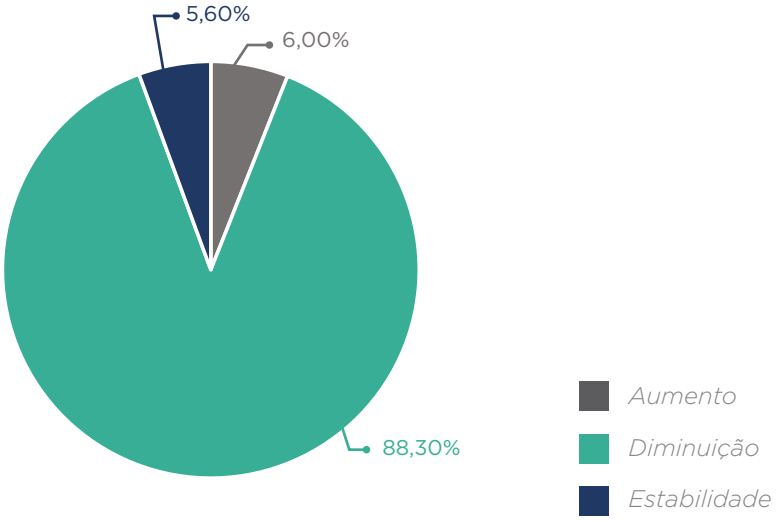


Fonte: FGV.

Dos entrevistados que informaram ter tido projetos cancelados, 63% afirmaram não assegurar que aconteçam após a crise e retomada da economia, indicando uma possibilidade de retomada mais lenta do que se pensava inicialmente.

Com isso o setor espera que o encolhimento do faturamento ocorra em todos os segmentos. Quando perguntados sobre a expectativa do faturamento bruto em 2020 em relação ao ano de 2019, 88,3% dos entrevistados acreditam que haverá diminuição, conforme pode ser observado na figura 6.

Figura 6 | Qual será a variação estimada do faturamento em 2020, em relação a 2019?



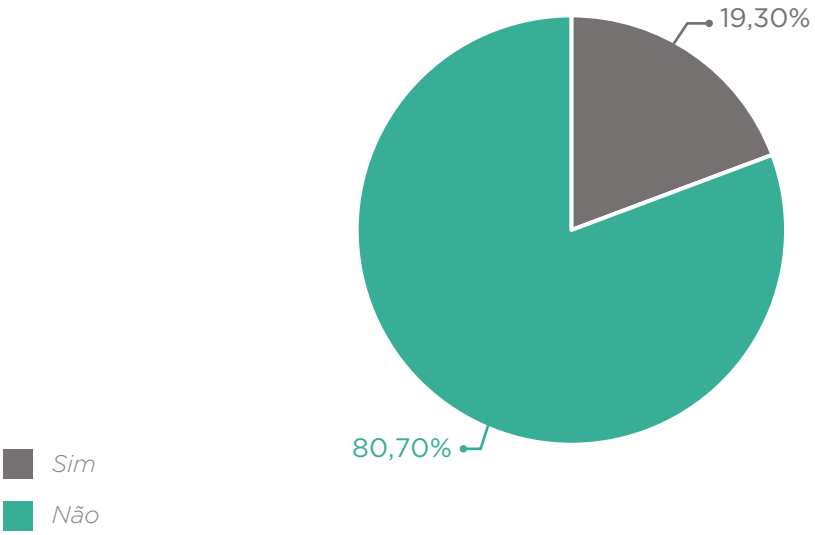
Fonte: FGV.

IMPACTOS DA CRISE DO COVID-19 NO SETOR DE ECONOMIA CRIATIVA

DEMISSÕES E ENDIVIDAMENTO

Conforme já explicado anteriormente, grande parte do setor de Economia Criativa é formado por micro e pequenas empresas, além de microempreendedores individuais, que não possuem funcionários contratados em regime de CLT ou possuem poucos funcionários. Do total de respondentes, apenas 19,3% informou ter realizado demissões, como apresentado na figura 7.

Figura 7 | Sua empresa realizou demissões entre março e maio de 2020 de funcionários contratados em regime de CLT?

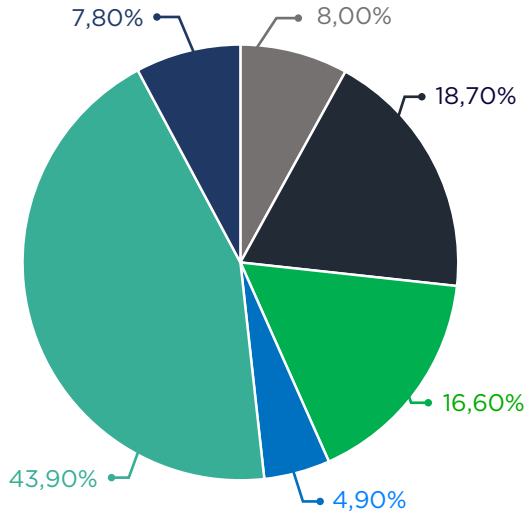


Fonte: FGV.

Entre as empresas que indicaram ter realizado demissões, o segmento que mais fechou postos de trabalho foi "publicidade e mídia impressa" com um número de 20 demissões como a média das empresas. A média geral de demissões do setor foi de 13,5.

Além das demissões, outras medidas foram tomadas pelas empresas, como a suspensão de contratos de trabalho, redução de salário com complemento do seguro desemprego de a redução de jornada de trabalho com redução de salários. A figura 8 apresenta o quadro geral das medidas tomadas pelas empresas do setor criativo.

Figura 8 | Quais outras medidas foram tomadas por sua empresa em relação ao quadro de pessoas ocupadas?

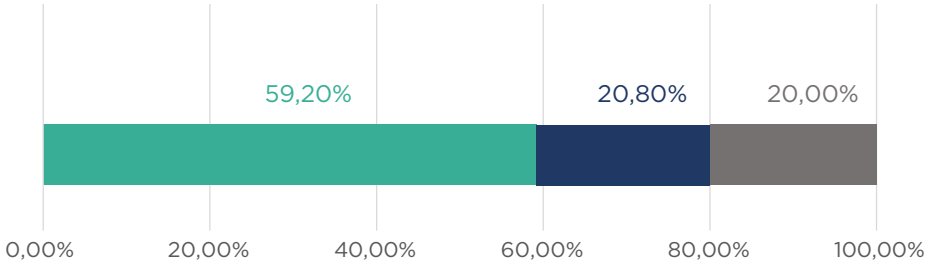


Férias coletivas
Nenhuma das alternativas
Suspensão de contrato de trabalho
Outras
Redução da jordana de trabalho com redução de salários
Redução do salário com complemento do seguro desemprego

Fonte: FGV.

As demissões ocorrem em função do cenário de deterioração da saúde financeira das empresas do setor, em razão do prolongamento das medidas de restrições. Este cenário é mais bem compreendido quando analisadas as informações sobre a situação das dívidas atuais. Um total de 40,8% das empresas alegou possuir dívidas/empréstimos em aberto, porém, 20% já estão com os compromissos em atraso. A situação do setor é apresentada na figura 9.

Figura 9 | Como estão as dívidas/empréstimos de sua empresa no momento?

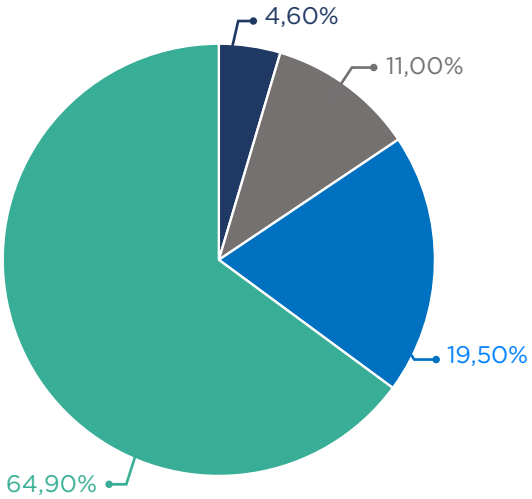


Não temos empréstimos em aberto
Temos dívidas/empréstimos em aberto e estamos em atraso
Temos dívidas/empréstimos em aberto e estamos em dia

Fonte: FGV.

Com o prolongamento das medidas de restrição e o cenário de retomada da economia se estendendo a cada mês, um total de 35,1% dos respondentes informou que já buscou empréstimos, porém, apenas 4,6% deles conseguiram aprovação de seu pleito. Do total que respondeu não ter buscado empréstimos, 44,6% acreditam que precisarão recorrer a essa alternativa para manter seu negócio funcionando. A figura 10 apresenta a realidade do setor em relação à solicitação de empréstimos bancários.

Figura 10 | Desde o início da crise do COVID-19 você buscou empréstimo para sua empresa?



- *Sim, busquei e consegui*
- *Sim, busquei mas ainda estou aguardando resposta*
- *Sim, busquei mas não consegui*
- *Não*

Fonte: FGV.

IMPACTOS DA CRISE DO COVID-19 NO SETOR DE ECONOMIA CRIATIVA

MEDIDAS DE ENFRENTAMENTO À CRISE

Várias ações têm sido apresentadas por governos, associações de classe e pessoas ligadas a diversos setores da economia, como sendo importantes para o enfrentamento à crise e à retomada econômica, proteção dos empregos e manutenção do tecido econômico. No caso do Brasil, medidas para a manutenção de empregos e acesso a crédito têm sido anunciadas pelo governo e já começam a produzir efeitos positivos, apesar de ainda persistirem dificuldades a serem vencidas, sobretudo aquelas relacionadas à concessão de crédito para as MPEs em regimes especiais e os incentivos ao consumo.

Como forma de compreender quais seriam as ações mais impactantes para o setor, a pesquisa solicitou a atribuição do grau de importância a um total de 11 ações de incentivo à retomada das atividades do setor após a crise da Covid-19. As ações relacionadas foram:

» Adiamento do pagamento de impostos e taxas por período de 6 a 24 meses;

» Renegociação dos prazos de pagamento de impostos atualmente parcelados;

» Suspensão temporária do pagamento das estimativas mensais de faturamento para empresas sujeitas ao regime de lucro real;

» Renegociação dos prazos de pagamentos de empréstimos e créditos concedidos;

» Abertura de editais para o setor cultural e criativo com recursos do Fundo Nacional de Cultura e da participação da Cultura nas loterias federais;

» Retomada dos financiamentos com recursos do Fundo Setorial do Audiovisual;

» Ampliação do fomento à cultura por parte das empresas estatais;

» Flexibilização dos prazos (de captação, execução e prestação de contas) e de regras na Lei Federal de Incentivo à Cultura;

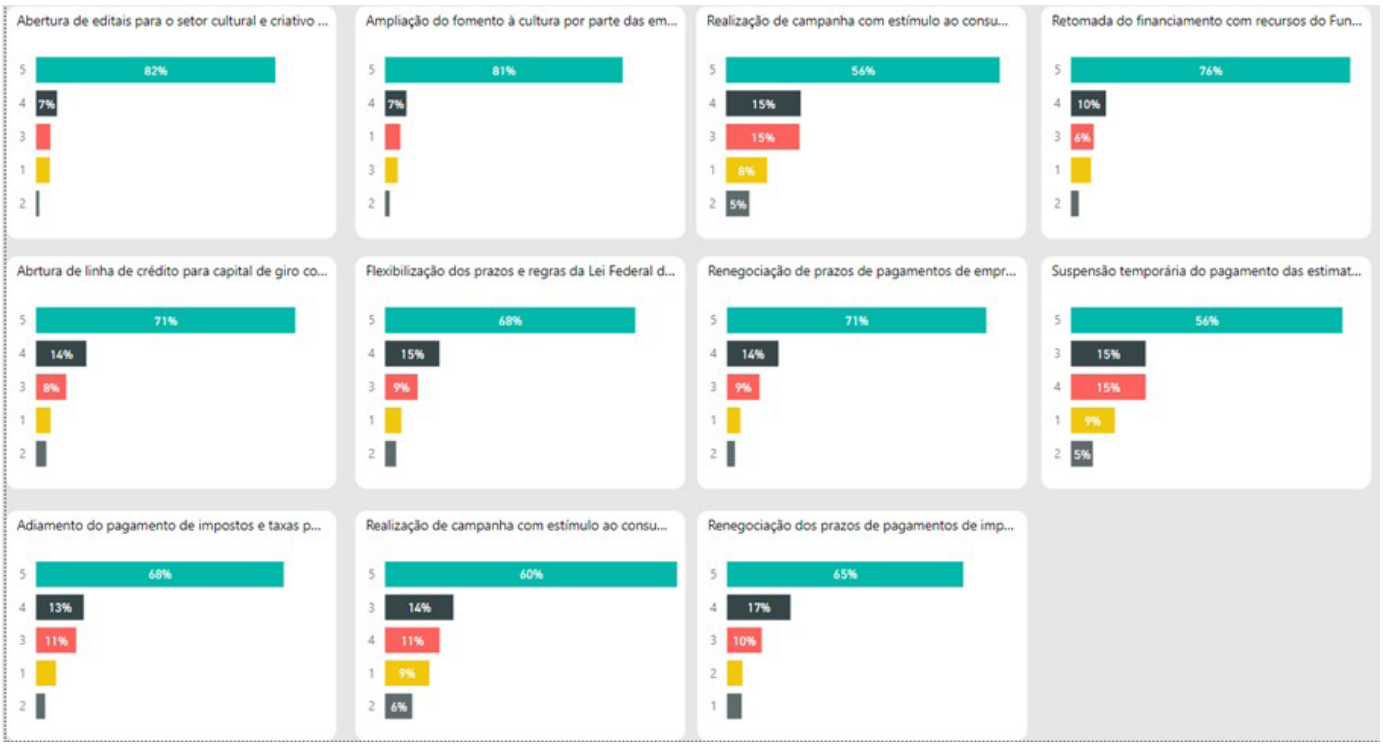
» Abertura de linha de crédito de capital de giro com carência de 12 meses para início do pagamento;

» Realização de campanha com estímulo ao consumo de conteúdos culturais on-line; e

» Realização de campanha com estímulo ao consumo de conteúdo e experiências culturais presenciais.

A figura 11 apresenta as respostas para cada uma das ações elencadas, sendo 5 o valor atribuído para as medidas consideradas extremamente importantes e 1 para as consideradas desnecessárias.

Figura 11 | Qual o grau de importância que você atribui a cada uma das ações no incentivo à retomada das atividades pós-COVID-19?



Fonte: FGV.

Como pode ser observado, as três ações consideradas mais relevantes para o setor são:

1. Abertura de editais para o setor cultural e criativo com recursos do Fundo Nacional de Cultura e da participação da Cultura nas loterias federais;

2. Ampliação do fomento à cultura por parte das empresas estatais; e

3. Renegociação dos prazos de pagamentos de empréstimos e créditos concedidos..

A abertura de editais para o setor cultural é considerada como a principal ação para a retomada da atividade. A paralização dos editais leva à paralização das atividades por falta de capacidade financeira e impossibilidade de captação de recursos para execução dos projetos, sobretudo para os segmentos cultural e de mídias.

A segunda ação considerada mais relevante para auxiliar na reabertura da atividade e retorno à produção, é a ampliação do fomento à cultura por parte das empresas estatais, historicamente grandes parceiras do setor e fonte de patrocínio para a realização de projetos de Economia Criativa. A crise financeira que já se fazia presente no país antes da crise da Covid-19 havia provocado uma redução dos orçamentos das empresas estatais destinados ao fomento à cultura, mas, após a pandemia, é preciso retomar essa prática como forma de estimular o setor.

Por fim, conforme apresentado nos dados da pesquisa, a crise da Covid-19 agravou ainda mais a situação financeira e econômica das empresa do setor, aumentou o endividamento e a inadimplência dos empreendimentos, razão pela qual a renegociação dos prazos de pagamentos de empréstimos e créditos concedidos aparece em terceiro lugar neste conjunto de ações importantes para a retomada do setor de Economia Criativa.

IMPACTO ECONÔMICO DA CRISE DO COVID-19 NO SETOR DE ECONOMIA CRIATIVA

Existem, diferentes sistemas de classificação da indústria criativa, como o Modelo do Departamento para Digital, Cultura, Mídia e Esportes do Governo Britânico (DCMS Model), o Modelo de Círculos Concêntricos (Concentric Circle Model) ou a estrutura para estatísticas no domínio da cultura da UNESCO (Framework for Cultural Statistics Domains). As análises estatísticas da Economia Criativa podem apresentar variação dependendo do sistema de classificação adotado. Algumas das variações metodológicas envolvem a inclusão do mercado de games, de esporte e turismo, além de diferenças de agrupamento de atividades.

Os cálculos realizados para se chegar as projeções apresentadas aqui foram baseados no sistema de classificação da Firjan, já apresentado neste documento anteriormente.

O crescimento do setor de Economia Criativa vem ocorrendo no Brasil e tem evidenciado mais e mais a importância do segmento, inclusive como setor anticíclico, ou seja, com capacidade de manter e até aumentar sua produção mesmo em períodos de crise. Dados da Firjan indicam que o setor de Economia Criativa no país contribui, diretamente, para cerca de 2,61% do PIB nacional e 1,8% do total de empregos do País[3].

De acordo com esses dados, as atividades econômicas que compõe os quatro grupos do setor são bastante heterogêneas. Os grupos considerados pelo estudo como atividades principais relacionadas à Economia Criativa, seus principais subgrupos e suas participações relativas setoriais são:

» Consumo (43,8%)

- Publicidade e Marketing;
- Arquitetura;
- Design;
- Moda.

3 Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. Firjan, 2019.

- Cultura (7,7%)
  - Expressões culturais;
  - Patrimônio e Artes;
  - Música;
  - Artes Cênicas.
- Mídias (11,4%)
  - Editorial;
  - Audiovisual.
- Tecnologia (37,1%)
  - P&D;
  - Biotecnologia;
  - TIC.

Utilizando essa informação, o PIB Criativo para o ano de 2019, chega a R$ 190,5 bilhões para o consolidado dessas atividades. O impacto da crise causada pela pandemia da Covid-19 apresentará variações entre as diversas atividades do setor, mas já é fato que algumas atividades da cadeia produtiva estarão entre as mais afetadas com a crise, como o setor de Cultura. Por isso, medir o impacto econômico e social do setor é crucial para que se possa apresentar propostas de recuperação e iniciar o processo de replanejamento setorial o quanto antes.

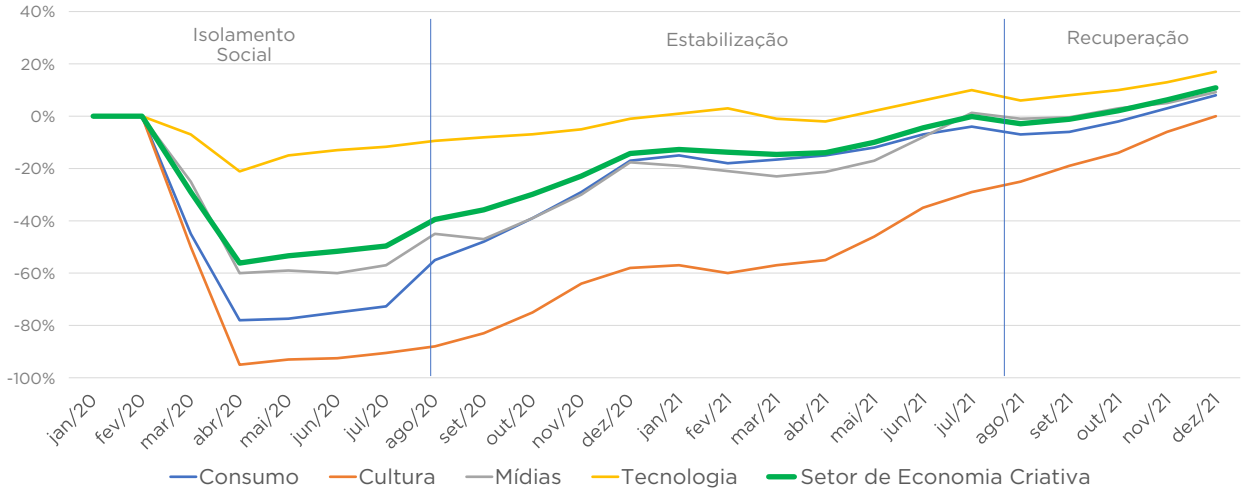
Cenário Econômico

O ano de 2020 teve início com boas perspectivas para o setor, com expectativa de crescimento da demanda por tecnologia e do segmento de eventos e, consequente, aumento do faturamento das empresas dos diversos segmentos criativos.

Porém, na segunda quinzena de março, o setor sofreu com a paralização praticamente total de suas atividades. Recomendações de governos locais para o isolamento social e fechamento das empresas travaram boa parte do mercado e sua produção, mantendo em funcionamento apenas os serviços considerados essenciais.

Esse cenário deve seguir até o mês de julho (totalizando praticamente 5 meses) quando, de maneira geral, deverá ser possível começar a se buscar o reequilíbrio dos negócios, passando por um período considerado de estabilização por, aproximadamente, 12 meses, seguido de uma recuperação econômica do setor, conforme gráfico 1:

Gráfico 1 | Tendências de variação das atividades do setor de Economia Criativa



Fonte: Elaboração própria FGV.

É importante ressaltar que, devido a heterogeneidade dos segmentos da Economia Criativa e às possíveis respostas dadas pelas ações e políticas voltadas para estes setores, bem como à dinâmica de comportamento da sociedade nos meses a seguir, tanto o impacto como o risco de recuperação deverão ser diferentes para cada área (Consumo, Mídias, Cultura e Tecnologia) e seus segmentos. Enquanto alguns foram fortemente afetados, seja pela necessidade de distanciamento social, seja pela crise econômica que diminui o consumo de seus produtos, outros puderam manter, e até aumentar, sua atividade em função do uso de recursos digitais para produção e comercialização de seus produtos e serviços.

No segmento de Consumo, por exemplo, os empreendimentos tendem a sentir demanda reduzida devido à crise, à manutenção dos consumidores em casa e, por fim, ao efeito renda que afetará sobremaneira as famílias brasileiras. No entanto, ainda se mantém funcionando por meio do comércio eletrônico ou mesmo entregas em nível local. É o caso da moda, por exemplo. Já no caso de Eventos, o cancelamento dos espetáculos previstos não consegue migrar para o digital, muito menos monetizar os eventos virtuais na mesma proporção dos eventos presenciais.

Aplicadas as condicionantes do momento para o setor, podem-se encontrar os seguintes resultados:

» A reação do setor tende a ser lenta e motivada, em um primeiro momento, pelo aumento do consumo de tecnologia, principalmente compras via internet, operações de streaming e games (que, ao contrário de outros setores, cresceram no período da crise); em um segundo momento, o impulso será de retomada do consumo em lojas físicas; e o terceiro momento trará de volta eventos corporativos e culturais (retorno dos negócios).

» Houve uma grande redução do volume de produção das atividades devido à pandemia (Covid-19), chegando no pior momento, em média, a 43,9% da produção mensal "normal" (tendo como referência a produção dessas atividades calculadas para o ano de 2019) durante o período de confinamento.

» As perdas econômicas em comparação a 2019 serão significativas. A partir dos volumes de produção considerados (tabela 1, Nota Técnica), o PIB do setor será de R$ 129,9 bilhões em 2020 (redução de 31,8% em relação a 2019) e R$ 181,9 bilhões em 2021 (próximo de retomar o patamar de 2019, porém ainda 4,5% inferior). Dessa forma, a perda total do setor criativo brasileiro será de R$ 69,2 bilhões no biênio 2020-2021, o que representa perda de 18,2% na produção total do período.

» Analisando o volume total da perda econômica do setor e uma seguida possibilidade de recuperação, fica claro que não será possível uma recuperação a curto prazo das perdas geradas, teremos um período de recuperação do volume de produção longo.

Emprego

Do ponto de vista econômico, a redução da produção do setor de Economia Criativa deverá impactar a geração de empregos em setores que não são só do mercado criativo, mas que dependem dele para manterem suas atividades. O impacto da crise é significativo e o estoque de mão de obra do setor deverá se adaptar à queda de produção.

No final de 2017, o setor de Economia Criativa gerava 837.206 vagas formais (Firjan), número que se manteve na mesma ordem de grandeza até 2019. Com o avanço da pandemia da Covid-19, é esperada uma grande perda de postos de trabalho no setor, cerca de 215.000 vínculos, conforme Gráfico 2.

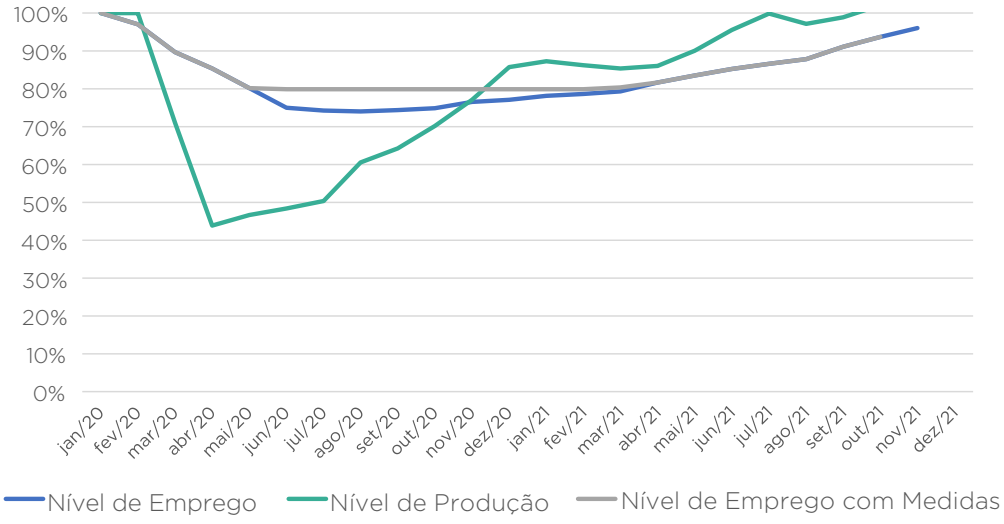
As medidas genéricas que já estão em curso (ex.MP 936)[4], apesar de importantes, não serão suficientes para evitar as demissões. Para o mercado criativo, além da prorrogação geral do prazo da MP 936, serão necessários outros esforços de retomada da produção para salvar empregos e aproveitar o potencial anticíclico do setor.

No gráfico a seguir, é possível observar os impactos positivos das medidas de manutenção dos empregos, adotadas pelo governo federal. No entanto, com o agravamento das condições de mercado, essas medidas precisam ser alongadas para que não haja uma convergência entre as curvas de produção e emprego. No primeiro momento, mesmo com a queda da produção a 43,9%, o estoque de mão de obra se manteve a 90%, segundo estimativa.

Apesar da tendência de leve retomada do crescimento da produção com as medidas de relaxamento do isolamento, as empresas precisarão ajustar seu quadro de empregados à um nível atual de produção, o que gerará uma perda significativa de postos de trabalho. Para tal, estimam-se dois cenários de perda de empregos: (1) sem alongamento das medidas de proteção (onde o nível de emprego chega a 68% do inicial) (2) com alongamento de medidas de proteção (em que o nível de emprego, em seu pior momento, se mantém em 80% do nível inicial).

4 Medida Provisória 936, que institui o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda e dispõe sobre medidas trabalhistas complementares para enfrentamento do estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020).

Gráfico 2 | Curva do nível de emprego e produção



Fonte: Elaboração própria FGV.

As estimativas presentes nesse estudo indicam que a diferença dos dois cenários pode significar, no ponto mais agudo das curvas, salvar mais de 48 mil empregos no setor de Economia Criativa.

O prolongamento das medidas, somados a outros incentivos como, por exemplo, o alívio de encargos trabalhistas, poderá fazer com que o empregador consiga manter seus funcionários e possa tê-los de volta trabalhando no momento de retomada. Sem elas, empresas terão que demitir para em seguida recontratar, agravando ainda mais o problema do setor.

PROPOSTAS PARA A RETOMADA DO SETOR DE ECONOMIA CRIATIVA

Entender o impacto econômico que o setor está sofrendo é importante para justificar ações que o atenuem e auxiliem as atividades dos diversos segmentos criativos a se recuperarem. Muitas já estão em fase de discussão e aprovação, mas é importante que se dê celeridade a tais processos para haver fôlego para planejamento e recuperação. Para além das medidas gerais tomadas pelos governos no sentido de manutenção do nível de emprego e renda, a Economia Criativa tem papel fundamental na retomada da produção por se tratar de setor anticíclico.

Este setor tem características próprias que tornam mais difícil a transferência das atividades para o universo digital. Apesar de ser possível para uma parte das empresas migrar seu modelo de negócios, monetizar esses novos modelos de negócios (como as *lives* ou eventos on-line) ainda é um desafio. Uma outra ressalva importante diz respeito à presença de trabalhadores *free lancers* e informais neste setor, que estão sofrendo os impactos da crise mais severamente do que empresas que ainda possuem acesso a recursos que aqueles não conseguem acessar.

1. Facilitação do acesso a crédito

» Criação de fundos garantidores específicos para o setor.

» Promoção de empréstimos diferenciados para o reequilíbrio financeiro das empresas do setor.

» Manutenção e agilidade no acesso ao auxílio emergencial destinado aos trabalhadores informais, microempreendedores individuais (MEI), autônomos e desempregados.

2. Renegociação de dívidas de impostos

» Diferimento do pagamento de impostos e taxas por período de 6 meses.

» Suspensão temporária do pagamento de parcelamentos e acordos de dívidas de impostos e taxas anteriores.

3. Renegociação de empréstimos e créditos concedidos

» Reequilíbrio dos contratos de empréstimos com carência no pagamento para 6 meses.

» Flexibilização dos prazos (de captação, execução e prestação de contas) e de regras na Lei Federal de Incentivo à Cultura..

4. Retomada das ações de fomento

» Retomada dos financiamentos com recursos do Fundo Setorial do Audiovisual.

» Ampliação do fomento à cultura por parte das empresas estatais.

» Promoção e lançamento de editais e chamadas de projetos.

5. Preparação para o novo mercado de consumo pós-COVID-19

» Cadastramento e divulgação de profissionais e empresas.

» Estímulo ao desenvolvimento de tecnologias para consumo de produtos/serviços digitais do setor.

NOTA TÉCNICA

Para essa análise, foi considerado como base o estudo "Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil", da Firjan, realizado em 2019. Através das atividades econômicas do setor de Economia Criativa identificadas no estudo, foi calculada a produção e participação dessas atividades no Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil.

De acordo com o estudo, os grupos das atividades relacionadas ao setor de Economia Criativa representam 2,61% do PIB (número referente ao PIB de 2017). As atividades analisadas do setor estão listadas a seguir, com a participação de cada um no setor e seus subsegmentos:

- Consumo (43,8%)
  - Publicidade e Marketing;
  - Arquitetura;
  - Design;
  - Moda.
- Cultura (7,7%)
  - Expressões culturais;
  - Patrimônio e Artes;
  - Música;
  - Artes Cênicas.
  - Mídias (11,4%)
  - Editorial;
  - Audiovisual.
- Tecnologia (37,1%)
  - P&D;
  - Biotecnologia;
  - TIC.

A partir dessa informação, o PIB criativo foi calculado para o ano de 2019, chegando ao valor de R$ 190,5 bilhões para o consolidado dessas atividades. Foi estimada uma produção mensal normal do setor como um todo, através de valores médios, proporcional a 12 meses, de forma a permitir estimar variações da produção por mês, de modo a variar a retomada passo a passo ao longo do tempo.

O passo seguinte foi estimar a redução do volume de produção das atividades, após a identificação da participação de cada atividade no PIB brasileiro, devido à pandemia da Covid-19, chegando, em média, à 43,9% da produção mensal normal no período de isolamento social (tendo como referência a produção dessas atividades calculadas para o ano de 2019), como demonstrado nas tabelas a seguir:

Tabela 1 | Volume médio da produção mensal do Setor de Economia Criativa – 2020

Economia Criativa	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Consumo	100%	100%	55%	22%	23%	25%	27%	45%	52%	61%	71%	83%
Cultura	100%	100%	50%	5%	7%	8%	10%	12%	17%	25%	36%	42%
Mídias	100%	100%	75%	40%	41%	40%	43%	55%	53%	61%	70%	82%
Tecnologia	100%	100%	93%	79%	85%	87%	88%	91%	92%	93%	95%	99%

Tabela 2 | Volume médio da produção mensal do Setor de Economia Criativa – 2021

Economia Criativa	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Consumo	85%	82%	83%	85%	88%	93%	96%	93%	94%	98%	103%	108%
Cultura	43%	40%	43%	45%	54%	65%	71%	75%	81%	86%	94%	100%
Mídias	81%	79%	77%	79%	83%	92%	101%	99%	100%	103%	105%	109%
Tecnologia	101%	103%	99%	98%	102%	106%	110%	106%	108%	110%	113%	117%

O nível considerado normal é a produção no patamar de 100%, tendo como base o ano de 2019. Portanto, no cenário considerado por essa análise, a produção seguiu normal até fevereiro de 2020 e só deverá retomar o nível próximo da normalidade no final de 2021.

O período de estabilização tem início em agosto de 2020, com a reabertura das atividades econômicas e segue por aproximadamente 12 meses, quando deve se aproximar do nível de produção considerado normal em 2019.

Em seguida, foram calculadas as perdas econômicas do setor, em comparação ao PIB do setor em 2019. Com os volumes de produção das tabelas 1 e 2, o PIB do setor será de R$ 129,9 bilhões em 2020 (redução de 31,8% em relação a 2019) e R$ 181,9 bilhões em 2021 (4,5% inferior a 2019). Dessa forma, a perda total do setor criativo brasileiro será de R$ 69,2 bilhões no biênio 2020-2021.

Para a recuperação dessa perda, foi considerado que as atividades criativas, após o período de estabilização, atingindo PIB de R$ 181,9 bilhões em 2021, devem crescer 5,42% ao ano entre 2022 e 2025 para recuperar a perda econômica causada pela crise da pandemia da Covid-19.

Equipe FGV Projetos
Diretor Executivo
Luiz Carlos Guimarães Duque

Diretor Técnico
Ricardo Simonsen

Diretor Adjunto do Escritório de São Paulo
Irineu Frare

Elaboração
Autor | Gerente Executivo FGV Projetos
Luiz Gustavo M Barbosa

Equipe Técnica
André Meyer Coelho
Fabíola Barros
Felipe Motta
Ique Lavatori
Luciana Vianna
Marcel Levi de Souto Barreto Thays
Venturim Guimarães

Projeto Gráfico
Talitha Guimarães

Agradecimentos

Abragames - Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Digitais
Cesar Rissete
Dênis Pedro Nunes
Duda Magalhães
Fábio Soares
Giovanni Beviláqua
Kennyston Lago
Marcio Augusto Esmeraldo Montella
Pedro Guimarães
Roberta Brum
Roberta Coelho
Ronaldo Morado Nascimento
Sérgio Sá Leitão
Stephanie Mayorkis