

# Panorama da Economia Criativa - DF

Relatório parcial de pesquisa - FASE 2

Alexandre Kieling  
Florence Dravet  
Clarissa Motter  
Leandro Bessa

# PANORAMA DA ECONOMIA CRIATIVA DO DISTRITO FEDERAL

Mestrado Profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa

Relatório parcial de pesquisa - FASE 2

Desenvolvido pelo grupo de pesquisa em Economia Criativa do Mestrado Profissional em Comunicação e Economia Criativa da Universidade Católica de Brasília, com apoio da Secretaria de Turismo (SETUR/DF) por demanda da Câmara de Economia Criativa da Fecomércio e emendas parlamentares da Câmara Legislativa do DF, efetivadas por meio do Termo de Fomento (MROSC) Nº 30/2021 - PROCESSO Nº 04009-00000567/2021-53. Apoio financeiro FAP DF a projeto nº 255/2021 - edital nº 03/2021 – demanda induzida - programa de fomento estratégico nas macros áreas: tic, economia criativa, biotecnologia, ciência, gestão e governo digital (Processo nº 00193-00000918/2021-35).

Definições metodológicas e primeiros apontamentos

Alexandre Kieling  
Florence Dravet  
Clarissa Motter  
Leandro Bessa



GOVERNO DO  
DISTRITO FEDERAL

Secretaria  
de Turismo



Secretaria de  
Cultura e  
Economia Criativa



Brasília - 2023

## **FICHA TÉCNICA**

### **Professores pesquisadores:**

Alberto Marques - Pesquisador fase 1  
Alexandre Schirmer Kieling - Coordenação Geral  
Ciro Inácio - Pesquisador fase 3  
Clarissa Motter - Pesquisadora fases 2 e 4  
Florence Dravet - Líder fase 1  
Gilberto Josemin - Pesquisador fase 3  
Leandro Bessa - Líder fase 2  
Robson Dias - Pesquisador fases 3 e 4  
Victor Laus - Líder fase 3  
Wesley R. Sepúlveda - Pesquisador fase 2

### **Pesquisadores bolsistas (discentes do Mestrado Profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa)**

André Mendes  
Bárbara Fragoso Silva  
Beatriz Chaves de Lima  
Beatriz Ramos Brandão de Faria  
Gabriela Fonseca Costa  
Gesiane do Socorro Andrade Leão Farias  
Marcela Rocha Mendonça Ribeiro  
Rodolfa Rocha

### **Iniciação científica:**

Amanda Oliveira Parrini Soares - Publicidade e Propaganda  
Breno Melo Vieira Sousa - Administração  
Felipe Olimpio Fonseca - Engenharia de Software  
Gabriela Pereira - Jornalismo  
João Wesley Pereira Barros Do Nascimento - Design Visual  
Laura Tiemi Fugita - Design Visual  
Letícia Dantas De Abreu - Publicidade e Propaganda  
Maria Eduarda Álvares Zaranza - Jornalismo  
Miquéias Oliveira de Souza- Design Visual  
Pedro Mendes Borges - Publicidade e Propaganda  
Paulo Cesar de Moura Fonseca - Engenharia de Software  
Tatielen Rodrigues Dutra Pereira - Engenharia de Software  
Yasmin Vitoria Costa de Lima - Ciências da Computação  
Yasmin Santos Rodrigues - Design Visual  
Yatimpou Jeanine-Pascale - Jornalismo

### **Outros colaboradores:**

Davi Botelho - Estatístico  
Consultor Gustavo Vidigal - Consultoria Técnica  
Juliana Monteiro - Consultoria de Gestão  
Lecir Nascimento - Consultoria de Contas  
Letícia Lourenço - Ilustração (Studio Cajuí Collab)  
Lucas Rodrigues - Administrativo  
Vanessa da Silva M. S. Barros - Ilustração (Studio Cajuí Collab)



## LISTA DE FIGURAS

- Figura 1:** Exemplo Nível hierárquico da CNAE 2.0 de Arte, Cultura, Esporte e Recreação | 19
- Figura 2:** Classificação Setorial de domínios culturais, por atividade econômica | 22
- Figura 3:** Esfera da Economia Criativa | 29
- Figura 4:** Ilustração da construção do levantamento de CNAEs 2.0 da Economia Criativa | 30
- Figura 5:** Quantidades de agentes levantados pelo projeto panorama DF por fontes de dados | 47
- Figura 6:** Percentuais de Vínculos Ativos Formais Levantados pelo Projeto Panorama pelas Atividades Econômicas Diretamente e Indiretamente Criativas, no DF, no ano de 2022, por Nível | 52
- Figura 7:** Percentual do porte das empresas | 53
- Figura 8:** Linha de Tendência das Porcentagens de Empresas (Dados INSIGHT) por Porte e Círculo | 54
- Figura 9:** Percentual das Empresas e Empresários formais levantados, por Nível de Complexidade | 56
- Figura 10:** Percentual de Vínculos Ativos até 31/12/2020 no DF, por Subclasse CNAE 2.0 (Anexo I), por Nível de Complexidade | 79
- Figura 11:** Nuvem de Palavras com Destaque da Classificação Brasileira de Ocupações (CBO 2002) segundo o conceito Economia Criativa do Panorama DF | 80
- Figura 12:** Percentual de Vínculos Ativos até 31/12/2020 no DF, das classificações CBO's 2002 diretamente e indiretamente criativos, por Nível de Complexidade | 82
- Figura 13:** Percentual de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF, das classificações CBO's 2002 combinadas com a CNAE 2.0 de Domínios Criativos Levantados, por Nível de Complexidade | 86
- Figura 14:** Percentual de Atores Criativos no DF, Levantados de Fontes Diversas, por Nível de Complexidade | 122
- Figura 15:** PIB-DF (dados da CODEPLAN/IPEDF) | 131
- Figura 16:** Domínios e regiões com mais estruturação de atividades criativas | 135
- Figura 17:** Diagrama para pesquisa de campo | 149
- Figura 18:** Diagrama para pesquisa de campo II | 149
- Figura 19:** Diagrama para o Safári Fotográfico | 158
- Figura 20:** Círculo Comunitário Águas Claras | 163
- Figura 21:** Representação gráfica da dinâmica de Águas Claras | 164
- Figura 22:** Safári Fotográfico Águas Claras | 168
- Figura 23:** Círculo Comunitário Guará | 173
- Figura 24:** Representação gráfica da dinâmica do Guará | 174
- Figura 25:** Safári Fotográfico Guará | 180
- Figura 26:** Círculo Comunitário Plano Piloto | 185
- Figura 27:** Representação gráfica da dinâmica do Plano Piloto | 186
- Figura 28:** Safári Fotográfico Plano Piloto | 190
- Figura 29:** Círculo Comunitário Samambaia | 196
- Figura 30:** Representação gráfica da dinâmica de Samambaia | 196
- Figura 31:** Safári Fotográfico Samambaia | 201
- Figura 32:** Círculo Comunitário Arniqueira | 205
- Figura 33:** Representação gráfica da dinâmica de Arniqueira | 206
- Figura 34:** Safári Fotográfico Arniqueira | 208
- Figura 35:** Círculo Comunitário Gama | 213
- Figura 36:** Representação gráfica da dinâmica do Gama | 214
- Figura 37:** Safári Fotográfico Gama | 217
- Figura 38:** Círculo Comunitário Recanto das Emas | 221
- Figura 39:** Representação gráfica da dinâmica de Recanto das Emas | 222
- Figura 40:** Safári Fotográfico Recanto das Emas | 224
- Figura 41:** Círculo Comunitário Santa Maria | 229
- Figura 42:** Representação gráfica da dinâmica de Santa Maria | 230
- Figura 43:** Safári Fotográfico Santa Maria | 232

- Figura 44:** Círculo Comunitário Cruzeiro | 237
- Figura 45:** Representação gráfica da dinâmica do Cruzeiro | 238
- Figura 46:** Safári Fotográfico Cruzeiro | 240
- Figura 47:** Círculo Comunitário Núcleo Bandeirante | 245
- Figura 48:** Representação gráfica da dinâmica do Núcleo Bandeirante | 246
- Figura 49:** Safári Fotográfico Núcleo Bandeirante | 249

## LISTA DE TABELAS

- Tabela 1:** Domínios Criativos, UNESCO (2009) | 21
- Tabela 2:** Correlação Domínios Criativos da UNESCO com a CNAE | 22
- Tabela 3:** Levantamento SIIC de correspondência com CNAE 2.0 | 23
- Tabela 4:** Quantidades e percentuais de CNAEs (5 e 7 dígitos) 2.0 levantadas, por Círculos | 30
- Tabela 5:** Contagem de CNAE 2.0 levantadas, por círculos (nível complexidade) e domínios criativos | 31
- Tabela 6:** Fontes de dados levantados, quantidades, remuneração média mensal e total, faturamento médio anual por círculo e domínios principais | 46
- Tabela 7:** Percentuais do Perfil Sociodemográfico dos agentes criativos obtidos a partir da combinação das CBOs e CNAEs 2.0, por círculo e domínio criativo levantados no DF, na RAIS 2021 | 48
- Tabela 8:** Quantidade e percentual do porte das empresas | 53
- Tabela 9:** Quantidades de Empresas (Dados INSIGHT) por porte e círculo | 54
- Tabela 10:** Quantidade Vínculos Ativos até 31/12/2021 de Empresas e Empresários Formais Levantados em 2022, da Economia Criativa no Distrito Federal em 2021, por Nível, Domínio Criativo e Porte da Empresa | 56
- Tabela 11:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas e Empresários Formais do Círculo C1 por RA e Domínio Criativo | 58
- Tabela 12:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Microempreendedores Individuais (MEI) do Círculo C1 por RA e Domínio Criativo | 58
- Tabela 13:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Microempresas do Círculo C1 por RA e Domínio Criativo | 59
- Tabela 14:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas de Pequeno Porte (EPP) do Círculo C1 por RA e Domínio Criativo | 60
- Tabela 15:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas e Empresários Formais do Círculo C2 por RA e Domínio Criativo | 62
- Tabela 16:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Microempreendedores Individuais (MEI) do Círculo C2 por RA e Domínio Criativo | 62
- Tabela 17:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Microempresa (ME) do Círculo C2 por RA e Domínio Criativo | 63
- Tabela 18:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresa de Pequeno Porte (EPP) do Círculo C2 por RA e Domínio Criativo | 64
- Tabela 19:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas Médio Porte (EMP) do Círculo C2 por RA e Domínio Criativo | 64
- Tabela 20:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas Grande Porte (EGP) do Círculo C2 por RA e Domínio Criativo | 65
- Tabela 21:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas e Empresários Formais do Círculo C3 por RA e Domínio Criativo | 66
- Tabela 22:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Microempreendedores Individuais (MEI) do Círculo C3 por RA e Domínio Criativo | 67
- Tabela 23:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Microempresa (ME) do Círculo C3 por RA e Domínio Criativo | 68
- Tabela 24:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresa de Pequeno Porte (EPP) do Círculo C3 por RA e Domínio Criativo | 69
- Tabela 25:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas Médio Porte (EMP) do Círculo C3 por RA e

- Tabela 26:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas Grande Porte (EGP) do Círculo C3 por RA e Domínio Criativo | 70
- Tabela 27:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas e Empresários Formais do Círculo C4 por RA e Domínio Criativo | 71
- Tabela 28:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Microempreendedores Individuais (MEI) do Círculo C4 por RA e Domínio Criativo | 71
- Tabela 29:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Microempresa (ME) do Círculo C4 por RA e Domínio Criativo | 72
- Tabela 30:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresa de Pequeno Porte (EPP) do Círculo C4 por RA e Domínio Criativo | 73
- Tabela 31:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas Médio Porte (EMP) do Círculo C4 por RA e Domínio Criativo | 73
- Tabela 32:** Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas Grande Porte (EGP) do Círculo C4 por RA e Domínio Criativo | 74
- Tabela 33:** Quantidade e Percentual de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF, por Subclasse CNAE 2.0 por Nível e Domínio Criativo | 78
- Tabela 34:** Quantidades de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF, por Subclasse CNAE 2.0 por Nível, Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Média (SM) | 79
- Tabela 35:** Total de Ocupados (CBO) no Distrito Federal na RAIS 2020, por Nível, Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Média (SM) | 82
- Tabela 36:** Ranking dos 10 maiores quantitativos de Ocupações (CBO) com vínculos ativos em 31/12/2019, no Distrito Federal na RAIS 2020, Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Média (SM) por Nível C1 | 83
- Tabela 37:** Ranking dos 10 maiores quantitativos de Ocupações (CBO) com vínculos ativos em 31/12/2019, no Distrito Federal na RAIS 2020, Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Média (SM) por Nível C2 | 84
- Tabela 38:** Ranking dos 10 maiores quantitativos de Ocupações (CBO) com vínculos ativos em 31/12/2019, no Distrito Federal na RAIS 2020, Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Média (SM) por Nível C3 | 84
- Tabela 39:** Ranking dos 10 maiores quantitativos de Ocupações (CBO) com vínculos ativos em 31/12/2019, no Distrito Federal na RAIS 2020, Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Média (SM) por Nível C4 | 85
- Tabela 40:** Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Gênero por Nível C1 | 87
- Tabela 41:** Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Gênero por Nível C2 | 88
- Tabela 42:** Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Gênero por Nível C3 | 89
- Tabela 43:** Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Gênero por Nível C4 | 89
- Tabela 44:** Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Mensal por Nível C1 | 90
- Tabela 45:** Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Mensal por Nível C2 (parte 1) | 91
- Tabela 46:** Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Mensal por Nível C2 (parte 2) | 91
- Tabela 47:** Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Mensal por Nível C3 (parte 1) | 92
- Tabela 48:** Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Mensal por Nível C3 (parte 2) | 93
- Tabela 49:** Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Mensal por Nível C3 (parte 3) | 94
- Tabela 50:** Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Mensal por Nível C4 | 94



com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa Etária por Nível C1 | 113

**Tabela 77:** Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa Etária por Nível C2 | 113

**Tabela 78:** Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa Etária por Nível C3 (parte 1) | 114

**Tabela 79:** Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa Etária por Nível C3 (parte 2) | 115

**Tabela 80:** Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa Etária por Nível C4 | 116

**Tabela 81:** Contagem de Atores Criativos Levantados pelo Panorama de Diversas Fontes de Documentos Oficiais do Governo por Círculos e Domínios Criativos | 122

**Tabela 82:** Contagem de Atores Criativos Levantados pelo Panorama de Diversas Fontes de Documentos Oficiais do Governo do Círculo 1, por Domínio Criativo e RA | 123

**Tabela 83:** Contagem de Atores Criativos Levantados pelo Panorama de Diversas Fontes de Documentos Oficiais do Governo do Círculo 2, por Domínio Criativo e RA | 124

**Tabela 84:** Contagem de Atores Criativos Levantados pelo Panorama de Diversas Fontes de Documentos Oficiais do Governo do Círculo 3, por Domínio Criativo e RA | 125

**Tabela 85:** Contagem de Atores Criativos Levantados pelo Panorama de Diversas Fontes de Documentos Oficiais do Governo do Círculo 4, por Domínio Criativo e RA | 125

**Tabela 86:** Cadastro de artesões e manualistas da Secretaria de Turismo GDF | 126

**Tabela 87:** Dados de arrecadação 2022 apurados pelo IPEDF | 132

## LISTA DE QUADROS

**Quadro 1** - Temas e questões dos círculos comunitários | 152

**Quadro 2** - Posicionamentos adequados e inadequados do moderador | 154

**Quadro 3** - Modelo de relato para Safári Fotográfico | 159

**Quadro 4** - Correlação dos assuntos abordados no círculo de Águas Claras com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado) | 164

**Quadro 5** - Correlação dos assuntos abordados no círculo do Guará com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado) | 174

**Quadro 6** - Correlação dos assuntos abordados no círculo do Plano Piloto com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado) | 186

**Quadro 7** - Correlação dos assuntos abordados no círculo de Samambaia com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado) | 197

**Quadro 8** - Correlação dos assuntos abordados no círculo de Arniqueira com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado) | 206

**Quadro 9** - Correlação dos assuntos abordados no círculo do Gama com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado) | 214

**Quadro 10** - Correlação dos assuntos abordados no círculo de Recanto das Emas com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado) | 222

**Quadro 11** - Correlação dos assuntos abordados no círculo de Santa Maria com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado) | 230

**Quadro 12** - Correlação dos assuntos abordados no círculo do Cruzeiro com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado) | 238

**Quadro 13** - Correlação dos assuntos abordados no círculo do Núcleo Bandeirante com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado) | 247

## **LISTA DE SIGLAS**

- CAGED:** Cadastro Geral de Empregados e Desempregados  
**CBO:** Classificação Brasileira de Ocupação  
**CCDF:** Conselho de Cultura do Distrito Federal  
**CEAC:** Cadastro de Entes e Agentes Culturais  
**CLT:** Consolidação das Leis do Trabalho  
**CNAE:** Classificação Nacional de Atividades Econômicas  
**CNPJ:** Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica  
**CODEPLAN DF:** Companhia de Planejamento do Distrito Federal  
**EMP:** Empresas Médias  
**EGP:** Grande Empresa  
**EPP:** Empresas de Pequeno Porte  
**FAC:** Fundo de Apoio à Cultura  
**Firjan:** Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro  
**IBGE:** Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  
**ISIC:** International Standard Industrial Classification  
**ME:** Microempresa  
**MEI:** Microempreendedor individual  
**MTE:** Ministério do Trabalho e Emprego  
**PAS:** Pesquisa Anual de Serviços  
**PDET:** Programa de Disseminação das Estatísticas do Trabalho  
**PIA:** Pesquisa Industrial Anual  
**PME:** Pesquisa Mensal de Emprego  
**PNAD:** Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios  
**RA:** Região administrativa  
**RAIS:** Relação Anual de Informações Sociais  
**SICCAU:** Sistema de Informação e Comunicação do Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Distrito Federal  
**SIIC:** Sistema de Informações e Indicadores Culturais  
**SM:** Salário mínimo  
**TIC:** Tecnologia da Informação e Comunicação  
**UNESCO:** Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura

## SUMÁRIO

Apresentação | 11

1. As atividades criativas segundo o Sistema de Informações e Indicadores Culturais - SIIC -IBGE e UNESCO e suas correlações com CNAE 2.0 (2002) | 17

2. A correspondência dos Domínios Criativos e as atividades econômicas da CNAE 2.0/IBGE com base no Panorama da Economia Criativa do DF | 25

3. Aspectos Gerais da Economia Criativa | 33

3.1 Metodologias e dados | 35

3.2 Dados levantados | 36

4. Vantagens e Limitações das Fontes de Dados | 41

4.1 CNPJ | 43

4.2 RAIS/CAGED | 43

4.3 PIA/PAS | 44

4.4 PNAD | 44

4.5 Resumo | 45

4.6 Perfil sociodemográfico | 47

5. Dados Gerais | 49

5.1 Proporções Domínio Criativo das Empresas e Empresários | 56

5.2 C1- Atividades Primárias por RA | 57

5.3 C2 - Indústrias Culturais | 61

5.4 C3 - Indústrias Criativas Complexas | 65

5.5 C4 - Atividades Relacionadas | 70

6. CNAE 2.0 da Economia Criativa Levantadas na RAIS 2021 | 75

6.1 CNAE 2.0 da Economia Criativa Levantadas na RAIS 2021 | 78

6.2 Ocupações (CBO) da Economia Criativa levantados da RAIS 2020 | 79

6.3 Ranking das 10 Ocupações (CBO) por Faixa de Remuneração | 83

6.4 Perfil Sociodemográfico a partir das Ocupações (CBO 2002) combinadas com as CNAE 2.0 (Anexo I) da Economia Criativa levantados da RAIS 2021 | 85

6.5 Gênero x Domínio Criativo x RA | 87

6.6 Faixa de Remuneração Média x Domínio Criativo x RA | 90

6.7 Raça/Etnia x Domínio Criativo x RA | 95

6.8 Tempo de Emprego (em meses) | 98

6.9 Horas Contratadas | 103

6.10 Escolaridade x Domínio Criativo x RA | 107

6.11 Faixa Etária x Domínio Criativo x RA | 112

7. Atores Criativos com base em cadastros de fontes associativas | 117

8. Geração de Renda | 129

9. Apontamentos dos dados quantitativos | 133

10. Apresentação da pesquisa de campo - dados qualitativos | 137

|  |     |
|--|-----|
| 11. Metodologia para pesquisa de campo                               | 143 |
| 11.1 Círculos Comunitários   | 146 |
| 11.1.1 Formação dos Círculos Comunitários                            | 147 |
| 11.1.2 Dinâmica  | 151 |
| 11.2 Safári Fotográfico  | 155 |
| 11.3 Relato parcial dos Círculos Comunitários e Safáris Fotográficos | 160 |
| <br>   |     |
| 12. Águas Claras   | 161 |
| 12.1 Círculo Comunitário Águas Claras                                | 163 |
| 12.2 Safári Fotográfico Águas Claras                                 | 168 |
| 13. Guará  | 171 |
| 13.1 Círculo Comunitário Guará                                       | 173 |
| 13.2 Safári Fotográfico Guará  | 180 |
| 14. Plano Piloto   | 183 |
| 14.1 Círculo Comunitário Plano Piloto                                | 185 |
| 14.2 Safári Fotográfico Plano Piloto                                 | 190 |
| 15. Samabaia   | 193 |
| 15.1 Círculo Comunitário de Samambaia                                | 195 |
| 15.2 Safári Fotográfico Samambaia                                    | 201 |
| 16. Arniqueira   | 203 |
| 16.1 Círculo Comunitário Arniqueira                                  | 205 |
| 16.2 Safári Fotográfico Arniqueira                                   | 208 |
| 17. Gama   | 211 |
| 17.1 Círculo Comunitário Gama  | 213 |
| 17.2 Safári Fotográfico Gama   | 217 |
| 18. Recanto das Emas   | 219 |
| 18.1 Círculo Comunitário Recanto das Emas                            | 221 |
| 18.2 Safári Fotográfico Recanto das Emas                             | 224 |
| 19. Santa Maria  | 227 |
| 19.1 Círculo Comunitário Santa Maria                                 | 229 |
| 19.2 Safári Fotográfico Santa Maria                                  | 232 |
| 20. Cruzeiro   | 235 |
| 20.1 Círculo Comunitário Cruzeiro                                    | 237 |
| 20.2 Safári Fotográfico Cruzeiro                                     | 240 |
| 21. Núcleo Bandeirante   | 243 |
| 21.1 Círculo Comunitário Núcleo Bandeirante                          | 245 |
| 21.2 Safári Fotográfico Núcleo Bandeirante                           | 249 |
| <br>   |     |
| 22. Apontamentos dos dados qualitativos                              | 251 |
| <br>   |     |
| Referências  | 255 |
| <br>   |     |
| Anexos   | 257 |

# APRESENTAÇÃO



O CONCEITO DE ECONOMIA CRIATIVA, BEM COMO A DEMARCAÇÃO DAS SUAS atividades, tem ocupado os estudos de diversos campos do conhecimento e, particularmente, do próprio campo, em configuração, no mundo todo. Depois da identificação e análise de mais de 3 mil textos nacionais e internacionais da base Scopus, a pesquisa “Panorama da Economia Criativa do Distrito Federal”, em curso no Mestrado Profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa da Universidade Católica de Brasília, compreendeu por Economia Criativa as atividades, bens e relações econômicas que envolvem a geração de bens culturais, artísticos e inovadores (tecnológicos e científicos) resultantes da criatividade, ou seja, aquelas atividades que utilizam a criatividade, o capital intelectual e a inovação (bens passíveis de proteção, por meio de proteção intelectual) como insumo produtivo, capaz de gerar empregos, renda e produção de bens e serviço (KIELING, DRAVET, MARQUES, 2022). A partir dessa compreensão a equipe enfrentou o desafio de observar as fronteiras, diluições e transbordamentos das atividades criativas.

É sabido que, a partir da segunda metade do século XX, o período industrial, marcado pela indústria de transformação que se configurou a partir do século XVII e se desenrolou até o século XX, foi dando lugar à sociedade pós-industrial caracterizada pela geração de serviços, ancorada no conhecimento científico, técnico e, sobretudo, tecnológico (BELL, 1976)<sup>1</sup>. O período é marcado pela cultura da inovação e da criatividade que passaram a animar toda a natureza de atividade econômica, direta ou indiretamente. A chamada sociedade do conhecimento, também designada como indústria do conhecimento (e ainda Sociedade da Informação), animou o desenvolvimento do setor de serviço na proporção de representar mais de 60% das atividades econômicas no mundo. Dessa expansão, articulou-se a Economia Criativa e junto o desafio de categorização e classificação. Vários organismos nacionais e Internacionais (UNESCO, Departamento de Cultura e Esportes do Reino Unido, FIRJAN, CODEPLAN DF<sup>2</sup>) buscaram categorizações que por vezes se restringem às atividades culturais e artísticas (DCS RU), hora in-

---

<sup>1</sup> Bell, D. (1976). O advento da sociedade pós-industrial. Aliança Editorial: Espanha.

<sup>2</sup> Ver relatório parcial 1 KIELING, DRAVET, MARQUES, 2022.

cluem algumas atividades de inovação tecnológica (UNESCO), ou contemplam também as inovações científicas (CODEPLAN, FIRJAN).

O primeiro relatório parcial da pesquisa do Panorama da Economia Criativa DF (KIELING, DRAVET, MARQUES, 2022), após robusta análise nos documentos institucionais e publicações científicas que abordam o tema, entendeu, tomando como referência a proposta da UNESCO, que essas atividades criativas devem ser estatisticamente analisadas a partir da configuração de domínios criativos<sup>3</sup>. Dada essa premissa, o documento aponta uma abordagem conceitual-metodológica com base no conceito de círculos concêntricos (THROSBY, 2008). O postulado traz uma compreensão mais abrangente das atividades criativas e de suas relações que a delimitação de Throsby, o que impacta na dimensão do espectro dos domínios da Economia Criativa proposto pela UNESCO.

No primeiro relatório parcial da pesquisa do “Panorama da Economia Criativa no Distrito Federal<sup>4</sup>”, os domínios são categorizados em Círculos Dinâmicos que se estruturam e se organizam a partir das complexidades de seus ciclos de criação e produção: C1- Núcleo Atividades Primárias, C2 - Indústrias Culturais, C3 - Indústrias Criativas Complexas e C4 - Atividades Relacionadas. Uma perspectiva inclusiva e interdependente das novas relações entre a produção cultural e artística, científica e tecnológica que articula indústrias e consumo. Parte-se da imagem de um corte em uma esfera expansiva, corte que corresponde à manifestação da criatividade mediada pelo uso de artefatos, tecnologias e meios e a articulação de processos industriais mais ou menos complexos. Ao centro da esfera, compreende-se a criatividade como inerente ao corpo e suas técnicas. Quanto mais vai se afastando desse centro, mais a criatividade necessita da mediação de um grau mais complexo de artefatos até que recorre a sistemas tecnológicos mais sofisticados e passa a fazer parte de um processo sistêmico complexo de mediações interdependentes.

---

<sup>3</sup> A proposta de Domínios aparece pela primeira vez no documento FRAMEWORK FOR CULTURAL STATISTICS (FCS) da UNESCO, 2009.

<sup>4</sup> É promovido pelo programa de Mestrado Profissional em Inovação e Comunicação e Economia Criativa, da Faculdade de Comunicação, da Universidade Católica de Brasília, entre outras parcerias institucionais.

Ao centro da esfera situa-se o círculo 1, da atividade criativa primária, de alto teor artístico. Nele se manifestam e se organizam os domínios criativos da literatura, das artes visuais e plásticas, da música, das artes performáticas e do artesanato. Em cada um desses domínios atuam diversos profissionais que recorrem às suas habilidades e à mediação de artefatos básicos para a realização de bens e produtos artísticos.

A partir do círculo 1, expande-se o círculo 2, o das indústrias culturais, de teor artístico e cultural. Ele contém os domínios editoriais e do livro, a promoção de patrimônio natural e cultural, a fotografia, o design, os espetáculos artísticos e culturais e a indústria fonográfica. São atividades que envolvem a mediação de sistemas de produção e circulação, de tecnologias e a articulação de atores diversos, incluindo organizações, no desenvolvimento de produtos e serviços. Como no círculo anterior, em cada um desses domínios atuam diversos profissionais, mas, sobretudo, organizações públicas e privadas que alimentam a dinâmica do círculo.

Expandindo ainda mais, chega-se ao círculo 3, da indústria criativa complexa, com atividades de teor artístico, cultural e inovação (científica e tecnológica) e com o envolvimento de outras indústrias na geração de produtos, serviços e processos. É o círculo dos domínios da Publicidade, da Educação e Pesquisa, do Turismo, dos Eventos, Feiras, Festas Artísticas e Culturais, dos Softwares (dedicados à produção e circulação de conteúdos criativos), das Mídias, do Audiovisual, da Arquitetura, da Moda, dos Jogos e Games. Nesse círculo, as mediações envolvem grandes organizações, cadeias produtivas, forte base tecnológica e agentes públicos e privados, envolvendo altos investimentos e fomentos. Há a intersecção de agentes culturais, econômicos, sociais e ambientais articulados na geração de escala em busca de desenvolvimento.

Por fim, o círculo 4, o mais amplo, trata das Atividades Relacionadas, aquelas que não se voltam exclusivamente à Economia Criativa, mas que lhe são necessárias e têm algum grau de envolvimento com ela. Esse círculo contém as atividades ligadas ao Esporte e ao Lazer, as Ocupações Transversais como as de gestão, comercialização, financiamento, produção executiva e registro de patente; e as atividades de suporte. Os processos de mediação mobilizam outras indústrias, mesmo organizações econômicas tradicionais.

A Infraestrutura inclui a confecção de armações, a montagem, a fabricação de produtos e peças, a substituição de estruturas, o reparo de produtos e peças e a manutenção corretiva e preventiva de estruturas. É um domínio conexo sem o qual salões de exposição, palcos e tudo o que sustenta a produção e circulação de atividades artísticas e culturais não seriam viáveis.

Nessa lógica, à medida que os processos de criação e produção são mediados por técnicas, tecnologias, sistemas de realização, circulação e consumo vão se deslocando de um estágio mais primário para estágios mais industriais, mais dinâmicos.

[...] sistemas de produção, circulação e consumo de bens (produtos, serviços e processos) que resultam de atividades intelectuais, mentais, manuais e performáticas criativas. Aglutina e mobiliza domínios de habilidades, competências, legados culturais, artísticos, inventivos que geram inovação e capital simbólico. Organiza-se a partir de atividades primárias, como pintura, música, literatura, artesanato. Expande-se em cadeias de valor que envolvem gradualmente sistemas industriais como fonográfico, editorial, espetáculos (com valor cultural e artístico) e avança para indústrias mais complexas, como eventos, patrimônio cultural, arquitetura, audiovisual, design, mídias, games, moda, gastronomia, turismo, que articulam várias atividades e domínios criativos. (KIELING, DRAVET, MARQUES, 2022)

Nessa etapa, o propósito foi confrontar a proposta presente no primeiro relatório parcial (KIELING, DRAVET, MARQUES, 2022) com classificações similares, como aquelas adotadas pelo Itaú Cultural e pela própria UNESCO e a categorização clássica do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) com base na CNAE 2.0 - Classificação Nacional de Atividades Econômicas. Buscou-se tensionar a extensão das atividades criativas. Operou-se o levantamento das atividades criativas dos domínios criativos classificadas na pesquisa do Panorama, correlacionando essas atividades com as atividades econômicas classificadas pela CNAE/IBGE e, para fins descritivos, foi feito o mesmo processo com as atividades tidas como criativas pelo Itaú Cultural e pela UNESCO. Trata-se, portanto, de técnicas comparativas cujo objetivo foi identificar em que grau houve uma adição de atividades naquelas contempladas nas classificações similares e na configuração clássica do IBGE.

**1 As atividades criativas  
segundo o Sistema de  
Informações e Indicadores  
Culturais - UNESCO, SIIC -  
IBGE e suas correlações  
com CNAE 2.0 (2002)**



DE ACORDO COM A PROPOSTA CONCEITUAL-METODOLÓGICA DOS CÍRCULOS dinâmicos, domínios e suas classificações, foi feita a correlação das atividades mapeadas em cada domínio criativo com as atividades econômicas classificadas pelo IBGE através da CNAE. Esse cruzamento de dados teve como objetivo mensurar a quantidade de atividades econômicas classificadas em cada domínio criativo. Para tal levantamento, com a intenção de construir um mapeamento mais minucioso desses dados, utilizou-se a classificação de 5 e 7 dígitos da CNAE que se intitulam de Classe e Subclasses.

Segundo o próprio IBGE, a CNAE 2.0, usada aqui em uma lógica de aproximação com ISIC 4 (The International Standard Industrial Classification of All Economic Activities) que possibilita uma harmonização entre o Framework (UNESCO, 2009) e o SIIC (IBGE 2019), como mencionado na primeira seção do presente relatório, é uma classificação hierárquica de cinco níveis e 21 seções, 87 divisões, 285 grupos, 673 classes e 1.301 subdivisões. A partir do segundo nível, adiciona-se o modelo incorporando o código para cada nível de agregação mais detalhado que o anterior. Assim, o código da subcategoria (sete algarismos) inclui o código da categoria (quatro algarismos + DV), que por sua vez inclui o código do grupo (três algarismos) a que pertence, e aquele código do respectivo departamento (dois algarismos).

A figura 1, apresenta o nível hierárquico da Seção R - de Arte, Cultura e Recreação, da Divisão 90 - Atividades Artísticas, Criativas e de espetáculos.

Figura 1 - Exemplo Nível hierárquico da CNAE 2.0 de Arte, Cultura, Esporte e Recreação.

|           |   |
|-----------|---|
| Seção     | R - ARTES, CULTURA, ESPORTE E RECREAÇÃO   |
| Divisão   | ├─ 90 - ATIVIDADES ARTÍSTICAS, CRIATIVAS E DE ESPETÁCULOS   |
| Grupo     | ├─ 90.0 - Atividades artísticas, criativas e de espetáculos   |
| Classe    | ├─ 90.01-9 - Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares                                   |
| Subclasse | ├─ 9001-9/01 - Produção teatral   |
|           | ├─ 9001-9/02 - Produção musical   |
|           | ├─ 9001-9/03 - Produção de espetáculos de dança   |
|           | ├─ 9001-9/04 - Produção de espetáculos circenses, de marionetes e similares                           |
|           | ├─ 9001-9/05 - Produção de espetáculos de rodeios, vaquejadas e similares                             |
|           | ├─ 9001-9/06 - Atividades de sonorização e de iluminação  |
|           | ├─ 9001-9/99 - Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares não especificados anteriormente |

Fonte: IBGE/CNAE 2.0, 2002

Partindo do pressuposto de que outros agentes já mapearam as atividades econômicas relacionadas à Economia Criativa, vale se inteirar dos modelos conceituais já propostos dessa análise para fins descritivos. O próprio IBGE categoriza as atividades criativas em setores

culturais através do SIIC - Sistema de Informações e Indicadores Culturais, que compreende como as atividades criativas aquelas que:

Partindo-se de uma definição abrangente da cultura, na qual não se inclui somente as artes e o patrimônio material e imaterial, mas também a importância da dinâmica econômica do setor, considera-se neste estudo a atividade econômica cultural como sendo toda atividade realizada por empresas que produzem, pelo menos, um produto relacionado com a cultura. (IBGE, 2002)

Dessa forma, infere-se que o levantamento SIIC-IBGE busca mapear as atividades econômicas por empresas que produzem pelo menos um produto, especificamente, relacionado à cultura. O levantamento utiliza os dados mais globais da CNAE que constam às atividades intituladas pela CNAE de “Classe”:

Para identificar as atividades econômicas culturais, foi feita uma análise de cada uma das 673 classes (quatro dígitos) da CNAE 2.0, as quais definem as atividades mais detalhadas desta nomenclatura. Portanto, a classificação constituiu o instrumento chave para a delimitação do setor composto de atividades econômicas de natureza industrial, comercial e de serviços que produzissem bens e serviços relacionados à produção cultural. (IBGE, 2002)

Todavia, de forma abrangente, o IBGE aponta as classes como a categoria mais detalhada das atividades econômicas. Contudo, o detalhamento mais minucioso dessas atividades encontra-se nas subclasses, conforme o exemplo 1 exposto anteriormente. O mapeamento do IBGE utilizou o agrupamento de setores culturais apresentados pela UNESCO:

Como resultado dessa delimitação do campo da cultura proposto pela UNESCO em 2009, buscou-se conceituar a cultura a partir das atividades relacionadas à “criação e produção”, tradicionalmente ligadas às artes, como teatro, música, filme, edição de livros, fotografia, rádio, televisão, bibliotecas, arquivos, museus e patrimônio histórico e, que foram consideradas neste estudo como atividades diretamente relacionadas à cultura. Outro conjunto, mais abrangente, relacionado aos equipamentos e às atividades de suporte de informática do setor cultural foi considerado como atividades indiretamente relacionadas à cultura (como a telefonia, a Internet, a fabricação de equipamentos transmissores de comunicação, entre outros), que agregam atividades propriamente culturais e outras que não podem ser caracterizadas como tais. (Unesco, 2009)

Note-se que a divisão dos setores que envolvem as atividades criativas parte de um agrupamento das atividades tidas como culturais com base nos oito domínios da UNESCO, que são categorizados na Tabela 1 da seguinte forma:

Tabela 1: Domínios Criativos, UNESCO (2009)

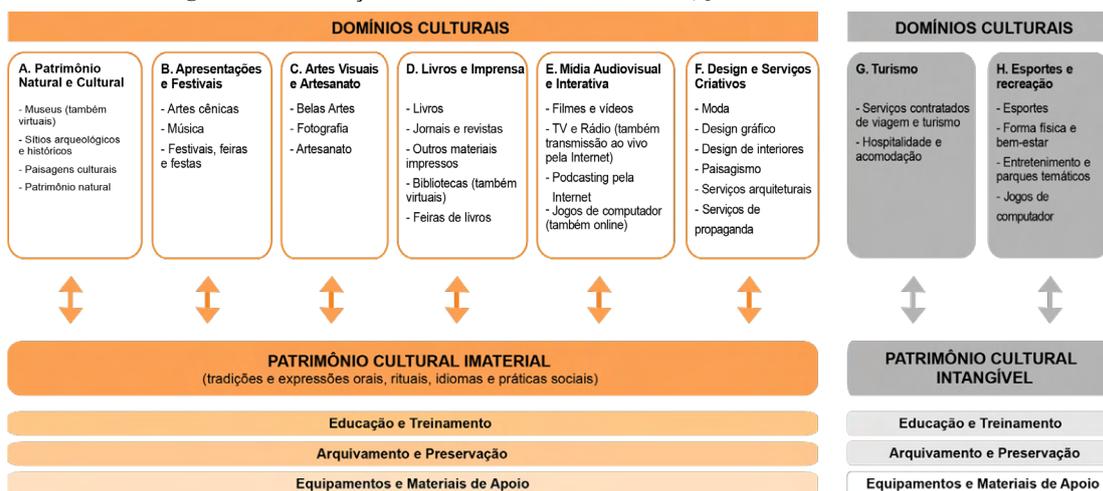
| CLASSIFICAÇÃO DOMÍNIO CRIATIVO |                                |
|--------------------------------|--------------------------------|
| A                              | PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL  |
| B                              | PERFORMANCE E CELEBRAÇÃO       |
| C                              | ARTES VISUAIS E OFÍCIOS        |
| D                              | LIVROS E IMPRENSA              |
| E                              | MÍDIA AUDIOVISUAL E INTERATIVA |
| F                              | DESIGN E SERVIÇOS CRIATIVOS    |
| G                              | TURISMO                        |
| H                              | ESPORTES E RECREAÇÃO           |

Fonte: Criação própria com base nos dados da UNESCO.

O Manual Metodológico para Indicadores UNESCO de Cultura para o Desenvolvimento, ao indicar uma classificação setorial para o mercado cultural tornou-se um marco na construção e comparabilidade internacional do setor. Foi definido que os domínios culturais englobam o conjunto de produção de bens, atividades e práticas culturais core ou centrais (patrimônio natural e cultural; apresentações artísticas e celebrações; artes visuais e artesanato; livros e imprensa; mídias audiovisuais e interativas; design e serviços criativos) e mais dois domínios: o transversal (patrimônio cultural imaterial; educação e capacitação; arquivos e preservação; e equipamentos e materiais de apoio) e o relacionado (turismo; esportes e recreação), que mostram a importância do ciclo de produção e transmissão da cultura (UNESCO, 2009). Na Figura 2 é possível entender melhor o modelo dos domínios proposto pela UNESCO.

A UNESCO estrutura seu conceito de “atividade de cultura” a partir de uma definição operacional de domínios culturais, que representam uma concepção ampla de setores ligados a atividades e produtos culturais, em suas diversas dimensões (econômica/social, formal/informal, profissional/amadora). São três os conjuntos de domínios que compreendem a produção e disseminação de bens e serviços culturais:

Figura 2: Classificação Setorial de domínios culturais, por atividade econômica.



Fonte: UNESCO, 2009

- 1) Os domínios culturais específicos, que representam um conjunto comum de atividades econômicas e sociais tradicionalmente aceitas como culturais;
- 2) Os domínios relacionados, que seriam as atividades econômicas e sociais híbridas e em parte culturais, mais identificadas com o lazer do que especificamente com as tradicionais atividades culturais;
- 3) Os domínios transversais, que estariam associados aos dois primeiros conjuntos de atividades.

A Tabela 2 abaixo apresenta a classificação UNESCO correspondente aos respectivos domínios onde existem 182 CNAEs 2.0.

Tabela 2: Correlação Domínios Criativos da UNESCO com a CNAE.

| DOMÍNIO                               | N CNAE 2.0 |
|---------------------------------------|------------|
| A - Patrimônio Natural e Cultural     | 6          |
| B - Espetáculos e Celebrações         | 11         |
| C - Artes Visuais e Artesanato        | 17         |
| D - Educação Cultural                 | 6          |
| E - Livros e Periódicos               | 32         |
| F - Audiovisual e Mídias Alternativas | 52         |
| G - Design e Serviços Criativos       | 10         |
| H - Turismo                           | 19         |
| I - Esporte e Lazer                   | 29         |
| <b>TOTAL GERAL</b>                    | <b>182</b> |

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da UNESCO (2009 pg. 24) e correspondentes CNAE 2.0 em atividades de domínios culturais.

O SIIC-IBGE também elaborou a correspondência das atividades econômicas com a CNAE, tabela que o IBGE intitulou de “Ocupação no setor cultural”, que considerou 74 atividades em correspondência com a CNAE, levando em consideração que essas atividades se encaixam em algum dos domínios da UNESCO que foram a base metodológica do SIIC-IBGE conforme a Tabela 3.

A Tabela 3 gerada a partir das atividades de cultura do SIIC-IBGE apresenta a relação das classes CNAE 2.0 e a descrição das 74 atividades consideradas como culturais, estruturadas de acordo com as seções da CNAE 2.0: Indústrias de transformação (C), Comércio; reparação de veículos automotores, objetos pessoais e domésticos (G), Informação e comunicação (J), Atividades profissionais, científicas e técnicas (M), Atividades administrativas e serviços complementares (N), Educação (P), Artes, cultura, esporte e recreação (R) e Outras atividades de serviços (S). São de origem da fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação das Estatísticas Econômicas e Classificações, em que as atividades destacadas em cinza correspondem às atividades indiretamente relacionadas à cultura.

Tabela 3: Levantamento SIIC de correspondência com CNAE 2.0

| SETOR_CULTURA   | N CNAE 2.0 | SETOR_CULTURA (Continuação)                                       | N CNAE 2.0 |
|---|------------|---|------------|
| ALUGUEL DE OBJETOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS  | 2          | FABRICAÇÃO DE ARTIGOS DE JOALHERIA, BIJUTERIA E SEMELHANTES       | 2          |
| ATIVIDADE DE IMPRESSÃO  | 1          | FABRICAÇÃO DE BRINQUEDOS E JOGOS RECREATIVOS                      | 1          |
| ATIVIDADES ARTÍSTICAS, CRIATIVAS E DE   | 3          | FABRICAÇÃO DE COMPONENTES ELETRÔNICOS                             | 1          |
| ATIVIDADES CINEMATOGRAFICAS, PRODUÇÃO DE VÍDEOS E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO                       | 4          | FABRICAÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE COMUNICAÇÃO                         | 2          |
| ATIVIDADES DE GRAVAÇÃO DE SOM E DE EDIÇÃO DE MÚSICA   | 1          | FABRICAÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA E PERIFÉRICOS           | 2          |
| ATIVIDADES DE ORGANIZAÇÕES ASSOCIATIVAS NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE                           | 1          | FABRICAÇÃO DE EQUIPAMENTOS E INSTRUMENTOS ÓPTICOS, FOTOGRÁFICOS E | 1          |
| ATIVIDADES DE RÁDIO   | 1          | FABRICAÇÃO DE INSTRUMENTOS MÚSICAIS                               | 1          |
| ATIVIDADES DE RECREAÇÃO E LAZER   | 2          | FABRICAÇÃO DE MÍDIAS VIRGENS, MAGNÉTICAS E ÓPTICAS                | 1          |
| ATIVIDADES DE TELEVISÃO   | 2          | OPERADORAS DE TELEVISÃO POR ASSINATURA                            | 3          |
| ATIVIDADES DOS SERVIÇOS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO   | 3          | OUTRAS ATIVIDADES DE ENSINO                                       | 2          |
| ATIVIDADES LIGADAS AO PATRIMÔNIO CULTURAL E AMBIENTAL   | 3          | OUTRAS ATIVIDADES DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO          | 2          |
| COMÉRCIO ATACADISTA DE ARTIGOS DE ESCRITÓRIO E DE PAPELARIA; LIVROS, JORNAIS E OUTRAS PUBLICAÇÕES | 1          | OUTRAS ATIVIDADES DE TELECOMUNICAÇÕES                             | 1          |
| COMÉRCIO ATACADISTA DE EQUIPAMENTOS E PRODUTOS DE TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO          | 2          | PUBLICIDADE   | 3          |

|   |   |  |    |
|---|---|--|----|
| COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS CULTURAIS, RECREATIVOS E ESPORTIVOS   | 2 | REPRODUÇÃO DE MATERIAIS GRAVADOS EM QUALQUER SUPORTE                         | 1  |
| COMÉRCIO VAREJISTA DE EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA E COMUNICAÇÃO:<br>EQUIPAMENTOS E ARTIGOS DE USO DOMÉSTICO | 3 | SERVIÇOS DE ARQUITETURA E ENGENHARIA E ATIVIDADES TÉCNICAS RELACIONADAS      | 2  |
| COMÉRCIO VAREJISTA DE PRODUTOS NOVOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE E DE PRODUTOS USADOS                   | 2 | SERVIÇOS DE PRÉ-IMPRESSÃO E ACABAMENTOS GRÁFICOS                             | 2  |
| DESIGN E DECORAÇÃO DE INTERIORES  | 2 | TELECOMUNICAÇÕES POR FIO   | 1  |
| EDIÇÃO DE LIVROS, JORNAIS, REVISTAS E OUTRAS ATIVIDADES DE EDIÇÃO   | 3 | TELECOMUNICAÇÕES POR SATÉLITE  | 1  |
| EDIÇÃO INTEGRADA À IMPRESSÃO DE LIVROS, JORNAIS, REVISTAS E OUTRAS PUBLICAÇÕES                              | 3 | TELECOMUNICAÇÕES SEM FIO   | 1  |
| FABRICAÇÃO DE APARELHOS DE RECEPÇÃO, REPRODUÇÃO, GRAVAÇÃO E AMPLIFICAÇÃO DE ÁUDIO E VÍDEO                   | 1 | TRATAMENTO DE DADOS, HOSPEDAGEM NA INTERNET E OUTRAS ATIVIDADES RELACIONADAS | 2  |
| TOTAL GERAL   |   |  | 74 |

Fonte: criação própria com base nas informações do SIIC-IBGE

Nota-se que mesmo se baseando no recorte de domínios da UNESCO, o SIIC-IBGE ainda encontrou metade do quantitativo CNAE correspondente aos domínios em comparação ao levantamento da UNESCO. Essa redução se deve ao método de análise apenas em CNAE 2.0 a 5 dígitos (Classes), que deixa a quantificação dos dados generalizada, gerando estatísticas mais gerais.

**2 A correspondência dos  
Domínios Criativos e as  
atividades econômicas da  
CNAE 2.0/IBGE com base  
no Panorama da Economia  
Criativa do DF**



COMO JÁ ANTECIPADO, COMPREENDE-SE QUE A ECONOMIA CRIATIVA SE dinamiza em Círculos (esferas), mais propriamente em 4 círculos: O Círculo (C1): Atividades Criativas Primárias; reúnem aquelas atividades que têm maior valor cultural e simbólico e emanam de uma criação original, que independe de outros recursos e mediações de qualquer natureza. Círculo (C2): Indústrias Culturais; que parte da estimativa de atividades que reproduzem as atividades primárias em maior proporção e necessitam de algum tipo de mediação. Círculo (C3): Indústrias Criativas Complexas, que correlaciona atividades que precisam de um grau maior de recursos e mediações em todos seus processos, desde a criação até a distribuição. Por fim, o Círculo (C4): Atividades Criativas Relacionadas; onde se encontram as atividades transversais, ou seja, aquelas que perpassam vários domínios criativos como as atividades de comercialização e gestão que são imprescindíveis em qualquer ramo de atividade. O Círculo C4 conta também com as atividades de Esporte e Lazer e as atividades de Infraestrutura, sendo a primeira relacionada a atividades lúdicas, esportivas e recreativas e o segundo relacionado com as atividades que dão estrutura para realização criativa dos demais domínios, como a fabricação de peças e acessórios, montagem e desmontagem e manutenção de equipamentos.

Com base nessa configuração, resgate-se que os domínios se reestruturaram da seguinte forma:

**Atividade Criativa Primária - C1 (Círculo 1):**

Artesanato

Criação performática

Criação visual e plástica

Criação literária

Criação musical

**Indústrias Culturais - C2 (Círculo 2):**

Livros e editorial

Patrimônio natural e cultural

Fotografia

Design Espetáculos

Indústria Fonográfica

**Indústria Complexa - C3 (Círculo 3):**

Publicidade

Educação

Turismo

Eventos, feiras e festas

Software

Mídias (TV, rádio, jornal e conteúdo digital)

Audiovisual

Arquitetura

Moda

Gastronomia

Jogos e games

**Atividades Criativas Relacionadas - C4 (Círculo 4):**

Atividades criativas transversais

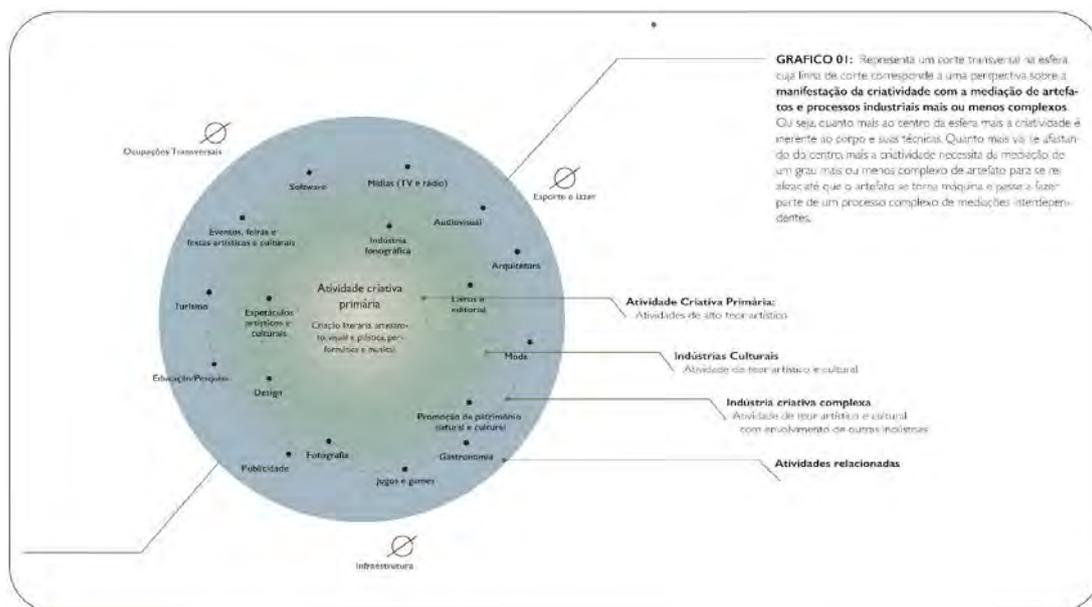
Infraestrutura

Esporte & Lazer

Recorde-se que, considerando conjuntos comuns de indústrias, atividades e práticas culturalmente produtivas e que cada Domínio da UNESCO (p.e.: DESIGN E SERVIÇOS CRIATIVOS) envolve diferentes agrupamentos (p.e.: design de moda, design gráfico, design de interiores, paisagismo, serviços de arquitetura e serviços de publicidade), a proposta amplia para 25 os domínios criativos, distribuídos em 4 círculos que se interligam de forma dinâmica. A dimensão dos domínios segue um recorte de complexidade, pois à medida que a atividade criativa primária começa a necessitar de graus diferentes de intermediações tecnológicas ou industriais, o círculo muda, ou seja, quanto maior o círculo, maior o nível de complexidade.

Dentro de cada domínio criativo foram inseridas as ocupações criativas e/ou processos criativos, que orbitam dentro de cada círculo (esfera) conforme a Figura 3:

Figura 3: Esfera da Economia Criativa.

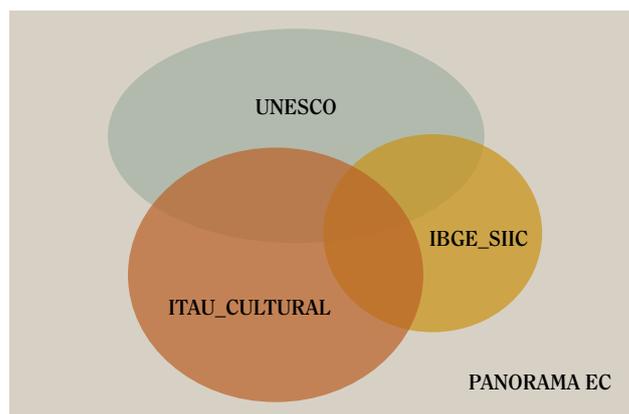


Fonte: Relatório Parcial Panorama da Economia Criativa do DF (2022).

Partindo da ideia de círculos e domínios orbitais do Panorama apresentados no primeiro relatório (KIELING, DRAVET, MARQUES, 2022), e com base na CNAE 2.0, procedeu-se a um levantamento de correspondentes das CNAEs 2.0 da Economia Criativa, que partiu da CNAEs 2.0 já levantadas pela UNESCO, SIIC-IBGE e Observatório do Itaú Cultural<sup>5</sup> (5 dígitos). Adicionou-se para os domínios do Panorama da Economia Criativa no DF, outras CNAEs a estas para abarcar cada um dos domínios criativos a partir da lista completa das CNAEs do IBGE a 7 dígitos (ver ilustração da construção do levantamento de CNAEs 2.0 - Figura 4). Existe a atualização da CNAE 2.3 que entrou em vigor em 01 de janeiro de 2019, porém existe apenas às CNAEs: 5611-2/04 e 5611-2/05 referente a “Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas”, sem entretenimento e com entretenimento respectivamente, que poderiam compor os dados, porém como é nova não foi incluída e não afetam os domínios.

<sup>5</sup> Levantamento realizado pelo Observatório do Itaú Cultural de CNAEs 2.0, das empresas criativas. Acesso em agosto de 2022 pelo link: <https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados/pesquisa/empresas-da-economia-criativa#>

Figura 4: Ilustração da construção do levantamento de CNAEs 2.0 da Economia Criativa.



Fonte: Criação própria.

Com base nessa construção, avaliamos as atividades finais apontadas por classe e sub-classe, ou seja, 5 e 7 dígitos CNAE 2.0, relacionamos essas atividades aos domínios da Economia Criativa conforme a Tabela 4, excluindo da lista aquelas atividades que não se enquadraram em nenhuma classificação dentro dos círculos C1, C2, C3 e C4. Dessa forma, foram classificados 526 CNAEs 2.0 para a Economia Criativa partindo-se das Atividades Criativas Primárias - C1, com 35 (6,7%) CNAEs. Em seguida estão as Indústrias Culturais - C2, com 67 (12,70%) CNAEs, sendo que as Indústrias Criativas Complexas - C3, correspondem 152 CNAEs, mais de 28% levantadas e por fim as Atividades Relacionadas - C4, foram levantadas 272 mais de 51% das CNAEs de apoio e suporte às atividades criativas.

Tabela 4: Quantidades e percentuais de CNAEs (5 e 7 dígitos) 2.0 levantadas, por Círculos

| Círculos                            | CNAE 2.0  | N CNAE's   | % CNAES's      |
|-------------------------------------|-----------|------------|----------------|
| C1 - Atividade Criativas Primárias  | 5 dígitos | 12         | 2,28%          |
|                                     | 7 dígitos | 23         | 4,37%          |
| C2 - Indústrias Culturais           | 5 dígitos | 28         | 5,32%          |
|                                     | 7 dígitos | 39         | 7,41%          |
| C3 - Indústrias Criativas Complexas | 5 dígitos | 56         | 10,65%         |
|                                     | 7 dígitos | 96         | 18,25%         |
| C4 - Atividades Relacionadas        | 5 dígitos | 50         | 9,51%          |
|                                     | 7 dígitos | 222        | 42,21%         |
| <b>Total Geral</b>                  |           | <b>526</b> | <b>100,00%</b> |

Fonte: Elaboração própria a partir dos correspondentes CNAE 2.0 em nível de complexidade.

A Tabela 4, mensura os tipos de domínios e suas correspondências CNAE 2.0 de forma mais detalhada. Nota-se, que os círculos com maior predominância de atividades correspondentes com a CNAE são os círculos C3 – Indústrias Complexas e C4 – Atividades Relacionadas, o que é compreensível, uma vez que, a digitalização e industrialização de processos

atualmente se faz presente em quase todas as atividades econômicas, porém para fins de estudo da Economia Criativa optamos sempre pelo recorte dos círculos C1 a C3, que são os círculos onde se preservam as atividades diretamente criativas. Verificou-se ainda que, no domínio de Criação Visual e Plástica, bem como Criação Literária, não foi possível identificá-los pela CNAE, visto que se associam à ocupação do indivíduo como por exemplo escritor, poeta e não ao seu processo criativo.

## Desafios

Dessa forma, mostra-se imprescindível fazer um recorte nos dados levantados para que a atribuição dos correspondentes CNAEs não se torne superestimada com as atividades dos círculos 4 que são relacionadas, de apoio e suporte às atividades criativas. Para um melhor estudo do núcleo criativo das empresas há necessidade de se combinar a CNAE 2.0 com a ocupação (Código CBO<sup>6</sup>) dos indivíduos das empresas para minuciosa e fidedigna classificação. Todavia, para fins de análise geral da dinâmica dos 4 círculos, as Tabelas 4 e 5 dão um panorama geral dos correspondentes CNAE com os círculos e seus domínios.

Tabela 5. Contagem de CNAE 2.0 levantadas, por círculos (nível complexidade) e domínios criativos.

| CÍRCULO     | DOMÍNIOS CRIATIVOS            | N CNAE'S | % CNAE'S |
|-------------|-------------------------------|----------|----------|
| C1          | ARTESANATO                    | 27       | 5,1%     |
|             | CRIAÇÃO MUSICAL               | 3        | 0,6%     |
|             | CRIAÇÃO PERFORMÁTICA          | 3        | 0,6%     |
|             | CRIAÇÃO VISUAL E PLÁSTICA     | 0        | 0,0%     |
|             | CRIAÇÃO LITERÁRIA             | 0        | 0,0%     |
| C2          | DESIGN                        | 5        | 1,0%     |
|             | ESPETÁCULOS                   | 11       | 2,1%     |
|             | FOTOGRAFIA                    | 6        | 1,1%     |
|             | INDÚSTRIA FONOGRAFICA         | 2        | 0,4%     |
|             | LIVROS E EDITORIAL            | 33       | 6,3%     |
|             | PATRIMONIO NATURAL E CULTURAL | 11       | 2,1%     |
|             | ARQUITETURA                   | 9        | 1,7%     |
| C3          | AUDIOVISUAL                   | 22       | 4,2%     |
|             | EDUCAÇÃO/PESQUISA             | 25       | 4,8%     |
|             | EVENTOS/FEIRAS/FESTAS         | 1        | 0,2%     |
|             | GASTRONOMIA                   | 29       | 5,5%     |
|             | JOGOS E GAMES                 | 2        | 0,4%     |
|             | MÍDIAS (RÁDIO/TV)             | 17       | 3,2%     |
|             | MODA                          | 24       | 4,6%     |
|             | PUBLICIDADE                   | 11       | 2,1%     |
|             | SOFTWARE                      | 9        | 1,7%     |
|             | TURISMO                       | 6        | 1,1%     |
|             | ATIVIDADES TRANSVERSAIS       | 122      | 23,2%    |
| C4          | ESPORTE E LAZER               | 13       | 2,5%     |
|             | INFRAESTRUTURA                | 135      | 25,7%    |
| Total Geral |                               | 526      | 100,00%  |

Fonte: Criação própria

<sup>6</sup> Classificação Brasileira de Ocupação.

O desafio foi aplicado com a busca em bases de dados da Receita Federal, IBGE, Ministério do Trabalho, CODEPLAN e cadastros orgânicos de organizações vinculadas aos domínios criativos mais estruturados e de secretarias do governo do GDF. Essas informações foram processadas separadamente em alguns casos e foram cruzadas em outros como veremos a seguir.

# **3 Aspectos Gerais do recorte quantitativo das atividades Criativas**



OS RECORTES A SEGUIR CONTEMPLAM AS ATIVIDADES POR EMPRESAS E OS Empregos Formais conforme os 25 domínios criativos já descritos e em atuação no Distrito Federal.

### 3.1 Metodologia e dados

Uma vez elucidada as categorizações dos Domínios Criativos com seus correspondentes CNAE 2.0, quadro do ANEXO I<sup>7</sup>, os códigos CNAEs 2.0 e as suas descrições, consideradas na plataforma interativa do Power BI. Ressalta-se, mais uma vez, que foram priorizadas as fontes de estatísticas oficiais com periodicidade máxima anual e que foram adotadas as categorizações conforme a referência conceitual metodológica na abordagem de Economia Criativa definida no Projeto Panorama.

Ainda no contexto dos vínculos formais das empresas em situação cadastral ativa, foram consideradas várias bases de dados de Microempreendedores e Empresas levantadas pela Receita Federal e Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) para o acompanhamento dos vínculos formais da Economia Criativa DF, considerou-se apenas os vínculos ativos em 31 de dezembro de 2021. As Atividades Econômicas das Empresas ou Empregados formais levantadas correspondem a pelo menos uma atividade desenvolvida com CNPJ formal que são consideradas diretamente criativas (ver Anexo I), ainda que a atividade seja primária ou secundária.

Assim como o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) foi criado como registro permanente de admissões e dispensa de empregados, sob o regime da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), a RAIS<sup>8</sup> também é uma obrigação às empresas. A principal diferença é que enquanto o primeiro deve ser enviado sempre que houver uma admissão, demissão ou transferência de funcionários, a segunda deve ser enviada anual-

---

<sup>7</sup> Não foram encontrados os correspondentes da CNAE 2.0 para os domínios: Criação Visual e Plástica e Criação Literária por serem bastante específicos.

<sup>8</sup> Instituída pelo Decreto nº 76.900, de 23/12/75, a RAIS tem por objetivo o suprimento às necessidades de controle da atividade trabalhista no País, o provimento de dados para a elaboração de estatísticas do trabalho e a disponibilização de informações do mercado de trabalho às entidades governamentais.

mente. Ainda que as duas obrigações estejam relacionadas à movimentação de funcionários, a RAIS é mais completa e deve ser enviada inclusive por empresas que não possuem funcionários — algo que caracteriza a RAIS negativa.

### 3.2 Dados levantados

São apresentados nesse estudo detalhes sobre as variáveis e a unidade de observação das fontes de dados, que possibilitam extrair informações para a execução do projeto, como conhecer o perfil dos trabalhadores e as empresas associadas às atividades economicamente criativas, além de, analisar hipóteses, quando necessário, sobre esse público.

Cabe recordar que os dois sistemas ou classificações usadas para relacionar ocupações e atividades econômicas ligadas ao mercado de trabalho são a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) e a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE).

A CBO, criada com a finalidade de relacionar e identificar todas as ocupações do mercado de trabalho brasileiro, compõe um sistema de seis dígitos e contém a descrição das tarefas executadas pelo ocupante. Enquanto a CNAE, um código composto por 7 dígitos, identifica as atividades empresariais, realizadas pela pessoa jurídica. Vale destacar que uma empresa pode ter mais de uma CNAE associada, sendo a primeira como a atividade principal e as demais são consideradas como atividades secundárias.

#### 3.2.1 Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica

O conjunto de dados sobre o Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) é gerenciado pela Receita Federal do Brasil (RFB), que armazena informações cadastrais das pessoas jurídicas e outras entidades de interesse das administrações tributárias da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

Nesta base de dados, a unidade de observação é a empresa, identificada pelo CNPJ (14 dígitos), sendo caracterizada, pela razão social, nome fantasia, situação cadastral (ativa, suspensa, baixada, etc) e indicador matriz/filial. Além dessas variáveis, estão disponíveis informações sobre o porte da empresa (microempresa, empresa de pequeno porte, demais), data

de abertura, faixa de faturamento presumido, faixa de quantidade de empregados, assim como, os códigos da CNAE principal e os das CNAEs secundárias. Adicionalmente, encontram-se dados sobre a localização geográfica (UF, município, bairro, endereço, número e o CEP) e os nomes dos sócios, contatos telefônicos e e-mail.

### 3.2.2 Relação Anual de Informações Sociais

Dos estudos realizados sobre o mercado de trabalho brasileiro formal, os microdados gerados pelo preenchimento da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) é a principal fonte de dados, contendo informações dos empregados e seus respectivos empregadores. O vínculo, caracterizado pelo par trabalhador/estabelecimento, é a unidade de observação e sua periodicidade histórica inicia-se na década de 1980, permitindo estudos com uma certa profundidade temporal.

Essa fonte de dados é rica em detalhes e as variáveis estão dispostas em 5 blocos:

- 1) Características socioeconômicas do trabalhador: CPF, sexo, idade, raça/cor, escolaridade, nacionalidade e tipo de deficiência;
- 2) Características sobre o vínculo: tipo do vínculo, CBO, quantidade de horas contratuais por semana, faixa de horas contratuais, tempo de emprego do trabalhador, tipo de admissão, causa do desligamento e município onde o empregado esteja trabalhando;
- 3) Características sobre a remuneração: remuneração do trabalhador de janeiro a dezembro e remuneração média em reais e em salários-mínimos;
- 4) Característica a empresa: CNPJ, CNAE, tipo de estabelecimento, município, natureza jurídica e faixa de tamanho (empregados ativos);
- 5) Outras características: bairros do município de São Paulo, Rio de Janeiro e Fortaleza e regiões administrativas do Distrito Federal.

### 3.2.3 Cadastro Geral de Empregados e Desempregados

De abrangência nacional e periodicidade mensal, o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) se constitui importante fonte de informação do mercado de trabalho

formal, sendo criado como instrumento de acompanhamento e de fiscalização do processo de admissão e de demissão de trabalhadores regidos pela CLT, com o objetivo de assistir os desempregados e de apoiar medidas contra o desemprego.

O conjunto de dados gerados pelo CAGED são desagregados em nível geográfico (município), setorial (CNAE) e ocupacional (CBO), possibilitando a obtenção de dados sobre os atributos dos empregados admitidos e desligados: sexo, raça/cor, grau de escolaridade, faixa etária, salários e tempo de emprego. Além disso, no CAGED constam a competência (mês/ano de movimentação), tipo do movimento, município, tamanho do estabelecimento, bairros da cidade de São Paulo, Rio de Janeiro e Fortaleza, regiões administrativas do DF, entre outras variáveis.

#### **3.2.4 Pesquisa Industrial Anual e Pesquisa Anual de Serviços**

Constituindo o grupo das pesquisas econômicas estruturais realizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatístico (IBGE), com a Pesquisa Industrial Anual (PIA) e Pesquisa Anual de Serviços (PAS), é possível coletar informações de empresas as associadas a EC, via recorte dessas empresas pelo filtro da CNAE criativa.

As bases de dados gerados pela PIA e PAS possibilitam extrair informações sobre o faturamento, receitas, despesas, pessoal ocupado, salários, retiradas e outras remunerações, valor adicionado, entre outras para o setor industrial e de serviços, respectivamente.

#### **3.2.5 Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**

Com a finalidade de produzir indicadores para o acompanhamento das flutuações trimestrais e da evolução, a médio e longo prazos, da força de trabalho e outras informações necessárias para o estudo e desenvolvimento socioeconômico do país e suprir necessidades para a formulação e gestão de políticas públicas, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) foi implantado pelo IBGE, substituindo a Pesquisa Mensal de Emprego (PME) e a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Anual (PNAD anual), potencializando os resultados produzidos por ambas.

Na PNAD Contínua, a unidade de investigação é o domicílio e a unidade de análise é a pessoa residente. A pesquisa levanta informações referentes aos temas: características demográficas, mercado de trabalho (trabalho remunerado e outras formas de trabalho), rendimento (despesa e consumo), educação e habitação. No que tange ao tema sobre o mercado de trabalho, as principais variáveis são:

- 1) Características do trabalho exercido: ocupação, posição na ocupação, existência de carteira de trabalho assinada, contribuição para a previdência, horas habitualmente e efetivamente trabalhadas, desejo de trabalhar mais horas, disponibilidade para trabalhar mais horas, rendimentos de trabalho;
- 2) Características do empreendimento: atividade do empreendimento, número de pessoas ocupadas e registro no CNPJ.

## **4 Vantagens e Limitações das Fontes de Dados**



DIANTE DE UMA ANÁLISE MAIS PROFUNDA SOBRE AS FONTES DE DADOS mencionadas nas seções anteriores, alguns pontos que merecem mais atenção em relação à utilidade de cada base para a execução do projeto serão discutidos a seguir. A ideia é dimensionar a aplicação de cada base para a elaboração dos indicadores e outros objetivos do Panorama da Economia Criativa no DF.

#### **A. CNPJ**

Tomando a CNAE como referência, duas vantagens da base de dados do CNPJ são identificadas, sendo a primeira, o levantamento dos MEIs associados à Economia Criativa, público impossível de ser capturado em outras fontes de dados. A segunda vantagem, se refere a oportunidade de georreferenciar ou distribuir segundo a RA as empresas e os MEIs, algo interessante, pois possibilita que os resultados das análises sejam desagregados em níveis mais específicos, atendendo às necessidades do projeto. No entanto, o preenchimento da variável sobre o faturamento presumido da empresa, no caso dos MEIs, não apresenta nenhuma variabilidade, sendo assinalada com o teto do faturamento estipulado por lei para essa categoria, no valor de R\$ 81.000,00. Os valores serão sempre uma estimativa aproximada.

#### **B. RAIS/CAGED**

Essas duas fontes de informação são geridas pelo Programa de Disseminação das Estatísticas do Trabalho (PDET) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) e esses microdados permitem construir diversos indicadores para quantificar e qualificar os trabalhadores e empresas voltadas às atividades criativas no setor formal, por exemplo:

- a) Número de empregados em 31 de dezembro, segundo faixa etária, escolaridade e gênero por nível geográfico, setorial e ocupacional;
- b) Número de empregados por tamanho de estabelecimento, segundo setor de atividade econômica;
- c) A remuneração média dos empregos, segundo ocupação e setor de atividade econômica por nível geográfico;

- d) Total de admitidos ou desligados por faixa etária;
- e) Total de admitidos ou desligados por sexo, segundo a faixa etária;
- f) Total de admitidos ou desligados por faixa etária, segundo o grau de instrução;
- g) Total de admitidos ou desligados, segundo a ocupação e a remuneração;
- h) Total de desligados, segundo tempo no emprego e remuneração;
- i) Taxa de rotatividade;
- j) Admissões ou desligamentos por tipo de movimentação (1º emprego, reemprego, reintegração, contrato, prazo determinado, transferência).

Embora a informação sobre a RA do DF esteja disponível nos microdados, a codificação está desatualizada, obrigando a agrupar as RAs para não perder informação. Na RAIS/CAGED apenas 21 RAs estão discriminadas, em virtude que, o DF atualmente está dividido em 33 RAs, cujos limites físicos definem a jurisdição da ação governamental para fins de descentralização administrativa e coordenação dos serviços públicos.

### C. PIA/PAS

Ainda que o conhecimento sobre o faturamento, as receitas e as despesas sejam relevantes para a distinção das empresas vinculadas às atividades criativas participantes da PIA e da PAS, a divulgação desses dados não permite retornar resultados desagregados por CNAE ou UF, dificultando o uso dos indicadores presentes nessas fontes para o público-alvo do projeto. Tal indisponibilidade é fruto das políticas de confidencialidade do IBGE, que asseguram a não identificabilidade das empresas participantes.

### D. PNAD

De outra parte a PNAD contínua em relação às demais fontes de dados, oferece dados de estatísticas sobre o mercado informal, em virtude que, os trabalhadores desse segmento também exercem atividades criativas e compõem o público-alvo do projeto, sendo interessante conhecer o perfil e, se possível, comparar as diferenças com os trabalhadores formais.

Uma pesquisa amostral, sabe-se, tende a gerar resultados fidedignos desde que estes sejam mais gerais, evitando selecionar um grupo mais específico, em que a imprecisão amostral tende a sofrer algum aumento, algo recorrente quando se utiliza técnicas de amostragem nas análises. Este tipo de problema pode aparecer no momento em que se filtra na PNAD contínua às CBO associadas à Economia Criativa.

Consideradas essas limitações, buscou-se seguir com base na referência central da busca de dados e na análise descritiva da lógica dos 25 Domínios Criativos e dos quatro Círculos Dinâmicos.

### E. Resumo

O resumo dos dados levantados nas mais diversas fontes mostra um volume de agentes criativos entre pessoas físicas e jurídicas que indica um número geral de atores criativos na casa dos 90 mil sujeitos, considerando um desvio padrão em razão da eventual repetição entre as fontes que registram CNAEs e a que registram CBOs ou, mesmo, da coleta orgânica em diversas fontes dos nichos criativos consultados. O maior número de agentes está concentrado nos domínios criativos das Indústrias Criativas Complexas (conforme a fonte variam entre mais de 50% e acima de 60%). Da mesma forma a variação média de remuneração nos 25 domínios (R\$ 4.360,05) e o faturamento anual presumido das empresas que varia de 80 mil a mais de 600 milhões de reais. O período de contratação varia de 12 a mais de 60 meses e a jornada semanal de 20 a 44 horas.

Para o cálculo da Renda Média Mensal dos 22 mil agentes de CNAEs levantadas pelo CAGED, 2020, a partir da Tabela 6, da frequência (número total de agentes) obtida com as respectivas faixas de remuneração mensal, procedeu-se da seguinte forma:

- 1) Identificamos o ponto médio de cada faixa de remuneração mensal. Por exemplo, se a faixa é de R\$ 1.000,00 a R\$ 1.999,00, o ponto médio é R\$ 1.499,50  $((1.000 + 1.999) / 2)$ .
- 2) Multiplicamos cada ponto médio pela frequência correspondente.
- 3) Somamos os resultados obtidos no passo anterior.
- 4) Dividimos o resultado da soma pela soma total das frequências.

A fórmula para calcular a remuneração média mensal é:

$$\text{Remuneração Média Mensal} = \frac{\sum (x_i * f_i)}{\sum f_i}$$

Onde:  $\sum (x_i * f_i)$  representa a soma dos produtos dos pontos médios de cada faixa de remuneração ( $x_i$ ) pela frequência correspondente ( $f_i$ ).  $\sum f_i$  representa a soma total das frequências.

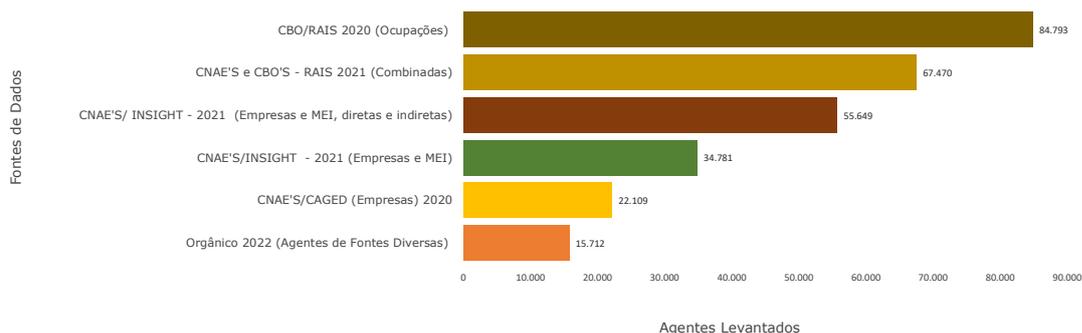
Procedeu-se de forma análoga para o cálculo do Faturamento Médio Anual a partir das Faixas de Faturamento pelo porte das empresas. Tanto para os mais de 34 mil e mais 55 mil agentes levantados pela CNAEs de empresas e MEIs diretos e indiretos respectivamente, o faturamento médio anual pelo porte das empresas observadas, foi de R\$ 457.641.002,00, isto é, ultrapassam um faturamento médio anual de quatrocentos e cinquenta e sete milhões de reais. E para os 22 mil agentes levantados pela CNAEs no CAGED 2020, a renda média mensal dos agentes foi de R\$ 4.436,09. Quando consideradas as CBOs, obteve-se mais de 84 mil agentes diretos e indiretos da Economia Criativa e remuneração média mensal de R\$ 7.393,31. Quando combinadas as CNAEs e CBOs criativas no DF, foram encontrados mais de 67 mil agentes criativos (diretos e indiretos) na RAIS 2021, com remuneração média mensal de R\$ 6.220,69. E por fim, foram levantados mais de 15 mil agentes criativos de fontes diversas, atuantes de forma orgânica em domínios criativos no DF em 2022. A Figura 5 representa graficamente estes quantitativos.

Tabela 6: Fontes de dados levantados, quantidades, remuneração média mensal e total, faturamento médio anual por círculo e domínios principais.

| Fonte dos Dados   | Número de Agentes/<br>Empresas Criativo(a)s | Principal Círculo                      | Principal(ais) Domínio(s)  | Renda Média (Mensal) | Renda Média Total<br>(Mensal) | Faturamento Médio Anual<br>(pelo Porte da Empresa) |
|---|---|--|--|----------------------|-------------------------------|--|
| CNAE'S/INSIGHT - 2021<br>(Empresas e MEI)                         | 34.781                                      | C3 - Indústrias<br>Criativas Complexas | Publicidade, Moda,<br>Audiovisual, Educação P&D,<br>Eventos, Arquitetura | Sem Informação       | Sem Informação                | R\$ 457.641.002,00                                 |
| CNAE'S/INSIGHT - 2021<br>(Empresas e MEI, diretas<br>e indiretas) | 55.649                                      | C3 - Indústrias<br>Criativas Complexas | Publicidade, Educação P&D,<br>Moda                                       | Sem Informação       | Sem Informação                | R\$ 457.641.002,00                                 |
| CNAE'S/CAGED<br>(Empresas) 2020                                   | 22.109                                      | C3 - Indústrias<br>Criativas Complexas | Software, Publicidade e Mídias<br>(Rádio/TV)                             | R\$ 4.436,09         | R\$ 90.052.575,66             | Sem Informação                                     |
| CBO/RAIS 2020<br>(Ocupações)                                      | 84.793                                      | C3 - Indústrias<br>Criativas Complexas | Gastronomia, Educação P&D.,<br>Software, Arquitetura e<br>Publicidade    | R\$ 7.393,31         | R\$ 626.901.273,30            | Sem Informação                                     |
| CNAE'S e CBO'S - RAIS<br>2021 (Combinadas)                        | 67.470                                      | C4 - Atividades<br>Relacionadas        | Ocupações Transversais   | R\$ 6.220,69         | R\$ 405.358.908,54            | Sem Informação                                     |
| Orgânico 2022 (Agentes<br>de Fontes Diversas)                     | 15.712                                      | C3 - Indústrias<br>Criativas Complexas | Arquitetura, Audiovisual,<br>Espetáculos                                 | Sem Informação       | Sem Informação                | Sem Informação                                     |

Fonte: Elaboração própria. Foram considerados valores do salário mínimo nos dados, dos anos de 2020 e 2021, R\$ 1.100,00 e R\$ 1.212,00 respectivamente.

Figura 5: Quantidades de agentes levantados pelo projeto panorama DF por fontes de dados



## F. Perfil Sociodemográfico

De forma geral, a Tabela 7 apresenta a quantidade e os percentuais do perfil sociodemográfico dos agentes criativos obtidos a partir da combinação das CBOs e CNAEs 2.0 do Anexo I (67.470), por círculo e domínio criativo levantados no DF, na RAIS 2021. Nela, observa-se que a maioria são dos agentes criativos diretos e indiretos são predominantemente do sexo masculino (exceção nos domínios de Artesanato, Gastronomia, Moda, Criação Literária), pardos e brancos, na faixa acima dos 30 anos (no geral mais de 60%) e possuem alta escolaridade (no geral 60%), sendo a maioria com ensino superior completo e outra parte com ensino médio completo. Além disso, a variação na remuneração média mensal distribuída nos domínios criativos de forma dinâmica nos quatros círculos, em que o domínio de Livros e Editorial (R\$ 9.877,97) e Mídias - Rádio/TV - (R\$ 8.147,49) apresentaram maior remuneração média e o domínio de Moda (R\$ 1.171,66) e Artesanato (R\$ 1.470,5) apresentaram menor remuneração.

Tabela 7: Percentuais do Perfil Sociodemográfico dos agentes criativos\* obtidos a partir da combinação das CBOs e CNAEs 2.0, por círculo e domínio criativo levantados no DF, na RAIS 2021

| CÍRCULO                             | DOMÍNIOS CRIATIVOS        | AGENTES | Sexo     |           | Raça    |        |          |           |        | Faixa Etária |              |              |              |              | Escolaridade |            |              |            |              |             |             | Remuneração Média Mensal |            |          |             |             |
|-------------------------------------|---------------------------|---------|----------|-----------|---------|--------|----------|-----------|--------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|-------------|-------------|--------------------------|------------|----------|-------------|-------------|
|                                     |                           |         | FEMENINO | MASCULINO | AMARELA | BRANCA | INDIGENA | NAO IDENT | PARDIA | PRETA        | 18 A 24 anos | 25 A 29 anos | 30 A 39 anos | 40 A 49 anos | 50 A 64 anos | 65 ou mais | 6. A.9. FUND | FUND COMPL | MEDIO INCOMP | MEDIO COMPL | SUP. INCOMP |                          | SUP. COMPL | MESTRADO | DOCTORADO   |             |
| C1 - Atividades Criativas Primárias | ARTESANATO                | 28      | 82%      | 18%       |         | 4%     |          | 29%       | 68%    |              | 11%          | 43%          | 21%          | 25%          |              |            | 4%           | 14%        | 79%          |             | 4%          |                          |            |          | RS 1.470,56 |             |
|                                     | CRIAÇÃO LITERÁRIA         | 174     | 67%      | 33%       |         | 65%    |          | 1%        | 31%    | 3%           | 6%           | 53%          | 32%          | 3%           | 6%           |            |              | 1%         | 3%           | 94%         | 2%          |                          |            |          | RS 3.561,96 |             |
|                                     | CRIAÇÃO MUSICAL           | 36      | 17%      | 83%       |         |        |          | 19%       | 81%    |              | 11%          | 39%          | 50%          |              |              |            |              | 86%        |              |             | 14%         |                          |            |          | RS 1.605,23 |             |
|                                     | CRIAÇÃO VISUAL E PLÁSTICA | 57      | 23%      | 77%       |         |        | 30%      |           | 4%     | 63%          | 4%           | 11%          | 19%          | 53%          | 18%          |            |              |            | 25%          |             | 75%         |                          |            |          | RS 3.875,95 |             |
| C2 - Indústrias Culturais           | DESIGN                    | 1.511   | 29%      | 71%       | 2%      | 40%    | 0%       | 24%       | 31%    | 4%           | 19%          | 30%          | 35%          | 12%          | 4%           | 0%         | 1%           | 1%         | 26%          | 15%         | 55%         | 1%                       | 1%         |          | RS 4.555,17 |             |
|                                     | ESPETÁCULOS               | 82      | 59%      | 41%       | 2%      | 34%    |          | 2%        | 61%    |              | 22%          | 20%          | 46%          | 10%          | 2%           |            |              | 2%         | 17%          | 22%         | 54%         | 5%                       |            |          | RS 1.205,00 |             |
|                                     | FOTOGRAFIA                | 274     | 43%      | 57%       |         | 41%    |          | 10%       | 40%    | 3%           | 21%          | 16%          | 27%          | 11%          | 18%          | 7%         | 1%           | 2%         | 7%           | 55%         | 15%         | 20%                      |            |          | RS 5.169,88 |             |
|                                     | INDÚSTRIA FONOGRAFICA     | 421     | 3%       | 97%       |         | 30%    |          | 12%       | 47%    | 11%          | 16%          | 23%          | 35%          | 20%          | 6%           |            |              | 3%         | 7%           | 1%          | 62%         | 11%                      | 17%        |          | RS 2.016,07 |             |
|                                     | LIVROS E EDITORIAL        | 2.897   | 39%      | 61%       | 1%      | 59%    | 1%       | 6%        | 27%    | 5%           | 7%           | 16%          | 35%          | 21%          | 19%          | 3%         | 1%           | 1%         | 1%           | 18%         | 6%          | 72%                      | 1%         |          | RS 9.877,97 |             |
| PATRIMONIO NATURAL E CULTURAL       | 290                       | 56%     | 44%      |           | 44%     |        | 9%       | 39%       | 7%     | 17%          | 20%          | 37%          | 17%          | 9%           |              |            |              | 2%         | 19%          | 23%         | 54%         | 1%                       | 1%         |          | RS 3.580,11 |             |
| C3 - Indústrias Criativas Complexas | ARQUITETURA               | 534     | 44%      | 56%       | 1%      | 37%    |          | 27%       | 31%    | 3%           | 11%          | 38%          | 34%          | 13%          | 4%           | 1%         |              |            | 0%           | 16%         | 76%         | 7%                       | 1%         |          | RS 6.182,24 |             |
|                                     | AUDIOVISUAL               | 2.639   | 23%      | 77%       | 1%      | 49%    | 0%       | 12%       | 31%    | 7%           | 8%           | 20%          | 31%          | 24%          | 15%          | 2%         | 1%           | 2%         | 2%           | 43%         | 11%         | 40%                      | 1%         | 0%       | RS 5.699,26 |             |
|                                     | EDUCAÇÃO/PESQUISA         | 1.846   | 43%      | 57%       | 1%      | 45%    | 0%       | 26%       | 25%    | 2%           | 15%          | 28%          | 38%          | 14%          | 5%           | 1%         |              |            | 0%           | 0%          | 12%         | 7%                       | 76%        | 2%       | 2%          | RS 6.942,54 |
|                                     | EVENTOS/FEIRAS/FESTAS     | 232     | 57%      | 43%       |         | 34%    |          | 20%       | 41%    | 5%           | 7%           | 33%          | 42%          | 13%          | 6%           |            |              |            | 3%           | 1%          | 34%         | 3%                       | 57%        | 1%       |             | RS 4.270,40 |
|                                     | GASTRONOMIA               | 57      | 88%      | 12%       | 0%      | 28%    | 0%       | 7%        | 57%    | 7%           | 4%           | 4%           | 20%          | 34%          | 35%          | 2%         | 5%           | 12%        | 11%          | 63%         | 2%          | 4%                       | 0%         |          | RS 2.089,07 |             |
|                                     | JOGOS E GAMES             | 3.020   | 33%      | 67%       |         | 47%    |          | 23%       | 30%    |              | 26%          | 11%          | 42%          | 14%          | 7%           |            |              |            | 4%           | 25%         | 18%         | 54%                      |            |          |             | RS 3.584,55 |
|                                     | MÍDIAS (RÁDIO/TV)         | 404     | 45%      | 55%       |         | 32%    | 1%       | 24%       | 34%    | 8%           | 10%          | 13%          | 35%          | 19%          | 14%          | 9%         |              |            | 1%           | 1%          | 30%         | 6%                       | 60%        | 2%       | 1%          | RS 1.171,66 |
|                                     | MODA                      | 1.244   | 88%      | 12%       | 0%      | 14%    |          | 9%        | 74%    | 3%           | 35%          | 21%          | 21%          | 15%          | 8%           | 0%         | 4%           | 13%        | 12%          | 67%         | 2%          | 2%                       |            |          |             | RS 8.147,49 |
| PUBLICIDADE                         | 3.574                     | 55%     | 45%      | 1%        | 56%     | 0%     | 13%      | 26%       | 4%     | 10%          | 22%          | 41%          | 19%          | 7%           | 1%           | 0%         | 1%           | 0%         | 10%          | 8%          | 78%         | 2%                       | 1%         |          | RS 7.563,23 |             |
| SOFTWARE                            | 9.592                     | 16%     | 84%      | 1%        | 35%     | 0%     | 24%      | 37%       | 3%     | 12%          | 21%          | 40%          | 21%          | 7%           | 1%           | 0%         | 1%           | 0%         | 7%           | 16%         | 72%         | 1%                       | 3%         |          | RS 7.556,15 |             |
| TURISMO                             | 8                         |         | 100%     |           | 75%     |        |          | 25%       |        | 13%          | 13%          | 75%          |              |              |              |            |              | 13%        |              | 13%         | 38%         | 38%                      |            |          | RS 4.680,92 |             |
| C4 - Atividades Relacionadas        | ATIVIDADES TRANSVERSAIS   | 32.870  | 27%      | 73%       | 1%      | 43%    |          | 14%       | 37%    | 5%           | 10%          | 20%          | 40%          | 22%          | 8%           | 1%         | 0%           | 1%         | 0%           | 8%          | 13%         | 75%                      | 1%         | 2%       | RS 6.841,14 |             |
|                                     | ESPORTE E LAZER           | 298     | 66%      | 34%       | 1%      | 20%    |          | 26%       | 48%    | 5%           | 37%          | 25%          | 23%          | 11%          | 4%           |            |              |            | 6%           | 3%          | 59%         | 7%                       | 23%        | 1%       | RS 1.569,19 |             |
|                                     | INFRAESTRUTURA            | 5.382   | 31%      | 69%       | 1%      | 33%    |          | 16%       | 43%    | 6%           | 15%          | 23%          | 34%          | 16%          | 10%          | 1%         | 1%           | 5%         | 3%           | 35%         | 23%         | 31%                      | 0%         | 1%       | RS 2.325,39 |             |
|                                     | Total Geral               | 67.470  |          |           |         |        |          |           |        |              |              |              |              |              |              |            |              |            |              |             |             |                          |            |          | RS 4.360,05 |             |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: Refere-se ao percentil dos quantitativos.

\*Nota: Foram retirados os percentuais dos dados sem informação ou não identificados na tabela.

## 5 Dados Gerais



O PRIMEIRO ESFORÇO FOI APLICAR A CATEGORIZAÇÃO DOS DOMÍNIOS CRIATIVOS aos seus correspondentes CNAE 2.0 (as atividades empresariais), o que possibilitou outras inferências estatísticas pertinentes para uma visão geral dos CNPJs (empresas) que atuam nos 25 Domínios Criativos e mais detalhada de como está situada a Economia Criativa no Distrito Federal. Dessa forma, em parceria com a empresa Insight Soluções Analíticas (vinculada à FECOMÉRCIO DF no desenvolvimento do MAPA do Comércio), que desenvolveu o software de mineração de dados, liderada pelo administrador e analista de dados Henrique Queiroz, foi possível chegar ao universo de empresas que atuam na Economia Criativa do Distrito Federal. A mineração da Insight buscou dados nas bases da Receita Federal, IBGE, Ministério do Trabalho e CODEPLAN. Esses dados foram relacionados em Power BI (outro software de processamento de dados) com o levantamento das empresas atuantes em cada dinâmica e domínio da Economia Criativa, o que gerou uma base de dados com informações descritivas das atividades correspondentes em cada círculo da Economia Criativa considerando sua situação de vínculos de empregos/empresas e atividades autônomas.

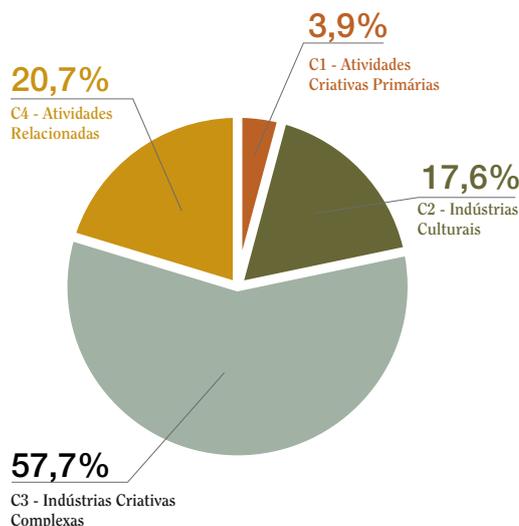
O ponto de partida contempla os CNAEs diretamente envolvidos com os 25 domínios das atividades criativas que, conforme a apuração do cruzamento realizado pelo sistema de mineração da Insight, depois de três clivagens, reúnem 34.781 organizações mais diretamente criativas.

O primeiro corte, considerando as possibilidades de CNAEs nos 25 domínios criativos, minerou mais de 130 mil CNAEs (133.922) e CNPJs (136.722). Todavia, reunia um amplo leque de atividades que, mesmo considerando possibilidades de suporte ou relação com as atividades criativas, envolvia uma importante escala de atividades mais genéricas do setor de serviços. Foi o caso de cabeleireiro e manicure (15.809 CNAEs no DF) que, embora algumas abriguem maquiadores que atuem nos domínios da Publicidade e Audiovisual, tornava o número de atividades superestimado. A mesma situação com promoção de vendas (11.002 CNAEs no DF), a grande maioria não atua nos domínios de Eventos e Espetáculos; ou o caso de serviços de ambulantes (4.326 CNAEs no DF), os quais, em grande parte, não atuam no Artesanato e Eventos.

Em razão dessa amplitude, foi feito o segundo corte mais restritivo, que apurou mais de 50 mil CNAEs (55.208) e CNPJs (55.649). Nessa clivagem ainda surgiram CNAEs que ampliaram o espectro de atividades de suporte e não diretamente criativa como é o caso de Treinamento e Capacitação de Gerencial (5.2007) e Reparo e Manutenção de TI (3.820). Mesmo considerando este desvio, ainda foi executado o levantamento de dados.

A Figura 6 apresenta graficamente os percentuais de vínculos ativos formais levantados pelo projeto Panorama pelas atividades econômicas diretamente e indiretamente criativas no ano de 2022, por nível. Verifica-se que, 57,7% são referentes a atividades do círculo 3 - Indústria Criativas Complexas (32.093), 20,7% são do círculo 4 de Atividades Relacionadas (11.539), 17,6% do círculo 2, das Indústrias Culturais (9.819) e por fim, 3,9% do círculo 1, das Atividades Criativas Primárias (2.198). No total, as atividades econômicas diretamente e indiretamente criativas no ano de 2022 somam 55.649 vínculos ativos.

Figura 6: Percentuais de Vínculos Ativos Formais Levantados pelo Projeto Panorama pelas Atividades Econômicas Diretamente e Indiretamente Criativas, no DF, no ano de 2022, por Nível.



Todavia foi no terceiro corte, ainda mais restritivo das atividades diretamente criativas, que se chegou aos mais de 30 mil CNAEs (34.598) e CNPJs (34.781). Esse levantamento vai estar todo detalhado por Região Administrativa e revela as empresas distribuídas pelo porte econômico da organização. São as de Microempreendedor Individual (MEI), empresas, em geral, de um colaborador (o próprio dono) com um faturamento presumido anual de 80 mil reais; as Microempresa (ME), de dois a cinco colaboradores, com faturamento até 360 mil;

Empresas de Pequeno Porte (EPP), em torno de 50 colaboradores, com faturamento que varia de 400 mil a 4 milhões de reais; Empresas Médias (EMP), que tem de 51 a 500 colaboradores, com faturamento acima de 4 milhões variando até 300 milhões: e Grande Empresa (EGP), em geral com mais de 500 colaboradores e um faturamento acima de 300 milhões.

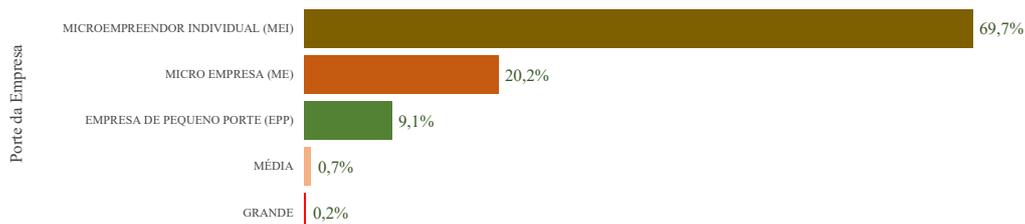
A Tabela 8 apresenta as quantidades e percentuais de vínculos ativos formais com base nas Atividades diretamente criativas no ano de 2022. Nela, observa-se que mais de 69% dos dados levantados são de Microempreendedor Individual (MEI), seguidos de Microempresa (ME) com 20% e cerca de 9% são Empresas de Pequeno Porte (EPP). As EMPs (0,70%) e EGPs (0,20%), apesar do número menor, têm o maior número de vagas de emprego e movimentam um percentual importante de recursos. Essas empresas se concentram nas áreas de Comunicação e Software (TIC, Publicidade, Mídias, Editorial, Arquitetura, Infraestrutura). A Figura 7 apresenta graficamente estes percentuais.

Tabela 8: Quantidade e percentual do porte das empresas

| PORTE DAS EMPRESAS                 | N             | %              |
|------------------------------------|---------------|----------------|
| EMPRESA DE PEQUENO PORTE (EPP)     | 3.175         | 9,10%          |
| GRANDE                             | 73            | 0,20%          |
| MÉDIA                              | 255           | 0,70%          |
| MICRO EMPRESA (ME)                 | 7.037         | 20,20%         |
| MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI) | 24.241        | 69,70%         |
| <b>TOTAL</b>                       | <b>34.781</b> | <b>100,00%</b> |

Fonte: Pesquisa INSIGHT Panorama DF, 2022.

Figura 7: Percentual do porte das empresas



Fonte: Pesquisa INSIGHT Panorama DF, 2022.

Tanto a Tabela 9 quanto a Figura 8 indicam a concentração dos vínculos formais relacionados à Economia Criativa no DF, o que revela que o maior conjunto de agentes que contribuem para o crescimento da Economia Criativa exercem suas atividades de forma autônoma e individual. Em segundo aparecem os microempresários seguidos dos empresários de organizações de pequeno porte. Embora o número de empresários de empresas de médio

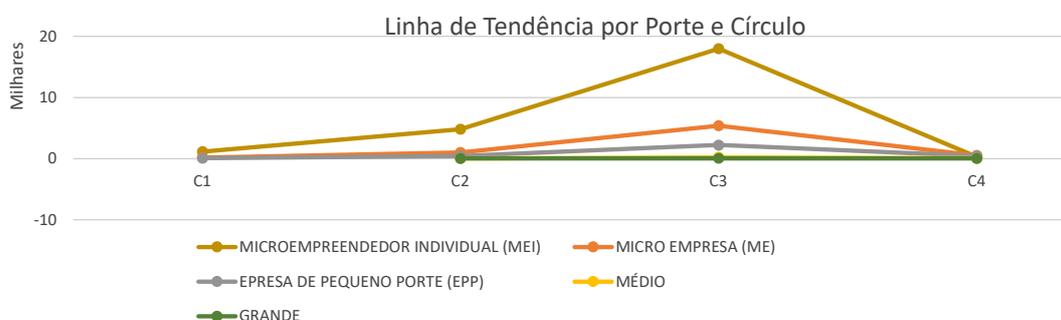
e grande porte seja menor, é importante lembrar que são organizações que empregam entre 50 e mais de 500 colaboradores. No passo seguinte, buscou-se apurar em quais atividades há maior atuação dessas empresas. A observação se concentrou na mineração de dados de cada círculo dos domínios criativos.

Tabela 9: Quantidades de Empresas (Dados INSIGHT) por porte e círculo.

| Círculo | MEI    | ME    | EPP   | MÉDIO PORTE | GRANDE PORTE | Total  |
|---------|--------|-------|-------|-------------|--------------|--------|
| C1      | 1.164  | 158   | 65    |             |              | 1.387  |
| C2      | 4.818  | 985   | 451   | 24          | 14           | 6.292  |
| C3      | 17.982 | 5.381 | 2.223 | 190         | 47           | 25.823 |
| C4      | 277    | 513   | 436   | 41          | 12           | 1.279  |
| Total   | 24.241 | 7.037 | 3.175 | 255         | 73           | 34.781 |

Fonte: Elaboração Própria, Projeto Panorama, 2022.

Figura 8: Linha de Tendência das Porcentagens de Empresas (Dados INSIGHT) por Porte e Círculo.



O resultado mostra que o volume principal de atividades criativas no Distrito Federal está nos domínios das Indústrias Criativas Complexas - C3 (25.823), seguido das Indústrias Culturais - C2 (6.292). Observe-se ainda que há ainda um número importante de empresas nas atividades criativas primárias - C1 (1.387), considerando o alto nível de informalidade neste círculo, mesmo que a imensa maioria seja de microempreendedor individual.

A fim de identificação rápida dos valores mínimos e máximos no corpo da tabela foram utilizados nas distribuição das tabelas a seguir os percentis que são valores que dividem uma distribuição de dados em 100 partes iguais. Eles são uma medida útil para entender como um determinado valor se posiciona em relação aos demais valores de uma distribuição. Por exemplo, o percentil 50, ou mediana, divide a distribuição em duas partes iguais, com 50% dos valores abaixo dele e 50% acima dele (ver Bussab e Morettin, 2006). A interpretação dos percentis pode variar de acordo com o contexto em que são utilizados. Em geral, é comum

utilizá-los em conjunto com outras medidas estatísticas, como a média e o desvio padrão, para descrever uma distribuição de dados. Foram utilizadas as cores cinza azulado, para representação de valor inferior ao 10º Percentil, cor amarela para representar o 50º Percentil e a variação da cor verde claro ao mais escuro para o 100º Percentil.

A Tabela 10 mostra que a concentração de Microempreendedores (MEI) em relação às atividades presente no Círculo 1, das atividades primárias, está na Criação Musical (1.088) de com mais de mil vínculos ativos. Observa-se ainda que existem menos de duas centenas de vínculos ativos para as empresas de Micro e Pequeno Porte.

No que se refere ao círculo C2, das Indústrias Culturais, há uma presença também forte de Microempreendedores (MEI) que se concentram nas atividades de Livro e Editorial (2.105) e de Fotografia (2.033), ambos com mais de dois mil vínculos. Todavia começa a aparecer um volume maior de micros e pequenas empresas e os primeiros registros de grandes e médias empresas (especialmente na área editorial).

No círculo C3 - Indústrias Criativas Complexas, onde há o maior número de pessoas jurídicas (CNAEs), no âmbito do microempreendedores individuais (17.982), destaca-se o domínio de Publicidade (10.115) com mais de dez mil vínculos ativos. O número de organizações de maior porte também supera os milhares no caso das microempresas (5.381) e pequenas (2.223). As empresas grandes e médias também ampliam sua atuação nesses domínios, particularmente nas áreas de publicidade, mídias, software e eventos.

E por fim, no círculo C4, das Atividades Relacionadas, a maior presença é das pequenas (436) e microempresas (513). A concentração está no domínio de Infraestrutura (478 e 421) de Microempresa (ME) e de Empresas de Pequeno Porte (EPP) com mais de quatrocentos vínculos ativos respectivamente.

Tabela 10: Quantidade Vínculos Ativos até 31/12/2021 de Empresas e Empresários Formais Levantados em 2022, da Economia Criativa no Distrito Federal em 2021, por Nível, Domínio Criativo e Porte da Empresa.

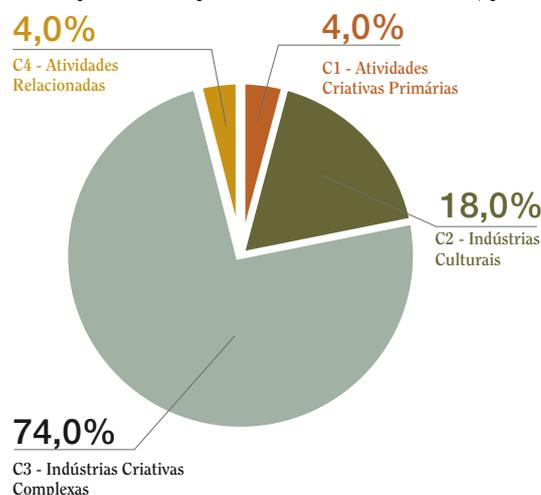
| NÍVEL       | DOMÍNIO CRIATIVO              | GRANDE | MÉDIA | EMPRESA DE PEQUENO PORTE (EPP) | MICRO EMPRESA (ME) | MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI) | TOTAL GERAL |
|-------------|-------------------------------|--------|-------|--------------------------------|--------------------|------------------------------------|-------------|
| C1          | ARTESANATO                    |        |       | 8                              | 15                 | 76                                 | 99          |
|             | CRIAÇÃO MUSICAL               |        |       | 53                             | 129                | 1.088                              | 1.270       |
|             | CRIAÇÃO PERFORMÁTICA          |        |       | 4                              | 14                 |                                    | 18          |
| Subtotal    |                               |        |       | 65                             | 158                | 1.164                              | 1.387       |
| C2          | DESIGN                        |        |       | 13                             | 72                 |                                    | 85          |
|             | ESPETÁCULOS                   |        | 1     | 86                             | 130                | 226                                | 443         |
|             | FOTOGRAFIA                    |        |       | 56                             | 213                | 2.033                              | 2.302       |
|             | INDÚSTRIA FONOGRAFICA         |        | 1     | 36                             | 100                | 436                                | 573         |
|             | LIVROS E EDITORIAL            | 12     | 20    | 227                            | 452                | 2.105                              | 2.816       |
|             | PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL | 2      | 2     | 33                             | 18                 |                                    | 73          |
| Subtotal    |                               | 14     | 24    | 451                            | 985                | 4.818                              | 6.292       |
| C3          | ARQUITETURA                   | 1      | 2     | 291                            | 788                |                                    | 1.082       |
|             | AUDIOVISUAL                   | 7      | 8     | 154                            | 542                | 1.667                              | 2.378       |
|             | EDUCAÇÃO, P&D                 |        | 1     | 86                             | 139                | 1.324                              | 1.550       |
|             | EVENTOS, FEIRAS E FESTAS      |        | 3     | 129                            | 147                | 804                                | 1.083       |
|             | GASTRONOMIA                   |        | 1     | 35                             | 52                 | 502                                | 590         |
|             | MÍDIAS (RÁDIO/TV)             | 10     | 31    | 111                            | 215                |                                    | 367         |
|             | MODA                          |        | 7     | 196                            | 279                | 2.842                              | 3.324       |
|             | PUBLICIDADE                   | 13     | 52    | 643                            | 2.273              | 10.115                             | 13.096      |
|             | SOFTWARE                      | 13     | 53    | 272                            | 517                |                                    | 855         |
|             | TURISMO                       | 3      | 32    | 306                            | 429                | 728                                | 1.498       |
| Subtotal    |                               | 47     | 190   | 2.223                          | 5.381              | 17.982                             | 25.823      |
| C4          | ATIVIDADES TRANSVERSAIS       |        |       | 1                              | 11                 | 43                                 | 55          |
|             | ESPORTE E LAZER               |        | 3     | 14                             | 24                 |                                    | 41          |
|             | INFRAESTRUTURA                | 12     | 38    | 421                            | 478                | 234                                | 1.183       |
| Subtotal    |                               | 12     | 41    | 436                            | 513                | 277                                | 1.279       |
| TOTAL GERAL |                               | 73     | 255   | 3.175                          | 7.037              | 24.241                             | 34.781      |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: Refere-se ao percentil dos quantitativos.

### 5.1. Proporções Domínio Criativo das Empresas e Empresários

Os dados apurados até aqui apontam uma grande concentração das atividades empresariais nas dinâmicas das Indústrias Criativas Complexas onde, como mostrado na seção anterior, estão as organizações de maior porte, como maior capital, maior estrutura e capacidade de produção, circulação e consumo dos seus serviços, produtos e processos desenvolvidos nos seus respectivos domínios criativos.

Figura 9: Percentual das Empresas e Empresários formais levantados, por Nível de Complexidade.



Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022.

O percentual de 74% das organizações empresariais atuando no Distrito Federal confirma indícios que já aparecem nas iniciativas e projetos recorrentes na região. As atividades nos domínios de Publicidade, Pesquisa/Educação, Turismo, Eventos, Software (com abordagem criativa), Mídias, Audiovisual, Arquitetura, Moda, Gastronomia, Games movimentam o maior volume das atividades e de geração de riqueza da Economia Criativa do DF.

No próximo recorte os dados combinam empresas, domínios criativos e Regiões Administrativas. Esse cruzamento de vínculos por domínios/atividades oferece uma pista de como estão distribuídas estas atividades pelas RAs e um primeiro indicativo de concentração de competências. Para um melhor detalhamento foram criadas as tabelas 8, 9, 10 e 11 que apresenta de forma separada cada círculo concêntrico focando nos vínculos correspondentes por cada domínio criativo.

## 5.2 C1- Atividades Primárias por RA

As atividades primárias, como já mencionado, são aquelas cujo seu principal ativo está na criatividade do agente que executa suas atividades de forma manual ou de linguagem e expressão corporal, não dependendo de muitas mediações ou industrialização para geração de seu produto. Na Tabela 11 abaixo temos as quantidades e percentuais de vínculos ativos de empresas e empresários formais levantados pelo projeto panorama, com a ajuda do sistema de mineração de dados da Insight, que atuam nas atividades econômicas diretamente criativas do círculo 1. Vamos tratar esses dados e essa concentração de competências das Atividades Primárias - C1, em atuação em 2022, conforme a região administrativa e domínio criativo.

Os dados apontam que, nas atividades do C1, o domínio de Criação Musical (1270) reúne o maior número de empresas que se concentram principalmente na região administrativa do Plano Piloto (259), onde há mais de duzentos e cinquenta CNPJs com vínculos ativos. Em seguida vem RAs Taguatinga (100) e Ceilândia (101) ambas com mais de cem vínculos ativos atuando também na música. Outro domínio presente no Plano Piloto é o Artesanato (29 CNAEs) também com atividades no Lago Sul e Guará (Tabela 11 abaixo).

Tabela 11: Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas e Empresários Formais do Círculo C1 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C1         |                 |                      | TOTAL GERAL  |
|-----------------------|------------|-----------------|----------------------|--------------|
|                       | ARTESANATO | CRIAÇÃO MUSICAL | CRIAÇÃO PERFORMÁTICA |              |
| ÁGUAS CLARAS          | 5          | 80              | 1                    | 86           |
| ARNIQUEIRA            | 1          | 8               |                      | 9            |
| BRAZLÂNDIA            | 1          | 16              |                      | 17           |
| CANDANGOLÂNDIA        |            | 9               |                      | 9            |
| CEILÂNDIA             | 5          | 101             |                      | 106          |
| CRUZEIRO              | 2          | 26              |                      | 28           |
| FERCAL                |            | 3               |                      | 3            |
| GAMA                  | 3          | 35              |                      | 38           |
| GUARÁ                 | 9          | 88              | 1                    | 98           |
| ITAPOÃ                | 1          | 4               | 1                    | 6            |
| JARDIM BOTÂNICO       | 1          | 37              | 1                    | 39           |
| LAGO NORTE            | 2          | 42              |                      | 44           |
| LAGO SUL              | 9          | 28              |                      | 37           |
| NÃO CLASSIFICADA      |            | 2               |                      | 2            |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    | 3          | 13              |                      | 16           |
| PARANOÁ               | 2          | 18              |                      | 20           |
| PARK WAY              |            | 11              |                      | 11           |
| PLANALTINA            | 2          | 60              |                      | 62           |
| PLANO PILOTO          | 29         | 259             | 8                    | 296          |
| PÔR DO SOL            |            | 3               |                      | 3            |
| RECANTO DAS EMAS      | 3          | 30              |                      | 33           |
| RIACHO FUNDO          | 2          | 14              |                      | 16           |
| RIACHO FUNDO II       |            | 11              |                      | 11           |
| SAMAMBAIA             | 1          | 62              | 2                    | 65           |
| SANTA MARIA           | 1          | 29              | 1                    | 31           |
| SÃO SEBASTIÃO         | 3          | 32              |                      | 35           |
| SCIA                  |            | 6               |                      | 6            |
| SOBRADINHO            | 4          | 75              |                      | 79           |
| SOBRADINHO II         |            | 7               |                      | 7            |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    | 3          | 25              | 1                    | 29           |
| TAGUATINGA            | 4          | 100             | 2                    | 106          |
| VARJÃO                | 1          |                 |                      | 1            |
| VICENTE PIRES         | 2          | 36              |                      | 38           |
| <b>TOTAL GERAL</b>    | <b>99</b>  | <b>1.270</b>    | <b>18</b>            | <b>1.387</b> |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: Refere-se ao percentil dos quantitativos.

Quando o cruzamento envolve o porte da empresa, a Tabela 12 mostra que a concentração Microempreendedores (MEI) se repete na atividade de Criação Musical (1.088) e a maior atuação está no Plano Piloto, com 198 vínculos ativos formais. Seguido das RAs de Ceilândia, Taguatinga e Guará com 95, 83 e 72 vínculos ativos de MEI respectivamente.

A Tabela 13, no cruzamento com os registros de Microempresa (ME), dos 158 CNPJs encontrados, a grande maioria (129) também atua na atividade de criação musical. Nela, verifica-se que no círculo C1 destaca-se o maior número de vínculos ativos (41) em atuação na RA do Plano Piloto.

Tabela 12: Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Microempreendedores Individuais (MEI) do Círculo C1 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C1 - MICROEMPREENDEDOR |                 | TOTAL GERAL |
|-----------------------|------------------------|-----------------|-------------|
|                       | ARTESANATO             | CRIAÇÃO MUSICAL |             |
| ÁGUAS CLARAS          | 1                      | 69              | 70          |
| ARNIQUEIRA            | 1                      | 7               | 8           |
| BRAZLÂNDIA            | 1                      | 16              | 17          |
| CANDANGOLÂNDIA        |                        | 8               | 8           |
| CEILÂNDIA             | 4                      | 95              | 99          |
| CRUZEIRO              | 2                      | 23              | 25          |
| FERCAL                |                        | 3               | 3           |

|                    |    |       |       |
|--------------------|----|-------|-------|
| GAMA               | 2  | 34    | 36    |
| GUARÁ              | 4  | 72    | 76    |
| ITAPOÃ             | 1  | 3     | 4     |
| JARDIM BOTÂNICO    | 1  | 34    | 35    |
| LAGO NORTE         | 2  | 39    | 41    |
| LAGO SUL           | 7  | 17    | 24    |
| NÃO CLASSIFICADA   |    | 2     | 2     |
| NÚCLEO BANDEIRANTE | 2  | 11    | 13    |
| PARANOÁ            | 1  | 17    | 18    |
| PARK WAY           |    | 8     | 8     |
| PLANALTINA         | 2  | 52    | 54    |
| PLANO PILOTO       | 24 | 198   | 222   |
| PÔR DO SOL         |    | 3     | 3     |
| RECANTO DAS EMAS   | 3  | 29    | 32    |
| RIACHO FUNDO       | 2  | 14    | 16    |
| RIACHO FUNDO II    |    | 11    | 11    |
| SAMAMBAIA          |    | 57    | 57    |
| SANTA MARIA        | 1  | 25    | 26    |
| SÃO SEBASTIÃO      | 3  | 30    | 33    |
| SCIA               |    | 6     | 6     |
| SOBRADINHO         | 4  | 65    | 69    |
| SOBRADINHO II      |    | 7     | 7     |
| SUDOESTE/OCTOGONAL | 2  | 19    | 21    |
| TAGUATINGA         | 3  | 83    | 86    |
| VARJÃO             | 1  |       | 1     |
| VICENTE PIRES      | 2  | 31    | 33    |
| TOTAL GERAL        | 76 | 1.088 | 1.164 |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: Refere-se ao percentil dos quantitativos.

Tabela 13: Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Microempresas do Círculo C1 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C1 - MICROEMPRESA |                 |                      | TOTAL GERAL |
|-----------------------|-------------------|-----------------|----------------------|-------------|
|                       | ARTESANATO        | CRIAÇÃO MUSICAL | CRIAÇÃO PERFORMÁTICA |             |
| ÁGUAS CLARAS          | 3                 | 7               | 1                    | 11          |
| ARNIQUEIRA            |                   | 1               |                      | 1           |
| CANDANGOLÂNDIA        |                   | 1               |                      | 1           |
| CEILÂNDIA             |                   | 5               |                      | 5           |
| CRUZEIRO              |                   | 3               |                      | 3           |
| GAMA                  | 1                 | 1               |                      | 2           |
| GUARÁ                 | 1                 | 12              | 1                    | 14          |
| ITAPOÃ                |                   | 1               |                      | 1           |
| JARDIM BOTÂNICO       |                   | 3               |                      | 3           |
| LAGO NORTE            |                   | 2               |                      | 2           |
| LAGO SUL              | 1                 | 6               |                      | 7           |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    | 1                 |                 |                      | 1           |
| PARANOÁ               | 1                 |                 |                      | 1           |
| PARK WAY              |                   | 2               |                      | 2           |
| PLANALTINA            |                   | 6               |                      | 6           |
| PLANO PILOTO          | 4                 | 41              | 7                    | 52          |
| RECANTO DAS EMAS      |                   | 1               |                      | 1           |
| SAMAMBAIA             | 1                 | 5               | 1                    | 7           |
| SANTA MARIA           |                   | 4               | 1                    | 5           |
| SOBRADINHO            |                   | 9               |                      | 9           |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    | 1                 | 4               | 1                    | 6           |
| TAGUATINGA            | 1                 | 11              | 2                    | 14          |
| VICENTE PIRES         |                   | 4               |                      | 4           |
| TOTAL GERAL           | 15                | 129             | 14                   | 158         |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: Refere-se ao percentil dos quantitativos.

Quando a referência são Empresas de Pequeno Porte (EPP), o cruzamento da Tabela 14 mostra um número menor de organizações (65), todavia a concentração está, mais uma vez, no domínio de Criação Musical (53) no Plano Piloto (20) .

Tabela 14: Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas de Pequeno Porte (EPP) do Círculo C1 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C1 - EMPRESA DE PEQUENO PORTE (EPP) |                 |                      | TOTAL GERAL |
|-----------------------|-------------------------------------|-----------------|----------------------|-------------|
|                       | ARTESANATO                          | CRIAÇÃO MUSICAL | CRIAÇÃO PERFORMÁTICA |             |
| ÁGUAS CLARAS          | 1                                   | 4               |                      | 5           |
| CEILÂNDIA             | 1                                   | 1               |                      | 2           |
| GUARÁ                 | 4                                   | 4               |                      | 8           |
| ITAPOÃ                |                                     |                 | 1                    | 1           |
| JARDIM BOTÂNICO       |                                     |                 | 1                    | 1           |
| LAGO NORTE            |                                     | 1               |                      | 1           |
| LAGO SUL              | 1                                   | 5               |                      | 6           |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    |                                     | 2               |                      | 2           |
| PARANOÁ               |                                     | 1               |                      | 1           |
| PARK WAY              |                                     | 1               |                      | 1           |
| PLANALTINA            |                                     | 2               |                      | 2           |
| PLANO PILOTO          | 1                                   | 20              | 1                    | 22          |
| SAMAMBAIA             |                                     |                 | 1                    | 1           |
| SÃO SEBASTIÃO         |                                     | 2               |                      | 2           |
| SOBRADINHO            |                                     | 1               |                      | 1           |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    |                                     | 2               |                      | 2           |
| TAGUATINGA            |                                     | 6               |                      | 6           |
| VICENTE PIRES         |                                     | 1               |                      | 1           |
| <b>TOTAL GERAL</b>    | <b>8</b>                            | <b>53</b>       | <b>4</b>             | <b>65</b>   |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: Refere-se ao percentil dos quantitativos.

Não foram encontrados registros de vínculos ativos no círculo 1 (C1 - Núcleo de Atividades Primárias), e seus respectivos domínios criativos, para as empresas de médio e grande porte. Essa evidência revela que, efetivamente, essas atividades são desenvolvidas por pequenos microempreendedores, microempresas e empresas de pequeno porte, ou seja, organizações com um pequeno grupo de sujeitos criativos envolvidos. Uma segunda evidência é que âmbito das atividades do círculo 1, não foi possível detectar CNAEs correspondentes às atividades dos domínios criativos de Criação Visual e Plástica e Criação Literária, por serem atividades mais associadas a um indivíduo (escritor, poeta, artista plástico etc.) que, em geral, não tem registro de Pessoa Jurídica.

Dessa forma, infere-se que as atividades presentes no círculo 1: Atividades Criativas Primárias por serem atividades que dependem intensamente da criatividade do agente, no âmbito de sua atividade manual ou de expressão corporal, faz-se mais fortemente presente nos vínculos de MEI - Microempreendedor Individual, Microempresas e empresas de pequeno porte, destacando-se as atividades autônomas na categoria de MEI como a maior proporção dentro desse círculo.

### 5.3 C2 - Indústrias Culturais

As indústrias culturais, lembremos, reproduzem as atividades criativas primárias ampliando a complexidade da atividade que passa da dependência apenas da criatividade e execução de trabalho manual ou corporal para uma complexidade um pouco maior envolvendo estruturas e dispositivos, que passam a mobilizar grupos de especialistas e técnicos e já depende de mediações tecnológicas, para execução de sua atividade. Os dados, como operado na seção anterior, vão cruzar domínios criativos, regiões administrativas e porte das empresas.

Na Tabela 15 abaixo apresentam-se as quantidades e percentuais de vínculos ativos de empresas e empresários formais, levantadas pelo projeto Panorama/Insight, a partir das atividades econômicas diretamente criativas do círculo 2, no ano de 2022, relacionando região administrativa e domínio criativo. Os dados coletados mostram mais de 6 mil CNPJs (6.292) envolvidos com as atividades das Indústrias Culturais, sendo a imensa maioria (4.818) microempreendedores individuais seguido de microempresas (985) e de empresas de pequeno porte (455) com vínculos ativos.

A principal atividade se concentra em empresas de Livro e Editorial (2.816), seguida de perto pelas de Fotografia (2.302) e da Indústria Fonográfica (573) e dos Espetáculos (443) com atividade em todas as 34 RAs. Verifica-se que no círculo C2 a maioria das organizações atua na região administrativa do Plano Piloto (1.688) e o domínio de Livros e Editorial com mais de oitocentos e setenta vínculos ativos (871), e da Fotografia com mais de quatrocentos e setenta vínculos ativos (478) são os mais representativos. Além do Plano Piloto, há um número de empresas importante em Taguatinga (519), Águas Claras (517), Guará (432), Ceilândia (379), Samambaia (279) e Gama (206). O domínio de Livros e Editorial é predominante à exceção de Samambaia (139) e Ceilândia (166) onde as empresas no domínio da Fotografia têm maior concentração.

Tabela 15: Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas e Empresários Formais do Círculo C2 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C2     |             |            |                       |                    | TOTAL GERAL |                               |
|-----------------------|--------|-------------|------------|-----------------------|--------------------|-------------|-------------------------------|
|                       | DESIGN | ESPETÁCULOS | FOTOGRAFIA | INDÚSTRIA FONOGRAFICA | LIVROS E EDITORIAL |             | PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL |
| ÁGUAS CLARAS          | 5      | 20          | 197        | 37                    | 254                | 1           | 514                           |
| ARNIQUEIRA            |        | 3           | 17         | 10                    | 20                 | 1           | 51                            |
| BRAZLÂNDIA            |        | 4           | 26         | 5                     | 16                 |             | 51                            |
| CANDANGOLÂNDIA        |        | 5           | 14         | 8                     | 9                  | 1           | 37                            |
| CELÂNDIA              | 2      | 17          | 166        | 51                    | 142                | 1           | 379                           |
| CRUZEIRO              | 2      | 13          | 28         | 9                     | 44                 | 1           | 97                            |
| FERCAL                |        |             | 2          |                       | 1                  |             | 3                             |
| GAMA                  | 1      | 15          | 95         | 25                    | 69                 | 1           | 206                           |
| GUARÁ                 | 2      | 20          | 161        | 32                    | 214                | 3           | 432                           |
| ITAPOÁ                | 1      | 2           | 12         | 2                     | 7                  |             | 24                            |
| JARDIM BOTÂNICO       | 3      | 16          | 78         | 10                    | 91                 | 1           | 199                           |
| LAGO NORTE            | 4      | 16          | 67         | 17                    | 72                 | 2           | 178                           |
| LAGO SUL              | 8      | 14          | 52         | 13                    | 53                 | 4           | 144                           |
| NÃO CLASSIFICADA      |        |             | 3          |                       | 2                  |             | 5                             |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    | 2      | 6           | 18         | 5                     | 55                 |             | 86                            |
| PARANOÁ               |        | 3           | 29         | 3                     | 9                  | 2           | 46                            |
| PARK WAY              |        | 7           | 24         | 4                     | 31                 |             | 66                            |
| PLANALTINA            |        | 5           | 49         | 19                    | 33                 | 2           | 108                           |
| PLANO PILOTO          | 37     | 162         | 478        | 104                   | 871                | 36          | 1.688                         |
| PÔR DO SOL            |        | 1           | 5          |                       | 5                  |             | 11                            |
| RECANTO DAS EMAS      |        | 7           | 45         | 16                    | 25                 |             | 93                            |
| RIACHO FUNDO          |        | 3           | 31         | 8                     | 34                 | 1           | 77                            |
| RIACHO FUNDO II       |        | 4           | 29         | 7                     | 15                 | 1           | 56                            |
| SAMAMBAIA             | 2      | 8           | 139        | 36                    | 93                 | 1           | 279                           |
| SANTA MARIA           |        | 11          | 47         | 19                    | 55                 | 1           | 133                           |
| SÃO SEBASTIÃO         |        | 11          | 33         | 14                    | 42                 | 3           | 103                           |
| SCIA                  |        |             | 5          | 1                     | 6                  |             | 12                            |
| SIA                   |        | 1           |            |                       | 1                  | 1           | 3                             |
| SOBRADINHO            | 4      | 18          | 116        | 31                    | 128                | 2           | 299                           |
| SOBRADINHO II         |        | 1           | 9          | 4                     | 5                  |             | 19                            |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    | 5      | 12          | 73         | 13                    | 127                |             | 230                           |
| TAGUATINGA            | 5      | 28          | 188        | 52                    | 239                | 7           | 519                           |
| VARZÃO                |        | 2           | 3          | 1                     | 2                  |             | 8                             |
| VICENTE PIRES         | 2      | 8           | 63         | 17                    | 46                 |             | 136                           |
| TOTAL GERAL           | 85     | 443         | 2.302      | 573                   | 2.816              | 73          | 6.292                         |

Fonte: Pesquisa Panorama DF/Insight, 2022. Legenda: Refere-se ao percentil dos quantitativos.

Nas tabelas a seguir cruzam-se os dados do Círculo 2 – Indústrias Culturais com os domínios criativos e regiões administrativas. A Tabela 16 apresenta as quantidades e percentuais de vínculos ativos de microempreendedores individuais (MEI), região administrativa e domínio criativo. Verifica-se que no círculo C2 mais de 4 mil empresas individuais (4.818). Destaca-se, como observado na tabela anterior, o domínio de Livros e Editorial (2.105), seguido de Fotografia (2.033). E a concentração na região administrativa do Plano Piloto, com mais de quinhentos e cinquenta vínculos ativos (551) em Livros e Editorial e Fotografia com mais de trezentos e oitenta vínculos ativos (385) de MEI.

Tabela 16: Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Microempreendedores Individuais (MEI) do Círculo C2 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C2 - MICROEMPREENDEDOR (MEI) |            |                       |                    |                               | TOTAL GERAL |
|-----------------------|------------------------------|------------|-----------------------|--------------------|-------------------------------|-------------|
|                       | ESPETÁCULOS                  | FOTOGRAFIA | INDÚSTRIA FONOGRAFICA | LIVROS E EDITORIAL | PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL |             |
| ÁGUAS CLARAS          | 9                            | 183        | 29                    | 200                |                               | 421         |
| ARNIQUEIRA            | 2                            | 16         | 7                     | 20                 |                               | 45          |
| BRAZLÂNDIA            | 2                            | 23         | 5                     | 10                 |                               | 40          |
| CANDANGOLÂNDIA        | 3                            | 12         | 6                     | 8                  |                               | 29          |
| CELÂNDIA              | 13                           | 148        | 42                    | 112                | 1                             | 316         |
| CRUZEIRO              | 9                            | 25         | 8                     | 41                 | 1                             | 84          |
| FERCAL                |                              | 2          |                       |                    |                               | 2           |
| GAMA                  | 8                            | 87         | 19                    | 60                 | 1                             | 175         |
| GUARÁ                 | 11                           | 142        | 28                    | 176                |                               | 357         |
| ITAPOÁ                | 2                            | 12         | 2                     | 5                  |                               | 21          |
| JARDIM BOTÂNICO       | 13                           | 73         | 7                     | 79                 |                               | 172         |
| LAGO NORTE            | 7                            | 57         | 11                    | 64                 | 1                             | 140         |
| LAGO SUL              | 6                            | 42         | 4                     | 38                 | 3                             | 93          |
| NÃO CLASSIFICADA      |                              | 3          |                       | 2                  |                               | 5           |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    | 3                            | 15         | 4                     | 24                 |                               | 46          |
| PARANOÁ               |                              | 28         | 3                     | 9                  | 1                             | 41          |
| PARK WAY              | 5                            | 23         | 3                     | 28                 |                               | 59          |
| PLANALTINA            | 2                            | 45         | 17                    | 30                 |                               | 94          |
| PLANO PILOTO          | 58                           | 385        | 62                    | 551                | 1                             | 1.057       |
| PÔR DO SOL            | 1                            | 4          |                       | 5                  |                               | 10          |
| RECANTO DAS EMAS      | 4                            | 43         | 15                    | 20                 |                               | 82          |

|                    |     |       |     |       |    |       |
|--------------------|-----|-------|-----|-------|----|-------|
| RIACHO FUNDO       | 3   | 28    | 7   | 31    | 1  | 70    |
| RIACHO FUNDO II    | 2   | 29    | 7   | 12    |    | 50    |
| SAMAMBAIA          | 6   | 128   | 29  | 83    |    | 246   |
| SANTA MARIA        | 8   | 43    | 18  | 43    |    | 112   |
| SÃO SEBASTIÃO      | 3   | 33    | 12  | 33    | 3  | 84    |
| SCIA               |     | 5     | 1   | 5     |    | 11    |
| SOBRADINHO         | 8   | 106   | 27  | 107   | 1  | 249   |
| SOBRADINHO II      | 1   | 9     | 4   | 5     |    | 19    |
| SUDOESTE/OCTOGONAL | 9   | 61    | 9   | 98    |    | 177   |
| TAGUATINGA         | 21  | 166   | 37  | 166   | 4  | 394   |
| VARZÃO             | 2   | 3     |     | 2     |    | 7     |
| VICENTE PIRES      | 5   | 54    | 13  | 38    |    | 110   |
| TOTAL GERAL        | 226 | 2.033 | 436 | 2.105 | 18 | 4.818 |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: Refere-se ao percentil dos quantitativos.

No cruzamento dos dados com os CNPJs de Microempresas, a Tabela 17 mostra mais de novecentas empresas (985), quase a metade (452) atuando no domínio de Livros e Editorial e um terço (213) na Fotografia. Novamente, a maior parte atua na RA do Plano Piloto (187) com mais de cento e oitenta vínculos ativos formais. Seguidos dos domínios de Fotografia (77) e Espetáculos (60) vínculos de microempresas.

Tabela 17: Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Microempresa (ME) do Círculo C2 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C2 - MICROEMPRESA |             |            |                       |                    |                               | TOTAL GERAL |
|-----------------------|-------------------|-------------|------------|-----------------------|--------------------|-------------------------------|-------------|
|                       | DESIGN            | ESPETÁCULOS | FOTOGRAFIA | INDÚSTRIA FONOGRAFICA | LIVROS E EDITORIAL | PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL |             |
| ÁGUAS CLARAS          | 3                 | 9           | 12         | 6                     | 46                 | 1                             | 77          |
| ARNIQUEIRA            |                   | 1           | 1          | 2                     |                    |                               | 4           |
| BRAZLÂNDIA            | 1                 |             | 3          |                       | 4                  |                               | 8           |
| CANDANGOLÂNDIA        |                   | 1           |            | 1                     |                    |                               | 4           |
| CEILÂNDIA             | 1                 |             | 16         | 5                     | 18                 |                               | 41          |
| CRUZEIRO              | 2                 | 3           | 1          | 1                     | 3                  |                               | 10          |
| FERCAL                |                   |             |            |                       | 1                  |                               | 1           |
| GAMA                  | 1                 | 3           | 8          | 6                     | 8                  |                               | 26          |
| GUARÁ                 | 2                 | 5           | 13         | 4                     | 26                 | 1                             | 51          |
| ITAPOÁ                | 1                 |             |            |                       | 2                  |                               | 3           |
| JARDIM BOTÂNICO       | 3                 | 1           | 5          | 2                     | 12                 | 1                             | 24          |
| LAGO NORTE            | 4                 | 4           | 9          | 3                     | 7                  |                               | 27          |
| LAGO SUL              | 7                 | 6           | 7          |                       | 11                 |                               | 37          |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    | 2                 | 3           | 1          |                       | 12                 |                               | 18          |
| PARANÓÁ               |                   | 2           |            |                       |                    |                               | 2           |
| PARK WAY              |                   |             | 1          | 1                     | 3                  |                               | 5           |
| PLANALINA             |                   | 1           | 4          | 1                     | 2                  | 1                             | 9           |
| PLANO PILOTO          | 31                | 60          | 77         | 29                    | 187                | 10                            | 394         |
| PÔR DO SOL            |                   |             | 1          |                       |                    |                               | 1           |
| RECANTO DAS EMAS      |                   | 2           | 2          |                       | 4                  |                               | 8           |
| RIACHO FUNDO          |                   |             | 1          | 1                     | 2                  |                               | 4           |
| RIACHO FUNDO II       |                   | 1           |            |                       | 3                  | 1                             | 5           |
| SAMAMBAIA             | 1                 |             | 9          | 7                     | 4                  |                               | 21          |
| SANTA MARIA           |                   | 3           | 4          |                       | 6                  | 1                             | 14          |
| SÃO SEBASTIÃO         |                   | 3           |            | 2                     | 4                  |                               | 9           |
| SIA                   |                   | 1           |            |                       | 1                  |                               | 2           |
| SOBRADINHO            | 3                 | 8           | 7          | 4                     | 15                 | 1                             | 38          |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    | 5                 | 2           | 7          | 4                     | 18                 |                               | 36          |
| TAGUATINGA            | 4                 | 6           | 17         | 10                    | 48                 | 1                             | 86          |
| VARZÃO                |                   |             |            | 1                     |                    |                               | 1           |
| VICENTE PIRES         | 2                 | 3           | 5          | 4                     | 5                  |                               | 19          |
| TOTAL GERAL           | 72                | 130         | 213        | 100                   | 452                | 18                            | 985         |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: Refere-se ao percentil dos quantitativos.

Já na Tabela 18 apresentam-se as quantidades e percentuais de vínculos ativos de Empresa de Pequeno Porte (EPP), por região administrativa e domínio criativo. A coleta localizou 451 empresas, com concentração no domínio de Livros e Editorial (277). Porém, desta vez, aparecem em segundo lugar as organizações que atuam com espetáculos (86) e fotografia para terceiro (56). A concentração permanece na RA do Plano Piloto (206) na atividade de Livros e Editorial (107), seguido pelas atividades de Espetáculos (43) de empresas de pequeno porte.

Tabela 18: Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresa de Pequeno Porte (EPP) do Círculo C2 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C2 - EMPRESA DE PEQUENO PORTE (EPP) |             |            |                       |                    |                               | TOTAL GERAL |
|-----------------------|-------------------------------------|-------------|------------|-----------------------|--------------------|-------------------------------|-------------|
|                       | DESIGN                              | ESPETÁCULOS | FOTOGRAFIA | INDÚSTRIA FONOGRAFICA | LIVROS E EDITORIAL | PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL |             |
| ÁGUAS CLARAS          | 2                                   | 2           | 2          | 2                     | 6                  |                               | 14          |
| ARNIQUEIRA            |                                     |             |            | 1                     |                    | 1                             | 2           |
| BRAZLÂNDIA            |                                     | 1           |            |                       | 2                  |                               | 3           |
| CANDANGOLÂNDIA        |                                     | 1           |            | 1                     | 1                  | 1                             | 4           |
| CEILÂNDIA             | 1                                   | 3           | 2          | 3                     | 11                 |                               | 20          |
| CRUZEIRO              |                                     | 1           | 2          |                       |                    |                               | 3           |
| GAMA                  |                                     | 4           |            |                       | 1                  |                               | 5           |
| GUARÁ                 |                                     | 4           | 6          |                       | 11                 | 2                             | 23          |
| JARDIM BOTÂNICO       |                                     | 2           |            | 1                     |                    |                               | 3           |
| LAGO NORTE            |                                     | 5           | 1          | 3                     | 1                  | 1                             | 11          |
| LAGO SUL              | 1                                   | 2           | 3          | 3                     | 4                  | 1                             | 14          |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    |                                     |             | 2          | 1                     | 19                 |                               | 22          |
| PARANOÁ               |                                     | 1           | 1          |                       |                    | 1                             | 3           |
| PARK WAY              |                                     | 2           |            |                       |                    |                               | 2           |
| PLANALTINA            |                                     | 2           |            | 1                     | 1                  | 1                             | 5           |
| PLANO PILOTO          | 6                                   | 43          | 16         | 13                    | 107                | 21                            | 206         |
| RECANTO DAS EMAS      |                                     | 1           |            | 1                     |                    |                               | 3           |
| RIACHO FUNDO          |                                     |             | 2          |                       | 1                  |                               | 3           |
| RIACHO FUNDO II       |                                     | 1           |            |                       |                    |                               | 1           |
| SAMAMBAIA             | 1                                   | 2           | 2          |                       | 6                  | 1                             | 12          |
| SANTA MARIA           |                                     |             |            | 1                     | 5                  |                               | 6           |
| SÃO SEBASTIÃO         |                                     | 5           |            |                       | 5                  |                               | 10          |
| SIA                   |                                     |             |            |                       |                    | 1                             | 1           |
| SOBRADINHO            | 1                                   | 2           | 3          |                       | 6                  |                               | 12          |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    |                                     | 1           | 5          |                       | 11                 |                               | 17          |
| TAGUATINGA            | 1                                   | 1           | 5          | 5                     | 25                 | 2                             | 39          |
| VICENTE PIRES         |                                     |             | 4          |                       | 3                  |                               | 7           |
| TOTAL GERAL           | 13                                  | 86          | 56         | 36                    | 227                | 33                            | 451         |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: Refere-se ao percentil dos quantitativos.

No que se refere aos vínculos ativos de Empresa de Médio Porte (EMP), o grupo é bem menor (24) nas atividades da Indústrias Culturais e, quase a totalidade (20) das organizações atua no Domínio de Livros e Editorial. A maioria (17) tem suas sedes na RA do Plano Piloto. Os demais domínios apresentaram quantitativos inexpressivos nas RAs Águas Claras, Ceilândia e Santa Maria.

Tabela 19: Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas Médio Porte (EMP) do Círculo C2 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C2 - EMPRESA DE MÉDIO PORTE |                       |                    |                               | TOTAL GERAL |
|-----------------------|-----------------------------|-----------------------|--------------------|-------------------------------|-------------|
|                       | ESPETÁCULOS                 | INDÚSTRIA FONOGRAFICA | LIVROS E EDITORIAL | PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL |             |
| ÁGUAS CLARAS          |                             |                       | 2                  |                               | 2           |
| CEILÂNDIA             |                             | 1                     |                    |                               | 1           |
| PLANO PILOTO          | 1                           |                       | 17                 | 2                             | 20          |
| SANTA MARIA           |                             |                       | 1                  |                               | 1           |
| TOTAL GERAL           | 1                           | 1                     | 20                 | 2                             | 24          |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022.  
Legenda: Refere-se ao percentil dos quantitativos.

A Tabela 20 já apresenta as quantidades de vínculos ativos de Empresa de Grande Porte (EGP) no DF, cruzando as atividades econômicas diretamente criativas do círculo 2 por região administrativa e domínio criativo. O número de grandes empresas nas indústrias culturais do Distrito Federal é menor ainda (14). Verifica-se que apenas atividades nos domínios de Livros e Editorial (12) e Patrimônio Cultural e Natural (2). O maior número de EGP (9) com vínculos ativos está na RA do Plano Piloto, além de Ceilândia (1) e Guará (1).

Tabela 20: Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas Grande Porte (EGP) do Círculo C2 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C2 - EMPRESA DE GRANDE PORTE |                               | TOTAL GERAL |
|-----------------------|------------------------------|-------------------------------|-------------|
|                       | LIVROS E EDITORIAL           | PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL |             |
| CEILÂNDIA             | 1                            |                               | 1           |
| GUARÁ                 | 1                            |                               | 1           |
| PLANO PILOTO          | 9                            | 2                             | 11          |
| SCIA                  | 1                            |                               | 1           |
| <b>TOTAL GERAL</b>    | <b>12</b>                    | <b>2</b>                      | <b>14</b>   |

Fonte: Pesquisa Panorama/Insight DF, 2022.

Legenda: Refere-se ao percentil dos quantitativos.

Notadamente, o aumento de vínculos em microempresas e empresas de pequeno porte nas atividades das Indústrias Culturais se dá devido ao aumento da complexidade das atividades executadas em cada domínio criativo e a necessidade de atuação em cadeias sistêmicas de produção, circulação e consumo.

#### 5.4 C3 - Indústrias Criativas Complexas

As indústrias criativas complexas, como já informado, representam os domínios com atividades em alto grau de envolvimento nas cadeias de valor, portanto cadeias sistêmicas de organização produtiva. Há uma maior dependência de mediações de organizações, estruturais e tecnológicas com sistemas mais industriais no desenvolvimento de produtos, serviços e processos de natureza criativa. Como visto na introdução destes dados minerados com a ajuda da Insight, 2/3 das empresas envolvidas em atividade criativas no Distrito Federal atuam nas Indústrias Criativas complexas.

São mais de 25 mil empresas (25.823) com atuação em todos os domínios das Indústrias Criativas Complexas e em todas as 33 Regiões Administrativas do Distrito Federal e as não identificadas. O domínio com maior volume disparado de atuação é o da Publicidade (13.096), seguido pela Moda (3.324), Audiovisual (2.378), Pesquisa/Educação (1.550), Turismo (1.498), Eventos (1.083), Arquitetura (1.082), Software (855), Gastro-nomia (590), Mídias (360).

O maior número de empresas está sediada no Plano Piloto (4.869), depois em Ceilândia (2.493), Taguatinga (2.440), Águas Claras (1.970), Guará (1.663), Samambaia (1.616), Sobradinho (1.098), Gama (1.002). Em todos a publicidade lidera, havendo alternância entre Audiovisual e Moda no Plano Piloto e Águas Claras.

Na Tabela 21 abaixo, são apresentadas as quantidades de vínculos ativos de empresas e empresários formais pelas atividades econômicas diretamente criativas do círculo 3, região administrativa e domínio criativo. Verifica-se que no círculo C3 destaca-se o domínio Publicidade que se faz presente com maior força nas RAs de Plano Piloto (1.812), Ceilândia (1.467), Taguatinga (1.337) e Águas Claras (1.110). A moda se destaca em Ceilândia (432), Taguatinga (379), Plano Piloto (320), Samambaia (243) e o Audiovisual no Plano Piloto (681) e Taguatinga (172). Por sua vez, o Domínio de Educação/Pesquisa tem concentração no Plano Piloto (382) e Taguatinga (124).

Tabela 21: Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas e Empresários Formais do Círculo C3 por RA e Domínio Criativo

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C3          |             |                               |                          |             |                   |       |             |          |         | TOTAL GERAL |
|-----------------------|-------------|-------------|-------------------------------|--------------------------|-------------|-------------------|-------|-------------|----------|---------|-------------|
|                       | ARQUITETURA | AUDIOVISUAL | EDUCAÇÃO/ PESQUISA E INOVAÇÃO | EVENTOS, FEIRAS E FESTAS | GASTRONOMIA | MÍDIAS (RÁDIO/TV) | MODA  | PUBLICIDADE | SOFTWARE | TURISMO |             |
| ÁGUAS CLARAS          | 101         | 228         | 96                            | 35                       | 34          | 26                | 126   | 1.110       | 79       | 135     | 1.970       |
| ARNIQUEIRA            | 8           | 23          | 12                            | 10                       | 7           | 1                 | 14    | 132         | 4        | 6       | 217         |
| BRAZLÂNDIA            | 3           | 8           | 14                            | 16                       | 7           | 2                 | 54    | 226         | 2        | 9       | 341         |
| CANDANGOLÂNDIA        | 4           | 8           | 2                             | 2                        | 5           |                   | 30    | 74          | 3        | 8       | 136         |
| CEILÂNDIA             | 15          | 120         | 112                           | 145                      | 64          | 8                 | 432   | 1.467       | 17       | 113     | 2.493       |
| CRUZEIRO              | 9           | 46          | 17                            | 5                        | 6           | 3                 | 28    | 125         | 9        | 13      | 261         |
| FERCAL                |             | 1           | 2                             | 2                        |             |                   | 4     | 8           |          | 2       | 19          |
| GAMA                  | 20          | 72          | 42                            | 46                       | 33          | 5                 | 186   | 535         | 15       | 48      | 1.002       |
| GUARÁ                 | 89          | 175         | 103                           | 52                       | 31          | 19                | 235   | 800         | 68       | 91      | 1.663       |
| ITAPOÃ                | 1           | 9           | 9                             | 19                       | 4           |                   | 31    | 100         |          | 5       | 178         |
| JARDIM BOTÂNICO       | 25          | 71          | 58                            | 9                        | 5           | 8                 | 27    | 207         | 19       | 22      | 451         |
| LAGO NORTE            | 36          | 74          | 59                            | 10                       | 7           | 7                 | 37    | 150         | 12       | 35      | 427         |
| LAGO SUL              | 91          | 45          | 38                            | 15                       | 4           | 2                 | 25    | 121         | 23       | 29      | 393         |
| NÃO CLASSIFICADA      |             | 1           | 3                             | 2                        | 3           |                   | 8     | 18          |          | 1       | 36          |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    | 7           | 22          | 12                            | 12                       | 5           | 3                 | 51    | 130         | 13       | 10      | 265         |
| PARANÓ                | 5           | 14          | 17                            | 24                       | 9           | 3                 | 48    | 172         | 3        | 14      | 309         |
| PARK WAY              | 12          | 16          | 18                            | 6                        | 3           | 1                 | 15    | 74          | 8        | 13      | 166         |
| PLANALTIMA            | 4           | 37          | 44                            | 55                       | 20          | 3                 | 138   | 487         | 14       | 43      | 845         |
| PLANO PILOTO          | 441         | 681         | 382                           | 124                      | 67          | 199               | 320   | 1.812       | 397      | 446     | 4.869       |
| PÔR DO SOL            |             | 4           | 2                             | 2                        | 2           | 2                 | 15    | 32          |          | 1       | 60          |
| RECANTO DAS EMAS      | 4           | 42          | 36                            | 46                       | 21          | 2                 | 165   | 372         | 4        | 20      | 712         |
| RIACHO FUNDO          | 7           | 30          | 15                            | 18                       | 13          | 1                 | 51    | 208         | 5        | 21      | 369         |
| RIACHO FUNDO II       | 6           | 31          | 19                            | 21                       | 14          | 2                 | 72    | 260         | 1        | 12      | 438         |
| SAMAMBAIA             | 15          | 94          | 71                            | 104                      | 45          | 2                 | 243   | 952         | 16       | 68      | 1.610       |
| SANTA MARIA           | 9           | 38          | 36                            | 43                       | 29          | 3                 | 135   | 521         | 15       | 26      | 855         |
| SÃO SEBASTIÃO         | 5           | 40          | 44                            | 42                       | 15          | 2                 | 127   | 345         | 10       | 36      | 666         |
| SCIA                  | 2           | 6           | 15                            | 8                        | 4           |                   | 68    | 74          |          | 1       | 178         |
| SIA                   | 5           | 2           | 2                             | 1                        |             |                   |       | 6           | 2        | 2       | 20          |
| SOBRADINHO            | 34          | 111         | 78                            | 53                       | 27          | 8                 | 147   | 550         | 21       | 69      | 1.098       |
| SOBRADINHO II         | 1           | 11          | 8                             | 5                        | 2           | 1                 | 14    | 68          | 1        | 5       | 116         |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    | 50          | 83          | 38                            | 13                       | 10          | 16                | 37    | 226         | 23       | 50      | 546         |
| TAGUATINGA            | 53          | 172         | 124                           | 103                      | 61          | 31                | 379   | 1.337       | 57       | 123     | 2.440       |
| VARJÃO                |             | 1           | 2                             | 5                        | 1           |                   | 5     | 12          |          |         | 26          |
| VICENTE PIRES         | 20          | 62          | 20                            | 30                       | 32          | 7                 | 57    | 385         | 14       | 21      | 648         |
| TOTAL GERAL           | 1.082       | 2.378       | 1.550                         | 1.083                    | 590         | 367               | 3.324 | 13.096      | 855      | 1.498   | 25.823      |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: Refere-se ao percentil dos quantitativos.

Quando a abordagem contempla os dados de microempreendedor individual mais de 60% das organizações (17.982) atuam nos Domínios Criativos das Indústrias Criativas Complexas. Repete-se a mesma referência geral com o maior número de empresas na Publicidade (10.115), seguida por Moda (2.842), Audiovisual (1.667) e Pesquisa/Educação (1.324). A curiosidade no caso dos microempreendedores individuais em Publicidade é que a maioria não está no Plano Piloto.

A Tabela 22 apresenta as quantidades de vínculos ativos de Microempreendedores (MEI) no DF pelas atividades econômicas diretamente criativas do círculo 3, por região adminis-

trativa e domínio criativo. Observa-se que no círculo C3 destaca-se o domínio de Publicidade nas RAs de Ceilândia (1.303), Taguatinga (1.058), Plano Piloto (859) e Samambaia (852) com vínculos ativos formais.

Tabela 22: Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Microempreendedores Individuais (MEI) do Círculo C3 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C3 - MICROEMPREENDEDOR (MEI) |              |                          |             |       |             |         | TOTAL GERAL |
|-----------------------|------------------------------|--------------|--------------------------|-------------|-------|-------------|---------|-------------|
|                       | AUDIOVISUAL                  | EDUCAÇÃO P&D | EVENTOS, FEIRAS E FESTAS | GASTRONOMIA | MODA  | PUBLICIDADE | TURISMO |             |
| ÁGUAS CLARAS          | 165                          | 71           | 23                       | 26          | 99    | 752         | 72      | 1.208       |
| ARNIQUEIRA            | 18                           | 11           | 6                        | 7           | 14    | 112         | 5       | 173         |
| BRAZLÂNDIA            | 6                            | 14           | 14                       | 6           | 50    | 204         | 6       | 300         |
| CANDANGOLÂNDIA        | 7                            | 2            | 2                        | 3           | 27    | 59          | 8       | 108         |
| CEILÂNDIA             | 97                           | 108          | 130                      | 60          | 388   | 1.303       | 65      | 2.151       |
| CRUZEIRO              | 40                           | 16           | 4                        | 3           | 28    | 109         | 10      | 210         |
| PERCAL                | 2                            | 2            | 2                        |             | 4     | 7           | 2       | 17          |
| GAMA                  | 64                           | 37           | 36                       | 30          | 173   | 447         | 31      | 818         |
| GUARÁ                 | 134                          | 87           | 33                       | 27          | 149   | 585         | 53      | 1.068       |
| ITAPOÁ                | 8                            | 9            | 17                       | 2           | 27    | 92          | 5       | 160         |
| JARDIM BOTÂNICO       | 59                           | 53           | 8                        | 5           | 26    | 160         | 14      | 325         |
| LAGO NORTE            | 44                           | 48           | 7                        | 6           | 34    | 96          | 21      | 256         |
| LAGO SUL              | 32                           | 23           | 8                        | 4           | 15    | 62          | 7       | 151         |
| NÃO CLASSIFICADA      | 1                            | 3            | 2                        | 3           | 8     | 17          | 1       | 35          |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    | 21                           | 10           | 3                        | 4           | 37    | 94          | 6       | 175         |
| PARANOÁ               | 12                           | 16           | 21                       | 7           | 43    | 145         | 11      | 255         |
| PARK WAY              | 15                           | 16           | 4                        | 3           | 14    | 54          | 9       | 115         |
| PLANALTINA            | 34                           | 42           | 43                       | 20          | 129   | 434         | 21      | 723         |
| PLANO PILOTO          | 330                          | 295          | 44                       | 48          | 240   | 859         | 126     | 1.942       |
| PÔR DO SOL            | 4                            | 2            | 2                        | 2           | 14    | 30          |         | 54          |
| RECANTO DAS EMAS      | 37                           | 35           | 44                       | 18          | 153   | 337         | 12      | 636         |
| RIACHO FUNDO          | 26                           | 15           | 14                       | 12          | 45    | 182         | 12      | 306         |
| RIACHO FUNDO II       | 29                           | 19           | 18                       | 14          | 70    | 241         | 10      | 401         |
| SAMAMBAIA             | 84                           | 67           | 95                       | 43          | 227   | 852         | 39      | 1.407       |
| SANTA MARIA           | 34                           | 35           | 41                       | 27          | 126   | 475         | 21      | 759         |
| SÃO SEBASTIÃO         | 33                           | 43           | 39                       | 14          | 117   | 305         | 28      | 579         |
| SCIA                  | 6                            | 13           | 8                        | 4           | 66    | 62          |         | 159         |
| SOBRADINHO            | 81                           | 70           | 42                       | 25          | 131   | 472         | 43      | 864         |
| SOBRADINHO II         | 10                           | 8            | 5                        | 2           | 14    | 63          | 3       | 105         |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    | 58                           | 29           | 7                        | 7           | 28    | 141         | 19      | 289         |
| TAGUATINGA            | 126                          | 106          | 58                       | 48          | 294   | 1.058       | 56      | 1.746       |
| VARÃO                 | 1                            | 2            | 2                        |             | 5     | 10          |         | 20          |
| VICENTE PIRES         | 51                           | 17           | 22                       | 22          | 47    | 296         | 12      | 467         |
| TOTAL GERAL           | 1.667                        | 1.324        | 804                      | 502         | 2.842 | 10.115      | 728     | 17.982      |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: Refere-se ao percentil dos quantitativos.

No caso das Microempresas (ME), no ambiente das Indústrias Culturais Complexas, há números muito mais expressivos de CNPJs com esse porte que no das Indústrias Culturais. São mais de cinco mil (5.381). Há também uma concentração do domínio de Publicidade (2.273), mas aparece em segundo a Arquitetura (788), Audiovisual (542), Software (517), Turismo (429). A Tabela 23, que apresenta as quantidades de vínculos ativos no DF, no círculo C3, destaca-se o domínio de Publicidade nas RAs de Plano Piloto (633), Águas Claras (292) e Taguatinga (219) com vínculos ativos. A MEs de Arquitetura (297/249) e Audiovisual (85/58) também se concentram no Plano Piloto e Águas Claras.

Tabela 23: Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Microempresa (ME) do Círculo C3 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C3 - MICROEMPRESA |             |                               |                          |             |                   |      |             |          |         | TOTAL GERAL |
|-----------------------|-------------------|-------------|-------------------------------|--------------------------|-------------|-------------------|------|-------------|----------|---------|-------------|
|                       | ARQUITETURA       | AUDIOVISUAL | EDUCAÇÃO/ PESQUISA E INOVAÇÃO | EVENTOS, FEIRAS E FESTAS | GASTRONOMIA | MÍDIAS (RÁDIO/TV) | MODA | PUBLICIDADE | SOFTWARE | TURISMO |             |
| ÁGUAS CLARAS          | 85                | 58          | 19                            | 5                        | 4           | 21                | 15   | 292         | 59       | 42      | 600         |
| ARNIQUEIRA            | 4                 | 3           | 1                             | 2                        |             | 1                 |      | 18          | 4        | 1       | 34          |
| BRAZLÂNDIA            | 3                 | 2           |                               | 2                        | 1           | 1                 | 1    | 17          | 2        | 2       | 31          |
| CANDANGOLÂNDIA        | 3                 | 1           |                               |                          |             |                   | 1    | 14          | 3        |         | 22          |
| CEILÂNDIA             | 11                | 22          | 3                             | 10                       | 2           | 4                 | 26   | 147         | 17       | 35      | 277         |
| CRUZEIRO              | 7                 | 5           |                               |                          | 3           | 3                 |      | 16          | 9        | 3       | 46          |
| FERCAL                | 1                 |             |                               |                          |             |                   |      | 1           |          |         | 2           |
| GAMA                  | 17                | 5           | 4                             | 6                        | 3           | 4                 | 9    | 75          | 14       | 10      | 147         |
| GUARÁ                 | 67                | 29          | 8                             | 13                       | 3           | 13                | 45   | 151         | 37       | 18      | 384         |
| ITAPOÁ                | 1                 | 1           |                               | 1                        | 2           |                   | 4    | 7           |          |         | 16          |
| JARDIM BOTÂNICO       | 20                | 12          | 5                             | 1                        |             | 6                 | 1    | 42          | 15       | 6       | 108         |
| LAGO NORTE            | 27                | 22          | 6                             | 2                        |             | 5                 | 1    | 40          | 7        | 5       | 115         |
| LAGO SUL              | 55                | 11          | 5                             | 4                        |             | 2                 | 5    | 43          | 11       | 8       | 144         |
| NÃO CLASSIFICADA      |                   |             |                               |                          |             |                   |      | 1           |          |         | 1           |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    | 7                 | 1           | 2                             | 5                        |             | 3                 | 7    | 21          | 6        | 2       | 54          |
| PARANÓÁ               | 4                 | 2           |                               |                          | 1           | 2                 | 5    | 21          | 3        | 2       | 42          |
| PARK WAY              | 9                 | 1           | 1                             |                          |             | 1                 | 1    | 18          | 7        | 4       | 42          |
| PLANALTINA            | 2                 | 3           | 2                             | 9                        |             | 1                 | 6    | 45          | 10       | 13      | 91          |
| PLANO PILOTO          | 297               | 249         | 48                            | 36                       | 8           | 102               | 47   | 633         | 181      | 161     | 1.762       |
| PÔR DO SOL            |                   |             |                               |                          |             |                   | 1    | 2           |          | 1       | 4           |
| RECANTO DAS EMAS      | 3                 | 5           | 1                             | 2                        | 3           |                   | 9    | 30          | 4        | 4       | 61          |
| RIACHO FUNDO          | 7                 | 3           |                               | 2                        | 1           |                   | 6    | 21          | 5        | 4       | 49          |
| RIACHO FUNDO II       | 6                 | 2           |                               | 3                        |             |                   | 1    | 17          |          | 1       | 30          |
| SAMAMBÁIA             | 12                | 4           | 4                             | 6                        | 2           | 2                 | 12   | 86          | 14       | 20      | 162         |
| SANTA MARIA           | 7                 | 2           |                               | 1                        |             | 1                 | 7    | 41          | 13       | 2       | 74          |
| SÃO SEBASTIÃO         | 5                 | 6           | 1                             | 3                        | 1           | 1                 | 6    | 34          | 10       | 6       | 73          |
| SCIA                  | 1                 |             | 2                             |                          |             |                   | 1    | 11          |          |         | 15          |
| SIA                   | 2                 | 2           | 1                             |                          |             |                   |      | 3           |          |         | 8           |
| SOBRADINHO            | 28                | 25          | 7                             | 6                        | 2           | 5                 | 8    | 62          | 19       | 18      | 180         |
| SOBRADINHO II         | 1                 |             |                               |                          |             | 1                 |      | 5           | 1        | 1       | 10          |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    | 38                | 19          | 4                             | 4                        | 2           | 10                | 7    | 71          | 20       | 16      | 191         |
| TAGUATINGA            | 43                | 36          | 12                            | 15                       | 6           | 20                | 40   | 219         | 38       | 37      | 466         |
| VARIÃO                |                   |             |                               | 2                        | 1           |                   |      | 1           |          |         | 4           |
| VICENTE PIRES         | 16                | 9           | 3                             | 5                        | 7           | 6                 | 7    | 68          | 8        | 7       | 136         |
| TOTAL GERAL           | 788               | 542         | 139                           | 147                      | 52          | 215               | 279  | 2.273       | 517      | 429     | 5.381       |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: Refere-se ao percentil dos quantitativos.

Já os vínculos ativos de Empresas de Pequeno Porte (EPP), também superam os milhares (2.223). Além do Plano Piloto (1002) e Taguatinga (233), há uma presença de pequenos negócios na Região Administrativa do Guar4 (197), seguido por 4guas Claras (152).

A Tabela 24 apresenta as quantidades das atividades econ4micas diretamente criativas do c4rculo 3, no ano de 2022, por regi4o administrativa e dom4nio criativo. Destacam-se os dom4nios de Publicidade (643), Turismo (306), Arquitetura (291), Software (272), Moda (196) e Audiovisual (154). O dom4nio da Publicidade tem pequenas empresas registradas em 31 das 34 Regi4es Administrativas. N4o h4 registro apenas na RA do Cruzeiro, do P4r do Sol e Sobradinho II. J4 as EPPs de Arquitetura est4o presentes em 25 RAs. No Plano Piloto, onde est4 o maior n4mero de Empresas de Pequeno Porte, o dom4nio com maior n4mero de v4nculos ativos 4 tamb4m da Publicidade (279), depois vem o do Software (170), da Arquitetura (141) e do Turismo (131).

O c4rculo da Ind4strias Criativas Complexas tamb4m registra o maior volume (190) de v4nculos ativos de Empresas de M4dio Porte (EMP) no DF levantados pelo Projeto Panorama/Insight das atividades econ4micas diretamente criativas, no ano de 2022, por RA e Dom4nio Criativo. As EMPs est4o mais concentradas nos dom4nios do Software (53), da Publicidade (52), Turismo (32), M4dias (31). S4o mais presentes majoritariamente no Plano Piloto (128), depois Taguatinga (13) e Guar4 (11).

Tabela 24 - Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresa de Pequeno Porte (EPP) do Círculo C3 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C3 - EMPRESA DE PEQUENO PORTE (EPP) |             |                               |                          |             |                   |      |             |          |         | TOTAL GERAL |
|-----------------------|-------------------------------------|-------------|-------------------------------|--------------------------|-------------|-------------------|------|-------------|----------|---------|-------------|
|                       | ARQUITETURA                         | AUDIOVISUAL | EDUCAÇÃO/ PESQUISA E INOVAÇÃO | EVENTOS, FEIRAS E FESTAS | GASTRONOMIA | MÍDIAS (RÁDIO/TV) | MODA | PUBLICIDADE | SOFTWARE | TURISMO |             |
| ÁGUAS CLARAS          | 16                                  | 3           | 6                             | 7                        | 4           | 5                 | 11   | 63          | 17       | 20      | 152         |
| ARNIQUEIRA            | 4                                   | 2           |                               | 2                        |             |                   |      | 2           |          |         | 10          |
| BRAZILÂNDIA           | 1                                   |             |                               |                          |             | 1                 | 3    | 4           |          | 1       | 9           |
| CANDANGOLÂNDIA        | 4                                   | 1           | 1                             | 5                        | 2           |                   | 2    | 1           |          |         | 6           |
| CELÂNDIA              | 2                                   | 1           | 1                             | 1                        |             | 4                 | 18   | 17          |          |         | 65          |
| CRUZEIRO              | 2                                   |             |                               |                          |             |                   |      |             |          |         | 5           |
| GAMA                  | 3                                   | 3           | 1                             | 4                        |             |                   | 4    | 12          | 1        | 7       | 35          |
| GUARÁ                 | 22                                  | 11          | 8                             | 6                        | 1           | 6                 | 40   | 59          | 27       | 17      | 197         |
| ITAPOÁ                |                                     |             |                               | 1                        |             |                   |      | 1           |          |         | 2           |
| JARDIM BOTÂNICO       | 5                                   |             |                               |                          |             | 2                 |      | 5           | 4        | 2       | 18          |
| LAGO NORTE            | 9                                   | 7           | 5                             | 1                        | 1           | 2                 | 2    | 14          | 5        | 9       | 55          |
| LAGO SUL              | 36                                  | 2           | 10                            | 3                        |             |                   | 5    | 15          | 10       | 14      | 95          |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    |                                     |             |                               | 4                        | 1           |                   | 7    | 12          | 3        | 2       | 29          |
| PARAMOÁ               | 1                                   |             | 1                             | 1                        |             | 1                 |      | 6           |          | 1       | 12          |
| PARK WAY              | 3                                   |             | 1                             | 2                        |             |                   |      | 2           | 1        |         | 9           |
| PLANALTIMA            | 2                                   |             |                               | 3                        |             |                   | 3    | 7           | 4        | 9       | 30          |
| PLANO PILOTO          | 141                                 | 95          | 39                            | 43                       | 10          | 63                | 31   | 279         | 170      | 131     | 1.002       |
| PÔR DO SOL            |                                     |             |                               |                          |             | 2                 |      |             |          |         | 2           |
| RECANTO DAS EMAS      | 1                                   |             |                               |                          |             | 2                 | 3    | 5           |          | 4       | 15          |
| RIACHO FUNDO          |                                     | 1           |                               | 2                        |             | 1                 |      | 5           |          | 5       | 14          |
| RIACHO FUNDO II       |                                     |             |                               |                          |             | 1                 | 1    | 2           | 1        | 1       | 6           |
| SAMAMBAIA             | 3                                   | 6           |                               | 3                        |             |                   | 4    | 13          | 2        | 9       | 40          |
| SANTA MARIA           | 2                                   | 1           | 1                             | 1                        | 2           | 2                 | 4    | 1           | 3        | 3       | 19          |
| SÃO SEBASTIÃO         |                                     | 1           |                               |                          |             | 1                 | 4    | 4           |          | 2       | 12          |
| SCIA                  | 1                                   |             |                               | 1                        |             |                   | 1    | 1           |          | 1       | 4           |
| SIA                   | 3                                   |             | 1                             |                          |             |                   |      | 2           | 1        | 2       | 10          |
| SOBRADINHO            | 6                                   | 5           |                               | 5                        |             | 1                 | 8    | 16          | 2        | 7       | 50          |
| SOBRADINHO II         |                                     |             |                               |                          |             |                   |      |             |          |         | 1           |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    | 12                                  | 4           | 5                             | 2                        | 1           | 5                 | 2    | 14          | 3        | 15      | 63          |
| TAGUATINGA            | 10                                  | 9           | 6                             | 28                       | 7           | 10                | 42   | 57          | 16       | 28      | 213         |
| VARIÃO                |                                     |             |                               | 1                        |             |                   |      | 1           |          |         | 2           |
| VICENTE PIRES         | 4                                   | 2           |                               | 3                        | 3           |                   | 3    | 20          | 4        | 2       | 41          |
| TOTAL GERAL           | 291                                 | 154         | 86                            | 129                      | 35          | 111               | 196  | 643         | 272      | 306     | 2.223       |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

A Tabela 25 apresenta as quantidades das EMP na RA do Plano Piloto que seguem a mesma lógica geral: Software (36), Publicidade (32), Turismo (27) e Mídias (Rádio/TV) (24) com vínculos ativos. Audiovisual e Moda ainda aparecem em 6 RAs, mas o número de empresas é inferior a uma dezena. Os outros Domínios Criativos nas demais RAs possuem quantitativos inexpressivos.

Tabela 25 - Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas Médio Porte (EMP) do Círculo C3 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C3 - EMPRESA DE MÉDIO PORTE |             |                               |                          |             |                   |      |             |          |         | TOTAL GERAL |
|-----------------------|-----------------------------|-------------|-------------------------------|--------------------------|-------------|-------------------|------|-------------|----------|---------|-------------|
|                       | ARQUITETURA                 | AUDIOVISUAL | EDUCAÇÃO/ PESQUISA E INOVAÇÃO | EVENTOS, FEIRAS E FESTAS | GASTRONOMIA | MÍDIAS (RÁDIO/TV) | MODA | PUBLICIDADE | SOFTWARE | TURISMO |             |
| ÁGUAS CLARAS          |                             | 1           |                               |                          |             |                   | 1    | 3           | 1        | 1       | 7           |
| BRAZILÂNDIA           |                             |             |                               |                          |             |                   |      | 1           |          |         | 1           |
| GAMA                  |                             |             |                               |                          |             | 1                 |      | 1           |          |         | 2           |
| GUARÁ                 |                             | 1           |                               |                          |             |                   | 1    | 3           | 4        | 2       | 11          |
| LAGO SUL              |                             |             |                               |                          |             |                   |      | 1           | 2        |         | 3           |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    |                             |             |                               |                          |             |                   |      | 2           | 4        |         | 6           |
| PLANALTIMA            |                             |             |                               |                          |             |                   |      | 1           |          |         | 1           |
| PLANO PILOTO          | 2                           | 3           |                               | 1                        | 1           | 24                | 2    | 32          | 36       | 27      | 128         |
| RIACHO FUNDO II       |                             |             |                               |                          |             | 1                 |      |             |          |         | 1           |
| SAMAMBAIA             |                             |             |                               |                          |             |                   |      | 1           |          |         | 1           |
| SANTA MARIA           |                             | 1           |                               |                          |             |                   |      | 1           | 1        |         | 3           |
| SÃO SEBASTIÃO         |                             |             |                               |                          |             |                   |      | 2           |          |         | 2           |
| SIA                   |                             |             |                               |                          |             |                   |      | 1           | 1        |         | 2           |
| SOBRADINHO            |                             |             | 1                             |                          |             | 2                 |      |             |          | 1       | 4           |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    |                             | 1           |                               |                          |             | 1                 |      |             |          |         | 2           |
| TAGUATINGA            |                             | 1           |                               | 2                        |             | 1                 | 3    | 2           | 3        | 1       | 13          |
| VICENTE PIRES         |                             |             |                               | 1                        |             | 1                 |      | 1           | 1        |         | 3           |
| TOTAL GERAL           | 2                           | 8           | 1                             | 3                        | 1           | 31                | 7    | 52          | 53       | 32      | 190         |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

A mineração de dados levantados pelo Projeto Panorama, com a ajuda do serviço de inteligência da Insight, pelas atividades econômicas diretamente criativas do círculo 3, no ano de 2022, por RA e Domínio Criativo, sugere um movimento de potencial econômico na direção de cinco domínios. Ao todo foram encontrados 47 registros de empresas grandes no Software (13), Publicidade (13), Mídias (10), Audiovisual (7), Moda (3) e Turismo (3). Sabi-

damente, são Domínios Criativos com mais tempo de experiência no mercado brasileiro e (exceção à Moda, embora haja demanda pela confecção de uniformes customizados) que se estruturaram para atender às demandas do setor público do Distrito Federal, seja do GDF ou do Governo Central.

A Tabela 26 apresenta as quantidades e percentuais de vínculos ativos de Empresas de Grande Porte (EGP) no DF, na qual se observa a concentração na RA do Plano Piloto. Destacam-se os mesmos domínios de Mídias (Rádio/TV), Software, ambos com 10 CNPJs ativos, e Publicidade com 9 vínculos ativos.

Tabela 26 - Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas Grande Porte (EGP) do Círculo C3 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C3 - EMPRESA DE GRANDE PORTE |             |                   |             |          |         | TOTAL GERAL |
|-----------------------|------------------------------|-------------|-------------------|-------------|----------|---------|-------------|
|                       | ARQUITETURA                  | AUDIOVISUAL | MÍDIAS (RÁDIO/TV) | PUBLICIDADE | SOFTWARE | TURISMO |             |
| ÁGUAS CLARAS          |                              | 1           |                   |             | 2        |         | 3           |
| GUARÁ                 |                              |             |                   | 2           |          | 1       | 3           |
| LAGO NORTE            |                              | 1           |                   |             |          |         | 1           |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    |                              |             |                   | 1           |          |         | 1           |
| PLANO PILOTO          | 1                            | 4           | 10                | 9           | 10       | 1       | 35          |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    |                              | 1           |                   |             |          |         | 1           |
| TAGUATINGA            |                              |             |                   | 1           |          | 1       | 2           |
| VICENTE PIRES         |                              |             |                   |             | 1        |         | 1           |
| TOTAL GERAL           | 1                            | 7           | 10                | 13          | 13       | 3       | 47          |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

## 5.5 C4 - Atividades Relacionadas

Recordemos que as atividades relacionadas envolvem outras indústrias tradicionais que prestam alguma natureza de serviço para a Economia Criativa, como algumas especialidades da Construção Civil, dos serviços e equipamentos de Esporte e Lazer e dos serviços de gestão, administração, consultoria etc.

A Tabela 27 apresenta as quantidades e percentuais de vínculos ativos de empresas e empresários formais (1.279), levantados pelo Projeto Panorama/Insight pelas atividades econômicas diretamente criativas do círculo 4, no ano de 2022, RA e Domínio Criativo. A majoritária concentração dessas empresas está no domínio de Infraestrutura (1.183) que envolve serviços de marcenaria, pintura, serralheria, cenografia, entre outros. O maior número está sediado no Plano Piloto (551), seguido de Taguatinga (135), do Guará (107) e Águas Claras (88). Há ainda grupos de empresas nas RAs de Ceilândia (55), Lago Sul (43), Samambaia (37), Planaltina (26) e Gama (26).

Tabela 27 - Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas e Empresários Formais do Círculo C4 por RA e Domínio Criativo

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C4                      |                 |                | TOTAL GERAL |
|-----------------------|-------------------------|-----------------|----------------|-------------|
|                       | ATIVIDADES TRANSVERSAIS | ESPORTE E LAZER | INFRAESTRUTURA |             |
| ÁGUAS CLARAS          | 4                       | 5               | 79             | 88          |
| ARNIQUEIRA            |                         |                 | 3              | 3           |
| BRAZLÂNDIA            | 1                       |                 | 3              | 4           |
| CANDANGOLÂNDIA        |                         |                 | 2              | 2           |
| CEILÂNDIA             | 5                       | 5               | 45             | 55          |
| CRUZEIRO              | 1                       |                 | 14             | 15          |
| FERCAL                |                         |                 | 2              | 2           |
| GAMA                  | 3                       | 1               | 22             | 26          |
| GUARÁ                 | 3                       | 7               | 97             | 107         |
| ITAPOÁ                |                         |                 | 2              | 2           |
| JARDIM BOTÂNICO       | 1                       |                 | 18             | 19          |
| LAGO NORTE            | 5                       |                 | 18             | 23          |
| LAGO SUL              | 1                       | 3               | 39             | 43          |
| NÃO CLASSIFICADA      | 1                       |                 |                | 1           |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    |                         |                 | 20             | 20          |
| PARANOÁ               |                         |                 | 5              | 5           |
| PARK WAY              |                         |                 | 3              | 3           |
| PLANALTINA            | 5                       |                 | 21             | 26          |
| PLANO PILOTO          | 7                       | 10              | 494            | 511         |
| RECANTO DAS EMAS      |                         | 1               | 15             | 16          |
| RIACHO FUNDO          |                         |                 | 6              | 6           |
| RIACHO FUNDO II       | 1                       |                 | 6              | 7           |
| SAMAMBAIA             | 3                       | 1               | 33             | 37          |
| SANTA MARIA           | 2                       | 1               | 9              | 12          |
| SÃO SEBASTIÃO         |                         | 1               | 11             | 12          |
| SCIA                  |                         |                 | 2              | 2           |
| SIA                   |                         | 1               | 1              | 2           |
| SOBRADINHO            | 2                       | 1               | 42             | 45          |
| SOBRADINHO II         |                         |                 | 1              | 1           |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    | 3                       |                 | 25             | 28          |
| TAGUATINGA            | 6                       | 4               | 125            | 135         |
| VARJÃO                |                         |                 | 2              | 2           |
| VICENTE PIRES         | 1                       |                 | 18             | 19          |
| TOTAL GERAL           | 55                      | 41              | 1.183          | 1.279       |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

A Tabela 28 apresenta as quantidades de vínculos ativos de MEI no DF (277) por RA e Domínio Criativo. Novamente, o maior número é no domínio da Infraestrutura (234) e a concentração das MEIs está no Plano Piloto (76), Taguatinga (30) e Ceilândia (25). Depois vem as RAs de Planaltina (13), Guará, Lago Sul e Águas Claras (12). No domínio de Infraestrutura, a RA do Plano Piloto apresenta 72 vínculos ativos formais de MEI.

Tabela 28 - Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Microempreendedores Individuais (MEI) do Círculo C4 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C4 - MICROEMPREENDEDOR  |                 | TOTAL GERAL |
|-----------------------|-------------------------|-----------------|-------------|
|                       | ATIVIDADES TRANSVERSAIS | INFRA-ESTRUTURA |             |
| ÁGUAS CLARAS          | 4                       | 8               | 12          |
| ARNIQUEIRA            |                         | 1               | 1           |
| BRAZLÂNDIA            | 1                       | 3               | 4           |
| CANDANGOLÂNDIA        |                         | 1               | 1           |
| CEILÂNDIA             | 4                       | 21              | 25          |
| CRUZEIRO              | 1                       | 5               | 6           |
| FERCAL                |                         | 2               | 2           |
| GAMA                  | 2                       | 7               | 9           |
| GUARÁ                 | 3                       | 9               | 12          |
| ITAPOÁ                |                         | 2               | 2           |
| JARDIM BOTÂNICO       | 1                       | 6               | 7           |
| LAGO NORTE            | 5                       | 3               | 8           |
| LAGO SUL              | 1                       | 11              | 12          |
| NÃO CLASSIFICADA      | 1                       |                 | 1           |
| PARANOÁ               |                         | 4               | 4           |
| PARK WAY              |                         | 1               | 1           |

|                    |           |            |            |
|--------------------|-----------|------------|------------|
| PLANALTINA         | 2         | 11         | 13         |
| PLANO PILOTO       | 4         | 72         | 76         |
| RECANTO DAS EMAS   |           | 2          | 2          |
| RIACHO FUNDO       |           | 2          | 2          |
| RIACHO FUNDO II    | 1         | 4          | 5          |
| SAMAMBAIA          | 3         | 7          | 10         |
| SANTA MARIA        | 1         | 3          | 4          |
| SÃO SEBASTIÃO      |           | 7          | 7          |
| SOBRADINHO         | 1         | 9          | 10         |
| SUDOESTE/OCTOGONAL | 3         | 5          | 8          |
| TAGUATINGA         | 4         | 26         | 30         |
| VICENTE PIRES      | 1         | 2          | 3          |
| <b>TOTAL GERAL</b> | <b>43</b> | <b>234</b> | <b>277</b> |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Quando os vínculos ativos são das MEs o número cresce (513) em relação às MEIs, expressivas nos outros Círculos. A grande maioria das empresas também atua no domínio da Infraestrutura (478) e se concentra nas RAs do Plano Piloto (188), Taguatinga (66), Guará (44), Águas Claras (44). A Tabela 29 apresenta as quantidades de ME no DF levantadas pelo Projeto Panorama/Insight pelas atividades econômicas diretamente criativas do círculo 4.

Tabela 29 - Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Microempresa (ME) do Círculo C4 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C4 - MICROEMPRESA       |                 |                | TOTAL GERAL |
|-----------------------|-------------------------|-----------------|----------------|-------------|
|                       | ATIVIDADES TRANSVERSAIS | ESPORTE E LAZER | INFRAESTRUTURA |             |
| ÁGUAS CLARAS          |                         | 2               | 40             | 42          |
| ARNIQUEIRA            |                         |                 | 2              | 2           |
| CEILÂNDIA             | 1                       | 4               | 14             | 19          |
| CRUZEIRO              |                         |                 | 4              | 4           |
| GAMA                  |                         | 1               | 11             | 12          |
| GUARÁ                 |                         | 3               | 41             | 44          |
| JARDIM BOTÂNICO       |                         |                 | 11             | 11          |
| LAGO NORTE            |                         |                 | 7              | 7           |
| LAGO SUL              |                         | 1               | 11             | 12          |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    |                         |                 | 4              | 4           |
| PARANOÁ               |                         |                 | 1              | 1           |
| PARK WAY              |                         |                 | 2              | 2           |
| PLANALTINA            | 3                       |                 | 6              | 9           |
| PLANO PILOTO          | 3                       | 6               | 179            | 188         |
| RECANTO DAS EMAS      |                         | 1               | 11             | 12          |
| RIACHO FUNDO          |                         |                 | 1              | 1           |
| RIACHO FUNDO II       |                         |                 | 2              | 2           |
| SAMAMBAIA             |                         | 1               | 15             | 16          |
| SANTA MARIA           | 1                       | 1               | 2              | 4           |
| SÃO SEBASTIÃO         |                         | 1               | 2              | 3           |
| SOBRADINHO            | 1                       | 1               | 27             | 29          |
| SOBRADINHO II         |                         |                 | 1              | 1           |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    |                         |                 | 10             | 10          |
| TAGUATINGA            | 2                       | 2               | 62             | 66          |
| VICENTE PIRES         |                         |                 | 12             | 12          |
| <b>TOTAL GERAL</b>    | <b>11</b>               | <b>24</b>       | <b>478</b>     | <b>513</b>  |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

A Tabela 30, que apresenta as quantidades de vínculos ativos de EPP no DF, mostra um grupo de centenas de organizações desse porte (436), igualmente centrada no domínio da Infraestrutura (421) e no Plano Piloto (213). Há ainda EPPs desse domínio em todas as demais RAs, sendo um grupo maior no Guará (44) e Taguatinga (36).

Tabela 30 - Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresa de Pequeno Porte (EPP) do Círculo C4 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C4 - EMPRESA DE PEQUENO PORTE (EPP) |                 |                | TOTAL GERAL |
|-----------------------|-------------------------------------|-----------------|----------------|-------------|
|                       | ATIVIDADES TRANSVERSAIS             | ESPORTE E LAZER | INFRAESTRUTURA |             |
| ÁGUAS CLARAS          |                                     | 3               | 28             | 31          |
| CANDANGOLÂNDIA        |                                     |                 | 1              | 1           |
| CEILÂNDIA             |                                     | 1               | 10             | 11          |
| CRUZEIRO              |                                     |                 | 5              | 5           |
| GAMA                  | 1                                   |                 | 3              | 4           |
| GUARÁ                 |                                     | 3               | 41             | 44          |
| JARDIM BOTÂNICO       |                                     |                 | 1              | 1           |
| LAGO NORTE            |                                     |                 | 6              | 6           |
| LAGO SUL              |                                     | 2               | 16             | 18          |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    |                                     |                 | 16             | 16          |
| PLANALTINA            |                                     |                 | 4              | 4           |
| PLANO PILOTO          |                                     | 4               | 209            | 213         |
| RECANTO DAS EMAS      |                                     |                 | 2              | 2           |
| RIACHO FUNDO          |                                     |                 | 3              | 3           |
| SAMAMBAIA             |                                     |                 | 11             | 11          |
| SANTA MARIA           |                                     |                 | 4              | 4           |
| SÃO SEBASTIÃO         |                                     |                 | 2              | 2           |
| SCIA                  |                                     |                 | 2              | 2           |
| SIA                   |                                     |                 | 1              | 1           |
| SOBRADINHO            |                                     |                 | 6              | 6           |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    |                                     |                 | 9              | 9           |
| TAGUATINGA            |                                     | 1               | 35             | 36          |
| VARIAÇÃO              |                                     |                 | 2              | 2           |
| VICENTE PIRES         |                                     |                 | 4              | 4           |
| <b>TOTAL GERAL</b>    | <b>1</b>                            | <b>14</b>       | <b>421</b>     | <b>436</b>  |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Já as EMP, verificáveis na Tabela 31, que apresenta as quantidades de vínculos ativos no DF, mostra um número menor. Há dezenas de organizações (41), mais da metade sediadas no Plano Piloto (26). A concentração também é no domínio de Infraestrutura (38).

Tabela 31 - Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas Médio Porte (EMP) do Círculo C4 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C4 - EMPRESA DE MÉDIO PORTE |                | TOTAL GERAL |
|-----------------------|-----------------------------|----------------|-------------|
|                       | ESPORTE E LAZER             | INFRAESTRUTURA |             |
| ÁGUAS CLARAS          |                             | 3              | 3           |
| GAMA                  |                             | 1              | 1           |
| GUARÁ                 | 1                           | 4              | 5           |
| LAGO NORTE            |                             | 1              | 1           |
| LAGO SUL              |                             | 1              | 1           |
| PLANO PILOTO          |                             | 26             | 26          |
| SIA                   | 1                           |                | 1           |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    |                             | 1              | 1           |
| TAGUATINGA            | 1                           | 1              | 2           |
| <b>TOTAL GERAL</b>    | <b>3</b>                    | <b>38</b>      | <b>41</b>   |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

A Tabela 32 apresenta as quantidades de vínculos ativos de EGP no DF. A lógica de concentração no Plano Piloto (8) se repete, porém, há apenas registros no domínio da Infraestrutura (16). Importante lembrar que essas empresas têm, em geral, mais de 500 funcionários e faturam mais de 300 milhões de reais anualmente. Ou seja, apesar do número pequeno, o movimento econômico e financeiro dessas organizações é expressivo.

Tabela 32 - Quantidade de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF de Empresas Grande Porte (EGP) do Círculo C4 por RA e Domínio Criativo.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C4 - EMPRESA DE GRANDE PORTE | TOTAL GERAL |
|-----------------------|------------------------------|-------------|
|                       | INFRAESTRUTURA               |             |
| GUARÁ                 | 2                            | 2           |
| LAGO NORTE            | 1                            | 1           |
| PLANO PILOTO          | 8                            | 8           |
| TAGUATINGA            | 1                            | 1           |
| <b>TOTAL GERAL</b>    | <b>12</b>                    | <b>12</b>   |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

**6 CNAE 2.0 da Economia  
Criativa Levantadas na  
RAIS 2021**



O SEGUNDO LEVANTAMENTO FOI FEITO COM BASE NO CNAE 2.0 JUNTO AOS dados do IBGE, tomando como referências a base na RAIS em busca da relação entre as empresas vinculadas e a remuneração média dos agentes criativos. Lembremos que os estudos realizados sobre o mercado de trabalho brasileiro formal tem sua referência nos microdados gerados pelo preenchimento da RAIS. Trata-se da principal fonte de dados que contém informações dos empregados e seus respectivos empregadores. O vínculo, caracterizado pelo par trabalhador/estabelecimento, é a unidade de observação e sua periodicidade histórica.

Na coleta para o Panorama da Economia Criativa no Distrito Federal, recorreu-se inicialmente aos dados do RAIS/IBGE que computaram um conjunto de mais de 22 mil CNPJs (22.109) que atuam nos domínios Criativos do Distrito Federal. Um número que tem aparecido em outros relatórios sobre Economia Criativa, como os da FIRJAN (2022). A Tabela 33 apresenta o número de vínculos de agentes ativos, conforme os registros no DF de 31/12/2021, na base de dados do CAGED RAIS. São os vínculos por CNAE 2.0 associados aos Domínios Criativos em seus respectivos Círculos Dinâmicos. Na tabela, observa-se que as atividades econômicas diretamente criativas (Anexo I) destacam-se no círculo 3, mais precisamente os domínios de *Software* (25%), *Publicidade* (19,8%), *Mídias* (14,3%) e, em fração menor, os domínios Turismo (6%), Moda (5,3%) e de Eventos (4,8%). No círculo 2 tem-se o Domínio Criativo de *Livros e Editorial* com 9,5% de vínculos ativos nessas atividades econômicas.

Os dados proporcionais se aproximam das mesmas frações encontradas na mineração Panorama/Insight, apresentados na seção anterior. No Distrito Federal, a maior atuação formal é nos Domínios Criativos das Indústrias Criativas Complexas, seguida das Indústrias Culturais.

Tabela 33 - Quantidade e Percentual de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF, por Subclasse CNAE 2.0 por Círculo e Domínio Criativo.

| CÍRCULO | DOMÍNIO CRIATIVO                   | TOTAL  | %      |
|---------|------------------------------------|--------|--------|
| C1      | ARTESANATO                         | 6      | 0,0%   |
|         | criação musical                    | 27     | 0,1%   |
|         | criação performática               | 5      | 0,0%   |
| C2      | DESIGN                             | 11     | 0,0%   |
|         | ESPETÁCULOS                        | 34     | 0,2%   |
|         | FOTOGRAFIA                         | 172    | 0,8%   |
|         | INDÚSTRIA FONOGRAFICA              | 39     | 0,2%   |
|         | LIVROS E EDITORIAL                 | 2.097  | 9,5%   |
|         | PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL      | 142    | 0,6%   |
| C3      | ARQUITETURA                        | 500    | 2,3%   |
|         | AUDIOVISUAL                        | 523    | 2,4%   |
|         | EDUCAÇÃO/PESQUISA E INOVAÇÃO (P&D) | 167    | 0,8%   |
|         | EVENTOS, FEIRAS E FESTAS           | 1.067  | 4,8%   |
|         | GAMES/JOGOS                        | 70     | 0,3%   |
|         | GASTRONOMIA                        | 242    | 1,1%   |
|         | MÍDIAS (RÁDIO/TV)                  | 3.162  | 14,3%  |
|         | MODA                               | 1.329  | 6,0%   |
|         | PUBLICIDADE                        | 4.375  | 19,8%  |
|         | SOFTWARE                           | 5.517  | 25,0%  |
| C4      | TURISMO                            | 1.173  | 5,3%   |
|         | ATIVIDADES TRANSVERSAIS            | 0      | 0,0%   |
|         | ESPORTE E LAZER                    | 103    | 0,5%   |
|         | INFRAESTRUTURA                     | 1.348  | 6,1%   |
| TOTAL   |                                    | 22.109 | 100,0% |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

## 6.1 Remuneração da Economia Criativa base CAGED/RAIS 2021

Importante reiterar que, de abrangência nacional e periodicidade mensal, o CAGED se constitui importante fonte de informação do mercado de trabalho formal, sendo criado como instrumento de acompanhamento e de fiscalização do processo de admissão e de demissão de trabalhadores regidos pela CLT, com o objetivo de assistir os desempregados e de apoiar medidas contra o desemprego.

Na coleta para o presente estudo, o recorte busca observar a remuneração média dos agentes. Na Tabela 34 estão as quantidades de vínculos ativos de empresas até 31/12/2021, no Distrito Federal, levantados na base de dados do CAGED RAIS, por subclasse CNAE 2.0, associando o Domínio Criativo com seu respectivo Círculo Dinâmico. Também contempla a faixa de remuneração média, em número de salários-mínimos (SM), equivalente na época do registro dos dados (2021) a R\$ 1.100,00 (mil e cem reais). Nela observa-se que as atividades econômicas diretamente criativas (Anexo I) dos domínios de *Software*, *Publicidade*, *Mídias (Rádio/TV)* e *Livros e Editorial* aparecem em todas as faixas de remunerações médias dessas atividades econômicas com vínculos ativos formais, revelando uma grande variação de remuneração (de 550 a mais de 20 mil reais). Um contraste com os domínios de *Artesanato* e *Artes Performáticas* com vínculos ativos formais na faixa de remuneração baixa de 0,5 a 1,5

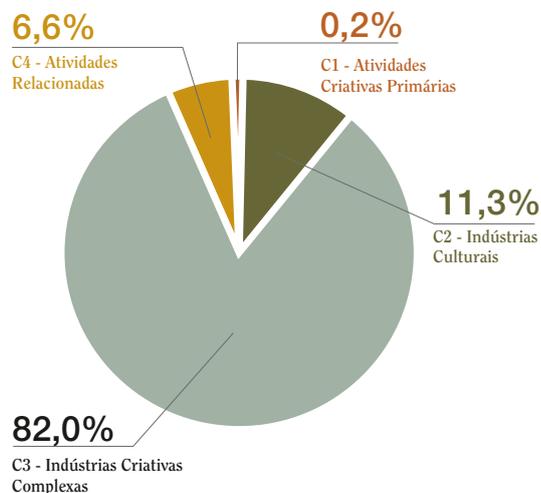
salários-mínimos (equivale de R\$ 550,00 a R\$ 1.650,00). No domínio de *Mídias (Rádio/TV)*, no qual existem mais de quatrocentos e trinta (433) vínculos ativos formais, a situação é inversa. A remuneração nesse domínio é, em geral, alta. Os agentes recebem, em média, mais de 10 salários-mínimos mensais (equivale a mais de R\$ 11.000,00). A Figura 10 apresenta graficamente os percentuais por nível.

Tabela 34 - Quantidades de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF, por Subclasse CNAE 2.0 por Nível, Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Média (SM).

| CÍRCULO | DOMÍNIO CRIATIVO              | Até 0,50 | 0,51 a 1,00 | 1,01 a 1,50 | 1,51 a 2,00 | 2,01 a 3,00 | 3,01 a 4,00 | 4,01 a 5,00 | 5,01 a 7,00 | 7,01 a 10,00 | 10,01 a 15,00 | 15,01 a 20,00 | Mais de 20,00 | SEM INFORM. | SUBTOTAL | TOTAL  |
|---------|-------------------------------|----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|---------------|---------------|---------------|-------------|----------|--------|
| C1      | ARTESANATO                    | 0        | 0           | 4           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 2           | 6        |        |
|         | criação musical               | 0        | 7           | 15          | 3           | 0           | 1           | 0           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 1           | 38       | 27     |
|         | criação performática          | 1        | 4           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 0           | 5        | 5      |
| C2      | design                        | 0        | 1           | 3           | 2           | 3           | 2           | 0           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 0           | 11       | 11     |
|         | espetáculos                   | 1        | 8           | 11          | 4           | 6           | 1           | 0           | 0           | 1            | 0             | 0             | 0             | 2           | 34       | 34     |
|         | fotografia                    | 5        | 16          | 107         | 22          | 10          | 2           | 3           | 2           | 0            | 0             | 0             | 0             | 5           | 172      | 172    |
|         | indústria fonográfica         | 5        | 1           | 17          | 7           | 5           | 3           | 1           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 0           | 2.495    | 39     |
|         | livros e editorial            | 32       | 78          | 410         | 394         | 344         | 191         | 144         | 136         | 133          | 88            | 38            | 42            | 67          | 2.097    | 2.097  |
|         | patrimônio cultural e natural | 3        | 7           | 30          | 17          | 35          | 7           | 8           | 8           | 8            | 16            | 1             | 0             | 2           | 142      | 142    |
|         | arquitetura                   | 2        | 56          | 149         | 77          | 77          | 20          | 16          | 17          | 27           | 12            | 5             | 0             | 42          | 500      | 500    |
|         | audiovisual                   | 13       | 168         | 147         | 48          | 63          | 28          | 13          | 20          | 10           | 5             | 0             | 0             | 8           | 523      | 523    |
|         | educação/pesquisa e inovação  | 4        | 60          | 60          | 14          | 15          | 4           | 4           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 6           | 167      | 167    |
|         | eventos, feiras e festas      | 2        | 145         | 614         | 190         | 68          | 17          | 2           | 2           | 1            | 0             | 0             | 0             | 26          | 1.067    | 1.067  |
| C3      | games/ogios                   | 0        | 7           | 35          | 8           | 11          | 3           | 3           | 1           | 0            | 0             | 0             | 2             | 70          | 70       | 70     |
|         | gastronomia                   | 3        | 27          | 128         | 26          | 14          | 6           | 3           | 2           | 0            | 0             | 0             | 3             | 242         | 242      |        |
|         | mídias (rádio/tv)             | 22       | 16          | 44          | 131         | 248         | 332         | 312         | 513         | 428          | 433           | 180           | 160           | 343         | 3.162    | 3.162  |
|         | moda                          | 1        | 267         | 783         | 120         | 77          | 17          | 7           | 6           | 5            | 0             | 0             | 0             | 46          | 1.329    | 1.329  |
|         | publicidade                   | 40       | 390         | 1.170       | 483         | 484         | 192         | 103         | 122         | 238          | 126           | 59            | 49            | 909         | 4.375    | 4.375  |
|         | software                      | 26       | 278         | 1.678       | 506         | 751         | 601         | 308         | 436         | 373          | 228           | 56            | 30            | 246         | 5.517    | 5.517  |
|         | turismo                       | 11       | 82          | 326         | 213         | 261         | 109         | 48          | 32          | 16           | 12            | 4             | 2             | 47          | 1.173    | 1.173  |
|         | esporte e lazer               | 2        | 14          | 44          | 27          | 8           | 2           | 0           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 5           | 103      | 103    |
|         | atividades transversais       | 0        | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 0           | 1.451    | 0      |
|         | infraestrutura                | 16       | 134         | 511         | 210         | 169         | 69          | 43          | 48          | 45           | 25            | 8             | 23            | 47          | 1.348    | 1.348  |
| TOTAL   |                               | 189      | 1.776       | 6.306       | 2.322       | 2.649       | 1.607       | 1.018       | 1.345       | 1.285        | 945           | 352           | 306           | 1.809       | TOTAL    | 22.109 |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Figura 10 - Percentual de Vínculos Ativos até 31/12/2020 no DF, por Subclasse CNAE 2.0 (Anexo I), por Nível de Complexidade.



## 6.2 Ocupações (CBO) da Economia Criativa levantados da RAIS 2020

A terceira etapa contempla a busca pelas ocupações (CBO) com base nos dados da RAIS do IBGE. Resgate-se também que a CBO, criada com a finalidade de relacionar e identificar todas as ocupações do mercado de trabalho brasileiro, compõe um sistema de seis dígi-

tos e contém a descrição das tarefas executadas pelo ocupante. A coleta do Panorama da Economia Criativa no DF focou-se nos 25 Domínios Criativos já descritos anteriormente.

Aplicando a categorização dos Domínios Criativos, revelou-se o maior número de sujeitos atuando na Economia Criativa: chegou-se a mais de 80 mil (84.793) agentes atuando direta ou indiretamente nas atividades criativas. A maioria concentrada nas **Indústrias Criativas Complexas** (42.030) e nas **Atividades Relacionadas** (36.674), indústrias ou serviços tradicionais que dão suporte às atividades criativas. Mesmo excluindo todas as Atividades Relacionadas e restringindo somente às atividades rigorosa e diretamente criativas, o número é expressivo: são mais de 48 mil (48.119).

Para se ter uma ideia visual da variedade e da concentração das ocupações criativas, fizemos um exercício com uma Nuvem de Palavras elaborada a partir do site <https://classic.wordclouds.com/> com as principais palavras encontradas na CBO (2002) relacionadas à Economia Criativa (diretamente e indiretamente) e, no caso desse exercício, relacionamos também com seus respectivos quantitativos da RAIS (2020). Nesse alargamento de escopo, o propósito foi exatamente medir as delimitações e transbordamentos das atividades diretas e indiretas.

Figura 11 - Nuvem de Palavras com Destaque da Classificação Brasileira de Ocupações (CBO 2002) segundo o conceito Economia Criativa do Panorama DF.



Fonte: Elaboração própria.

À primeira vista, a nuvem de palavras destaca as atividades do CBO em correlação com a RAIS que não condizem diretamente com algum Domínio Criativo, mas são palavras que se inserem em atividades encontradas dentro de domínios e círculos dinâmicos da Econo-

mia Criativa de forma direta ou indireta. É o caso da palavra em maior evidência, Ensino (domínio de Educação), base de formação e capacitação dos agentes. Tecnologia, Ciência, Biologia e Pesquisa integram os Domínios de Software e P&D. No caso de Tecnologia mais ainda, já que, atualmente, faz a mediação em todas as indústrias da Economia Criativa. Há também menções aos Domínios de Artes, Mídia e as atividades específicas de diretor, assistente, editor, designer, projetista, desenvolvedor, analista, artista, intérprete, repórter, artesão, entre outras palavras associadas a atividades dos domínios da Moda (confeção) e da Gastronomia (cozinheiro).

Mesmo as Atividades Relacionadas são lembradas, como é caso de mecânico, civil, construção. Há ainda menções a bens criativos como produtos e serviços. Chama a atenção o caso do Artesanato, que ganha evidência na nuvem de palavras, e as entidades que representam esse Domínio contabilizarem mais de 11 mil agentes no Distrito Federal (que, segundo a Agência Brasília do governo, estariam cadastrados no GDF, dados de 2020). Os números que aparecem nos registros oficiais são bem inferiores, evidência que já sugere um número importante de informalidade nesse Domínio.

A seguir apresentamos os dados que, além dos quantitativos de agentes nas ocupações criativas ou relacionadas, também mostram as variações de remuneração em cada Domínio Criativo. Retomamos aqui, à luz do CAGED cruzando com CBOs e CNAEs, a faixa de remuneração média. É importante esse novo corte a partir do maior espectro de sujeitos abrangidos pelas CBOs. Como já mencionado, o CAGED constitui importante fonte de informação do mercado de trabalho formal, sendo criado como instrumento de acompanhamento e de fiscalização do processo de admissão e de demissão de trabalhadores regidos pela CLT.

A Tabela 35 abaixo apresenta as quantidades de vínculos ativos até 31/12/2021 no Distrito Federal (base CAGED) e da RAIS, por CBO (2002) considerados diretamente e indiretamente criativos, por Círculo Dinâmico, Domínio Criativo e faixa de remuneração média, em número de salários-mínimos (SM), no ano de 2022. Nela, observa-se os mais de 84 mil vínculos ativos. O maior número de agentes está concentrado no Círculo (C3) das Indústrias Criativas Complexas (42.030), em que se destacam os domínios *Gastronomia* (13.789), com remuneração variando de 1 a 3 SM – equivale de R\$ 1.100,00 a R\$3.300,00;

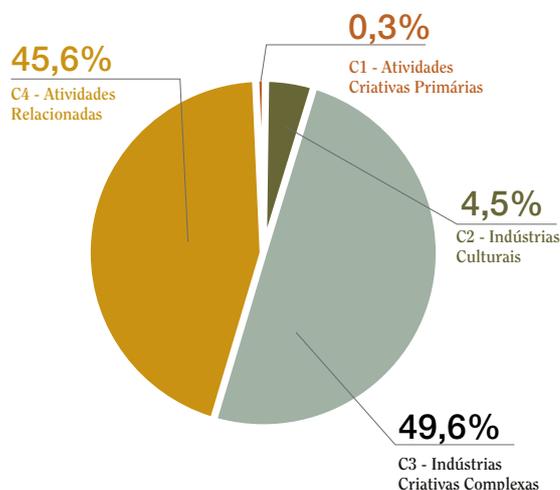
e Educação, Pesquisa e Inovação (13.770), com remuneração de 7 a 15 SM - equivale de R\$ 7.000,00 a R\$ 15.000,00. No C3 ainda vale pontuar em números de agentes e remuneração os domínios de Software (4.020) e Arquitetura (3.880) com ganhos entre 5 e mais de 20 salários-mínimos - R\$ 5.500 a R\$ 26.000,00; Publicidade (3.724) com remuneração de 4 a 20 SM – R\$ 4.400,00 a R\$ 22.000,00; e Audiovisual (1.122) com ganhos de 2 a 15 SM - R\$ 2.220,00 a R\$ 11.000,00. Outro destaque é no círculo 4, das Atividades Relacionadas (38.674), onde as Atividades Transversais (29.533), que envolvem indústrias tradicionais como a têxtil, serviços de consultoria e administração, têm o maior contingente de ocupações de uma remuneração que varia de 6 a mais de 20 SM – R\$ 6.600,00 a R\$ 26.000,00. A Figura 12 apresenta graficamente os percentuais do nível de complexidade desses subtópicos, da CBO (2002) observadas na Tabela 35.

Tabela 35 - Total de Ocupados (CBO) no Distrito Federal na RAIS 2020, por Círculo, Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Média (SM).

| CÍRCULO   | DOMÍNIO CRIATIVO              | Até 0,50 | 0,51 a 1,00 | 1,01 a 1,50 | 1,51 a 2,00 | 2,01 a 3,00 | 3,01 a 4,00 | 4,01 a 5,00 | 5,01 a 7,00 | 7,01 a 10,00 | 10,01 a 15,00 | 15,01 a 20,00 | Mais de 20,00 | SUBTOTAL | TOTAL  |
|-----------|-------------------------------|----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|---------------|---------------|---------------|----------|--------|
| C1        | ARTESANATO                    | 0        | 21          | 23          | 11          | 3           | 1           | 0           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 257      | 59     |
|           | CRIAÇÃO LITERÁRIA             | 0        | 0           | 0           | 5           | 4           | 2           | 6           | 25          | 22           | 11            | 6             | 5             | 86       | 86     |
|           | CRIAÇÃO MUSICAL               | 3        | 4           | 15          | 16          | 10          | 4           | 0           | 3           | 3            | 0             | 0             | 0             | 58       | 58     |
|           | CRIAÇÃO PERFORMÁTICA          | 1        | 0           | 0           | 1           | 1           | 0           | 0           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 3        | 3      |
|           | CRIAÇÃO VISUAL E PLÁSTICA     | 1        | 3           | 14          | 10          | 12          | 1           | 0           | 5           | 2            | 2             | 1             | 0             | 51       | 51     |
| C2        | DESIGN                        | 0        | 51          | 214         | 170         | 184         | 100         | 88          | 123         | 72           | 25            | 7             | 6             | 1.040    | 1.040  |
|           | ESPECTÁCULOS                  | 49       | 75          | 45          | 32          | 9           | 1           | 1           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 193      | 193    |
|           | FOTOGRAFIA                    | 0        | 6           | 14          | 5           | 5           | 1           | 5           | 18          | 7            | 4             | 5             | 5             | 75       | 75     |
|           | INDÚSTRIA FONOGRÁFICA         | 0        | 12          | 71          | 128         | 50          | 13          | 5           | 0           | 2            | 0             | 0             | 0             | 281      | 281    |
|           | LIVROS E EDITORIAL            | 2        | 18          | 51          | 36          | 80          | 41          | 48          | 64          | 81           | 71            | 32            | 24            | 548      | 548    |
|           | PATRIMÔNIO NATURAL E CULTURAL | 9        | 79          | 491         | 123         | 123         | 130         | 83          | 116         | 208          | 127           | 101           | 105           | 1.695    | 1.695  |
|           | ARQUITETURA                   | 4        | 22          | 75          | 118         | 172         | 104         | 118         | 168         | 624          | 976           | 1.047         | 460           | 3.888    | 3.888  |
|           | AUDIOVISUAL                   | 19       | 43          | 98          | 149         | 203         | 209         | 133         | 127         | 74           | 37            | 16            | 14            | 1.122    | 1.122  |
|           | EDUCAÇÃO, PESSOAS E INOVAÇÃO  | 312      | 499         | 796         | 655         | 1.121       | 948         | 897         | 1.538       | 2.610        | 2.197         | 1.694         | 1.103         | 13.770   | 13.770 |
|           | EVENTOS, FEIRAS, FESTAS       | 0        | 12          | 50          | 32          | 58          | 41          | 20          | 22          | 22           | 18            | 5             | 9             | 289      | 289    |
| C3        | GASTRONOMIA                   | 280      | 1.796       | 5.442       | 2.936       | 3.060       | 180         | 49          | 27          | 7            | 5             | 7             | 0             | 42.030   | 13.789 |
|           | JOGOS E GAMES                 | 0        | 1           | 4           | 5           | 7           | 3           | 1           | 3           | 8            | 5             | 0             | 0             | 37       | 37     |
|           | MÍDIA (RÁDIO/TV)              | 0        | 4           | 11          | 20          | 25          | 31          | 99          | 72          | 99           | 78            | 38            | 39            | 516      | 516    |
|           | MÚSICA                        | 4        | 213         | 238         | 43          | 26          | 6           | 3           | 1           | 0            | 0             | 0             | 0             | 534      | 534    |
|           | PUBLICIDADE                   | 13       | 36          | 205         | 185         | 335         | 323         | 313         | 678         | 647          | 528           | 231           | 230           | 3.724    | 3.724  |
|           | SOFTWARE                      | 8        | 51          | 154         | 204         | 393         | 377         | 330         | 619         | 751          | 733           | 244           | 156           | 4.020    | 4.020  |
|           | TURISMO                       | 1        | 31          | 56          | 87          | 86          | 22          | 22          | 12          | 11           | 8             | 0             | 5             | 341      | 341    |
|           | ESPORTE E LAZER               | 215      | 1.007       | 2.237       | 577         | 232         | 241         | 86          | 114         | 61           | 20            | 2             | 0             | 4.792    | 4.792  |
|           | INFRAESTRUTURA                | 9        | 274         | 1.375       | 970         | 854         | 286         | 135         | 149         | 93           | 134           | 30            | 20            | 4.329    | 4.329  |
|           | Ocupações Transversais        | 258      | 1.270       | 4.665       | 2.377       | 2.401       | 2.208       | 1.511       | 3.093       | 3.726        | 3.630         | 1.627         | 2.887         | 29.533   | 29.533 |
| SUB TOTAL | 1.188                         | 5.528    | 16.344      | 8.875       | 9.454       | 5.273       | 3.953       | 6.888       | 9.130       | 8.599        | 4.493         | 5.068         | TOTAL         | 84.792   |        |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Figura 12 - Percentual de Vínculos Ativos até 31/12/2020 no DF, das classificações CBO's 2002 diretamente e indiretamente criativos, por Nível de Complexidade.



### 6.3 Ranking das 10 Ocupações (CBO) por Faixa de Remuneração

A partir desse ponto serão abordadas as ocupações com base nos 25 Domínios Criativos, separadamente, de cada um dos Círculos Dinâmicos, iniciando-se pelo Círculo das atividades Criativas Primárias (C1). A Tabela 36 apresenta o ranking das 10 maiores ocupações (CBO) com vínculos ativos em 31/12/2019, no Distrito Federal, na RAIS 2020 diretamente e indiretamente criativas, por Domínio Criativo e faixa de remuneração média, em número de salários-mínimos (SM). Observa-se que em primeiro lugar aparece o domínio de *Criação Literária* com a ocupação de *Produtor de textos* com remuneração de 5 a 10 SM – (de R\$ 5.500,00 a R\$ 11.000,00), sendo que há mais 60 vínculos ativos formais que recebem acima de 5 salários-mínimos (R\$ 5.500,00). Em segundo lugar, destaca-se o domínio de *Criação Visual e Plástica*, com mais de 30 vínculos ativos formais, que recebem abaixo de 3 salários-mínimos (R\$ 3.300,00) como *Artista (Artes Visuais)*.

Tabela 36 - Ranking dos 10 maiores quantitativos de Ocupações (CBO) com vínculos ativos em 31/12/2019, no Distrito Federal na RAIS 2020, Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Média (SM) por Nível C1.

| DOMÍNIO CRIATIVO          | CBO    | DESCRIÇÃO                        | Até 0,50 | 0,51 a 1,00 | 1,01 a 1,50 | 1,51 a 2,00 | 2,01 a 3,00 | 3,01 a 4,00 | 4,01 a 5,00 | 5,01 a 7,00 | 7,01 a 10,00 | 10,01 a 15,00 | 15,01 a 20,00 | Mais de 20,00 | SEM INFORM. | TOTAL |
|---------------------------|--------|----------------------------------|----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|---------------|---------------|---------------|-------------|-------|
| criação literária         | 261130 | PRODUTOR DE TEXTO                | 0        | 0           | 0           | 4           | 2           | 2           | 6           | 25          | 22           | 11            | 6             | 5             | 1           | 84    |
| criação visual e plástica | 262405 | ARTISTA (ARTES VISUAIS)          | 1        | 2           | 12          | 8           | 11          | 1           | 0           | 5           | 2            | 2             | 1             | 0             | 1           | 46    |
| criação musical           | 262710 | MÚSICO INTERPRETE INSTRUMENTISTA | 0        | 2           | 6           | 2           | 5           | 1           | 0           | 2           | 0            | 0             | 0             | 0             | 0           | 18    |
| artesanato                | 768205 | BORDADOR.A.MAO                   | 0        | 7           | 7           | 1           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 2           | 17    |
| criação musical           | 262615 | MÚSICO REGENTE                   | 0        | 0           | 4           | 4           | 1           | 3           | 0           | 1           | 1            | 0             | 0             | 0             | 0           | 14    |
| criação musical           | 262705 | MÚSICO INTERPRETE CANTOR         | 0        | 0           | 1           | 9           | 3           | 0           | 0           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 1           | 14    |
| artesanato                | 791105 | ARTESÃO BORDADOR                 | 0        | 6           | 4           | 1           | 1           | 1           | 0           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 0           | 13    |
| criação musical           | 262610 | MÚSICO ARRANJADOR                | 3        | 2           | 3           | 1           | 1           | 0           | 0           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 0           | 10    |
| artesanato                | 752410 | DECORADOR DE VIDRO               | 0        | 0           | 0           | 7           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 0           | 7     |
| criação visual e plástica | 752430 | PINTOR DE CERÂMICA.A.PINCEL      | 0        | 1           | 1           | 2           | 1           | 0           | 0           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 2           | 7     |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Nas Indústrias Culturais (C2) há uma variação salarial maior que no círculo anterior. A Tabela 37, da mesma forma, apresenta o ranking das 10 maiores ocupações (CBO) com vínculos ativos em 31/12/2019, no Distrito Federal, na RAIS 2020, por Domínio Criativo e faixa de remuneração média, em número de salários-mínimos (SM). Em primeiro lugar aparece o domínio de Design, com a ocupação de *Desenhista Industrial Gráfico*, distribuído acima de 0,5 salários-mínimos (R\$ 550,00) e em todas as faixas de remuneração médias subsequentes de 1 a 10 SM (R\$ 1.100,00 a R\$ 11.000,00). Em segundo lugar aparece o Domínio Criativo *Patrimônio, Natural e Cultural*, com a ocupação de *Bibliotecário* que também aparece distribuído em todas as faixas de remuneração médias, com destaque para as faixas de 7 a 20 SM (de R\$ 7.700,00 a R\$ 22.000,00). Em terceiro lugar, neste mesmo Domínio Criativo, pode-se verificar as ocupações de *Auxiliar de Biblioteca* onde há 113 vínculos com salários mensais

médios de 7 a 15 SM (de R\$ 7.700,00 a R\$ 16.500,00) e *Supervisor de Controle Patrimonial*, onde há 305 vínculos ativos com salários-mínimos de 1 a 1,5 SM (R\$ 1.100,00 a R\$ 1.650,00). Nas ocupações, também ranqueadas, como professor de dança, técnico de áudio, editor de texto e imagem as remunerações variam de 1 a 7 SM – R\$ 1.100,00 a R\$ 7.700,00.

Tabela 37 - Ranking dos 10 maiores quantitativos de Ocupações (CBO) com vínculos ativos em 31/12/2019, no Distrito Federal na RAIS 2020, Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Média (SM) por Nível C2.

| DOMÍNIO CRIATIVO              | CBO    | DESCRIÇÃO  | Até 0,50 | 0,51 a 1,00 | 1,01 a 1,50 | 1,51 a 2,00 | 2,01 a 3,00 | 3,01 a 4,00 | 4,01 a 5,00 | 5,01 a 7,00 | 7,01 a 10,00 | 10,01 a 15,00 | 15,01 a 20,00 | Mais de 20,00 | SEM INFORM. | TOTAL |
|-------------------------------|--------|--|----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|---------------|---------------|---------------|-------------|-------|
| DESIGN                        | 262410 | DESENHISTA INDUSTRIAL GRAFICO (DESIGNER GRAFICO) | 0        | 12          | 70          | 67          | 83          | 66          | 59          | 83          | 51           | 21            | 5             | 1             | 27          | 545   |
| PATRIMONIO NATURAL E CULTURAL | 261205 | BIBLIOTECARIO                                    | 1        | 1           | 9           | 31          | 26          | 37          | 18          | 37          | 90           | 81            | 90            | 82            | 29          | 532   |
| PATRIMONIO NATURAL E CULTURAL | 371105 | AUXILIAR DE BIBLIOTECA                           | 0        | 54          | 84          | 48          | 37          | 43          | 34          | 34          | 87           | 26            | 1             | 0             | 11          | 459   |
| PATRIMONIO NATURAL E CULTURAL | 410220 | SUPERVISOR DE CONTROLE PATRIMONIAL               | 8        | 23          | 305         | 21          | 23          | 23          | 3           | 7           | 0            | 1             | 0             | 0             | 11          | 425   |
| LIVROS E EDITORIAL            | 261120 | EDITOR   | 1        | 2           | 3           | 3           | 21          | 12          | 13          | 31          | 49           | 56            | 32            | 19            | 4           | 246   |
| ESPECTACULOS                  | 262830 | PROFESSOR DE DANÇA                               | 48       | 70          | 42          | 12          | 8           | 1           | 0           | 1           | 0            | 0             | 0             | 0             | 30          | 212   |
| INDÚSTRIA FONOGRAFICA         | 374110 | TECNICO EM INSTALACAO DE EQUIPAMENTOS DE AUDIO   | 0        | 7           | 49          | 72          | 20          | 6           | 3           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 5           | 162   |
| LIVROS E EDITORIAL            | 766120 | EDITOR DE TEXTO E IMAGEM                         | 1        | 15          | 34          | 16          | 21          | 9           | 13          | 13          | 12           | 2             | 0             | 0             | 4           | 140   |
| PATRIMONIO NATURAL E CULTURAL | 261210 | DOCUMENTALISTA                                   | 0        | 0           | 12          | 16          | 17          | 13          | 12          | 4           | 10           | 11            | 2             | 0             | 5           | 102   |
| DESIGN                        | 318805 | PROFETISTA DE MÓVEIS                             | 0        | 9           | 27          | 25          | 25          | 4           | 5           | 0           | 1            | 0             | 0             | 0             | 5           | 101   |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Na esfera das Indústrias Criativas Complexas (C3) também é observável uma larga variação de ganhos, todavia há uma faixa ainda mais alta de remuneração. A Tabela 38, igualmente, apresenta o ranking das 10 maiores ocupações (CBO) com vínculos ativos em 31/12/2019, no Distrito Federal, na RAIS 2020, por Domínio Criativo e faixa de remuneração média, em número de salários-mínimos (SM). Em primeiro lugar aparece o domínio de *Gastronomia*, com a ocupação de *Cozinheiro Geral*, que aparece quase que em todas as faixas de remuneração médias com vínculos ativos formais, com destaque para 3.680 vínculos ativos com salários-mínimos de 1 a 1,5 SM (R\$ 1.100,00 a R\$ 1.650,00). E, ainda na área de *Educação/Pesquisa & Inovação*, com a ocupação de *Educador*, há 1.100 vínculos ativos com salários-mínimos de 7 a 10 SM (de R\$ 7.700,00 a R\$ 11.000,00). Na Arquitetura, a atividade de engenheiro tem uma faixa expressiva com uma variação de 7 a mais de 20 SM (de R\$ 7.700,00 a R\$ 24.000,00).

Tabela 38 - Ranking dos 10 maiores quantitativos de Ocupações (CBO) com vínculos ativos em 31/12/2019, no Distrito Federal na RAIS 2020, Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Média (SM) por Nível C3.

| DOMÍNIO CRIATIVO             | CBO    | DESCRIÇÃO  | Até 0,50 | 0,51 a 1,00 | 1,01 a 1,50 | 1,51 a 2,00 | 2,01 a 3,00 | 3,01 a 4,00 | 4,01 a 5,00 | 5,01 a 7,00 | 7,01 a 10,00 | 10,01 a 15,00 | 15,01 a 20,00 | Mais de 20,00 | SEM INFORM. | TOTAL |
|------------------------------|--------|--|----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|---------------|---------------|---------------|-------------|-------|
| GASTRONOMIA                  | 510205 | COZINHEIRO GERAL   | 77       | 1.289       | 3.680       | 1.503       | 2.347       | 90          | 22          | 10          | 4            | 4             | 7             | 0             | 520         | 8.883 |
| ARQUITETURA                  | 214205 | ENGENHEIRO CIVIL   | 4        | 5           | 15          | 16          | 40          | 39          | 47          | 81          | 427          | 794           | 815           | 276           | 335         | 2.894 |
| SOFTWARE                     | 317110 | PROGRAMADOR DE SISTEMAS DE INFORMACAO                          | 8        | 20          | 85          | 147         | 274         | 247         | 213         | 368         | 414          | 317           | 71            | 44            | 57          | 2.264 |
| PUBLICIDADE                  | 142330 | ANALISTA DE NEGOCIOS (A)                                       | 0        | 2           | 68          | 42          | 138         | 176         | 185         | 429         | 397          | 325           | 105           | 67            | 18          | 1.952 |
| GASTRONOMIA                  | 848305 | PADEIRO  | 3        | 122         | 723         | 646         | 274         | 16          | 1           | 1           | 0            | 0             | 0             | 0             | 86          | 1.872 |
| EDUCAÇÃO E PESQUISA/INOVACAO | 515305 | EDUCADOR SOCIAL  | 2        | 15          | 161         | 115         | 51          | 7           | 9           | 299         | 1.100        | 69            | 1             | 0             | 5           | 1.834 |
| EDUCAÇÃO E PESQUISA/INOVACAO | 234510 | PROFESSOR DE ENSINO SUPERIOR NA AREA DE ORIENTACAO EDUCACIONAL | 239      | 160         | 75          | 42          | 83          | 116         | 108         | 170         | 177          | 225           | 114           | 84            | 209         | 1.802 |
| EDUCAÇÃO E PESQUISA/INOVACAO | 234520 | PROFESSOR DE ENSINO SUPERIOR NA AREA DE PRÁTICA DE ENSINO      | 13       | 58          | 86          | 76          | 117         | 104         | 84          | 130         | 148          | 480           | 122           | 12            | 18          | 1.448 |
| GASTRONOMIA                  | 848310 | CONFETIEIRO  | 7        | 72          | 380         | 329         | 168         | 17          | 0           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 46          | 1.019 |
| EDUCAÇÃO E PESQUISA/INOVACAO | 234505 | PROFESSOR DE ENSINO SUPERIOR NA AREA DE DIBÁTICA               | 3        | 25          | 43          | 43          | 110         | 129         | 108         | 171         | 111          | 51            | 27            | 2             | 79          | 902   |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

No círculo dinâmico das Atividades Relacionadas (C4) observa-se uma média de alta remuneração. A Tabela 39, seguindo a mesma lógica, apresenta o ranking das 10 maiores ocupações (CBO) com vínculos ativos em 31/12/2019, no Distrito Federal, na RAIS 2020, por Domínio Criativo e faixa de remuneração média, em número de salários-mínimos (SM). Nela, observa-se que em primeiro lugar aparece o domínio de *Ocupações Transversais* com a ocupação de *Analista de Desenvolvimento de Sistemas* que aparece em todas as faixas de remuneração médias com vínculos ativos formais, onde há 5.217 vínculos com salários-mínimos de 5 a 15 SM (de R\$ 5.500,00 a R\$ 16.500,00) e 1.662 *Analista de Redes e de Comunicação de Dados* recebendo mais de 20 SM (mais de R\$ 22.000,00). No domínio de *Esporte e Lazer* há um destaque para a ocupação de *recreador*, com 1.361 vínculos ativos com salários na faixa de 1 a 1,5 SM (R\$ 1.100,00 a R\$ 1.650,00).

Tabela 39 - Ranking dos 10 maiores quantitativos de Ocupações (CBO) com vínculos ativos em 31/12/2019, no Distrito Federal na RAIS 2020, Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Média (SM) por Nível C4.

| DOMÍNIO CRIATIVO       | CBO    | DESCRIÇÃO   | Até 0,50 | 0,51 a 1,00 | 1,01 a 1,50 | 1,51 a 2,00 | 2,01 a 3,00 | 3,01 a 4,00 | 4,01 a 5,00 | 5,01 a 7,00 | 7,01 a 10,00 | 10,01 a 15,00 | 15,01 a 20,00 | Mais de 20,00 | SEM INFORM. | TOTAL |
|------------------------|--------|---|----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|---------------|---------------|---------------|-------------|-------|
| OCUPAÇÕES TRANSVERSAIS | 212405 | ANALISTA DE DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS               | 4        | 13          | 185         | 215         | 454         | 819         | 603         | 1.614       | 1.968        | 1.635         | 769           | 680           | 462         | 9.421 |
| OCUPAÇÕES TRANSVERSAIS | 212410 | ANALISTA DE REDES E DE COMUNICAÇÃO DE DADOS           | 6        | 37          | 94          | 98          | 178         | 223         | 173         | 255         | 336          | 488           | 188           | 1.662         | 19          | 3.757 |
| OCUPAÇÕES TRANSVERSAIS | 212420 | ANALISTA DE SUPORTE COMPUTACIONAL                     | 1        | 53          | 297         | 332         | 362         | 247         | 150         | 329         | 371          | 245           | 230           | 145           | 161         | 2.923 |
| ESPORTE E LAZER        | 371410 | RECREADOR   | 32       | 228         | 1.361       | 219         | 22          | 7           | 2           | 0           | 1            | 1             | 0             | 0             | 73          | 1.946 |
| INFRAESTRUTURA         | 317210 | TECNICO DE APOIO AO USUÁRIO DE INFORMÁTICA (HELPDESK) | 4        | 65          | 563         | 424         | 298         | 100         | 47          | 61          | 52           | 116           | 21            | 15            | 51          | 1.817 |
| OCUPAÇÕES TRANSVERSAIS | 239405 | COORDENADOR PEDAGÓGICO                                | 2        | 76          | 144         | 128         | 233         | 249         | 123         | 126         | 144          | 94            | 36            | 12            | 136         | 1.503 |
| OCUPAÇÕES TRANSVERSAIS | 333110 | INSTRUTOR DE CURSOS LIVRES                            | 131      | 399         | 311         | 166         | 123         | 40          | 32          | 39          | 6            | 2             | 2             | 1             | 168         | 1.420 |
| OCUPAÇÕES TRANSVERSAIS | 517405 | PORTEIRO (HOTEL)                                      | 7        | 34          | 1.092       | 148         | 38          | 0           | 0           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 44          | 1.363 |
| OCUPAÇÕES TRANSVERSAIS | 513315 | CAMAREIRO DE HOTEL                                    | 12       | 136         | 938         | 138         | 15          | 0           | 0           | 0           | 0            | 0             | 0             | 0             | 109         | 1.348 |
| ESPORTE E LAZER        | 224120 | PREPARADOR FÍSICO                                     | 83       | 303         | 320         | 131         | 51          | 140         | 43          | 23          | 7            | 0             | 0             | 0             | 99          | 1.200 |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: Refere-se ao percentil dos quantitativos.

#### 6.4 Perfil Sociodemográfico a partir das Ocupações (CBO 2002) combinadas com as CNAE 2.0 (Anexo I) da Economia Criativa levantados da RAIS 2021

A RAIS do Ministério do Trabalho, recorde-se, é um levantamento instituído pelo Decreto nº 76.900, de 23/12/75, e tem por objetivo:

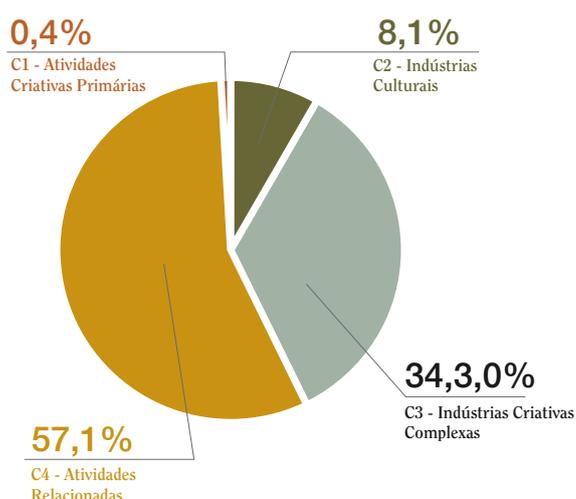
- O suprimento às necessidades de controle da atividade trabalhista no país;
- O provimento de dados para a elaboração de estatísticas do trabalho;
- A disponibilização de informações do mercado de trabalho às entidades governamentais

Utilizando das combinações de informações contidas na RAIS 2021 com os dados levantados pelo CBO 2002 e da CNAE 2.0, foram gerados levantamentos sociodemográficos

para mensurar alguns dados relevantes. Nesse cruzamento, o recorte encontrou no Distrito Federal mais de 67 mil agentes criativos (67.470), praticamente 20 mil a menos do que na coleta apenas por CBO. Essa redução ocorre em função da exclusão de agentes, que, em princípio, se replicam nos CNAEs (especialmente MEIs) e CBOs. A redução evidenciou o número de agentes das Atividades Relacionadas (particularmente nos Domínios de Atividades Transversais nas áreas de Gestão e Registro de Patentes, e no domínio de Infraestrutura nas áreas de manutenção, por exemplo).

Primeiramente, conforme a Figura 13 abaixo, tem-se a relação de vínculos ativos até 31/12/2021 que demonstra os vínculos por círculo da Economia Criativa. Nele percebe-se que o círculo 4 - *Atividades Relacionadas* detém 57,1% dos vínculos ativos, seguido pelo círculo 3 - *Indústrias criativas complexas* que dispõe de 34,3%. Esse cenário do C4 com uma porcentagem expressivamente maior se dá devido ao fato de as atividades relacionadas inventarem atividades não diretamente criativas, mas que oferecem suporte aos demais círculos e Domínios Criativos. As indústrias criativas complexas possuem 34,3% dos vínculos ativos e representam o círculo com maior número de Domínios Criativos. No total são 11 Domínios Criativos no C3, seguido do círculo 2 (8,1% de vínculos ativos) e do círculo 1 (0,4% de vínculos).

Figura 13 - Percentual de Vínculos Ativos até 31/12/2021 no DF, das classificações CBO's 2002 combinadas com a CNAE 2.0 de Domínios Criativos Levantados, por Nível de Complexidade.



## 6.5 Gênero x Domínio Criativo x RA

Inicia-se a análise sociográfica pelos perfis unicamente de sexo, tomando como referência as duas categorias de masculino e feminino registradas nas bases consultadas que não contemplam as opções de gênero incorporadas pela sociedade e, em parte, pela legislação brasileira. Foram observados os dados dentro de cada círculo e de cada Domínio Criativo relacionados por RA do DF, conforme demonstra a Tabela 40. No círculo 1 - *Atividades Criativas Primárias*, observa-se um número significativo de *mulheres* atuantes nos domínios de *Artesanato* e *Criação Literária*, tendo nesse segundo domínio na RA Plano Piloto (que nessa fonte de dados – RAIS - aparecerá sempre como Brasília) 117 vínculos ativos de *mulheres*. Em contrapartida, há 57 vínculos representados por *homens*. Este cenário se inverte na comparação entre os domínios *Criação Musical* e *Criação Visual e Plástica*, onde os *homens* vinculados predominam, principalmente nas RAs de Plano Piloto (*Brasília*), *Cruzeiro* e *Ceilândia*.

Tabela 40 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Gênero por Nível C1.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C1 - ATIVIDADES CRIATIVAS PRIMÁRIAS |           |                   |           |                 |           |                           |           | TOTAL GERAL |
|-----------------------|-------------------------------------|-----------|-------------------|-----------|-----------------|-----------|---------------------------|-----------|-------------|
|                       | ARTESANATO                          |           | CRIAÇÃO LITERÁRIA |           | CRIAÇÃO MUSICAL |           | CRIAÇÃO VISUAL E PLÁSTICA |           |             |
|                       | Feminino                            | Masculino | Feminino          | Masculino | Feminino        | Masculino | Feminino                  | Masculino |             |
| BRASÍLIA              | 6                                   |           | 117               | 57        | 3               | 24        | 13                        | 42        | 262         |
| CEILÂNDIA             |                                     |           |                   |           |                 |           |                           | 2         | 2           |
| CRUZEIRO              |                                     |           |                   |           |                 | 4         |                           |           | 4           |
| LAGO SUL              | 6                                   |           |                   |           |                 |           |                           |           | 6           |
| PLANALTINA            |                                     | 2         |                   |           |                 |           |                           |           | 2           |
| SÃO SEBASTIÃO         |                                     |           |                   |           |                 | 2         |                           |           | 2           |
| SOBRADINHO            | 3                                   |           |                   |           | 3               |           |                           |           | 6           |
| TAGUATINGA            | 8                                   | 3         |                   |           |                 |           |                           |           | 11          |
| TOTAL GERAL           | 23                                  | 5         | 117               | 57        | 6               | 30        | 13                        | 44        | 295         |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

No círculo 2 - *Indústrias Culturais*, Tabela 41, o domínio do *Design* mostra um número elevado de vínculos com pessoas do sexo *masculino* em todas as RAs, totalizando 1.073 vínculos masculinos em relação a 438 vínculos *femininos*. Outro domínio com grande quantitativo de agentes é o de *Livros e Editorial* com 1.778 agentes do sexo *masculino* e 1.119 agentes do sexo *feminino*. Ao todo, o círculo 2 possui 5.475 agentes criativos no *Distrito Federal*.

Tabela 41 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Gênero por Nível C2.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C2 - INDÚSTRIAS CULTURAIS |           |             |           |            |           |                       |           |                    |           |                               |           | TOTAL GERAL |
|-----------------------|---------------------------|-----------|-------------|-----------|------------|-----------|-----------------------|-----------|--------------------|-----------|-------------------------------|-----------|-------------|
|                       | DESIGN                    |           | ESPETÁCULOS |           | FOTOGRAFIA |           | INDÚSTRIA FONOGRÁFICA |           | LIVROS E EDITORIAL |           | PATRIMÔNIO NATURAL E CULTURAL |           |             |
|                       | Feminino                  | Masculino | Feminino    | Masculino | Feminino   | Masculino | Feminino              | Masculino | Feminino           | Masculino | Feminino                      | Masculino |             |
| BRASÍLIA              | 301                       | 708       | 28          | 27        | 30         | 77        | 9                     | 305       | 1.108              | 1.670     | 147                           | 93        | 4.503       |
| BRAZLÂNDIA            |                           |           |             |           | 1          |           |                       |           |                    |           |                               |           | 1           |
| CEILÂNDIA             | 4                         | 25        | 2           | 4         | 2          | 1         |                       | 4         |                    | 6         | 1                             |           | 49          |
| CRUZEIRO              |                           | 2         |             |           |            | 12        |                       | 2         |                    |           |                               |           | 16          |
| GAMA                  |                           | 11        |             |           | 3          |           |                       |           |                    | 9         |                               |           | 23          |
| GUARÁ                 | 69                        | 118       |             |           | 6          | 4         |                       | 7         |                    | 25        | 8                             | 30        | 267         |
| LAGO NORTE            |                           | 3         | 6           | 3         |            |           |                       |           |                    | 10        |                               |           | 22          |
| LAGO SUL              | 16                        | 30        | 6           |           |            | 3         |                       |           | 1                  | 6         |                               |           | 62          |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    | 2                         | 5         |             |           |            |           |                       |           | 2                  | 3         |                               |           | 12          |
| PLANALTINA            |                           | 1         |             |           |            |           |                       |           |                    | 1         |                               |           | 2           |
| RECANTO DAS EMAS      | 5                         | 6         |             |           |            | 5         |                       |           |                    | 3         |                               |           | 19          |
| RIACHO FUNDO          |                           | 2         |             |           |            |           | 3                     | 6         |                    |           |                               |           | 11          |
| SAMAMBAIA             | 6                         | 7         |             |           | 48         | 36        |                       | 1         |                    | 1         | 4                             |           | 103         |
| SÃO SEBASTIÃO         |                           | 4         |             |           |            |           |                       |           |                    | 6         |                               |           | 10          |
| SOBRADINHO            |                           | 30        |             |           | 1          |           |                       | 1         |                    |           |                               |           | 32          |
| TAGUATINGA            | 35                        | 121       | 6           |           | 26         | 19        |                       | 83        | 8                  | 38        | 3                             | 4         | 343         |
| TOTAL GERAL           | 438                       | 1.073     | 48          | 34        | 117        | 157       | 12                    | 409       | 1.119              | 1.778     | 163                           | 127       | 5.475       |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

O círculo 3, Tabela 42, possui 11 Domínios Criativos e dentro dele se nota uma maior discrepância em quantitativo de agentes por sexo. Alguns domínios, como o do *Software*, detém 7.269 agentes do sexo *masculino* em contrapartida a 1.397 do sexo *feminino*, uma supremacia *masculina* nessa atividade. O domínio do *Audiovisual* é outra atividade que tem um quantitativo de *homens* bem maior que o de *mulheres*: são 553 agentes do sexo *feminino* e 1.778 agentes do sexo *masculino*. Nota-se que ambos os domínios pertencem à área da Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC).

As mulheres se destacam no círculo 3, no domínio da *Gastronomia*, com 2.535 agentes do sexo *feminino* em oposição a 258 agentes do sexo *masculino*. Importante registrar que nessa base de dados os quantitativos de vínculos ativos formais no domínio do *Turismo* (apenas 8) são baixos em razão de que a base de dados nessa fonte (RAIS DF cruzamento CNAEs/CBO), em alguns domínios, resulta em números subestimados. Lembremos que esse recorte encontrou 67 mil agentes, 20 mil a menos que nos dados de CBOs encontrados. Além disso, essas ocupações são de registros de empresas com atividades econômicas diretamente criativas (Anexo I), que não incluíram as demais classificações de ocupações do *Turismo*. Estas estão contempladas em empresas com atividades econômicas que são indiretamente criativas (1.498) ou não criativas, como por exemplo as CNAEs 55108/01 - Hotéis e 55108/02 - Apart-Hotéis, que remetem a altos quantitativos de vínculos ativos do *Turismo* (3.389), conforme levantamento das organizações deste domínio.

Tabela 42 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Gênero por Nível C3.

| DOMÍNIO CRIATIVO        | GÊNERO    | REGIÃO ADMINISTRATIVA   C3 - INDÚSTRIAS CRIATIVAS COMPLEXAS |             |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |            |             | TOTAL GERAL |            |            |            |
|-------------------------|-----------|---|-------------|----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|---------|------------|--------------|--------------|------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|
|                         |           | BRASÍLIA  | CANDANGOLAN | CELÂNDIA | CRUZEIRO | GAMA | CUMRA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NÚCLEO BAND | PARANOÁ | PLANALTIMA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMAMIBAIA | SANTA MARIA |             | SÃO SEBAST | SOBRADINHO | TAGUATINGA |
| ARQUITETURA             | Feminino  | 115   |             | 6        | 15       |      | 39    | 21         | 3        |             |         |            |              |              |            |             |             | 14         | 23         | 236        |
|                         | Masculino | 194   |             |          | 5        |      | 52    | 12         |          |             |         |            |              |              | 2          |             |             | 6          | 27         | 298        |
| AUDIOVISUAL             | Feminino  | 553   |             |          |          |      | 22    | 3          |          | 1           |         |            | 3            | 3            |            |             |             | 6          | 12         | 603        |
|                         | Masculino | 1.708   |             | 3        |          |      | 45    | 21         |          |             |         | 4          | 7            | 22           | 9          |             |             | 103        | 114        | 2.036      |
| EDUCAÇÃO, P&D           | Feminino  | 621   |             | 1        | 12       |      | 47    |            |          | 27          | 3       |            |              | 3            | 5          |             |             | 3          | 59         | 786        |
|                         | Masculino | 833   | 2           | 2        | 7        |      | 120   |            |          | 14          | 9       |            |              | 3            | 7          |             |             | 3          | 60         | 1.060      |
| EVENTOS, FEIRAS, FESTAS | Feminino  | 98  |             |          |          |      | 2     |            |          | 5           |         |            |              |              |            |             |             |            | 28         | 133        |
|                         | Masculino | 94  |             |          |          |      | 2     |            |          |             |         |            |              |              |            |             |             |            | 3          | 99         |
| GASTRONOMIA             | Feminino  | 2.535   |             | 10       |          | 2    | 13    | 4          | 11       | 1           |         | 2          |              | 2            |            |             |             | 13         | 55         | 2.648      |
|                         | Masculino | 258   |             |          |          | 10   | 5     | 6          | 2        | 4           |         | 9          |              | 10           | 4          |             |             | 15         | 49         | 372        |
| JOGOS E GAMES           | Feminino  | 16  |             |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |            |             |             |            |            | 19         |
|                         | Masculino | 38  |             |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |            |             |             |            |            | 38         |
| MÍDIA (RADIO/TV)        | Feminino  | 156   |             |          | 3        |      | 4     |            |          |             |         |            |              |              |            |             |             | 3          | 14         | 180        |
|                         | Masculino | 187   |             | 9        | 6        |      | 3     |            |          |             |         |            |              |              |            |             |             |            | 8          | 224        |
| MODA                    | Feminino  | 29  |             | 23       | 1        |      | 119   |            | 11       | 117         | 3       | 15         |              | 3            | 22         |             | 2           | 2          | 749        | 1.096      |
|                         | Masculino | 6   |             |          | 1        | 9    | 34    |            | 4        | 18          |         |            |              | 17           |            |             |             |            | 3          | 56         |
| PUBLICIDADE             | Feminino  | 1.585   |             | 2        | 12       | 14   | 158   | 6          | 15       | 10          |         |            | 3            | 3            | 6          |             | 1           | 1          | 147        | 1.963      |
|                         | Masculino | 1.340   |             | 2        | 1        | 7    | 121   |            | 10       | 18          |         | 2          | 5            | 9            | 3          |             |             |            | 93         | 1.611      |
| SOFTWARE                | Feminino  | 1.397   |             | 1        | 9        |      | 26    |            | 5        | 16          |         |            | 3            |              |            | 1           |             |            | 37         | 1.495      |
|                         | Masculino | 7.269   |             | 18       | 83       | 4    | 258   | 5          | 16       | 71          |         | 1          | 3            |              | 7          | 1           | 1           | 4          | 356        | 8.097      |
| TURISMO                 | Feminino  | 6   |             |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |            |             |             |            |            | 2          |
|                         | Masculino | 6   |             |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |            |             |             |            |            | 8          |
| TOTAL GERAL             |           | 19.038  | 2           | 77       | 155      | 48   | 1.068 | 78         | 118      | 273         | 3       | 36         | 26           | 46           | 90         | 6           | 15          | 176        | 1.895      | 23.150     |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

O círculo 4 (Tabela 43) possui um quantitativo de 38.550 agentes criativos no Distrito Federal, número expressivo, uma vez que o C4 está atrelado a atividades diretas e indiretamente ligadas à Economia Criativa, sendo muitas delas no domínio de *Infraestrutura e Ocupações Transversais* criativas e não criativas, mas que de alguma maneira dão suporte às atividades criativas. Tais atividades são majoritariamente marcadas pela atuação de agentes do sexo *masculino*. No domínio *Ocupações Transversais*, por exemplo, há registro de 24.142 homens, em oposição a 8.728 mulheres, número relacionado a todo Distrito Federal. Apenas no domínio *Esporte e Lazer* as mulheres representam um número maior: são 196 agentes do sexo *feminino* e 102 agentes do sexo *masculino*.

Tabela 43 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Gênero por Nível C4.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C4 - ATIVIDADES RELACIONADAS |           |                |           |                        |           | TOTAL GERAL |
|-----------------------|------------------------------|-----------|----------------|-----------|------------------------|-----------|-------------|
|                       | ESPORTE E LAZER              |           | INFRAESTRUTURA |           | OCUPAÇÕES TRANSVERSAIS |           |             |
|                       | Feminino                     | Masculino | Feminino       | Masculino | Feminino               | Masculino |             |
| BRASÍLIA              | 63                           | 58        | 922            | 2.859     | 6.993                  | 21.056    | 31.951      |
| BRAZLÂNDIA            |                              |           | 9              | 3         | 9                      | 13        | 34          |
| CANDANGOLÂNDIA        |                              |           | 1              |           |                        |           | 1           |
| CELÂNDIA              | 34                           | 18        | 51             | 60        | 63                     | 56        | 282         |
| CRUZEIRO              | 14                           |           | 18             | 7         | 79                     | 73        | 191         |
| GAMA                  | 2                            |           | 1              | 16        | 20                     | 29        | 68          |
| GUARÁ                 | 20                           | 2         | 156            | 174       | 473                    | 1.526     | 2.351       |
| LAGO NORTE            |                              |           |                |           | 33                     | 32        | 65          |
| LAGO SUL              |                              | 2         | 3              | 8         | 234                    | 206       | 453         |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    | 10                           |           | 65             | 122       | 97                     | 234       | 528         |
| PARANOÁ               |                              |           | 6              | 6         | 21                     | 4         | 37          |

|                  |     |     |       |       |       |        |        |
|------------------|-----|-----|-------|-------|-------|--------|--------|
| PLANALTINA       |     |     | 37    | 44    | 18    | 16     | 115    |
| RECANTO DAS EMAS | 10  | 4   | 61    | 52    | 12    | 35     | 174    |
| RIACHO FUNDO     |     |     | 14    | 20    | 53    | 48     | 135    |
| SAMAMBAIA        | 6   |     | 54    | 30    | 118   | 100    | 308    |
| SANTA MARIA      |     |     |       | 11    | 6     | 4      | 21     |
| SÃO SEBASTIÃO    |     |     |       | 28    | 13    | 10     | 51     |
| SOBRADINHO       | 2   |     | 26    | 52    | 40    | 66     | 186    |
| TAGUATINGA       | 35  | 18  | 226   | 240   | 446   | 634    | 1.599  |
| TOTAL GERAL      | 196 | 102 | 1.650 | 3.732 | 8.728 | 24.142 | 38.550 |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

## 6.6 Faixa de Remuneração Média x Domínio Criativo x RA - base salário-mínimo 2021

Na análise sociodemográfica se mostrou relevante olhar mais uma vez para a faixa de remuneração porque a fonte permite tomar como referência uma atualização do salário-mínimo (no período 2021, de R\$ 1.212,00) dos domínios da Economia Criativa. Notadamente, há um aumento da remuneração geral que contribui para manter o Distrito Federal com a maior renda per capita do Brasil. Nesse sentido, as tabelas abaixo representam cada círculo e seus domínios relacionados à faixa de renda, por RA.

Iniciando pelo círculo 1 - das atividades Criativas Primárias, temos na Tabela 44 o domínio de *Criação Literária* com distribuição em todas as faixas de renda. Nota-se que no domínio do *Artesanato* a faixa de renda predominante se encontra em 1,5 salários-mínimos (R\$ 1.818,00) em quase todas as RAs, seguido do domínio de *Criação Literária*, com faixa de remuneração mensal entre 4 a 15 salários-mínimos (de R\$ 4.848,00 a R\$ 18.818,00). No domínio de *Criação Musical* em Brasília (Plano Piloto) há uma concentração maior na faixa de 1 a 1,5 salários-mínimos (de R\$ 1.212,00 a R\$ 1.818,00). E por fim, o domínio de *Criação Visual e Plástica* (33 vínculos ativos) na faixa de 2 a 3 salários-mínimos (de R\$ 2.424,00 a R\$ 3.636,00).

Tabela 44 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Mensal por Nível C1.

| Região Administrativa | C1 -Atividades Criativas Primárias |             |             |    |                   |             |             |              |               |               |                 |             |                           |             | Total Geral |             |             |             |              |     |
|-----------------------|------------------------------------|-------------|-------------|----|-------------------|-------------|-------------|--------------|---------------|---------------|-----------------|-------------|---------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-----|
|                       | ARTESANATO                         |             |             |    | CRIAÇÃO LITERÁRIA |             |             |              |               |               | CRIAÇÃO MUSICAL |             | CRIAÇÃO VISUAL E PLÁSTICA |             |             |             |             |             |              |     |
|                       | 0,51 a 1,00                        | 1,01 a 1,50 | 1,51 a 2,00 | NA | 1,01 a 1,50       | 4,01 a 5,00 | 5,01 a 7,00 | 7,01 a 10,00 | 10,01 a 15,00 | 15,01 a 20,00 | 1,01 a 1,50     | 1,51 a 2,00 | 1,01 a 1,50               | 1,51 a 2,00 |             | 2,01 a 3,00 | 3,01 a 4,00 | 4,01 a 5,00 | 7,01 a 10,00 |     |
| BRASILIA              | 2                                  | 4           |             |    | 1                 | 29          | 75          | 44           | 22            | 3             | 27              |             |                           | 1           | 5           | 33          | 9           | 1           | 6            | 262 |
| CEILANDIA             |                                    |             |             |    |                   |             |             |              |               |               |                 |             |                           |             |             |             |             |             |              | 2   |
| CRUZEIRO              |                                    |             |             |    |                   |             |             |              |               |               |                 |             |                           |             |             |             |             |             |              | 4   |
| LAGO SUL              |                                    | 5           | 1           |    |                   |             |             |              |               |               | 4               |             |                           |             |             |             |             |             |              | 6   |
| PLANALTINA            |                                    | 2           |             |    |                   |             |             |              |               |               |                 |             |                           |             |             |             |             |             |              | 2   |
| SÃO SEBAST            |                                    |             |             |    |                   |             |             |              |               |               |                 |             |                           |             |             |             |             |             |              | 2   |
| SOBRADINHO            | 3                                  |             |             |    |                   |             |             |              |               |               | 3               |             |                           |             |             |             |             |             |              | 6   |
| SOBRADINHO            | 1                                  | 3           | 3           | 4  |                   |             |             |              |               |               | 3               |             |                           |             |             |             |             |             |              | 6   |
| TAGUATINGA            | 6                                  | 14          | 4           | 4  | 1                 | 29          | 75          | 44           | 22            | 3             | 31              | 5           |                           | 3           | 5           | 33          | 9           | 1           | 6            | 11  |
| Total Geral           | 6                                  | 14          | 4           | 4  | 1                 | 29          | 75          | 44           | 22            | 3             | 31              | 5           |                           | 3           | 5           | 33          | 9           | 1           | 6            | 295 |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

No que se refere ao círculo 2, Tabelas 45 e 46, o domínio de *Design* na RA de Brasília (Plano Piloto) há em 216 vínculos ativos a faixa de renda entre 5 a 7 salários-mínimos (de R\$ 6.060,00 a R\$ 8.484,00) e em outros 169 vínculos a faixa de renda oscila entre 2 a 3 salários mínimos (de R\$ 2.424,00 a R\$ 3.636,00). No geral, entre as RAs, *Design* possui 300 vínculos na faixa de renda de 1 a 1,5 salários-mínimos (de R\$ 1.212,00 a R\$ 1.818,00). Dentro do Círculo C2 é o domínio do *Design* que possui maior remuneração por vínculos em comparação com *Fotografia* e *Espetáculos*.

Tabela 45 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Mensal por Nível C2 (parte 1).

|                    |                          | Região Administrativa - C2 - Indústrias Culturais |             |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |            | Total Geral |            |             |
|--------------------|--------------------------|---|-------------|----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|------------|--------------|--------------|------------|------------|-------------|------------|-------------|
| Domínios Criativos | Faixa Remuneração Mensal | BRASILIA  | BRAZILANDIA | CELANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PLANALTIMA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMAMBIAIA | SÃO SEBAST | SOBRADINHO  | TAGUATINGA | Total Geral |
| DESIGN             | Até 0,50                 | 2   |             | 3        |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |            |             |            | 5           |
|                    | 0,51 a 1,00              | 4   |             |          |          |      | 21    | 3          | 2        |             |            |              |              | 2          |            | 7           | 11         | 50          |
|                    | 1,01 a 1,50              | 84  |             | 18       |          | 8    | 84    |            | 1        | 3           | 1          | 2            | 1            | 6          | 1          | 10          | 81         | 300         |
|                    | 1,51 a 2,00              | 94  |             | 4        |          | 3    | 35    |            | 19       | 2           |            | 1            | 1            |            | 3          | 3           | 20         | 185         |
|                    | 2,01 a 3,00              | 169   |             | 4        | 2        |      | 27    |            | 22       | 2           |            |              |              |            |            | 10          | 20         | 256         |
|                    | 3,01 a 4,00              | 114   |             |          |          |      | 11    |            | 2        |             |            |              |              |            |            |             | 4          | 131         |
|                    | 4,01 a 5,00              | 138   |             |          |          |      | 3     |            |          |             |            | 5            |              |            |            |             | 6          | 152         |
|                    | 5,01 a 7,00              | 216   |             |          |          |      | 2     |            |          |             |            | 1            |              |            |            |             | 2          | 221         |
|                    | 7,01 a 10,00             | 113   |             |          |          |      |       |            |          |             |            | 1            |              |            |            |             | 3          | 117         |
|                    | 10,01 a 15,00            | 40  |             |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |            |             |            | 40          |
|                    | 15,01 a 20,00            | 8   |             |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |            |             |            | 8           |
| Mais de 20,00      | 1                        |   |             |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |            |             |            | 1           |
| SEM INFORMAÇÃO     | 26                       |   |             |          |          | 4    |       |            |          |             | 1          |              | 5            |            |            | 9           | 45         |             |
| Até 0,50           | 13                       |   |             |          |          |      |       | 3          | 2        |             |            |              |              |            |            |             | 4          | 16          |
| 0,51 a 1,00        | 38                       |   |             | 6        |          |      |       | 3          | 2        |             |            |              |              |            |            |             | 2          | 47          |
| 1,01 a 1,50        |                          | 4   |             |          |          |      |       |            | 2        |             |            |              |              |            |            |             |            | 8           |
| 4,01 a 5,00        |                          | 4   |             |          |          |      |       |            | 2        |             |            |              |              |            |            |             |            | 6           |
| SEM INFORMAÇÃO     |                          |   |             |          |          |      |       | 3          | 2        |             |            |              |              |            |            |             |            | 5           |
| 0,51 a 1,00        |                          |   |             |          |          | 1    |       |            |          |             |            |              | 30           |            |            |             |            | 31          |
| 1,01 a 1,50        |                          | 2   |             | 2        |          | 1    |       |            |          |             |            |              | 48           |            |            | 1           | 33         | 87          |
| 1,51 a 2,00        |                          | 8   |             | 1        |          | 1    | 6     |            | 3        |             |            |              |              |            |            |             | 6          | 25          |
| 2,01 a 3,00        |                          | 17  |             |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |            |             |            | 17          |
| 3,01 a 4,00        |                          |   |             |          | 6        |      |       |            |          |             |            | 1            |              |            |            |             | 6          | 13          |
| 4,01 a 5,00        |                          | 19  |             |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |            |             |            | 19          |
| 5,01 a 7,00        |                          | 14  |             |          | 6        |      |       |            |          |             |            | 4            |              |            |            |             |            | 24          |
| 7,01 a 10,00       |                          | 11  |             |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |            |             |            | 11          |
| 10,01 a 15,00      |                          | 14  |             |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |            |             |            | 14          |
| 15,01 a 20,00      |                          | 16  |             |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |            |             |            | 16          |
| Mais de 20,00      |                          | 3   |             |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |            |             |            | 3           |
| SEM INFORMAÇÃO     |                          | 3   | 1           |          |          |      | 4     |            |          |             |            |              |              | 6          |            |             |            | 14          |
| Subtotal           |                          | 1.171   | 1           | 38       | 14       | 14   | 197   | 12         | 55       | 7           | 1          | 16           | 2            | 97         | 4          | 31          | 207        | 1.867       |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Tabela 46 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Mensal por Nível C2 (parte 2).

|                       |                          | Região Administrativa - C2 - Indústrias Culturais |             |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |            | Total Geral |            |             |
|-----------------------|--------------------------|---|-------------|----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|------------|--------------|--------------|------------|------------|-------------|------------|-------------|
| DOMÍNIOS CRIATIVOS    | Faixa Remuneração Mensal | BRASILIA  | BRAZILANDIA | CELANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PLANALTIMA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMAMBIAIA | SÃO SEBAST | SOBRADINHO  | TAGUATINGA | Total Geral |
| INDÚSTRIA FONOGRAFICA | Até 0,50                 |   |             |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |            |             | 36         | 36          |
|                       | 0,51 a 1,00              | 2   |             | 1        |          |      | 1     |            |          |             |            |              |              |            |            |             |            | 4           |
|                       | 1,01 a 1,50              | 75  |             | 3        | 2        |      | 5     |            |          |             |            |              |              | 1          |            | 1           | 19         | 106         |
|                       | 1,51 a 2,00              | 164   |             |          |          |      | 1     |            |          |             |            |              | 6            |            |            |             | 13         | 184         |
|                       | 2,01 a 3,00              | 54  |             |          |          |      |       |            |          |             |            |              | 3            |            |            |             | 2          | 59          |
|                       | 3,01 a 4,00              | 15  |             |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |            |             | 2          | 17          |
| SEM INFORMAÇÃO        | 4                        |   |             |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |            | 11          | 15         |             |



|               | Até 0,50 | 0,51 a 1,00 | 1,01 a 1,50 | 1,51 a 2,00 | 2,01 a 3,00 | 3,01 a 4,00 | 4,01 a 5,00 | 5,01 a 7,00 | 7,01 a 10,00 | 10,01 a 15,00 | 15,01 a 20,00 | Mais de 20,00 | SEM INFORMAÇÃO | Subtotal |
|---------------|----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------|
| EDUCAÇÃO, P&D | 3        | 13          | 97          | 165         | 227         | 216         | 99          | 188         | 247          | 125           | 33            | 19            | 22             | 4.024    |
|               |          |             | 2           | 2           | 1           | 2           | 4           | 1           | 1            | 1             | 1             | 1             | 10             | 2        |
|               |          |             |             |             |             |             |             |             |              |               |               |               |                | 12       |
|               |          |             |             |             |             |             |             |             |              |               |               |               |                | 39       |
|               |          |             |             |             |             |             |             |             |              |               |               |               |                | -        |
|               |          |             |             |             |             |             |             |             |              |               |               |               |                | 325      |
|               |          |             |             |             |             |             |             |             |              |               |               |               |                | 57       |
|               |          |             |             |             |             |             |             |             |              |               |               |               |                | 44       |
|               |          |             |             |             |             |             |             |             |              |               |               |               |                | 13       |
|               |          |             |             |             |             |             |             |             |              |               |               |               |                | -        |
|               |          |             |             |             |             |             |             |             |              |               |               |               |                | 7        |
|               |          |             |             |             |             |             |             |             |              |               |               |               |                | 12       |
|               |          |             |             |             |             |             |             |             |              |               |               |               |                | 31       |
|               |          |             |             |             |             |             |             |             |              |               |               |               |                | 23       |
|               |          |             |             |             |             |             |             |             |              |               |               |               |                | -        |
|               |          |             |             |             |             |             |             |             |              |               |               |               |                | 135      |
|               |          |             |             |             |             |             |             |             |              |               |               |               |                | 295      |
|               |          |             |             |             |             |             |             |             |              |               |               |               |                | 5.019    |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

A variação de 2 a 10 salários-mínimos, mesmo que em menor número, no caso do Software, vai se repetir nos domínios da Arquitetura, Audiovisual, Educação/P&D, Mídias e Eventos. Na Publicidade essa variação chega a 20 salários-mínimos e a RA do Guará concentra o maior número de agentes nesse domínio.

Tabela 48 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Mensal por Nível C3 (parte 2).

| Domínios Criativos      | Faixa Remuneração Mensal | REGIAO ADMINISTRATIVA - C3 - Indústrias Criativas Complexas |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          | Total Geral |             |            |           |             |
|-------------------------|--------------------------|---|-------------|---------------|-----------|----------|-------|-------|------------|----------|--------------|----------|------------|--------------|--------------|----------|-------------|-------------|------------|-----------|-------------|
|                         |                          | BRASILIA  | BRAZILANDIA | CANDIANGOLAND | CEILANDIA | CRUZEIRO | GAMIA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BANDA | PARANOIA | PLANALTINA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMAMBIA |             | SANTA MARIA | SAO SEBAST | SUBURBANO | TACULATINGA |
| EVENTOS, FEIRAS, FESTAS | Até 0,50                 |   |             |               |           |          | 2     |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 2         |             |
|                         | 0,51 a 1,00              | 3   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 3         |             |
|                         | 1,01 a 1,50              | 22  |             |               |           |          | 2     |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 24        |             |
|                         | 1,51 a 2,00              | 36  |             |               |           |          |       |       |            | 5        |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 7         |             |
|                         | 2,01 a 3,00              | 61  |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 61        |             |
|                         | 3,01 a 4,00              | 35  |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 35        |             |
|                         | 4,01 a 5,00              | 8   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 8         |             |
|                         | 5,01 a 7,00              | 2   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 2         |             |
|                         | 7,01 a 10,00             | 5   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 5         |             |
|                         | 10,01 a 15,00            | 9   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 9         |             |
|                         | 15,01 a 20,00            | 3   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 3         |             |
| Mais de 20,00           | 6                        |   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             | 6          |           |             |
| SEM INFORMAÇÃO          | 2                        |   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             | 2          |           |             |
| GASTRONOMIA             | Até 0,50                 | 4   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 4         |             |
|                         | 0,51 a 1,00              | 10  |             |               |           |          | 2     | 4     |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             | 6          | 14        |             |
|                         | 1,01 a 1,50              | 59  |             |               |           |          | 4     | 6     | 2          | 9        |              |          | 4          |              |              |          |             |             | 22         | 70        |             |
|                         | 1,51 a 2,00              | 2.631   |             | 10            |           |          | 6     | 4     | 2          | 5        |              |          |            |              |              | 8        | 4           |             | 22         | 13        |             |
|                         | 2,01 a 3,00              | 39  |             |               |           |          |       |       | 6          |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 3         |             |
|                         | 3,01 a 4,00              | 6   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 6         |             |
|                         | 4,01 a 5,00              |   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 4         |             |
|                         | SEM INFORMAÇÃO           | 44  |             |               |           |          |       | 4     |            | 4        |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 4         |             |
|                         | JOGOS E GAMES            | Até 0,50  | 3           |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            |           | 3           |
|                         |                          | 0,51 a 1,00   | 7           |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            |           | 7           |
|                         |                          | 1,01 a 1,50   | 3           |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            |           | 3           |
| 1,51 a 2,00             |                          | 8   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 8         |             |
| 2,01 a 3,00             |                          | 10  |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 10        |             |
| 3,01 a 4,00             |                          | 5   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 5         |             |
| 4,01 a 5,00             |                          | 1   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 1         |             |
| 5,01 a 7,00             |                          | 12  |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 12        |             |
| 7,01 a 10,00            |                          | 1   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 1         |             |
| SEM INFORMAÇÃO          |                          | 4   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 4         |             |
| MÍDIA (RADIO/TV)        |                          | Até 0,50  |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            |           | 3           |
|                         | 0,51 a 1,00              | 1   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 10        |             |
|                         | 1,01 a 1,50              | 18  |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 9         |             |
|                         | 1,51 a 2,00              | 34  |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 3         |             |
|                         | 2,01 a 3,00              | 33  |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 1         |             |
|                         | 3,01 a 4,00              | 35  |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 3         |             |
|                         | 4,01 a 5,00              | 28  |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 10        |             |
|                         | 5,01 a 7,00              | 18  |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            | 3         |             |
|                         | 7,01 a 10,00             | 55  |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            |           |             |
|                         | 10,01 a 15,00            | 46  |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            |           |             |
|                         | 15,01 a 20,00            | 18  |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            |           |             |
| Mais de 20,00           | 21                       |   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            |           |             |
| SEM INFORMAÇÃO          | 36                       |   |             |               |           |          |       |       |            |          |              |          |            |              |              |          |             |             |            |           |             |
| Subtotal                |                          | 3.382   | -           | -             | 19        | 9        | 14    | 27    | 10         | 13       | 10           | -        | 11         | -            | -            | 12       | 4           | 11          | 31         | 160       | 3.713       |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Tabela 49 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Mensal por Nível C3 (parte 3).

|                    |                          | REGIÃO ADMINISTRATIVA - C3 - Indústrias Criativas Complexas |            |              |          |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            |             |     |
|--------------------|--------------------------|---|------------|--------------|----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|----------|------------|--------------|--------------|-----------|-------------|------------|------------|------------|-------------|-----|
| Domínios Criativos | Faixa Remuneração Mensal | BRASILIA  | BRAZLANDIA | CANDANGOLAND | CELANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PARANOIA | PLANALTINA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMAMBAMA | SANTA MARIA | SÃO SEBAST | SOBRADINHO | TAGUATINGA | Total Geral |     |
|                    |                          | MODA  | Até 0,50   | 6            |          |          | 14   |       |            | 59       |             | 6        | 111        |              | 9            |           | 3           | 9          |            | 2          |             | 2   |
| 0,51 a 1,00        | 6                        |   |            |              | 9        | 2        | 6    | 72    |            | 6        | 15          | 3        | 6          |              |              | 29        |             |            | 3          | 619        | 840         |     |
| 1,01 a 1,50        | 12                       |   |            |              |          |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            | 81         | 238         |     |
| 1,51 a 2,00        | 6                        |   |            |              |          |          |      | 13    |            | 3        | 6           |          |            |              |              |           |             |            |            | 18         | 52          |     |
| 2,01 a 3,00        | 2                        |   |            |              |          |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            | 15         | 21          |     |
| 3,01 a 4,00        | 3                        |   |            |              |          |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            | 3          | 5           |     |
| 4,01 a 5,00        | 9                        |   |            |              |          |          | 3    |       |            |          | 3           |          |            |              |              | 1         |             |            |            | 3          | 9           |     |
| SEM INFORMAÇÃO     |                          |   |            |              |          |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 57          | 67  |
| Até 0,50           | 36                       |   |            |              |          |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 27          | 73  |
| 0,51 a 1,00        | 96                       |   |            |              | 2        | 3        | 14   | 38    |            |          | 1           |          |            | 1            |              | 6         |             |            |            | 1          | 85          | 248 |
| 1,01 a 1,50        | 127                      |   |            |              |          |          | 57   |       |            | 3        | 6           |          |            |              | 3            |           |             |            |            | 60         | 259         |     |
| 1,51 a 2,00        | 409                      |   |            |              |          | 1        | 7    | 95    | 3          | 18       | 14          |          |            |              | 3            |           |             |            |            | 43         | 594         |     |
| 2,01 a 3,00        | 365                      |   |            |              |          |          | 20   |       |            | 1        | 1           |          |            |              |              |           |             |            |            | 3          | 390         |     |
| 3,01 a 4,00        | 316                      |   |            |              |          |          | 15   |       |            |          | 2           |          |            | 1            |              |           |             |            |            | 8          | 342         |     |
| 4,01 a 5,00        | 542                      |   |            |              |          |          | 24   |       |            | 2        | 2           |          |            | 3            |              |           |             |            |            | 4          | 577         |     |
| 5,01 a 7,00        | 442                      |   |            |              |          | 3        | 20   |       |            |          | 3           |          |            | 1            |              |           |             |            |            | 9          | 478         |     |
| 7,01 a 10,00       | 224                      |   |            |              |          |          | 4    |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 228         |     |
| 10,01 a 15,00      | 158                      |   |            |              |          |          | 2    |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 160         |     |
| 15,01 a 20,00      | 159                      |   |            |              |          |          | 3    |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 162         |     |
| Mais de 20,00      | 42                       |   |            |              |          | 3        |      |       |            |          |             |          |            | 1            |              | 3         |             | 1          |            | 1          | 54          |     |
| SEM INFORMAÇÃO     | 46                       |   |            |              |          |          | 3    |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            | 3          | 52          |     |
| Até 0,50           | 150                      |   |            |              | 1        | 3        | 2    | 5     | 1          |          | 1           |          |            |              |              |           |             |            |            | 9          | 173         |     |
| 0,51 a 1,00        | 275                      |   |            |              | 9        | 19       | 21   |       |            | 4        |             |          |            | 1            |              | 5         |             |            |            | 40         | 374         |     |
| 1,01 a 1,50        | 585                      |   |            |              | 2        | 49       | 23   |       |            | 2        | 4           |          |            |              |              |           |             | 1          | 1          | 68         | 736         |     |
| 1,51 a 2,00        | 900                      |   |            |              | 3        | 16       | 1    | 29    |            | 7        | 19          |          |            | 1            |              |           |             |            |            | 66         | 1.045       |     |
| 2,01 a 3,00        | 779                      |   |            |              | 2        | 2        | 30   | 3     | 7          | 13       |             |          |            | 1            |              | 2         |             |            | 4          | 47         | 886         |     |
| 3,01 a 4,00        | 898                      |   |            |              |          | 1        | 1    | 28    |            | 19       |             |          |            |              |              |           |             |            |            | 30         | 977         |     |
| 4,01 a 5,00        | 1.672                    |   |            |              |          |          | 42   |       |            | 1        | 5           |          |            | 1            |              |           |             |            |            | 68         | 1.789       |     |
| 5,01 a 7,00        | 1.964                    |   |            |              |          | 2        | 47   |       |            | 16       |             |          |            | 1            |              |           |             |            |            | 46         | 2.076       |     |
| 7,01 a 10,00       | 803                      |   |            |              |          |          | 29   |       |            | 4        |             |          |            | 1            |              |           |             |            |            | 10         | 847         |     |
| 10,01 a 15,00      | 231                      |   |            |              |          |          | 18   |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 249         |     |
| 15,01 a 20,00      | 124                      |   |            |              |          |          | 3    |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 127         |     |
| Mais de 20,00      | 239                      |   |            |              |          | 2        |      | 6     | 1          |          | 6           |          |            | 1            |              |           |             |            |            | 6          | 261         |     |
| SEM INFORMAÇÃO     | 6                        |   |            |              |          |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 6           |     |
| 3,01 a 4,00        |                          |   |            |              |          |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            | 1          | 1           |     |
| 5,01 a 7,00        |                          |   |            |              |          |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            | 1          | 1           |     |
| SEM INFORMAÇÃO     |                          |   |            |              |          |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            | 1          | 1           |     |
| Subtotal           |                          | 11.632  | -          | -            | 46       | 107      | 34   | 716   | 11         | 61       | 250         | 3        | 18         | 14           | 15           | 55        | 2           | 4          | 10         | 1.440      | 14.418      |     |
| Total Geral        |                          | 19.038  | -          | 2            | 77       | 155      | 48   | 1.068 | 78         | 118      | 273         | 3        | 36         | 26           | 46           | 90        | 6           | 15         | 176        | 1.895      | 23.150      |     |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Quando a referência é o C4 - Atividades relacionadas, Tabela 50, a faixa de remuneração que, como já foi dito, reúne atividades de apoio, estrutura e suporte às atividades criativas, o número de agentes vinculados é bem alto. São ao todo 38.550 vínculos, tendo no domínio de *Ocupações Transversais* na RA de Brasília (Plano Piloto) um número alto de vínculos nas mais diversas faixas de renda. O maior destaque é para as faixas de remunerações mensais variando de 2 a 10 salários-mínimos (R\$ 2.424,00 a R\$ 12.120,00).

Tabela 50 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Remuneração Mensal por Nível C4.

|                    |                          | REGIÃO ADMINISTRATIVA - C4 - Atividades Relacionadas |            |              |          |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            |             |       |
|--------------------|--------------------------|--|------------|--------------|----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|----------|------------|--------------|--------------|-----------|-------------|------------|------------|------------|-------------|-------|
| Domínios Criativos | Faixa Remuneração Mensal | BRASILIA   | BRAZLANDIA | CANDANGOLAND | CELANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PARANOIA | PLANALTINA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMAMBAMA | SANTA MARIA | SÃO SEBAST | SOBRADINHO | TAGUATINGA | Total Geral |       |
|                    |                          | ESPORTE E LAZER                                      | Até 0,50   | 38           |          |          | 14   |       |            | 6        |             | 2        | 10         |              |              | 2         |             | 2          |            |            |             |       |
| 0,51 a 1,00        | 35                       |  |            |              | 30       |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 10          | 100   |
| 1,01 a 1,50        | 11                       |  |            |              |          |          | 8    | 2     | 14         |          |             |          |            |              | 12           |           | 4           |            |            | 2          | 29          | 106   |
| 1,51 a 2,00        | 21                       |  |            |              |          |          | 4    |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 2           | 17    |
| 2,01 a 3,00        | 6                        |  |            |              |          |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 4           | 25    |
| 3,01 a 4,00        | 5                        |  |            |              |          |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            |             | 6     |
| 4,01 a 5,00        | 5                        |  |            |              |          |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            |             | 5     |
| SEM INFORMAÇÃO     |                          |  |            |              |          |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 6           | 23    |
| INFRAESTRUTURA     | Até 0,50                 | 49   |            |              | 8        | 2        |      | 2     |            |          |             |          | 1          |              |              | 1         |             |            |            | 1          | 56          |       |
|                    | 0,51 a 1,00              | 391  | 6          |              | 12       |          | 1    | 46    |            |          | 18          |          |            | 12           | 4            | 9         | 2           | 1          | 15         | 40         | 557         |       |
|                    | 1,01 a 1,50              | 1.456  | 4          | 1            | 72       | 16       | 5    | 205   |            | 4        | 49          | 7        | 61         | 82           | 20           | 51        | 9           | 21         | 51         | 196        | 2.310       |       |
|                    | 1,51 a 2,00              | 937  | 2          |              | 12       | 1        | 10   | 24    |            |          | 38          | 5        | 4          | 14           | 9            | 4         |             |            | 5          | 3          | 95          | 1.163 |
|                    | 2,01 a 3,00              | 500  |            |              | 8        |          |      | 15    |            |          | 7           | 54       | 1          | 10           | 1            | 12        |             |            | 1          | 2          | 67          | 678   |
|                    | 3,01 a 4,00              | 118  |            |              |          |          | 4    | 8     |            |          | 13          |          |            | 1            | 2            |           | 4           |            |            |            | 10          | 160   |
|                    | 4,01 a 5,00              | 61   |            |              |          |          | 1    | 2     |            |          | 3           |          |            |              |              |           |             |            |            | 3          | 5           | 76    |
|                    | 5,01 a 7,00              | 48   |            |              |          |          |      | 7     |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 4           | 59    |
|                    | 7,01 a 10,00             | 39   |            |              |          |          |      | 1     | 3          |          |             | 2        |            |              |              |           |             |            |            |            | 2           | 47    |
|                    | 10,01 a 15,00            | 24   |            |              |          |          |      |       | 1          |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            |             | 26    |
|                    | 15,01 a 20,00            | 34   |            |              |          |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            |             | 34    |
|                    | Mais de 20,00            | 13   |            |              |          |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            |             | 13    |
| SEM INFORMAÇÃO     | 111                      |  |            |              | 4        | 3        |      | 18    |            |          | 8           |          | 2          | 4            |              | 3         |             |            |            | 4          | 203         |       |

|                        |                    |       |               |           |          |            |            |           |              |           |            |            |           |            |            |            |            |           |           |            |              |
|------------------------|--------------------|-------|---------------|-----------|----------|------------|------------|-----------|--------------|-----------|------------|------------|-----------|------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|------------|--------------|
| OCUPAÇÕES TRANSVERSAIS | Até 0,50           | 155   | 2             | 22        | 10       | 2          | 41         | 4         | 12           | 6         | 2          | 2          | 2         | 8          | 10         | 59         | 337        |           |           |            |              |
|                        | 0,51 a 1,00        | 725   | 4             | 35        | 23       | 4          | 49         | 12        | 14           | 20        | 10         | 8          | 2         | 30         | 60         | 4          | 2          | 154       |           |            |              |
|                        | 1,01 a 1,50        | 1.761 | 8             | 24        | 21       | 22         | 110        | 20        | 40           | 61        | 6          | 4          | 6         | 22         | 129        | 4          | 8          | 17        |           |            |              |
|                        | 1,51 a 2,00        | 1.858 | 5             | 8         | 19       | 14         | 164        | 13        | 45           | 44        | 1          | 14         | 5         | 22         | 2          | 4          | 16         |           |           |            |              |
|                        | 2,01 a 3,00        | 3.341 | 3             | 10        | 17       | 7          | 174        | 9         | 160          | 43        | 2          | 6          | 10        | 2          | 10         | 1          | 12         |           |           |            |              |
|                        | 3,01 a 4,00        | 2.954 |               | 4         | 3        |            | 125        | 3         | 53           | 34        |            |            |           |            |            |            |            |           |           |            |              |
|                        | 4,01 a 5,00        | 2.898 |               | 4         | 15       |            | 158        | 3         | 25           | 14        |            |            |           |            |            |            | 6          |           |           |            |              |
|                        | 5,01 a 7,00        | 5.540 |               |           | 12       |            | 363        |           | 23           | 26        |            |            |           |            |            |            | 9          |           |           |            |              |
|                        | 7,01 a 10,00       | 4.689 |               |           | 22       |            | 310        |           | 29           | 6         |            |            |           |            |            |            | 32         |           |           |            |              |
|                        | 10,01 a 15,00      | 2.310 |               |           | 6        |            | 207        |           | 8            | 6         |            |            |           |            |            |            | 9          |           |           |            |              |
|                        | 15,01 a 20,00      | 724   |               |           |          |            | 13         |           | 3            |           |            |            |           |            |            |            |            |           |           |            |              |
|                        | Mais de 20,00      | 473   |               |           |          |            | 6          |           |              |           |            |            |           |            |            |            |            |           |           |            |              |
|                        | SEM INFORMAÇÃO     | 621   |               |           | 12       | 2          | 279        | 1         | 28           | 71        | 4          |            |           |            |            |            | 25         |           |           |            |              |
|                        | <b>Total Geral</b> |       | <b>31.951</b> | <b>34</b> | <b>1</b> | <b>282</b> | <b>191</b> | <b>68</b> | <b>2.351</b> | <b>65</b> | <b>453</b> | <b>528</b> | <b>37</b> | <b>115</b> | <b>174</b> | <b>135</b> | <b>308</b> | <b>21</b> | <b>51</b> | <b>186</b> | <b>1.599</b> |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

## 6.7 Raça/Etnia x Domínio Criativo x RA

Outra variável importante é o quantitativo de agentes criativos por raça/etnia. Importante destacar que os dados coletados são informações declaradas pelos sujeitos consultados. Dessa forma, relacionamos por círculos e domínios o quantitativo de pessoas declaradas brancas, pretas, pardas e identificadas por RA conforme as Tabelas 51, 52, 53 e 54 logo abaixo. A análise começa no C1, no qual o domínio criação literária possui um significativo número de brancos em relação a pretos e pardos. São 113 autodeclarados *brancos* na RA de Brasília (Plano Piloto) contra 54 autodeclarados *pardos*, 6 declarados pretos e 1 não autodeclarado. Já nos demais domínios do círculo 1 notamos uma representatividade maior de declarados *pardos*.

Tabela 51 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Raça/Etnia por Nível C1.

| Região Administrativa | C1 - Atividades Criativas Primárias |           |           |                   |           |           |          |                 |           |                           |           |           |          | Total Geral |     |
|-----------------------|-------------------------------------|-----------|-----------|-------------------|-----------|-----------|----------|-----------------|-----------|---------------------------|-----------|-----------|----------|-------------|-----|
|                       | ARTESANATO                          |           |           | CRIAÇÃO LITERÁRIA |           |           |          | CRIAÇÃO MUSICAL |           | CRIAÇÃO VISUAL E PLÁSTICA |           |           |          |             |     |
|                       | BRANCA                              | NAO IDENT | PARDA     | BRANCA            | NAO IDENT | PARDA     | PRETA    | NAO IDENT       | PARDA     | BRANCA                    | NAO IDENT | PARDA     | PRETA    |             |     |
| BRASILIA              | 1                                   | 3         | 2         | 113               | 1         | 54        | 6        |                 | 27        |                           | 17        | 2         | 34       | 2           | 262 |
| CEILANDIA             |                                     |           |           |                   |           |           |          |                 |           |                           |           |           |          |             | 2   |
| CRUZEIRO              |                                     |           |           |                   |           |           |          | 2               | 2         |                           |           |           |          |             | 4   |
| LAGO SUL              |                                     |           | 6         |                   |           |           |          |                 |           |                           |           |           |          |             | 6   |
| PLANALTINA            |                                     |           | 2         |                   |           |           |          |                 |           |                           |           |           |          |             | 2   |
| SAO SEBAST            |                                     |           |           |                   |           |           |          | 2               |           |                           |           |           |          |             | 2   |
| SOBRADINHO            |                                     |           | 3         |                   |           |           |          | 3               |           |                           |           |           |          |             | 6   |
| TAGUATINGA            |                                     | 5         | 6         |                   |           |           |          |                 |           |                           |           |           |          |             | 11  |
| <b>Total Geral</b>    | <b>1</b>                            | <b>8</b>  | <b>19</b> | <b>113</b>        | <b>1</b>  | <b>54</b> | <b>6</b> | <b>7</b>        | <b>29</b> | <b>17</b>                 | <b>2</b>  | <b>36</b> | <b>2</b> | <b>295</b>  |     |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

No círculo 2 (5.475 agentes), registra-se quase metade de agentes declarados brancos (2.584), aproximadamente 1/3 declarados pardos (1.477), cerca de 588 que não declararam cor e um pequeno número se declarou preto (286). Há ainda os que se declararam amarelos (52) e indígenas(20).

Tabela 52 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Raça/Etnia por Nível C2.

| Domínios Criativos            | Raça/Cor       | REGIAO ADMINISTRATIVA - C2 - Indústrias Culturais |           |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |           | Total Geral |            |            |            |
|-------------------------------|----------------|---|-----------|----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|------------|--------------|--------------|-----------|-------------|------------|------------|------------|
|                               |                | BRASILIA  | BRZLANDIA | CELANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PLANALTIMA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMAMBABA |             | SAO SEBAST | SOBRADINHO | TAGUATINGA |
| DESIGN                        | AMARELA        | 25  |           |          |          |      | 2     |            |          |             |            |              |              |           |             |            |            | 27         |
|                               | BRANCA         | 429   |           | 17       |          | 8    | 54    |            | 17       | 3           | 7          |              | 5            |           | 3           | 54         | 597        |            |
|                               | INDIGENA       | 2   |           |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |           |             |            | 2          |            |
|                               | NAO IDENT      | 234   |           | 3        |          |      | 21    |            | 3        | 6           | 1          |              |              | 4         | 27          | 57         | 356        |            |
|                               | PARDA          | 285   |           | 9        | 2        | 3    | 92    |            | 23       | 4           | 1          | 3            | 1            | 2         |             | 43         | 468        |            |
| ESPETÁCULOS                   | PRETA          | 34  |           |          |          |      | 18    |            |          |             |            | 1            | 6            |           |             | 2          | 61         |            |
|                               | AMARELA        | 2   |           |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |           |             |            | 2          |            |
|                               | BRANCA         | 16  |           | 2        |          |      |       |            | 6        |             |            |              |              |           |             | 4          | 28         |            |
|                               | NAO IDENT      | 2   |           |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |           |             |            | 2          |            |
|                               | PARDA          | 35  |           | 4        |          |      |       | 9          |          |             |            |              |              |           |             | 2          | 50         |            |
| FOTOGRAFIA                    | BRANCA         | 69  |           |          | 12       |      |       |            |          |             | 3          |              | 6            |           |             | 21         | 111        |            |
|                               | NAO IDENT      | 10  |           | 1        |          |      |       |            |          |             | 1          |              |              |           |             | 16         | 28         |            |
|                               | PARDA          | 25  | 1         | 2        |          | 3    | 10    |            | 3        |             |            |              | 72           |           | 1           | 8          | 125        |            |
|                               | PRETA          | 3   |           |          |          |      |       |            |          |             | 1          |              | 6            |           |             |            | 10         |            |
| INDÚSTRIA FONOGRAFICA         | BRANCA         | 77  |           | 1        | 1        |      | 3     |            |          |             |            | 6            | 1            |           |             | 38         | 127        |            |
|                               | NAO IDENT      | 13  |           |          | 1        |      |       |            |          |             |            |              |              |           |             | 33         | 49         |            |
|                               | PARDA          | 178   |           | 3        |          |      | 2     |            |          |             |            | 3            |              |           | 1           | 12         | 199        |            |
|                               | PRETA          | 46  |           |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |           |             |            | 46         |            |
| LIVROS E EDITORIAL            | AMARELA        | 23  |           |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |           |             |            | 23         |            |
|                               | BRANCA         | 1682  |           | 1        |          | 2    | 7     |            | 3        | 1           | 3          |              | 1            |           |             | 21         | 1.721      |            |
|                               | INDIGENA       | 16  |           |          |          |      |       |            |          |             | 2          |              |              |           |             |            | 18         |            |
|                               | NAO IDENT      | 157   |           |          |          | 7    |       | 5          |          | 1           |            |              |              | 2         |             | 9          | 181        |            |
|                               | PARDA          | 753   |           | 5        |          |      | 9     | 5          |          | 3           | 1          |              |              | 4         |             | 16         | 796        |            |
| PATRIMONIO NATURAL E CULTURAL | PRETA          | 147   |           |          |          |      | 9     |            | 2        |             |            |              |              |           |             |            | 158        |            |
|                               | BRANCA         | 107   |           |          |          |      | 20    |            |          |             |            |              |              |           |             |            | 127        |            |
|                               | NAO IDENT      | 18  |           |          |          |      | 4     |            |          |             |            |              | 4            |           |             |            | 26         |            |
|                               | PARDA          | 93  |           | 1        |          |      | 13    |            |          |             |            |              |              |           |             | 7          | 114        |            |
| SEM INFORMAÇÃO                | PRETA          | 20  |           |          |          |      | 1     |            |          |             |            |              |              |           |             |            | 21         |            |
|                               | SEM INFORMAÇÃO | 2   |           |          |          |      |       |            |          |             |            |              |              |           |             |            | 2          |            |
| Total Geral                   |                | 4.503   | 1         | 49       | 16       | 23   | 267   | 22         | 62       | 12          | 2          | 19           | 11           | 103       | 10          | 32         | 343        | 5.475      |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Nos domínios do Círculo 3 – das Indústrias Criativas Complexas (22.828 agentes), há uma diferença ainda menor entre o número de agentes que se declaram brancos (8.855) e os que se consideram pardos (8.796). O número daqueles que não definem a cor é ainda mais expressivo (4.241) enquanto é também, proporcionalmente, bem reduzido o quantitativo entre os que se declaram pretos (969), amarelos (152) e indígenas (39). Como indica a Tabela 58 nos domínios de *Audiovisual* e *Publicidade* há uma predominância de declarados *brancos*, enquanto no domínio de *Gastronomia*, há dominância de declarados *pardos*.

Tabela 53 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Raça/Etnia por Nível C3 (parte 1).

| Domínios Criativos | Raça/Cor       | REGIAO ADMINISTRATIVA - C3 - Indústrias Criativas Complexas |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             | Total Geral |            |            |            |
|--------------------|----------------|---|--------------|----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|---------|------------|--------------|--------------|-----------|-------------|-------------|------------|------------|------------|
|                    |                | BRASILIA  | CANDANGOLAND | CELANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PARANAO | PLANALTIMA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMAMBABA | SANTA MARIA |             | SAO SEBAST | SOBRADINHO | TAGUATINGA |
| ARQUITETURA        | AMARELA        | 3   |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |             | 3          | 6          |            |
|                    | BRANCA         | 155   |              | 6        |          |      | 20    | 3          |          |             |         |            |              | 2            |           |             |             | 3          | 10         | 199        |
|                    | INDIGENA       | 33  |              |          | 15       |      | 25    | 30         |          |             |         |            |              |              |           |             |             | 17         | 23         | 143        |
|                    | NAO IDENT      | 106   |              |          | 5        |      | 40    |            | 3        |             |         |            |              |              |           |             |             |            | 14         | 168        |
|                    | PARDA          | 12  |              |          |          |      | 6     |            |          |             |         |            |              |              |           |             |             |            |            | 18         |
| AUDIOVISUAL        | PRETA          | 6   |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |             |            |            | 14         |
|                    | AMARELA        | 1.155   |              | 1        |          |      | 35    |            | 1        | 1           | 6       | 6          |              |              |           |             | 7           | 1          | 14         |            |
|                    | BRANCA         | 12  |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             | 30          | 51         | 1.286      |            |
|                    | INDIGENA       | 190   |              | 2        |          |      | 14    | 9          |          |             | 2       | 9          |              |              |           |             |             | 45         | 41         | 312        |
|                    | NAO IDENT      | 740   |              |          |          |      | 18    | 15         |          |             | 3       | 2          | 10           | 9            |           |             |             | 18         | 16         | 831        |
| EDUCAÇÃO P&D       | PARDA          | 158   |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |             | 9          | 17         | 184        |
|                    | PRETA          | 16  |              |          |          |      | 1     |            |          |             |         |            |              |              |           |             |             |            |            | 17         |
|                    | AMARELA        | 670   |              |          |          |      | 89    |            | 27       | 9           |         |            | 2            |              |           |             |             |            | 26         | 823        |
|                    | BRANCA         | 3   |              |          |          |      | 1     |            |          |             |         |            |              |              |           |             |             |            |            | 4          |
|                    | INDIGENA       | 358   |              | 1        | 17       |      | 33    |            | 1        | 1           | 1       | 11         |              |              |           |             |             |            | 64         | 487        |
| SEM INFORMAÇÃO     | PARDA          | 369   | 2            | 2        | 2        |      | 40    |            | 8        | 2           | 2       | 4          | 1            |              |           |             |             | 3          | 28         | 463        |
|                    | PRETA          | 30  |              |          |          |      | 3     |            | 6        |             |         | 1          |              |              |           |             |             | 3          | 1          | 44         |
|                    | SEM INFORMAÇÃO | 8   |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |             |            |            | 8          |

|                |           |       |    |    |    |    |     |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     |       |       |
|----------------|-----------|-------|----|----|----|----|-----|----|----|----|----|----|----|----|----|---|----|-----|-------|-------|
|                | BRANCA    | 73    |    |    |    | 2  |     |    | 5  |    |    |    |    |    |    |   |    |     | 80    |       |
| EVENTOS,       | NAO IDENT | 23    |    |    |    |    |     |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    | 24  | 47    |       |
| FEIRAS, FESTAS | PARDA     | 85    |    |    | 2  |    |     |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    | 7   | 94    |       |
|                | PRETA     | 11    |    |    |    |    |     |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     | 11    |       |
|                | AMARELA   | 13    |    |    |    |    |     |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     | 13    |       |
| GASTRONOMIA    | BRANCA    | 710   | 10 |    | 4  | 8  | 7   | 13 | 3  |    |    | 10 |    | 4  |    |   | 11 | 56  | 836   |       |
|                | INDIGENA  | 3     |    |    |    |    |     |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    |     | 3     |       |
|                | NAO IDENT | 194   |    |    |    | 1  |     |    |    |    |    | 2  |    |    |    |   | 11 | 13  | 221   |       |
|                | PARDA     | 1.659 |    |    | 8  | 9  | 3   |    | 2  |    | 11 |    |    |    |    |   | 6  | 33  | 1.731 |       |
|                | PRETA     | 214   |    |    |    |    |     |    |    |    |    |    |    |    |    |   |    | 2   | 216   |       |
| Subtotal       |           | 7.009 | 2  | 22 | 39 | 14 | 345 | 67 | 57 | 23 | -  | 18 | 12 | 31 | 35 | 4 | -  | 163 | 430   | 8.273 |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

No domínio do *Software* há uma ligeira inversão entre o número de autodeclarados *brancos* (3.015) e *pardos* (3.204) que atuam na RA de Brasília (Plano Piloto), conforme a Tabela 54.

Tabela 54 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Raça/Etnia por Nível C3 (parte 2).

| Domínios Criativos | Raça/Cor       | REGIÃO ADMINISTRATIVA - C3 - Indústrias Criativas Complexas |                |           |         |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             | Total Geral |            |            |            |
|--------------------|----------------|---|----------------|-----------|---------|-------|-------|------------|----------|-------------|---------|------------|--------------|-------------|-----------|-------------|-------------|------------|------------|------------|
|                    |                | BRASILIA  | CANDIANGOLANDI | CEILANDIA | CRUZERO | GUAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PARANOA | PLANALTIMA | REC DAS EMAS | RACHO FUNDO | SAMAMBALA | SANTA MARIA |             | SAO SEBAST | SOBRAJINHO | TAGUATINGA |
| JOGOS E GAMES      | BRANCA         | 24  |                |           |         |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            | 3          | 27         |
|                    | NAO IDENT      | 13  |                |           |         |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 13         |
|                    | PARDA          | 17  |                |           |         |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            | 17         |            |
| MÍDIA (RADIO/TV)   | BRANCA         | 102   |                | 9         | 9       |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            | 10         | 130        |
|                    | INDIGENA       | 3   |                |           |         |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 3          |
|                    | NAO IDENT      | 73  |                |           |         |       | 3     |            |          |             |         |            |              |             |           |             | 10          | 3          | 9          | 98         |
| MODA               | PARDA          | 131   |                |           |         |       | 4     |            |          |             |         |            |              |             |           |             | 1           |            | 3          | 139        |
|                    | PRETA          | 34  |                |           |         |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 34         |
|                    | AMARELA        | 9   |                | 10        |         | 3     | 71    |            | 2        | 6           | 3       |            |              | 29          |           |             |             |            | 3          | 3          |
| PÚBLICIDADE        | BRANCA         | 11  |                | 6         |         | 3     | 9     |            | 9        | 18          |         |            | 3            | 3           |           |             |             | 4          | 50         | 113        |
|                    | INDIGENA       | 12  |                | 7         | 2       | 3     | 69    |            | 4        | 96          |         |            | 12           | 3           |           |             |             | 2          | 1          | 704        |
|                    | NAO IDENT      | 3   |                | 3         | 4       | 3     | 4     |            | 15       | 3           |         |            |              | 4           |           |             |             |            | 9          | 41         |
| SEM INFORMAÇÃO     | AMARELA        | 49  |                |           |         |       |       |            |          |             |         |            |              | 5           | 6         | 6           |             |            |            | 49         |
|                    | BRANCA         | 1.676   |                | 2         | 6       | 14    | 190   | 3          | 16       | 12          |         |            |              | 5           | 6         | 6           |             |            | 50         | 1.986      |
|                    | INDIGENA       | 3   |                |           |         |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 3          |
| SOFTWARE           | NAO IDENT      | 309   |                |           | 3       | 7     | 27    | 3          | 2        | 4           |         | 1          | 2            | 3           |           |             |             |            | 97         | 458        |
|                    | PARDA          | 761   |                | 2         | 4       |       | 53    |            | 7        | 12          |         | 1          | 1            | 6           |           |             |             | 1          | 1          | 82         |
|                    | PRETA          | 125   |                |           |         |       | 9     |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 11         |
| TURISMO            | SEM INFORMAÇÃO | 2   |                |           |         |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 2          |
|                    | AMARELA        | 97  |                | 1         |         |       | 1     |            |          | 1           |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 100        |
|                    | BRANCA         | 3.015   |                | 7         | 1       |       | 50    |            | 7        | 46          |         |            |              | 1           |           |             | 1           |            | 3          | 179        |
| SEM INFORMAÇÃO     | INDIGENA       | 14  |                |           |         |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 14         |
|                    | NAO IDENT      | 2.039   |                | 2         | 27      | 3     | 135   | 4          | 3        | 14          |         |            | 3            | 4           |           |             | 1           | 1          | 113        | 2.349      |
|                    | PARDA          | 3.204   |                | 7         | 64      | 1     | 96    | 1          | 7        | 27          |         | 1          | 1            | 3           |           |             |             |            | 93         | 3.505      |
| SEM INFORMAÇÃO     | SEM            | 295   |                | 2         |         |       | 2     |            |          | 3           |         |            | 1            |             |           |             |             |            | 1          | 8          |
|                    | INFORMAÇÃO     | 2   |                |           |         |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 2          |
|                    | BRANCA         | 6   |                |           |         |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 6          |
| TURISMO            | PARDA          |   |                |           |         |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 2          |
|                    |                |   |                |           |         |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 2          |
| Subtotal           |                | 12.029  | -              | 55        | 116     | 34    | 723   | 11         | 61       | 250         | 3       | 18         | 14           | 15          | 55        | 2           | 15          | 13         | 1.465      | 14.879     |
| Total Geral        |                | 19.038  | 2              | 77        | 155     | 48    | 1.088 | 78         | 118      | 273         | 3       | 36         | 26           | 46          | 90        | 8           | 15          | 176        | 1.395      | 23.158     |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

No círculo 4, o número de agentes (38.550) que se declaram brancos (16.058) é um pouco maior do que os que se consideram pardos (14.4439). O número daqueles que não definem a cor é ainda mais expressivo (5.512) e é, proporcionalmente, maior o quantitativo entre os que se declaram pretos (2.024), amarelos (424) e indígenas (69), como demonstra a Tabela 55.

O quantitativo maior de declarados pertencem à RA de Brasília (Plano Piloto) e o domínio das ocupações transversais é o mais numeroso em vínculos declarados de raça/cor. São 12.635 agentes declarados brancos, 10.270 declarados pardos e 1.531 declarados pretos.

Tabela 55 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Raça/Etnia por Nível C4.

|                        |            | REGIÃO ADMINISTRATIVA - C4 - Atividades Relacionadas |             |                 |           |          |       |       |            |          |              |         |            |              |             |           |             | Total Geral |            |            |             |     |
|------------------------|------------|--|-------------|-----------------|-----------|----------|-------|-------|------------|----------|--------------|---------|------------|--------------|-------------|-----------|-------------|-------------|------------|------------|-------------|-----|
| Domínios Criativos     | Raça/Cor   | BRASILIA   | BRASILANDIA | CANDIANGOLANDIA | CEILANDIA | CRUZEIRO | GUAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BANDA | PARANAO | PLANALTIMA | REC DAS EMAS | RACHO FUNDO | SAMAMBARA | SANTA MURIA | SAO SEBAST  | SOBRADINHO | TAGUATINGA | Total Geral |     |
| ESPORTE E LAZER        | AMARELA    |  |             |                 |           | 6        |       | 8     |            | 5        |              |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 2           | 2   |
|                        | BRANCA     | 34   |             |                 |           |          |       |       |            |          |              |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 8           | 61  |
|                        | NAO IDENT  | 36   |             |                 | 10        |          |       |       |            |          |              |         |            |              | 14          |           | 6           |             |            |            | 10          | 76  |
|                        | PARDA      | 48   |             |                 | 42        | 6        | 2     | 10    |            | 2        | 5            |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 29          | 144 |
| INFRAESTRUTURA         | PRETA      | 3  |             |                 | 2         |          |       | 4     |            |          |              |         |            |              |             |           |             |             | 2          | 3          | 4           | 15  |
|                        | AMARELA    | 54   |             |                 |           |          |       | 7     |            |          |              |         |            |              |             | 1         |             |             |            | 3          | 4           | 69  |
|                        | BRANCA     | 1.305  | 3           | 1               | 36        | 8        | 5     | 99    |            |          | 78           | 2       | 10         | 20           | 3           | 32        | 1           | 8           | 31         | 145        | 1.787       |     |
|                        | INDIGENA   | 14   |             |                 |           |          |       |       |            |          |              |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 4           | 18  |
| OCUPAÇÕES TRANSVERSAIS | NAO IDENT  | 409  | 2           |                 | 28        |          | 6     | 63    |            | 2        | 62           | 7       | 15         | 87           | 4           | 40        | 4           | 4           | 26         | 105        | 864         |     |
|                        | PARDA      | 1.723  | 6           |                 | 45        | 14       | 6     | 144   |            | 2        | 43           | 3       | 53         | 6            | 22          | 12        | 6           | 11          | 15         | 186        | 2.297       |     |
|                        | PRETA      | 276  | 1           |                 | 2         | 3        |       | 17    |            | 7        | 4            |         |            | 3            |             | 4         |             |             | 5          | 3          | 22          | 347 |
|                        | AMARELA    | 334  |             |                 | 4         |          |       | 2     |            |          |              |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 7           | 331 |
| Total Geral            | BRANCA     | 12.635   | 2           |                 | 40        | 70       | 8     | 528   | 8          | 188      | 149          | 8       | 12         | 22           | 32          | 67        | 2           | 2           | 42         | 395        | 14.210      |     |
|                        | INDIGENA   | 47   |             |                 |           |          | 2     | 2     |            |          |              |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 51          |     |
|                        | NAO IDENT  | 3.226  | 13          |                 | 45        | 19       | 16    | 504   | 19         | 143      | 63           | 16      | 6          | 5            | 41          | 27        |             | 19          | 36         | 394        | 4.592       |     |
|                        | PARDA      | 10.270   | 5           |                 | 28        | 55       | 22    | 919   | 36         | 98       | 92           | 1       | 16         | 18           | 23          | 118       | 6           | 2           | 28         | 261        | 11.998      |     |
| Total Geral            | PRETA      | 1.531  | 2           |                 | 6         | 4        | 1     | 42    |            | 11       | 27           |         |            | 2            | 5           | 6         | 2           |             |            | 23         | 1.662       |     |
|                        | INFORMAÇÃO | 6  |             |                 |           |          |       |       |            |          |              |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 6           |     |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

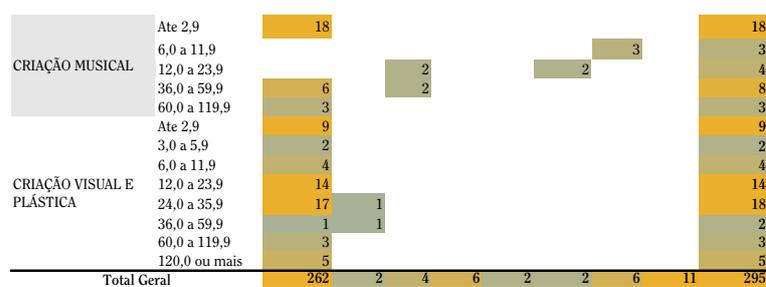
## 6.8 Tempo de Emprego (em meses)

Na variável tempo de emprego foram também averiguados os Domínios Criativos por círculo dinâmico. A medida foi o tempo de atividade em meses, como pode ser conferido nas Tabelas a seguir. Todavia, para uma visão geral pode-se aferir que a média de ocupação em cada atividade varia entre 1 e 4 anos (12 a 36 meses) e que há domínios com jornada de tempo mais longevos como Criação Literária, Audiovisual, Mídias, entre outros.

Observados os vínculos levantados no círculo 1, no domínio de Criação Literária (174), para quase metade dos agentes (85) o tempo varia 36 meses e chega a 59 meses de atuação. Em 20% dos casos (33) esse tempo passa de 60 meses. Em apenas 30% (52) o tempo de ocupação é inferior a um ano. O mesmo padrão vai se repetir na Criação Musical, Visual/Plástica e no Artesanato, vide Tabela 56 abaixo:

Tabela 56 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Tempo de Emprego (em meses) por Nível C1.

|                    |                          | REGIÃO ADMINISTRATIVA - C1 - Atividades Criativas Primárias |           |          |          |            |            |            | Total Geral |             |
|--------------------|--------------------------|---|-----------|----------|----------|------------|------------|------------|-------------|-------------|
| Domínios Criativos | Tempo Emprego (em meses) | BRASILIA  | CEILANDIA | CRUZEIRO | LAGO SUL | PLANALTIMA | SÃO SEBAST | SOBRADINHO | TAGUATINGA  | Total Geral |
| ARTESANATO         | Ate 2,9                  |   | 3         |          |          | 1          |            |            | 1           | 5           |
|                    | 3,0 a 5,9                |   |           |          |          | 2          | 2          |            | 3           | 7           |
|                    | 6,0 a 11,9               |   | 1         |          |          | 1          |            |            |             | 2           |
|                    | 12,0 a 23,9              |   | 1         |          |          |            |            |            | 3           | 4           |
|                    | 24,0 a 35,9              |   |           |          |          | 1          |            |            | 1           | 2           |
|                    | 36,0 a 59,9              |   |           |          |          | 1          |            |            | 3           | 4           |
| CRIAÇÃO LITERÁRIA  | 60,0 a 119,9             | 1   |           |          |          |            |            | 3          |             | 4           |
|                    | Ate 2,9                  | 6   |           |          |          |            |            |            |             | 6           |
|                    | 3,0 a 5,9                | 8   |           |          |          |            |            |            |             | 8           |
|                    | 6,0 a 11,9               | 42  |           |          |          |            |            |            |             | 42          |
|                    | 12,0 a 23,9              | 26  |           |          |          |            |            |            |             | 26          |
|                    | 24,0 a 35,9              | 24  |           |          |          |            |            |            |             | 24          |
|                    | 36,0 a 59,9              | 35  |           |          |          |            |            |            |             | 35          |
|                    | 60,0 a 119,9             | 15  |           |          |          |            |            |            |             | 15          |
| 120,0 ou mais      | 18                       |   |           |          |          |            |            |            | 18          |             |



Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

No círculo 2, das Indústrias Culturais, o mesmo padrão do C1 tende a se repetir em Domínios Criativos mais tradicionais como de Livros e Editorial, porém há uma rotatividade maior, caso do Domínio de Design. No âmbito de Livros e Editorial (2.897 vínculos ativos), o significativo percentual de 40% (1.141 vínculos ativos) acumula um tempo de atividade superior a 60 meses. Outra parcela importante de 35% de vínculos ativos (1.060) tem entre 12 meses e 36 meses de atuação. Abaixo de 12 meses são 25% (696) de vínculos ativos. Na RA de Brasília (Plano Piloto) se destaca em tempo de serviço com 749 vínculos com mais de 120 meses de atuação.

No exemplo do Design (1.514 vínculos ativos) metade (773) trabalha entre 12 e 36 meses e 40% (682) até 12 meses. Na RA Brasília (Plano Piloto) há, por exemplo, 180 vínculos novos de até 3 meses de atuação. Evidencia tanto a rotatividade como um possível aumento de demanda por profissionais do Design.

Na RA do Guar4 temos outro caso longo, no domínio do Patrim4nio Natural e Cultural, que registra um quantitativo de 15 vínculos com 60 a 119 meses de atua4o na 4rea. Veja as Tabelas 57 e 58 abaixo.

Tabela 57 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupa4es (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Dom4nio Criativo e Tempo de Emprego (em meses) por N4vel C2 (parte 1).

|                    |                          | REGI4O ADMINISTRATIVA - C2 - Ind4strias Culturais |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |          | Total Geral |            |            |             |     |
|--------------------|--------------------------|---|-------------|-----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|------------|--------------|--------------|----------|-------------|------------|------------|-------------|-----|
| Dom4nios Criativos | Tempo Emprego (em meses) | BRASILIA  | BRAZILANDIA | CEILANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PLANALTIMA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMAMBIA | S4O SEBAST  | SOBRADINHO | TAGUATINGA | Total Geral |     |
| DESIGN             | Ate 2,9                  | 130   |             | 4         |          |      | 19    |            | 4        |             |            |              |              |          |             | 10         | 23         | 190         |     |
|                    | 3,0 a 5,9                | 147   |             | 7         |          |      | 25    |            | 1        |             |            |              |              |          |             | 3          | 24         | 207         |     |
|                    | 6,0 a 11,9               | 182   |             | 7         |          |      | 49    |            | 11       |             |            |              |              |          |             |            | 30         | 285         |     |
|                    | 12,0 a 23,9              | 231   |             |           |          | 4    | 21    | 3          | 2        | 5           |            | 2            | 1            | 2        | 1           |            | 14         | 25          | 311 |
|                    | 24,0 a 35,9              | 93  |             | 3         |          |      | 31    |            | 5        | 1           | 1          | 4            |              |          |             | 3          | 12         | 153         |     |
|                    | 36,0 a 59,9              | 101   |             | 3         |          | 3    | 15    |            | 5        | 1           |            |              |              | 6        | 3           |            | 19         | 156         |     |
|                    | 60,0 a 119,9             | 91  |             | 5         | 2        | 2    | 24    |            | 10       |             |            |              |              | 5        |             |            | 11         | 150         |     |
|                    | 120,0 ou mais            | 34  |             |           |          |      | 2     | 3          | 8        |             |            |              |              |          |             |            | 3          | 50          |     |
|                    | NA                       |   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |          |             |            |            | 9           | 9   |
|                    | Ate 2,9                  |   | 4           |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |          |             |            |            |             | 4   |
| 3,0 a 5,9          |                          | 2   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |          |             |            |            | 2           |     |
| 6,0 a 11,9         |                          | 29  |             | 6         |          |      | 9     |            |          |             |            |              |              |          |             |            |            | 44          |     |
| 12,0 a 23,9        |                          |   |             |           |          |      |       |            | 2        |             |            |              |              |          |             |            |            | 2           |     |
| 24,0 a 35,9        |                          |   |             |           |          |      |       |            | 2        |             |            |              |              |          |             |            |            | 2           |     |
| 36,0 a 59,9        |                          | 2   |             |           |          |      |       |            | 2        |             |            |              |              |          |             |            | 2          | 6           |     |
| 60,0 a 119,9       |                          | 10  |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |          |             |            | 4          | 14          |     |
| 120,0 ou mais      |                          | 8   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |          |             |            |            | 8           |     |

|            | Ate 2,9 | 3,0 a 5,9 | 6,0 a 11,9 | 12,0 a 23,9 | 24,0 a 35,9 | 36,0 a 59,9 | 60,0 a 119,9 | 120,0 ou mais | Subtotal |
|------------|---------|-----------|------------|-------------|-------------|-------------|--------------|---------------|----------|
| FOTOGRAFIA | 12      | 1         | 18         | 11          | 14          | 5           | 13           | 33            | 1.171    |
|            |         | 1         | 1          | 1           | 1           | 1           | 1            | 1             | 1        |
|            |         |           | 1          | 6           | 1           |             | 6            |               | 38       |
|            |         |           |            |             |             |             |              |               | 14       |
|            |         |           |            |             |             |             |              |               | 14       |
|            |         |           |            |             |             |             |              |               | 197      |
|            |         |           |            |             |             |             |              |               | 12       |
|            |         |           |            |             |             |             |              |               | 55       |
|            |         |           |            |             |             |             |              |               | 7        |
|            |         |           |            |             |             |             |              |               | 1        |
|            |         |           |            |             |             |             |              |               | 16       |
|            |         |           |            |             |             |             |              |               | 2        |
|            |         |           |            |             |             |             |              |               | 97       |
|            |         |           |            |             |             |             |              |               | 4        |
|            |         |           |            |             |             |             |              |               | 31       |
|            |         |           |            |             |             |             |              |               | 207      |
|            |         |           |            |             |             |             |              |               | 1.867    |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Tabela 58 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Tempo de Emprego (em meses) por Nível C2 (parte 2).

|                               |                          | REGIAO ADMINISTRATIVA - C2 - Indústrias Culturais |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |           |            |            |            |             |     |
|-------------------------------|--------------------------|---|-------------|-----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|------------|--------------|--------------|-----------|------------|------------|------------|-------------|-----|
| Domínios Criativos            | Tempo Emprego (em meses) | BRASILIA  | BRAZILANDIA | CEILANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PLANALTINA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMAMBAMA | SAO SEBAST | SOBRADINHO | TAGUATINGA | Total Geral |     |
| INDÚSTRIA FONOGRAFICA         | Ate 2,9                  | 26  |             | 3         |          |      | 2     |            |          |             |            |              |              |           |            | 1          | 45         | 77          |     |
|                               | 3,0 a 5,9                | 27  |             |           | 1        |      |       |            |          |             |            |              |              | 1         |            |            |            | 12          | 41  |
|                               | 6,0 a 11,9               | 39  |             | 1         |          |      | 1     |            |          |             |            |              |              |           |            |            | 4          | 45          |     |
|                               | 12,0 a 23,9              | 62  |             |           |          |      | 1     |            |          |             |            |              |              |           |            |            | 9          | 72          |     |
|                               | 24,0 a 35,9              | 88  |             |           | 1        |      | 3     |            |          |             |            |              |              |           |            |            |            | 6           | 92  |
|                               | 36,0 a 59,9              | 45  |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |           |            |            |            | 4           | 51  |
|                               | 60,0 a 119,9             | 24  |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              | 3            |           |            |            |            | 4           | 31  |
| 120,0 ou mais                 | 3                        |   |             |           |          |      |       |            |          |             |            | 6            |              |           |            |            | 3          | 12          |     |
| LIVROS E EDITORIAL            | Ate 2,9                  | 176   |             |           |          |      | 7     |            |          |             |            | 1            |              |           | 1          |            |            | 3           | 188 |
|                               | 3,0 a 5,9                | 186   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |           |            | 2          |            | 5           | 193 |
|                               | 6,0 a 11,9               | 298   |             | 5         |          |      |       | 5          |          | 1           | 1          | 2            |              |           |            |            |            | 3           | 315 |
|                               | 12,0 a 23,9              | 290   |             |           |          |      | 12    |            | 6        |             |            |              |              |           |            |            |            | 8           | 316 |
|                               | 24,0 a 35,9              | 406   |             |           |          |      | 7     |            |          |             |            |              |              |           |            | 4          |            | 15          | 432 |
|                               | 36,0 a 59,9              | 292   |             |           |          |      |       | 3          | 5        | 1           | 2          |              |              |           |            |            |            | 9           | 312 |
|                               | 60,0 a 119,9             | 381   |             | 1         |          |      | 3     |            |          |             | 2          |              |              |           |            |            |            | 3           | 390 |
| 120,0 ou mais                 | 749                      |   |             |           |          | 2    |       |            |          |             |            |              |              |           |            |            |            | 751         |     |
| PATRIMONIO NATURAL E CULTURAL | Ate 2,9                  | 26  |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              | 2         |            |            |            | 2           | 28  |
|                               | 3,0 a 5,9                | 34  |             | 1         |          |      |       |            |          |             |            |              |              |           |            |            |            |             | 35  |
|                               | 6,0 a 11,9               | 30  |             |           |          |      | 7     |            |          |             |            |              |              | 2         |            |            |            | 5           | 44  |
|                               | 12,0 a 23,9              | 32  |             |           |          |      | 2     |            |          |             |            |              |              |           |            |            |            | 2           | 36  |
|                               | 24,0 a 35,9              | 34  |             |           |          |      | 5     |            |          |             |            |              |              |           |            |            |            |             | 39  |
|                               | 36,0 a 59,9              | 40  |             |           |          |      | 4     |            |          |             |            |              |              |           |            |            |            |             | 44  |
|                               | 60,0 a 119,9             | 38  |             |           |          |      | 16    |            |          |             |            |              |              |           |            |            |            |             | 54  |
| 120,0 ou mais                 | 6                        |   |             |           |          | 4    |       |            |          |             |            |              |              |           |            |            |            | 10          |     |
| Subtotal                      |                          | 3.332   | -           | 11        | 2        | 9    | 70    | 10         | 7        | 5           | 1          | 3            | 9            | 6         | 6          | 1          | 136        | 3.608       |     |
| Total Geral                   |                          | 4.503   | 1           | 49        | 16       | 23   | 267   | 22         | 62       | 12          | 2          | 19           | 11           | 103       | 10         | 32         | 343        | 5.475       |     |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Os dados a respeito do tempo de ocupação nas atividades nas Indústrias Criativas Complexas (C3), com grande volume de agentes (23.150), segundo a quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0, apresenta movimentos diferentes conforme o Domínio Criativo. Lembrando que o referente é o tempo de contrato em meses. Em Software e Moda, por exemplo, há um forte fluxo de rotatividade. De outra parte, no Audiovisual e Gastronomia há um tempo de permanência maior. Já Publicidade e Educação/P&D registram um relativo equilíbrio entre rotatividade e longevidade, como pode ser observado nas Tabelas 59, 60 e 61.

Tabela 59 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Tempo de Emprego (em meses) por Nível C3 (parte 1).

|                         |                          | REGIÃO ADMINISTRATIVA - C3 - Indústrias Criativas Complexas |              |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |          |             |            |            |            |             |    |
|-------------------------|--------------------------|---|--------------|-----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|---------|------------|--------------|--------------|----------|-------------|------------|------------|------------|-------------|----|
| Domínios Criativos      | Tempo Emprego (em meses) | BRASILIA  | CANDANGOLAND | CEILANDIA | KRUZEIRO | KAMA | CIARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PANONIA | PLANALTIMA | REC DAS EMAS | RIUCHO FUNDO | SAMAMBIA | SANTA MARIA | SAO SEBAST | SOBRADINHO | TAGUATINGA | Total Geral |    |
|                         |                          | ARQUITETURA   | Ate 2,9      | 27        |          |      |       |            | 4        | 3           |         |            |              |              |          |             |            |            |            |             | 1  |
| 3,0 a 5,9               | 53                       |   |              |           |          |      | 21    | 3          |          |             |         |            |              |              |          |             |            | 1          | 9          | 12          | 86 |
| 6,0 a 11,9              | 97                       |   |              |           | 5        |      | 28    | 9          |          |             |         |            |              |              |          |             |            | 9          | 16         | 160         |    |
| 12,0 a 23,9             | 56                       |   |              | 6         |          |      | 17    | 6          | 3        |             |         |            |              |              |          |             |            | 9          | 2          | 113         |    |
| 24,0 a 35,9             | 8                        |   |              |           |          |      |       | 3          |          |             |         |            |              |              |          |             |            |            | 1          | 12          |    |
| 36,0 a 59,9             | 53                       |   |              |           |          |      | 14    | 9          |          |             |         |            |              |              |          |             |            | 1          | 2          | 79          |    |
| 60,0 a 119,9            | 5                        |   |              |           |          |      | 6     | 4          |          |             |         |            |              |              |          |             |            |            | 2          | 13          |    |
| 120,0 ou mais           | 10                       |   |              | 15        |          | 1    | 1     |            |          |             |         |            |              |              | 2        |             |            |            | 2          | 36          |    |
| AUDIOVISUAL             | Ate 2,9                  | 179   |              | 1         |          |      | 14    | 10         |          |             |         |            |              |              |          |             |            | 19         | 35         | 267         |    |
|                         | 3,0 a 5,9                | 223   |              |           |          |      | 8     | 5          |          |             |         |            |              |              |          |             |            | 7          | 12         | 258         |    |
|                         | 6,0 a 11,9               | 170   |              |           |          |      | 16    |            |          | 1           |         |            |              |              |          |             |            | 4          | 16         | 208         |    |
|                         | 12,0 a 23,9              | 266   |              | 1         |          |      | 13    | 3          |          |             |         | 2          | 2            | 1            |          |             |            | 7          | 14         | 309         |    |
|                         | 24,0 a 35,9              | 227   |              |           |          |      | 8     | 3          |          |             |         | 1          | 1            |              |          |             |            | 12         | 19         | 263         |    |
|                         | 36,0 a 59,9              | 319   |              | 1         |          |      | 7     |            |          |             |         | 1          |              | 6            |          |             |            | 21         | 23         | 378         |    |
|                         | 60,0 a 119,9             | 365   |              |           |          |      | 5     | 3          |          |             |         |            | 6            | 3            |          |             |            | 9          | 1          | 392         |    |
| 120,0 ou mais           | 506                      |   |              |           |          | 4    |       |            |          |             |         |            | 12           |              |          |             | 30         | 6          | 558        |             |    |
| Sem Informação          | 6                        |   |              |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |          |             |            |            |            | 6           |    |
| EDUCAÇÃO P&D            | Ate 2,9                  | 185   |              |           | 2        |      | 22    | 9          |          |             |         | 2          |              |              | 4        |             |            |            | 39         | 263         |    |
|                         | 3,0 a 5,9                | 180   |              |           |          |      | 23    | 11         | 1        |             |         |            |              |              | 2        |             |            | 3          | 21         | 241         |    |
|                         | 6,0 a 11,9               | 295   |              | 2         | 1        |      | 40    | 12         |          |             |         | 1          | 1            | 1            | 4        |             |            | 27         | 384        |             |    |
|                         | 12,0 a 23,9              | 272   |              | 2         | 14       |      | 35    | 6          |          |             |         |            | 1            |              | 1        |             |            | 18         | 349        |             |    |
|                         | 24,0 a 35,9              | 167   |              |           | 1        |      | 15    |            | 7        |             |         |            |              | 3            |          |             |            | 3          | 196        |             |    |
|                         | 36,0 a 59,9              | 97  |              |           | 2        |      | 11    |            | 2        | 1           |         |            |              |              |          |             |            | 3          | 2          | 118         |    |
|                         | 60,0 a 119,9             | 172   |              |           |          |      | 12    |            | 3        |             |         |            |              | 2            |          |             |            |            | 9          | 198         |    |
| 120,0 ou mais           | 83                       |   |              |           |          | 9    |       | 1          |          |             |         |            |              |              |          |             |            |            | 93         |             |    |
| Sem Informação          | 3                        |   |              |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |          |             |            |            |            | 4           |    |
| EVENTOS, FEIRAS, FESTAS | Ate 2,9                  | 23  |              |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |          |             |            |            | 3          | 26          |    |
|                         | 3,0 a 5,9                | 17  |              |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |          |             |            |            | 7          | 24          |    |
|                         | 6,0 a 11,9               | 34  |              |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |          |             |            |            | 7          | 41          |    |
|                         | 12,0 a 23,9              | 60  |              |           |          | 2    |       |            |          | 5           |         |            |              |              |          |             |            |            |            | 67          |    |
|                         | 24,0 a 35,9              | 41  |              |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |          |             |            |            | 7          | 48          |    |
|                         | 36,0 a 59,9              | 6   |              |           |          |      | 2     |            |          |             |         |            |              |              |          |             |            |            | 7          | 15          |    |
|                         | 60,0 a 119,9             | 8   |              |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |          |             |            |            |            | 8           |    |
| 120,0 ou mais           | 3                        |   |              |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |          |             |            |            |            | 3           |    |
| Subtotal                |                          | 4.216   | 2            | 12        | 39       | 2    | 327   | 57         | 44       | 18          | -       | 7          | 12           | 31           | 23       | -           | -          | 135        | 326        | 5.251       |    |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

No domínio do Software, principal contratante (9.592), mais da metade (55%) dos vínculos ativos (5.309) registram no máximo até 12 meses de atuação. Cerca de 1/3 (30%) dos vínculos ativos (2.980) tem entre 12 e 59 meses de permanência, enquanto que 15% dos vínculos (1.303) superam os 60 meses. A rotatividade ou fluxo é uma característica desse domínio em razão da permanente busca por profissionais altamente especializados. Movimento semelhante acontece no domínio da Moda (1.244) no qual a rotatividade é maior, considerando que 65% dos vínculos ativos (841) envolvem tempo de ocupação inferior a 12 meses. Apenas em 35% (306) dos vínculos o tempo de ocupação varia de 13 a 59 meses e em somente 5% (97) dos vínculos supera-se 60 meses de ocupação.

Resultado inverso aparece nos registros da Gastronomia (3.018) os quais indicam que em torno de 50% dos vínculos ativos (1428) tem tempo de ocupação entre 12 e 59 meses e 30% (852) acima de 60 meses. O tempo de ocupação até 12 meses representa 20% (740) dos vínculos ativos. Em razão das especificidades nas atividades desse domínio, a retenção também é uma característica. No caso do Audiovisual (2.639), em torno de 70% desfrutaram de um tempo de ocupação mais longo, 35% (956) dos vínculos atuam entre 12 e 59 meses e outros 35% (956) acima de 60 meses. Menos de 1/3 (30%)

registram um tempo de ocupação de até 12 meses.

Fluxo e retenção ligeiramente mais equilibrado se dá no domínio da Publicidade (3.574) no qual 40% (1436) dos vínculos ativos registram um tempo de ocupação entre 12 e 59 meses e 25% (802) acima de 60 meses. De outra parte, mais de 35% dos vínculos (1.336) tem um tempo de ocupação de até 12 meses.

Tabela 60 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Tempo de Emprego (em meses) por Nível C3 (parte 2).

|                    |                          | REGIÃO ADMINISTRATIVA - C3 - Indústrias Criativas Complexas |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            |             |
|--------------------|--------------------------|---|--------------|-----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|----------|------------|--------------|--------------|-----------|-------------|------------|------------|------------|-------------|
| Domínios Criativos | Tempo Emprego (em meses) | BRASILIA  | CANDANGOLAND | CEILANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PARANOIA | PLANALTINA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMAMBAIA | SANTA MARIA | SÃO SEBAST | SOBRADINHO | TAGUATINGA | Total Geral |
| GASTRONOMIA        | Ate 2,9                  | 80  |              |           |          |      | 6     |            |          |             |          | 11         |              |              | 2         |             |            | 13         | 11         | 123         |
|                    | 3,0 a 5,9                | 554   |              |           |          |      | 1     |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            | 4          | 10         | 573         |
|                    | 6,0 a 11,9               | 23  |              |           |          |      | 4     | 3          |          |             |          |            |              |              | 2         |             | 4          | 8          | 44         |             |
|                    | 12,0 a 23,9              | 59  |              |           |          | 2    | 4     | 3          |          |             |          |            |              |              | 2         |             |            | 5          | 24         | 100         |
|                    | 24,0 a 35,9              | 889   |              | 3         |          |      | 6     |            |          |             |          |            |              |              | 2         |             |            | 4          | 11         | 917         |
|                    | 36,0 a 59,9              | 390   |              |           |          |      | 4     |            |          |             |          |            |              |              | 2         |             |            |            | 15         | 411         |
|                    | 60,0 a 119,9             | 377   |              | 7         |          |      |       |            | 2        | 13          |          |            |              |              |           |             |            | 2          | 9          | 410         |
| 120,0 ou mais      | 419                      |   |              |           |          |      | 3     | 2          |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            | 16         | 440         |
| Sem Informação     | 2                        |   |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 2           |
| JOGOS E GAMES      | Ate 2,9                  | 2   |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 2           |
|                    | 3,0 a 5,9                | 8   |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 8           |
|                    | 6,0 a 11,9               | 19  |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 19          |
|                    | 12,0 a 23,9              | 4   |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 4           |
|                    | 24,0 a 35,9              | 6   |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            | 3          | 9           |
| MÍDIA (RADIO/TV)   | 36,0 a 59,9              | 3   |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 3           |
|                    | 60,0 a 119,9             | 8   |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 8           |
|                    | 120,0 ou mais            | 4   |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 4           |
|                    | Ate 2,9                  | 15  |              |           |          |      | 7     |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            | 3          | 25          |
|                    | 3,0 a 5,9                | 34  |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 34          |
| MODA               | 6,0 a 11,9               | 10  |              |           | 6        |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 22          |
|                    | 12,0 a 23,9              | 20  |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            | 6          | 10         | 36          |
|                    | 24,0 a 35,9              | 24  |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            | 3          | 32          |
|                    | 36,0 a 59,9              | 25  |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 25          |
|                    | 60,0 a 119,9             | 105   |              | 9         |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            | 3          | 117         |
| 120,0 ou mais      | 110                      |   |              | 3         |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            | 3          | 113         |
| Ate 2,9            | 5                        |   | 3            |           |          | 16   |       |            | 7        | 6           |          | 3          |              |              | 9         |             |            |            | 149        |             |
| 3,0 a 5,9          | 3                        |   | 4            |           |          | 28   |       |            | 1        | 24          | 3        | 3          |              | 3            | 3         |             | 2          |            | 91         |             |
| 6,0 a 11,9         | 2                        |   | 4            | 1         |          | 21   |       |            | 4        | 30          |          | 9          |              |              | 3         |             |            | 3          | 401        |             |
| 12,0 a 23,9        | 5                        |   | 3            |           |          | 24   |       |            | 1        | 60          |          |            |              |              | 13        |             |            |            | 91         |             |
| 24,0 a 35,9        |                          |   |              | 1         |          | 22   |       |            |          | 6           |          |            |              |              | 6         |             |            | 1          | 12         |             |
| 36,0 a 59,9        | 5                        |   | 3            |           |          | 3    | 21    |            |          | 6           |          |            |              |              | 1         |             |            | 1          | 21         |             |
| 60,0 a 119,9       | 9                        |   | 3            |           |          | 6    | 14    |            |          | 3           |          |            |              |              |           |             |            |            | 16         |             |
| 120,0 ou mais      | 6                        |   | 3            |           |          | 7    |       |            |          | 2           |          |            |              |              |           |             |            |            | 24         |             |
| Subtotal           |                          | 3.225   | -            | 42        | 11       | 21   | 178   | 10         | 28       | 140         | 3        | 26         | -            | 3            | 51        | 4           | 13         | 36         | 934        | 4.725       |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Tabela 61 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Tempo de Emprego (em meses) por Nível C3 (parte 3).

|                    |                          | REGIÃO ADMINISTRATIVA - C3 - Indústrias Criativas Complexas |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            |             |       |
|--------------------|--------------------------|---|--------------|-----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|----------|------------|--------------|--------------|-----------|-------------|------------|------------|------------|-------------|-------|
| Domínios Criativos | Tempo Emprego (em meses) | BRASILIA  | CANDANGOLAND | CEILANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PARANOIA | PLANALTINA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMAMBAIA | SANTA MARIA | SÃO SEBAST | SOBRADINHO | TAGUATINGA | Total Geral |       |
| PUBLICIDADE        | Ate 2,9                  | 243   |              |           |          |      | 52    |            |          | 3           | 4        |            |              |              |           |             |            |            |            | 58          | 360   |
|                    | 3,0 a 5,9                | 244   |              | 2         |          |      | 42    |            |          | 16          | 2        |            |              |              |           |             |            |            |            | 66          | 372   |
|                    | 6,0 a 11,9               | 464   |              |           | 1        |      | 87    | 3          |          | 2           | 1        |            |              | 1            |           | 6           |            |            | 39         | 604         |       |
|                    | 12,0 a 23,9              | 490   |              |           | 3        |      | 21    |            |          | 4           | 16       |            |              | 4            |           |             |            |            | 1          | 41          | 580   |
|                    | 24,0 a 35,9              | 370   |              |           |          |      | 7     | 51         |          |             |          |            | 1            | 3            | 3         | 3           |            |            |            | 17          | 456   |
|                    | 36,0 a 59,9              | 370   |              |           |          |      | 7     | 10         |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 7           | 400   |
|                    | 60,0 a 119,9             | 423   |              |           |          | 9    | 7     | 9          |          |             |          |            |              | 1            |           |             |            |            |            | 9           | 461   |
| 120,0 ou mais      | 317                      |   |              |           |          | 7    |       |            |          |             |          |            |              | 6            |           |             |            |            | 3          | 334         |       |
| Sem Informação     | 4                        |   |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 7           |       |
| SOFTWARE           | Ate 2,9                  | 1.437   |              | 1         | 7        | 2    | 28    | 1          |          |             | 3        |            |              | 1            |           | 2           |            |            |            | 66          | 1.548 |
|                    | 3,0 a 5,9                | 1.460   |              | 3         | 37       |      | 60    |            |          |             |          |            |              |              |           | 2           |            |            |            | 44          | 1.607 |
|                    | 6,0 a 11,9               | 1.989   |              | 3         | 21       |      | 45    |            |          |             | 3        | 10         |              |              |           |             |            |            |            | 80          | 2.154 |
|                    | 12,0 a 23,9              | 1.307   |              |           | 5        | 9    | 1     | 53         |          |             | 7        | 15         |              |              |           |             |            |            |            | 59          | 1.457 |
|                    | 24,0 a 35,9              | 655   |              |           |          | 9    | 1     | 33         | 1        |             | 5        | 8          |              |              |           |             |            |            |            | 53          | 767   |
|                    | 36,0 a 59,9              | 650   |              |           |          | 4    | 3     |            | 25       |             | 1        | 23         |              |              |           |             |            |            |            | 1           | 47    |
|                    | 60,0 a 119,9             | 733   |              |           |          |      | 6     |            | 27       | 3           | 4        | 16         |              |              | 2         | 2           |            |            |            | 30          | 825   |
| 120,0 ou mais      | 424                      |   |              |           |          | 3    |       | 13         |          | 1           | 12       |            |              |              |           |             |            |            | 12         | 465         |       |
| Sem Informação     | 11                       |   |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 2           |       |
| TURISMO            | Ate 2,9                  | 3   |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 1           | 4     |
|                    | 36,0 a 59,9              | 3   |              |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 1           | 4     |
| Subtotal           |                          | 11.597  | -            | 23        | 105      | 25   | 563   | 11         | 46       | 115         | -        | 3          | 14           | 12           | 16        | 2           | 2          | 5          | 635        | 13.174      |       |
| Total Geral        |                          | 19.038  | 2            | 77        | 155      | 48   | 1.068 | 78         | 118      | 273         | 3        | 36         | 26           | 46           | 90        | 6           | 15         | 176        | 1.895      | 23.150      |       |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Conforme a Tabela 62, no círculo 4 da Economia Criativa, das Atividades Relacionadas (38.550), há também um movimento de equilíbrio entre fluxo e retenção. No domínio com a maioria dos vínculos ativos nas ocupações transversais (32.870), pouco mais de 40% (13.533) tem tempo de vínculos de até 12 meses. Em contrapartida, registra percentual equivalente de vínculos ativos (13.871) com tempo de ocupação entre 12 e 59 meses. Há ainda uma fatia próxima de 20% (5.466) com tempo de ocupação acima de 60 meses. Lembremos que nem todos são referentes às atividades totalmente criativas, mas são suporte e manutenção, essenciais para o desenvolvimento da Economia Criativa nos outros círculos.

Tabela 62 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Tempo de Emprego (em meses) por Nível C4.

| Domínios Criativos     | Tempo Emprego (em meses) | REGIÃO ADMINISTRATIVA - C4 - Atividades Relacionadas |             |              |           |          |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           | Total Geral |             |             |            |            |       |
|------------------------|--------------------------|--|-------------|--------------|-----------|----------|-------|-------|------------|----------|-------------|---------|------------|--------------|-------------|-----------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|-------|
|                        |                          | BRASILIA   | BRAZILANDIA | CANDANGOLAND | CEILANDIA | CRUZEIRO | CAVIA | CIARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PARANDA | PLANALTIMA | REC DAS EMAS | RACHO FUNDO | SAMAMBAIA |             | SANTA MARIA | SNO SERAIST | SOBRADINHO | TACUITINGA |       |
| ESPORTE E LAZER        | Até 2,9                  | 20   |             |              | 32        |          |       | 6     |            | 2        |             |         |            | 10           |             |           |             |             |             | 21         | 91         |       |
|                        | 3,0 a 5,9                | 23   |             |              | 14        |          |       | 6     |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |             | 2          | 45         |       |
|                        | 6,0 a 11,9               | 18   |             |              |           | 8        | 2     |       |            |          |             |         |            | 4            |             | 4         |             |             | 2           | 18         | 56         |       |
|                        | 12,0 a 23,9              | 14   |             |              |           | 2        |       | 2     |            |          | 5           |         |            |              |             |           |             |             |             | 4          | 27         |       |
|                        | 24,0 a 35,9              | 23   |             |              |           |          |       | 4     |            |          |             |         |            |              |             | 2         |             |             |             |            | 29         |       |
|                        | 36,0 a 59,9              | 11   |             |              |           | 2        |       | 4     |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |             | 4          | 26         |       |
|                        | 60,0 a 119,9             | 6  |             |              |           | 4        | 4     |       |            |          |             |         | 5          |              |             |           |             |             |             | 2          | 16         |       |
|                        | 120,0 ou mais            | 6  |             |              |           |          |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |             |            | 6          |       |
| Sem Informação         |                          |  |             |              |           |          |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |             | 2          | 2          |       |
| INFRAESTRUTURA         | Até 2,9                  | 592  |             |              | 7         |          | 4     | 48    |            |          | 14          | 3       | 11         | 42           | 6           | 14        | 3           | 3           | 6           | 80         | 833        |       |
|                        | 3,0 a 5,9                | 415  |             |              | 4         | 6        |       | 45    |            |          | 17          |         | 16         | 31           | 2           | 15        | 2           | 1           |             | 46         | 600        |       |
|                        | 6,0 a 11,9               | 509  | 7           |              | 7         | 3        | 2     | 65    |            |          | 2           | 24      | 1          | 26           | 13          | 8         | 11          |             | 9           | 24         | 49         | 760   |
|                        | 12,0 a 23,9              | 643  |             |              | 6         | 3        | 2     | 60    |            |          | 1           | 17      | 1          | 14           | 12          | 9         | 15          | 6           | 7           | 9          | 60         | 865   |
|                        | 24,0 a 35,9              | 410  | 2           | 1            | 29        | 8        | 4     | 18    |            |          | 1           | 23      |            | 8            | 10          |           | 4           |             | 3           | 13         | 57         | 591   |
|                        | 36,0 a 59,9              | 496  | 3           |              | 16        | 3        | 1     | 47    |            |          |             | 61      | 3          | 2            | 2           | 19        |             |             | 3           | 13         | 105        | 774   |
|                        | 60,0 a 119,9             | 451  |             |              | 33        | 2        | 3     | 27    |            |          |             | 28      | 1          | 4            | 2           | 6         | 6           |             | 1           | 10         | 49         | 623   |
|                        | 120,0 ou mais            | 255  |             |              | 8         |          | 1     | 16    |            |          | 7           | 2       | 3          |              | 1           | 3         |             |             | 1           | 3          | 20         | 320   |
| Sem Informação         | 10                       |  |             | 1            |           |          | 4     |       |            |          | 1           |         |            |              |             |           |             |             |             | 16         | 16         |       |
| OCUPAÇÕES TRANSVERSAIS | Até 2,9                  | 3.455  |             |              | 11        | 6        | 4     | 167   | 1          | 58       | 47          |         | 1          | 20           | 6           |           |             | 2           | 3           | 169        | 3.950      |       |
|                        | 3,0 a 5,9                | 3.266  | 6           |              | 9         | 14       | 8     | 225   | 9          | 74       | 19          | 4       | 5          | 7            | 14          | 50        | 2           | 2           | 7           | 135        | 3.856      |       |
|                        | 6,0 a 11,9               | 4.726  |             |              | 8         | 16       | 11    | 514   | 8          | 79       | 35          | 6       | 6          | 11           | 26          | 57        |             | 2           | 1           | 14         | 207        | 5.727 |
|                        | 12,0 a 23,9              | 4.898  | 9           |              | 20        | 27       | 8     | 453   | 13         | 81       | 66          | 6       | 4          | 7            | 13          | 57        |             |             | 7           | 20         | 137        | 5.826 |
|                        | 24,0 a 35,9              | 3.344  | 3           |              | 20        | 22       | 10    | 301   | 14         | 33       | 19          | 7       | 4          | 17           | 10          | 37        |             | 2           | 6           | 12         | 145        | 4.006 |
|                        | 36,0 a 59,9              | 3.520  | 2           |              | 34        | 26       |       | 127   | 8          | 37       | 78          |         | 11         | 4            | 11          | 8         |             |             | 3           | 4          | 160        | 4.039 |
|                        | 60,0 a 119,9             | 2.886  | 2           |              | 15        | 19       |       | 130   | 12         | 63       | 51          | 2       | 2          |              | 3           | 3         | 4           | 2           | 40          | 102        | 3.336      |       |
|                        | 120,0 ou mais            | 1.880  |             |              | 2         | 22       | 2     | 78    |            | 9        | 16          |         | 2          |              | 4           |           |             |             | 6           | 23         | 2.044      |       |
| Sem Informação         | 74                       |  |             |              |           |          | 4     |       |            | 6        |             |         |            |              |             |           |             |             |             | 2          | 86         |       |
| Total Geral            |                          | 31.951   | 34          | 1            | 282       | 191      | 68    | 2.351 | 65         | 453      | 528         | 37      | 115        | 174          | 135         | 308       | 21          | 51          | 186         | 1.599      | 38.550     |       |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

## 6.9 Horas Contratadas

Usando a mesma base de dados ainda é possível aferir a jornada semanal de trabalho. A quantidade de horas semanais ajuda a conhecer melhor a natureza dos contratos de trabalho para além do tempo de contratação. Embora em alguns domínios, como o caso do Audiovisual, da Publicidade, Eventos, muitos contratos sejam por projetos e no caso de Mídias, as jornadas legais sejam de 36 horas semanais, em muitas atividades os contratos são de uma diária que varia de 7 a 10 horas, situação comum em atividades criativas por projetos. Entretanto, a maior frequência é de jornadas de trabalho de 40 a 44 horas semanais. Essa variação

é perceptível nas tabelas a seguir que mostram a situação em cada Círculo Dinâmico.

O Círculo das Atividades Criativas Primárias, inicia-se por ele, consta na Tabela 63. O dados apresentam as quantidades de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal, na RAIS 2021, por Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), empresas com atividades econômicas diretamente criativas por RA, por Domínios Criativos e faixa de horas contratadas semanais. Observa-se que no domínio de *Criação Literária* na RA de Brasília existem 168 vínculos ativos na faixa de horas contratadas entre 21 a 30 horas semanais. Em seguida, na mesma RA, o domínio de *Criação Visual e Plástica*, há 49 vínculos ativos entre 41 horas a 44 horas semanais contratadas.

Tabela 63 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Horas Contratadas por Nível C1.

| Região Administrativa | C1 -Atividades Criativas Primárias |           |                   |          |          |                 |          |           |                  |           | Total Geral |
|-----------------------|------------------------------------|-----------|-------------------|----------|----------|-----------------|----------|-----------|------------------|-----------|-------------|
|                       | ARTESANATO                         |           | CRIAÇÃO LITERÁRIA |          |          | CRIAÇÃO MUSICAL |          |           | CRIAÇÃO VISUAL E |           |             |
|                       | 31 a 40                            | 41 a 44   | 21 a 30           | 41 a 44  | NA       | 21 a 30         | 31 a 40  | 41 a 44   | 31 a 40          | 41 a 44   |             |
| BRASILIA              | 1                                  | 5         | 168               | 3        | 3        | 9               |          | 18        | 6                | 49        | 262         |
| CEILANDIA             |                                    |           |                   |          |          |                 |          |           |                  | 2         | 2           |
| CRUZEIRO              |                                    |           |                   |          |          |                 |          | 4         |                  |           | 4           |
| LAGO SUL              |                                    | 6         |                   |          |          |                 |          |           |                  |           | 6           |
| PLANALTINA            |                                    | 2         |                   |          |          |                 |          |           |                  |           | 2           |
| SAO SEBAST            |                                    |           |                   |          |          |                 |          | 2         |                  |           | 2           |
| SOBRADINHO            |                                    | 3         |                   |          |          |                 | 3        |           |                  |           | 6           |
| TAGUATINGA            | 2                                  | 9         |                   |          |          |                 |          |           |                  |           | 11          |
| <b>Total Geral</b>    | <b>3</b>                           | <b>25</b> | <b>168</b>        | <b>3</b> | <b>3</b> | <b>9</b>        | <b>3</b> | <b>24</b> | <b>6</b>         | <b>51</b> | <b>295</b>  |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

A Tabela 64 apresenta as jornadas de trabalho contratadas no âmbito das atividades criativas do Círculo das Indústrias Culturais. Mostra as quantidades de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal, na RAIS 2021, por classificação de ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1) de empresas com atividades econômicas diretamente criativas por RA, por Domínios Criativos e faixa de horas contratadas semanais. Existem 5.472 vínculos ativos observados. Nela, verifica-se que, no domínio de *Livros e Editorial*, na RA de Brasília, há 1.432 vínculos ativos entre 21 horas a 30 horas semanais contratadas, evidenciando-se contratações para este domínio de meio período (expediente). E ainda, no Domínio Criativo do *Design*, há uma distribuição concentrada em *Brasília* (618), depois vêm as RAs *Guará* (180) e *Taguatinga* (121). Em todos os Domínios, da mesma forma, o maior número de vínculos ativos concentra as jornadas de trabalho na faixa entre 41 horas a 44 horas semanais contratadas.

Tabela 64 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Horas Contratadas por Nível C2.

| DOMÍNIO CRIATIVOS             | HORAS CONTRATADAS | REGIÃO ADMINISTRATIVA - C2 - Indústrias Culturais |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           | Total Geral |            |            |            |
|-------------------------------|-------------------|---|-------------|-----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|------------|--------------|-------------|-----------|-------------|------------|------------|------------|
|                               |                   | BRASILIA  | BRAZILANDIA | CEILANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PLANALTIMA | REC DAS EMAS | RACHO FUNDI | SAMAMBAMA |             | SÃO SEBAST | SOBRADINHO | TAGUATINGA |
| DESIGN                        | Até 12            |   |             |           |          |      | 1     |            |          |             |            |              |             |           |             | 2          | 3          |            |
|                               | 13 a 15           |   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |             | 2          | 2          |            |
|                               | 16 a 20           | 7   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |             |            | 7          |            |
|                               | 21 a 30           | 11  |             |           |          |      | 2     |            |          |             |            |              |             |           |             | 11         | 24         |            |
|                               | 31 a 40           | 368   |             | 3         |          |      | 3     |            |          | 1           |            | 6            |             |           | 3           | 20         | 404        |            |
| 41 a 44                       | 618               |   | 26          | 2         | 11       | 180  | 3     | 46         | 6        | 1           | 3          | 2            | 13          | 4         | 27          | 121        | 1.063      |            |
| SEM INFORMAÇÃO                | 5                 |   |             |           |          | 1    |       |            |          |             | 2          |              |             |           |             |            | 8          |            |
| ESPETÁCULOS                   | Até 12            | 33  |             |           |          |      |       | 9          | 4        |             |            |              |             |           |             | 4          | 50         |            |
|                               | 21 a 30           |   |             |           |          |      |       |            | 2        |             |            |              |             |           |             | 2          | 4          |            |
|                               | 41 a 44           | 22  |             | 6         |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |             |            | 28         |            |
| FOTOGRAFIA                    | Até 12            |   |             |           | 6        |      |       |            |          |             |            |              |             |           |             |            | 6          |            |
|                               | 21 a 30           | 44  |             |           |          |      |       |            |          |             | 4          |              |             |           |             |            | 48         |            |
|                               | 31 a 40           | 12  |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |             | 3          | 15         |            |
|                               | 41 a 44           | 51  | 1           | 3         | 6        | 3    | 10    |            | 3        |             |            |              | 84          |           | 1           | 42         | 204        |            |
| SEM INFORMAÇÃO                |                   |   |             |           |          |      |       |            |          | 1           |            |              |             |           |             |            | 1          |            |
| INDÚSTRIA FONOGRAFICA         | 13 a 15           |   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |             | 36         | 36         |            |
|                               | 21 a 30           | 45  |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |             |            | 45         |            |
|                               | 31 a 40           | 36  |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |             |            | 36         |            |
|                               | 41 a 44           | 230   |             | 4         | 2        |      | 7     |            |          |             |            | 9            | 1           |           | 1           | 47         | 301        |            |
| SEM INFORMAÇÃO                | 3                 |   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |             |            | 3          |            |
| LIVROS E EDITORIAL            | Até 12            | 6   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |             |            | 6          |            |
|                               | 13 a 15           | 5   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |             |            | 5          |            |
|                               | 16 a 20           | 6   |             |           |          |      | 3     |            |          |             |            |              |             |           |             |            | 9          |            |
|                               | 21 a 30           | 1.432   |             |           |          | 7    |       |            | 1        |             |            |              |             |           |             |            | 1.440      |            |
|                               | 31 a 40           | 330   |             |           |          |      | 5     |            | 2        |             |            |              |             |           |             | 3          | 340        |            |
| 41 a 44                       | 939               |   | 6           |           | 2        | 22   | 5     | 7          | 2        | 1           | 3          |              | 1           | 6         | 43          | 1.037      |            |            |
| SEM INFORMAÇÃO                | 60                |   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |             |            | 60         |            |
| PATRIMONIO NATURAL E CULTURAL | Até 12            |   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              | 4           |           |             |            | 4          |            |
|                               | 21 a 30           | 21  |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |             |            | 21         |            |
| CULTURAL                      | 31 a 40           | 94  |             |           |          |      | 10    |            |          |             |            |              |             |           |             | 5          | 109        |            |
|                               | 41 a 44           | 108   |             | 1         |          |      | 28    |            |          |             |            |              |             |           |             | 2          | 139        |            |
|                               | SEM INFORMAÇÃO    | 17  |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |             |            | 17         |            |
| Total Geral                   |                   | 4.503   | 1           | 49        | 16       | 23   | 267   | 22         | 62       | 12          | 2          | 19           | 11          | 103       | 10          | 32         | 343        | 5.475      |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Os dados a seguir já mostram a situação das jornadas no Círculo das Indústrias Criativas Complexas. Há também uma concentração de contratos com jornadas de 40 a 44 horas, todavia, como é recorrente neste domínio contratos por projetos e jornadas menores determinadas pela legislação trabalhista, verifica-se uma variação bem maior de turnos de trabalho. As Tabelas 65 e 66 apresentam as quantidades de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal, na RAIS 2021, por classificação de ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1) das empresas com atividades econômicas diretamente criativas por RA, Domínios Criativos e faixa de horas semanais contratadas. O Domínio Criativo de *Software* se destaca na RA de Brasília nas faixas entre 31 a 40 horas (4.110) e 41 horas a 44 horas semanais contratadas (3.902). Em seguida, observa-se o domínio de *Gastronomia* na mesma RA, na faixa de 41 a 44 horas semanais contratadas (2.758).

Tabela 65 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Horas Contratadas por Nível C3 (parte 1).

| DOMÍNIO CRIATIVOS       | HORAS CONTRATADAS | REGIÃO ADMINISTRATIVA - C3 - Indústrias Criativas Complexas |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           | Total Geral |             |            |            |            |
|-------------------------|-------------------|---|-------------|-----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|---------|------------|--------------|-------------|-----------|-------------|-------------|------------|------------|------------|
|                         |                   | BRASILIA  | CANDANGOLAN | CEILANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PARANOA | PLANALTINA | REC DAS EMAS | RIACHO FUND | SAMAMBALA |             | SANTA MARIA | SAO SEBAST | SOBRADINHO | TAGUATINGA |
| ARQUITETURA             | Até 12            |   |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             | 2          | 2          |            |
|                         | 16 a 20           |   |             |           |          |      | 3     |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            | 3          |            |
|                         | 21 a 30           | 27  |             |           |          |      | 3     | 3          |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            | 33         |            |
|                         | 31 a 40           | 130   |             |           |          |      | 15    | 21         |          |             |         |            |              |             |           |             |             | 6          | 172        |            |
|                         | 41 a 44           | 139   |             | 6         | 20       |      | 69    | 9          | 3        |             |         |            |              |             | 2         |             | 11          | 48         | 307        |            |
| SEM INFORMAÇÃO          | 13                |   |             |           |          | 1    |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             | 3           | 17         |            |            |
| AUDIOVISUAL             | Até 12            |   |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            | 2          |            |
|                         | 13 a 15           | 1   |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            | 1          |            |
|                         | 16 a 20           | 9   |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              | 6           |           |             |             | 15         |            |            |
|                         | 21 a 30           | 647   |             |           |          |      | 3     | 10         |          |             |         |            |              |             |           |             | 33          | 6          | 699        |            |
|                         | 31 a 40           | 833   |             |           |          |      | 6     | 5          |          |             |         |            |              | 3           |           |             | 45          | 3          | 895        |            |
| 41 a 44                 | 731               |   | 3           |           |          | 55   | 9     |            |          |             | 4       | 8          | 16           | 9           |           | 28          | 115         | 978        |            |            |
| SEM INFORMAÇÃO          | 40                |   |             |           |          | 3    |       |            | 1        |             | 2       |            |              |             |           | 3           |             | 49         |            |            |
| EDUCAÇÃO P&D            | Até 12            |   |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            | 7          |            |
|                         | 13 a 15           | 1   |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            | 3          |            |
|                         | 16 a 20           | 13  |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              | 2           |           |             |             | 2          | 17         |            |
|                         | 21 a 30           | 25  |             |           | 2        |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             | 3           |            | 30         |            |
|                         | 31 a 40           | 677   |             |           |          |      | 23    |            | 12       | 3           |         |            |              |             |           |             | 3           | 29         | 747        |            |
| 41 a 44                 | 628               | 2   | 3           | 17        |          | 144  |       | 27         | 9        |             | 3       | 2          | 4            | 12          |           |             | 81          | 932        |            |            |
| SEM INFORMAÇÃO          | 110               |   |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             | 110        |            |            |
| EVENTOS, FEIRAS, FESTAS | 13 a 15           |   |             |           |          |      | 2     |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            | 2          |            |
|                         | 16 a 20           | 2   |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            | 2          |            |
|                         | 21 a 30           | 21  |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            | 21         |            |
|                         | 31 a 40           | 17  |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            | 17         |            |
|                         | 41 a 44           | 151   |             |           |          | 2    |       |            |          |             | 5       |            |              |             |           |             |             |            | 189        |            |
| SEM INFORMAÇÃO          | 1                 |   |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             | 31          | 1          |            |            |
| Subtotal                |                   | 4.216   | 2           | 12        | 39       | 2    | 327   | 57         | 44       | 18          | -       | 7          | 12           | 31          | 23        | -           | -           | 135        | 326        | 5.251      |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Tabela 66 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Horas Contratadas por Nível C3 (parte 2).

| DOMÍNIO CRIATIVOS | HORAS CONTRATADAS | REGIÃO ADMINISTRATIVA - C3 - Indústrias Criativas Complexas |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           | Total Geral |             |            |            |            |
|-------------------|-------------------|---|-------------|-----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|---------|------------|--------------|-------------|-----------|-------------|-------------|------------|------------|------------|
|                   |                   | BRASILIA  | CANDANGOLAN | CEILANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PARANOA | PLANALTINA | REC DAS EMAS | RIACHO FUND | SAMAMBALA |             | SANTA MARIA | SAO SEBAST | SOBRADINHO | TAGUATINGA |
| GASTRONOMIA       | Até 12            | 4   |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 4          |
|                   | 13 a 15           |   |             |           |          |      | 4     |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 4          |
|                   | 21 a 30           |   |             |           |          |      | 4     |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 4          |
|                   | 31 a 40           | 30  |             |           |          |      | 1     |            | 1        |             |         |            |              |             |           |             |             |            | 12         | 44         |
|                   | 41 a 44           | 2.758   |             | 10        |          | 12   | 9     | 10         | 13       | 4           | 11      |            |              | 12          | 4         |             | 28          | 92         | 2.963      |            |
| SEM INFORMAÇÃO    | 1                 |   |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            | 1          |            |
| JOGOS E GAMES     | 21 a 30           | 3   |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 3          |
|                   | 31 a 40           | 11  |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 11         |
|                   | 41 a 44           | 40  |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             | 3          | 43         |            |
| MÍDIA (RADIO/TV)  | 21 a 30           | 43  |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 43         |
|                   | 31 a 40           | 227   |             |           | 6        |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             | 5           |            |            | 238        |
|                   | 41 a 44           | 73  |             | 9         | 3        |      | 7     |            |          |             |         |            |              |             |           | 6           | 3           | 22         | 123        |            |
| MODA              | Até 12            |   |             |           |          |      | 6     |            |          | 21          |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 27         |
|                   | 31 a 40           | 6   |             |           |          |      |       | 6          |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 12         |
|                   | 41 a 44           | 29  |             | 23        | 2        | 9    | 147   |            | 9        | 114         | 3       | 15         |              | 3           | 39        |             | 2           | 5          | 805        | 1.205      |
| PUBLICIDADE       | Até 12            | 5   |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 5          |
|                   | 16 a 20           | 6   |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 6          |
|                   | 21 a 30           | 54  |             |           |          |      |       | 3          |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 57         |
|                   | 31 a 40           | 1.625   |             |           | 3        |      | 71    |            |          | 17          |         |            | 5            |             |           |             |             |            | 37         | 1.758      |
|                   | 41 a 44           | 1.049   |             | 4         | 10       | 21   | 208   | 3          | 25       | 11          |         | 2          | 2            | 12          | 6         |             | 1           | 1          | 203        | 1.558      |
| SEM INFORMAÇÃO    | 186               |   |             |           |          | 4    |       |            |          |             |         | 1          |              | 3           |           |             |             |            | 190        |            |
| SOFTWARE          | Até 12            | 2   |             |           |          |      | 4     |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 8          |
|                   | 13 a 15           |   |             | 2         |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 6          |
|                   | 16 a 20           | 20  |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 22         |
|                   | 21 a 30           | 198   |             |           | 6        |      | 3     |            |          | 1           |         |            |              |             |           |             |             |            | 9          | 217        |
|                   | 31 a 40           | 4.110   |             | 1         | 2        |      | 27    | 3          | 1        | 58          |         |            |              |             | 2         |             |             |            | 133        | 4.337      |
| 41 a 44           | 3.902             |   | 16          | 84        | 4        | 250  | 2     | 20         | 24       |             | 1       | 6          |              | 5           | 2         | 1           | 4           | 239        | 4.560      |            |
| SEM INFORMAÇÃO    | 434               |   |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            | 4          | 442        |
| TURISMO           | 31 a 40           | 3   |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 4          |
|                   | 41 a 44           | 3   |             |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |             |            |            | 4          |
| Subtotal          |                   | 14.822  | -           | 65        | 116      | 46   | 741   | 21         | 74       | 255         | 3       | 29         | 14           | 15          | 67        | 6           | 15          | 41         | 1.569      | 17.899     |
| Total Geral       |                   | 19.038  | 2           | 77        | 155      | 48   | 1.068 | 78         | 118      | 273         | 3       | 36         | 26           | 46          | 90        | 6           | 15          | 176        | 1.895      | 23.150     |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

No Domínio Criativo de Ocupações Transversais, igualmente, registra-se uma concentração de jornada de 40 a 44 horas semanais, mas também mais variação na faixa das 30 horas semanais. A Tabela 67 apresenta as quantidades, com a mesma referência de dados:

vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal, na RAIS 2021, por classificação de ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1) das empresas com atividades econômicas diretamente criativas por RA, Domínios Criativos e faixa de horas semanais contratadas. Observa-se um destaque maior na RA de *Brasília* nas faixas de 31 a 40 horas semanais contratadas (14.298) na faixa de 41 a 44 horas (11.036) de vínculos ativos.

Tabela 67 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Horas Contratadas por Nível C4.

| DOMÍNIO CRIATIVOS      | HORAS CONTRATADAS | REGIÃO ADMINISTRATIVA - C4 - Atividades Relacionadas |             |             |           |          |       |       |            |          |             |         |            |              |              |          |             | Total Geral |            |            |            |
|------------------------|-------------------|--|-------------|-------------|-----------|----------|-------|-------|------------|----------|-------------|---------|------------|--------------|--------------|----------|-------------|-------------|------------|------------|------------|
|                        |                   | BRASILIA   | BRAZILANDIA | CANDANGOLAN | CEILANDIA | CRUZEIRO | GUAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PARANAO | PLANALTINA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMAMBIA | SANTA MARIA |             | SVO SEBAST | SOBRADINHO | TAGUATINGA |
| ESPORTE E LAZER        | Até 12            | 4  |             |             |           | 4        |       |       |            |          |             |         |            |              |              |          |             |             |            |            | 8          |
|                        | 21 a 30           | 12   |             |             |           |          |       |       |            |          |             |         |            |              |              |          |             |             |            |            | 12         |
|                        | 31 a 40           | 37   |             |             |           |          |       |       |            |          |             |         |            |              |              |          |             |             |            |            | 37         |
|                        | 41 a 44           | 65   |             |             | 6         | 10       | 2     | 22    |            | 2        | 10          |         |            | 14           |              | 6        |             |             | 2          | 53         | 192        |
|                        | SEM INFORMAÇÃO    | 3  |             |             | 46        |          |       |       |            |          |             |         |            |              |              |          |             |             |            |            |            |
| INFRAESTRUTURA         | Até 12            | 3  |             |             |           |          |       | 3     |            |          | 6           |         |            |              |              |          |             |             |            |            | 28         |
|                        | 13 a 15           | 1  |             |             |           |          |       | 4     |            |          |             |         |            |              |              |          |             |             |            |            | 1          |
|                        | 16 a 20           | 12   |             |             | 2         |          |       | 3     |            |          | 1           |         |            |              |              |          |             |             |            |            | 1          |
|                        | 21 a 30           | 157  |             |             | 1         |          | 1     | 7     |            |          | 32          |         |            | 3            | 2            | 15       | 42          |             |            | 9          | 3          |
|                        | 31 a 40           | 2.145  | 1           |             | 6         |          |       | 93    |            |          | 83          |         |            | 3            | 2            | 15       | 42          |             |            | 60         | 15         |
| OCUPAÇÕES TRANSVERSAIS | 41 a 44           | 1.451  | 11          | 1           | 102       | 25       | 16    | 218   |            |          | 11          | 65      | 12         | 78           | 110          | 19       | 42          | 11          | 28         | 60         | 418        |
|                        | SEM INFORMAÇÃO    | 12   |             |             |           |          |       | 2     |            |          |             |         |            |              |              |          |             |             |            | 9          | 24         |
|                        | Até 12            | 257  | 2           |             | 1         | 48       | 6     | 30    | 12         | 59       |             |         |            | 4            | 2            | 36       | 4           | 4           | 6          | 8          | 158        |
|                        | 13 a 15           | 35   |             |             | 4         | 6        | 2     |       |            | 2        |             |         |            |              |              | 2        |             |             |            | 10         | 22         |
|                        | 16 a 20           | 149  |             |             | 6         | 14       |       | 9     |            | 28       | 1           |         |            |              | 6            |          |             |             |            | 14         | 19         |
| OCUPAÇÕES TRANSVERSAIS | 21 a 30           | 1.750  | 4           |             |           | 24       | 2     | 71    | 6          | 55       | 49          | 4       | 16         | 12           | 14           | 4        | 2           | 5           | 11         | 62         | 2.091      |
|                        | 31 a 40           | 14.298   | 12          |             |           | 16       | 5     | 236   | 11         | 41       | 158         |         | 2          | 17           | 25           | 16       | 4           |             | 36         | 141        | 15.018     |
|                        | 41 a 44           | 11.036   | 4           |             | 108       | 44       | 34    | 1.651 | 36         | 250      | 89          | 21      | 12         | 14           | 18           | 191      |             | 12          | 27         | 639        | 14.186     |
|                        | SEM INFORMAÇÃO    | 524  |             |             |           |          |       | 2     |            | 1        | 32          |         |            |              | 2            |          |             |             |            | 39         | 603        |
|                        | Total Geral       | 31.951   | 34          | 1           | 282       | 191      | 68    | 2.351 | 65         | 453      | 528         | 37      | 115        | 174          | 135          | 308      | 21          | 51          | 186        | 1.599      | 38.550     |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

## 6.10 Escolaridade x Domínio Criativo x RA

Para aferir a relação de escolaridade conforme o Domínio Criativo, adotou-se a mesma lógica de cruzamento de dados, ou seja, as quantidades de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal, na RAIS 2021, por classificações de ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1) de empresas com atividades econômicas diretamente criativas, por Domínios Criativos e grau de escolaridade. A Tabela 68 mostra a situação do nível de escolaridade dos agentes (295) do C1 que na sua maioria (208) têm ensino superior. Os demais têm ensino médio completo e há ocorrência pequena de agentes apenas com o ensino fundamental.

No domínio de *Criação Literária*, na RA de Brasília (Plano Piloto), onde está a maioria dos agentes que atuam nas atividades primárias, por exemplo, existem 164 vínculos ativos com escolaridade *Superior Completo*. Em seguida, no Domínio Criativo de *Criação Visual e Plástica*, há 43 vínculos ativos com escolaridade *Superior*.

rior Completo. E ainda, no domínio de *Criação Musical*, há 27 vínculos ativos com *Ensino Médio Completo*.

Tabela 68 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Escolaridade por Nível C1.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | CI-Atividades Criativas Primárias |              |            |            |                   |             |           |          |                 |           |                  |           | Total Geral |
|-----------------------|-----------------------------------|--------------|------------|------------|-------------------|-------------|-----------|----------|-----------------|-----------|------------------|-----------|-------------|
|                       | ARTESANATO                        |              |            |            | CRIAÇÃO LITERÁRIA |             |           |          | CRIAÇÃO MUSICAL |           | CRIAÇÃO VISUAL E |           |             |
|                       | FUND. COMPL                       | MÉDIO INCOMP | MÉDIO COMP | SUP. COMP. | MÉDIO COMP        | SUP. INCOMP | SUP. COMP | MESTRADO | MÉDIO COMPL     | SUP. COMP | MÉDIO COMPL      | SUP. COMP |             |
| BRASILIA              |                                   |              | 6          |            | 1                 | 6           | 164       | 3        | 27              |           | 12               | 43        | 262         |
| CEILANDIA             |                                   |              |            |            |                   |             |           |          |                 |           | 2                |           | 2           |
| CRUZEIRO              |                                   |              |            |            |                   |             |           |          | 4               |           |                  |           | 4           |
| LAGO SUL              |                                   | 1            | 4          |            |                   |             |           |          |                 |           |                  |           | 6           |
| PLANALTINA            |                                   |              | 2          |            |                   |             |           |          |                 |           |                  |           | 2           |
| SAO SEBAST            |                                   |              |            |            |                   |             |           |          |                 | 2         |                  |           | 2           |
| SOBRADINHO            |                                   |              |            |            |                   |             |           |          | 3               |           |                  |           | 6           |
| TAGUATINGA            | 1                                 | 3            | 7          |            |                   |             |           |          |                 |           |                  |           | 11          |
| Total Geral           | 1                                 | 4            | 22         | 1          | 1                 | 6           | 164       | 3        | 31              | 5         | 14               | 43        | 295         |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Nas atividades criativas das Indústrias Culturais, o nível de qualificação dos agentes (5.475) chega até a certificação de mestrado (44) e doutorado (22). Um número destacável (60%) concluiu o ensino superior (3.257) e outra parte chegou a frequentar a universidade (568). Entre os outros agentes (40%) a maior parte (1.385) concluiu o ensino médio ou chegou até esse nível (60%). As Tabelas 69 e 70 mostram o domínio de *Livros e Editorial*, na RA de Brasília (Plano Piloto), onde se registra expressivo número de vínculos ativos com escolaridade de *Ensino Superior Completo* (2.065) e com *Ensino Médio Completo* (441). Verifica-se também o Domínio Criativo do *Design*, na RA Brasília (Plano Piloto), um grande grupo com grau de escolaridade *Ensino Superior Completo* (671) e com *Ensino Médio Completo* (394).

Tabela 69 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Escolaridade por Nível C2 (parte 1).

| DOMÍNIO CRIATIVO | Escolaridade | Região Administrativa - C2 - Indústrias Culturais |            |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            | Total Geral |            |            |            |
|------------------|--------------|---|------------|-----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|------------|--------------|--------------|------------|-------------|------------|------------|------------|
|                  |              | BRASILIA  | BRAZLANDIA | CEILANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PLANALTINA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMAMBIAIA |             | SAO SEBAST | SOBRADINHO | TAGUATINGA |
| DESIGN           | 6. A 9. FUND |   |            |           |          |      | 1     |            |          |             |            |              |              |            | 1           |            | 2          |            |
|                  | FUND COMPL   | 2   |            | 3         |          |      | 1     |            |          |             |            |              |              |            |             |            | 6          |            |
|                  | MÉDIO INCOMP | 5   |            |           |          |      | 1     |            |          |             |            |              |              |            |             |            | 11         |            |
|                  | MÉDIO COMPL  | 186   |            | 19        | 2        | 11   | 48    | 3          | 19       | 5           |            | 5            | 2            | 13         |             | 13         | 68         |            |
|                  | SUP. INCOMP  | 114   |            | 2         |          |      | 65    |            | 5        | 1           |            | 3            |              |            |             |            | 35         |            |
|                  | SUP. COMP    | 671   |            | 5         |          |      | 71    |            | 22       | 1           | 1          | 3            |              |            | 3           | 17         | 36         |            |
|                  | MESTRADO     | 16  |            |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |             |            |            | 16         |
| ESPETÁCULOS      | DOUTORADO    | 15  |            |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |             |            |            | 15         |
|                  | MÉDIO INCOMP | 2   |            |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |             |            |            | 2          |
|                  | MÉDIO COMPL  | 10  |            |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |             |            | 4          | 14         |
|                  | SUP. INCOMP  | 9   |            |           |          |      |       | 3          | 6        |             |            |              |              |            |             |            |            | 18         |
| FOTOGRAFIA       | SUP. COMP    | 30  |            | 6         |          |      |       | 6          |          |             |            |              |              |            |             |            | 2          | 44         |
|                  | DOUTORADO    | 4   |            |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |             |            |            | 4          |
|                  | ATE 5.A INC  | 3   |            |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |            |             |            |            | 3          |
|                  | FUND COMPL   |   |            |           | 6        |      |       |            |          |             |            |              |              |            |             |            |            | 6          |
|                  | MÉDIO INCOMP | 6   |            |           |          |      |       |            |          |             |            |              | 12           |            |             |            |            | 18         |
| FOTOGRAFIA       | MÉDIO COMPL  | 26  | 1          | 2         | 6        | 2    | 10    |            | 3        |             | 5          |              | 66           |            | 1           | 30         |            | 152        |
|                  | SUP. INCOMP  | 23  |            | 1         |          |      | 1     |            |          |             |            |              |              |            |             |            | 15         | 40         |
|                  | SUP. COMP    | 49  |            |           |          |      |       |            |          |             |            |              | 6            |            |             |            |            | 55         |
|                  | Subtotal     | 1.171   | 1          | 38        | 14       | 14   | 197   | 12         | 55       | 7           | 1          | 16           | 2            | 97         | 4           | 31         | 207        | 1.867      |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Tabela 70 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Escolaridade por Nível C2 (parte 2).

| DOMÍNIO CRIATIVO              | Escolaridade | Região Administrativa - C2 - Indústrias Culturais |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |            | Total Geral |            |            |
|-------------------------------|--------------|---|-------------|-----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|------------|--------------|-------------|-----------|------------|-------------|------------|------------|
|                               |              | BRASILIA  | BRAZILANDIA | CEILANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PLANALTIMA | REC DAS EMAS | RACHO FUNDO | SAMBABAIA | SAO SEBAST |             | SOBRADINHO | TAGUATINGA |
| INDÚSTRIA FONOGRAFICA         | 6. A 9. FUND |   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |            |             | 11         | 11         |
|                               | FUND COMPL   |   |             |           |          |      | 1     |            |          |             |            |              |             |           |            |             | 27         | 28         |
|                               | MEDIO INCOMP | 6   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |            |             |            | 6          |
|                               | MEDIO COMPL  | 191   |             | 4         | 2        |      | 6     |            |          |             |            | 9            | 1           |           | 1          |             | 45         | 259        |
|                               | SUP. INCOMP  | 45  |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |            |             |            | 45         |
|                               | SUP. COMP    | 72  |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |            |             |            | 72         |
| 5.A CO FUND                   | ATE 5.A INC  | 3   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |            |             |            | 3          |
|                               | 5.A CO FUND  | 6   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |            |             |            | 6          |
| LIVROS E EDITORIAL            | 6. A 9. FUND | 21  |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |            |             |            | 21         |
|                               | FUND COMPL   | 21  |             |           |          |      |       | 1          |          |             |            |              |             |           |            |             | 8          | 30         |
|                               | MEDIO INCOMP | 29  |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |            |             |            | 29         |
|                               | MEDIO COMPL  | 441   |             | 1         |          | 7    | 15    | 5          | 4        | 3           |            | 3            |             | 6         |            |             | 25         | 510        |
|                               | SUP. INCOMP  | 166   |             |           |          | 2    |       |            |          |             |            |              |             |           |            |             | 5          | 173        |
|                               | SUP. COMP    | 2.065   |             | 5         |          |      | 10    | 5          | 2        | 2           | 1          |              |             | 1         |            |             | 8          | 2.099      |
| PATRIMONIO NATURAL E CULTURAL | MESTRADO     | 26  |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |            |             |            | 26         |
|                               | 6. A 9. FUND |   |             |           |          |      | 5     |            |          |             |            |              |             |           |            |             |            | 5          |
|                               | MEDIO COMPL  | 29  |             | 1         |          |      | 23    |            |          |             |            |              | 2           |           |            |             | 1          | 56         |
|                               | SUP. INCOMP  | 55  |             |           |          |      | 8     |            |          |             |            |              | 2           |           |            |             | 2          | 67         |
|                               | SUP. COMP    | 154   |             |           |          |      | 2     |            |          |             |            |              |             |           |            |             | 1          | 157        |
|                               | MESTRADO     | 2   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |            |             |            | 2          |
| DOUTORADO                     |              |   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |             |           |            | 3           | 3          |            |
| Subtotal                      |              | 3.332   | -           | 11        | 2        | 9    | 70    | 10         | 7        | 5           | 1          | 3            | 9           | 6         | 6          | 1           | 136        | 3.608      |
| Total Geral                   |              | 4.503   | 1           | 49        | 16       | 23   | 267   | 22         | 62       | 12          | 2          | 19           | 11          | 103       | 10         | 32          | 343        | 5.475      |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Nas atividades das Indústrias Criativas Complexas também é altíssimo o nível de qualificação dos agentes (23.150). Além de registrar a certificação de mestrado (234) e doutorado (362), o número de profissionais com ensino superior (13.171) é impactante. Somando graduados, mestres e doutores passa-se da metade dos agentes (60%).

Entre os demais agentes (40%), grande parte (5.412) concluiu o ensino médio e poucos (587) têm o ensino médio incompleto. Essa qualificação aparece de forma evidente nas Tabelas 71, 72 e 73, nos domínios de *Software*, *Publicidade*, *Audiovisual* e *Gastronomia*. Na Tabela 71 abaixo, o Audiovisual, por exemplo, registra mais de mil (1.062) agentes com ensino superior completo e com ensino médio completo (1.414).

Tabela 71 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Escolaridade por Nível C3 (parte 1).

| DOMÍNIO CRIATIVO | Escolaridade | REGIAO ADMINISTRATIVA - C3 - Indústrias Criativas Complexas |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           | Total Geral |            |            |            |            |
|------------------|--------------|---|----------------|-----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|---------|------------|--------------|-------------|-----------|-------------|------------|------------|------------|------------|
|                  |              | BRASILIA  | CANDANGOLANDIA | CEILANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PARANOA | PLANALTIMA | REC DAS EMAS | RACHO FUNDO | SAMBABAIA |             | SANTAMARIA | SAO SEBAST | SOBRADINHO | TAGUATINGA |
| ARQUITETURA      | MEDIO INCOMP | 1   |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |            |            |            | 1          |
|                  | MEDIO COMPL  | 16  |                | 6         |          |      | 19    | 21         |          |             |         |            |              | 2           |           |             |            |            | 20         | 84         |
|                  | SUP. COMP    | 272   |                |           | 20       |      | 69    | 6          | 3        |             |         |            |              |             |           |             | 20         |            | 16         | 406        |
|                  | SUP. INCOMP  | 15  |                |           |          |      | 3     | 6          |          |             |         |            |              |             |           |             |            |            | 14         | 38         |
|                  | MESTRADO     | 5   |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |            |            |            | 5          |
|                  | ATE 5.A INC  | 3   |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |            |            |            | 3          |
| AUDIOVISUAL      | 6. A 9. FUND | 24  |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |            |            | 1          | 25         |
|                  | FUND COMPL   | 33  |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             | 9          |            | 10         | 52         |
|                  | MEDIO INCOMP | 48  |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              | 1           |           |             |            |            |            | 49         |
|                  | MEDIO COMPL  | 931   |                | 3         |          |      | 20    | 16         |          |             |         | 1          | 9            | 21          |           |             |            | 64         | 70         | 1.135      |
|                  | SUP. INCOMP  | 244   |                |           |          |      | 20    |            |          |             |         | 1          |              |             |           |             |            | 3          | 21         | 289        |
|                  | SUP. COMP    | 954   |                |           |          |      | 27    | 8          |          | 1           |         | 2          | 1            | 3           | 9         |             |            | 33         | 24         | 1.062      |

|                         |              |       |   |    |    |   |     |    |    |    |   |   |    |    |    |   |   |     |     |       |    |
|-------------------------|--------------|-------|---|----|----|---|-----|----|----|----|---|---|----|----|----|---|---|-----|-----|-------|----|
|                         | MESTRADO     | 37    |   |    |    |   |     |    |    |    |   |   |    |    |    |   |   |     |     |       | 37 |
|                         | DOUTORADO    | 44    |   |    |    |   | 1   |    |    |    |   |   |    |    |    |   |   |     |     |       | 45 |
|                         | FUND COMPL   | 6     |   |    |    |   |     |    |    |    |   |   |    |    |    |   |   |     |     |       | 6  |
| EVENTOS, FEIRAS, FESTAS | MEDIO INCOMP | 3     |   |    |    |   |     |    |    |    |   |   |    |    |    |   |   |     |     |       | 3  |
|                         | MEDIO COMPL  | 53    |   |    |    |   | 2   | 2  |    |    | 5 |   |    |    |    |   |   |     |     |       | 17 |
|                         | SUP. INCOMP  | 8     |   |    |    |   |     |    |    |    |   |   |    |    |    |   |   |     |     |       | 8  |
|                         | SUP. COMP    | 119   |   |    |    |   |     |    |    |    |   |   |    |    |    |   |   |     |     |       | 14 |
|                         | MESTRADO     | 3     |   |    |    |   |     |    |    |    |   |   |    |    |    |   |   |     |     |       | 3  |
|                         | Subtotal     | 4.216 | 2 | 12 | 39 | 2 | 327 | 57 | 44 | 18 | - | 7 | 12 | 31 | 23 | - | - | 135 | 326 | 5.251 |    |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

No domínio de Gastronomia, Tabela 72, que abriga a maior variação no nível de escolaridade, um percentual importante tem *Ensino Médio Completo* (1.717).

Tabela 72 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Escolaridade por Nível C3 (parte 2).

| DOMÍNIOS CRIATIVOS | Escolaridade | REGIÃO ADMINISTRATIVA - C3 - Indústrias Criativas Complexas |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            | Total Geral |            |     |    |
|--------------------|--------------|---|----------------|-----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|---------|------------|--------------|--------------|-----------|-------------|------------|------------|-------------|------------|-----|----|
|                    |              | BRASILIA  | CANDANGOLANDIA | CEILANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PARANAO | PLANALTIMA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMBABAIA | SANTA MARIA | SAO SEBAST | SOBRADINHO |             | TAGUATINGA |     |    |
| GASTRONOMIA        | ANALFABETO   | 7   |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 7   |    |
|                    | ATE 5.A INC  | 43  |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 43  |    |
|                    | 5.A CO FUND  | 43  |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 43  |    |
|                    | 6. A 9. FUND | 162   |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 164 |    |
|                    | FUND COMPL   | 370   |                |           |          |      |       |            |          |             | 1       |            | 2            |              |           |             |            |            | 2           |            | 377 |    |
|                    | MEDIO INCOMP | 301   |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 327 |    |
|                    | MEDIO COMPL  | 1.717   |                |           | 10       |      | 10    | 14         | 5        | 4           | 4       |            | 9            |              |           | 8           |            |            |             | 4          | 4   | 17 |
|                    | SUP. INCOMP  | 48  |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            |     | 4  |
|                    | SUP. COMP    | 101   |                |           |          |      |       | 2          | 2        |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            |     | 5  |
|                    | MESTRADO     | 1   |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            |     |    |
| FUND COMPL         | 2            |   |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            |     |    |
| JOGOS E GAMES      | MEDIO COMPL  | 14  |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 14  |    |
|                    | SUP. INCOMP  | 10  |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 10  |    |
|                    | SUP. COMP    | 28  |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 3   |    |
| MÍDIA (RADIO/TV)   | FUND COMPL   |   |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 3   |    |
|                    | MEDIO INCOMP | 3   |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 3   |    |
|                    | MEDIO COMPL  | 82  |                |           | 9        |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 11  |    |
|                    | SUP. INCOMP  | 21  |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 3   |    |
|                    | SUP. COMP    | 225   |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 6   |    |
|                    | MESTRADO     | 9   |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 3   |    |
| DOUTORADO          | 3            |   |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 3   |    |
| Subtotal           |              | 3.190   | -              | 19        | 9        | 12   | 25    | 10         | 13       | 5           | -       | 11         | -            | -            | 12        | 4           | 11         | 31         | 129         | 3.481      |     |    |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

A Tabela 73 mostra, entre outros, os casos dos domínios de *Software* (6.346) e *Publicidade* (2.448) com *Ensino Superior Completo*, cujas principais atividades estão na RA de Brasília (Plano Piloto).

Tabela 73- Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Escolaridade por Nível C3 (parte 3).

| DOMÍNIO CRIATIVO | Escolaridade | REGIÃO ADMINISTRAÇÃO - C3 - Indústrias Criativas Complexas |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            | Total Geral |            |     |
|------------------|--------------|--|----------------|-----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|---------|------------|--------------|--------------|-----------|-------------|------------|------------|-------------|------------|-----|
|                  |              | BRASILIA   | CANDANGOLANDIA | CEILANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PARANAO | PLANALTIMA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMBABAIA | SANTA MARIA | SAO SEBAST | SOBRADINHO |             | TAGUATINGA |     |
| MODA             | ATE 5.A INC  |  |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 3   |
|                  | 6. A 9. FUND | 3  |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 33  |
|                  | FUND COMPL   |  |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 114 |
|                  | MEDIO INCOMP | 5  |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 109 |
|                  | MEDIO COMPL  | 24   |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 519 |
|                  | SUP. INCOMP  |  |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 15  |
|                  | SUP. COMP    | 3  |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 15  |
|                  | 6. A 9. FUND | 3  |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 3   |
|                  | FUND COMPL   | 16   |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 3   |
|                  | MEDIO INCOMP | 3  |                |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |            |             |            | 2   |

|             |               |        |   |    |     |    |       |     |     |     |    |    |    |    |    |   |    |     |       |        |
|-------------|---------------|--------|---|----|-----|----|-------|-----|-----|-----|----|----|----|----|----|---|----|-----|-------|--------|
| PUBLICIDADE | MEDIO COMPL   | 168    |   | 2  | 4   | 21 |       | 42  | 3   | 2   | 11 |    | 2  |    | 6  | 9 |    | 1   | 98    | 369    |
|             | SUP. INCOMPL  | 206    |   |    |     |    |       | 33  | 3   | 2   | 3  |    |    |    |    |   |    |     | 43    | 290    |
|             | SUP. COMP     | 2.448  |   | 2  | 9   |    |       | 196 |     | 21  | 14 |    | 8  | 6  |    |   | 1  |     | 91    | 2.796  |
|             | MESTRADO      | 51     |   |    |     |    |       | 7   |     |     |    |    |    |    |    |   |    |     | 3     | 61     |
|             | DOUTORADO     | 30     |   |    |     |    |       |     |     |     |    |    |    |    |    |   |    |     |       | 30     |
| SOFTWARE    | ANALFABETO    | 6      |   |    |     |    |       |     |     |     |    |    |    |    |    |   |    |     |       | 6      |
|             | ATE 5.A INC   | 3      |   |    |     |    |       |     |     |     |    |    |    |    |    |   |    |     |       | 3      |
|             | 6. A 9. FUND  | 4      |   |    |     |    |       |     |     |     |    |    |    |    |    |   | 1  |     |       | 5      |
|             | FUND COMPL    | 34     |   |    |     |    | 3     |     | 2   |     |    |    |    |    |    |   |    | 1   | 9     | 49     |
|             | MEDIO INCOMPL | 10     |   |    |     |    |       |     |     |     |    |    |    |    |    |   |    | 1   | 1     | 12     |
|             | MEDIO COMPL   | 526    |   |    |     |    | 9     | 16  | 4   | 38  | 2  |    | 1  | 2  |    | 2 | 2  | 2   | 58    | 677    |
|             | SUP. INCOMPL  | 1.364  |   |    |     |    | 1     | 27  |     | 34  |    |    |    |    |    | 2 |    |     | 61    | 1.507  |
|             | SUP. COMP     | 6.346  |   |    |     |    | 8     | 49  |     | 209 | 3  | 13 | 58 |    | 4  |   | 3  |     | 261   | 6.954  |
|             | MESTRADO      | 97     |   |    |     |    | 1     |     |     |     |    |    |    |    |    |   |    |     | 3     | 103    |
|             | DOUTORADO     | 276    |   |    |     |    |       |     |     |     |    |    |    |    |    |   |    |     |       | 276    |
| TURISMO     | FUND COMPL    |        |   |    |     |    |       |     |     |     |    |    |    |    |    |   |    |     | 1     | 1      |
|             | MEDIO COMPL   |        |   |    |     |    |       |     |     |     |    |    |    |    |    |   |    |     | 1     | 1      |
|             | SUP. INCOMPL  |        |   |    |     |    |       |     |     |     |    |    |    |    |    |   |    |     |       | 3      |
|             | SUP. COMP     | 3      |   |    |     |    |       |     |     |     |    |    |    |    |    |   |    |     |       | 3      |
| Subtotal    |               | 11.632 | - | 46 | 107 | 34 | 716   | 11  | 61  | 250 | 3  | 18 | 14 | 15 | 55 | 2 | 4  | 10  | 1.440 | 14.418 |
| Total Geral |               | 19.038 | 2 | 77 | 155 | 48 | 1.068 | 78  | 118 | 273 | 3  | 36 | 26 | 46 | 90 | 6 | 15 | 176 | 1.895 | 23.150 |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Nas Atividades Relacionadas o quadro de escolaridade é ainda maior. O nível de qualificação dos profissionais (38.550) que, da mesma forma, registra a certificação de mestrado (344) e doutorado (668) e ensino superior (26.265), supera 2/3 (75%) dos agentes. E, entre os demais, parte importante (25%) chegou até a Universidade (5.607) e concluiu o ensino médio (4.725).

A Tabela 74 mostra que só no domínio de Ocupações Transversais existem mais de 20 mil vínculos ativos com ensino superior completo (24.599) e que na RA do Guará mais da metade dos agentes com vínculos ativos (2.351) concluiu a graduação (1.616). E, ainda, nas demais RAs há uma distribuição de quantitativos de vínculos ativos que aparecem com *Ensino Médio Completo e Ensino Superior Incompleto* neste domínio.

Tabela 74 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa de Escolaridade por Nível C4.

| DOMÍNIO CRIATIVO       | Escolaridade  | BRASILIA | BRAZILANDIA | CANDANGOLAND | CELANDIA | CRUZEIRO | GUAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PARANAO | PLANALTINA | REC DAS EMAS | RACHO FUNDO | SAMAMBAMA | SANTA MARIA | SAO SEBAST | SOBRADINHO | TAGUATINGA | Total Geral |        |
|------------------------|---------------|----------|-------------|--------------|----------|----------|-------|-------|------------|----------|-------------|---------|------------|--------------|-------------|-----------|-------------|------------|------------|------------|-------------|--------|
| ESPORTE E LAZER        | 5.A CO FUND   | 2        |             |              |          |          |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |            |            |            | 2           |        |
|                        | FUND COMPL    | 6        |             |              |          |          |       |       | 2          |          | 10          |         |            |              |             |           |             |            |            |            | 18          |        |
|                        | MEDIO INCOMPL | 2        |             |              |          |          |       | 4     |            |          |             |         |            |              |             |           |             |            |            | 4          | 10          |        |
|                        | MEDIO COMPL   | 63       |             |              |          | 46       | 12    | 10    |            | 2        |             |         |            | 14           |             | 6         |             |            | 2          | 21         | 176         |        |
|                        | SUP. INCOMPL  | 12       |             |              |          |          | 2     | 2     |            |          |             |         |            |              |             |           |             |            |            | 4          | 22          |        |
|                        | SUP. COMP     | 36       |             |              |          | 6        |       | 2     |            |          |             |         |            |              |             |           |             |            |            | 24         | 68          |        |
|                        | DOUTORADO     |          |             |              |          |          |       | 2     |            |          |             |         |            |              |             |           |             |            |            |            | 2           |        |
| INFRAESTRUTURA         | ANALFABETO    |          |             |              |          |          |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |            |            |            | 2           |        |
|                        | ATE 5.A INC   | 5        |             |              |          |          |       | 5     |            |          |             |         |            |              |             |           |             |            |            |            | 14          |        |
|                        | 5.A CO FUND   | 8        |             |              | 1        |          |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           | 2           |            |            | 10         | 21          |        |
|                        | 6. A 9. FUND  | 26       |             |              | 1        |          |       | 6     |            |          |             | 3       |            |              |             |           |             | 1          | 3          | 7          | 47          |        |
|                        | FUND COMPL    | 105      |             |              | 27       | 7        |       | 29    |            |          | 1           | 2       |            | 3            | 1           | 4         | 3           |            | 16         | 95         | 293         |        |
|                        | MEDIO INCOMPL | 68       |             | 1            | 7        | 1        |       | 4     |            |          | 5           | 3       | 6          | 1            | 3           |           |             | 2          | 12         | 28         | 141         |        |
|                        | MEDIO COMPL   | 972      | 12          |              | 64       | 17       | 9     | 146   |            | 4        | 80          | 3       | 69         | 95           | 21          | 76        | 8           | 20         | 44         | 244        | 1.884       |        |
|                        | SUP. INCOMPL  | 1.108    |             |              | 9        |          | 4     | 48    |            | 7        | 26          |         | 5          | 3            | 9           | 1         |             |            | 1          | 3          | 26          | 1.250  |
|                        | SUP. COMP     | 1.417    |             |              | 2        |          | 4     | 92    |            |          | 75          | 1       | 1          | 11           | 3           |           |             | 2          |            | 50         | 1.658       |        |
|                        | MESTRADO      | 9        |             |              |          |          |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |            |            |            | 9           |        |
| OCUPAÇÕES TRANSVERSAIS | DOUTORADO     | 63       |             |              |          |          |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |            |            |            | 63          |        |
|                        | ANALFABETO    | 11       |             |              |          |          |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |            |            |            | 11          |        |
|                        | ATE 5.A INC   | 4        | 1           |              |          |          | 2     |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |            |            |            | 7           |        |
|                        | 5.A CO FUND   |          |             |              |          |          |       | 6     |            |          |             |         |            |              |             |           |             |            |            |            | 6           |        |
|                        | 6. A 9. FUND  | 12       |             |              |          |          |       |       |            |          | 1           |         |            |              |             |           |             |            | 1          |            | 15          |        |
|                        | FUND COMPL    | 160      |             |              |          |          |       | 7     |            |          |             |         | 2          | 1            | 20          |           |             |            |            | 78         | 268         |        |
|                        | MEDIO INCOMPL | 62       | 1           |              |          |          |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |            | 2          | 14         | 98          |        |
|                        | MEDIO COMPL   | 1.773    | 3           |              |          | 53       | 16    | 17    | 171        | 21       | 53          | 54      | 7          | 20           | 8           | 36        | 53          | 4          | 9          | 34         | 322         | 2.654  |
|                        | SUP. INCOMPL  | 3.692    | 5           |              |          | 34       | 34    | 10    | 171        |          | 119         | 30      | 4          | 2            | 8           | 10        | 58          | 4          | 2          | 18         | 134         | 4.335  |
|                        | SUP. COMP     | 21.445   | 12          |              |          | 28       | 102   | 18    | 1.616      | 41       | 251         | 244     | 14         | 10           | 30          | 35        | 103         | 2          | 11         | 52         | 525         | 24.539 |
| MESTRADO               | 288           |          |             |              |          |          | 2     | 22    | 2          | 13       |             |         |            |              |             |           |             |            |            | 6          | 335         |        |
| DOUTORADO              | 602           |          |             |              |          |          |       |       |            |          |             |         |            |              |             |           |             |            |            | 602        |             |        |
| Total Geral            |               | 31.951   | 34          | 1            | 282      | 191      | 68    | 2.351 | 65         | 453      | 528         | 37      | 115        | 174          | 135         | 308       | 21          | 51         | 186        | 1.599      | 38.550      |        |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

## 6.11 Faixa Etária x Domínio Criativo x RA

A busca pela faixa etária dos agentes criativos do Distrito Federal também procurou a mesma base na RAIS 2021, por classificações de ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1) de empresas com atividades econômicas diretamente criativas, por Domínios Criativos. Considerando o universo apurado por esse recorte de mais de 67 mil vínculos ativos, adotou-se as faixas etárias de até 24 anos, entre 25 e 29 anos, entre 30 e 39 anos, entre 40 e 49 anos, entre 50 e 64 anos e acima de 65 anos. Os resultados da clivagem mostram que a maioria dos agentes criativos do Distrito Federal não é jovem. Os dados mostram que mais de 35% (25.068) estão na faixa dos 30 aos 39 anos, pouco acima de 20% (14.098) na faixa de 40 a 49 anos, em torno de 20% (13.587) tem entre 25 e 29 anos, 11% (7.440) se situam no grupo de até 24 anos, 9,6% (6.491) ficam em outro extremo, na faixa entre 50 e 59 anos, e cerca de 1% (775) tem mais de 60 anos.

Tabela 75 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), por Faixa Etária e Círculo.

| Faixa Etária     | C1         | C2           | C3            | C4            | Total         | %              |
|------------------|------------|--------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| 18 A 24 anos     | 23         | 685          | 2.649         | 4083          | 7.440         | 11,03%         |
| 25 A 29 anos     | 130        | 1.127        | 4.536         | 7.794         | 13.587        | 20,14%         |
| 30 A 39 anos     | 109        | 1.916        | 8.058         | 14.985        | 25.068        | 37,15%         |
| 40 A 49 anos     | 23         | 946          | 4.975         | 8.154         | 14.098        | 20,90%         |
| 50 A 64 anos     | 10         | 702          | 2.662         | 3.117         | 6.491         | 9,62%          |
| 65 anos ou mais  |            | 96           | 269           | 410           | 775           | 1,15%          |
| Não identificado |            | 3            | 1             | 7             | 11            | 0,02%          |
| <b>Total</b>     | <b>295</b> | <b>5.475</b> | <b>23.150</b> | <b>38.550</b> | <b>67.470</b> | <b>100,00%</b> |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

A análise por Círculo Dinâmico mostra as situações específicas de cada domínio. Na Tabela 76 estão as quantidades de vínculos ativos (295) em 31/12/2020, no Distrito Federal, por faixa etária nas atividades Criativas Primárias. No C1 o maior número de agentes (130) ainda é jovem, têm menos de 30 anos (25-29), sendo que há ainda um pequeno grupo (13) com menos de 24 anos. Os demais (109) estão na faixa de 30 a 39 anos e (33) acima de 40 anos. Observa-se, ainda, que na RA de Brasília (Plano Piloto) se destaca o domínio de *Criação Literária* com quantitativos em todas as faixas etárias acima de 18 anos, com destaque para vínculos ativos (93) na faixa de 25 a 29 anos e vínculos na faixa (55) de 30 a 39 anos. Em seguida o domínio *Criação Visual e Plástica*, no qual existem vínculos ativos (28) na faixa de 30 a 39 anos.

Tabela 76 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa Etária por Nível C1.

| Região Administrativa | C1 - Atividades Criativas Primárias |              |              |              |                   |              |              |              |              |                 |              |              |                           |              |              |              | Total Geral |
|-----------------------|-------------------------------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|--------------|--------------|---------------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
|                       | ARTESANATO                          |              |              |              | CRIAÇÃO LITERÁRIA |              |              |              |              | CRIAÇÃO MUSICAL |              |              | CRIAÇÃO VISUAL E PLÁSTICA |              |              |              |             |
|                       | 18 a 24 anos                        | 25 a 29 anos | 30 a 39 anos | 40 a 49 anos | 18 a 24 anos      | 25 a 29 anos | 30 a 39 anos | 40 a 49 anos | 50 a 64 anos | 18 a 24 anos    | 25 a 29 anos | 30 a 39 anos | 18 a 24 anos              | 25 a 29 anos | 30 a 39 anos | 40 a 49 anos |             |
| BRÁSILIA              |                                     | 1            | 2            | 3            | 10                | 93           | 55           | 6            | 10           |                 | 9            | 18           | 6                         | 11           | 28           | 10           | 262         |
| CEILÂNDIA             |                                     |              |              |              |                   |              |              |              |              |                 |              |              |                           |              | 2            |              | 2           |
| CRUZEIRO              |                                     |              |              |              |                   |              |              |              |              | 2               | 2            |              |                           |              |              |              | 4           |
| LAGO SUL              |                                     | 4            | 1            | 1            |                   |              |              |              |              |                 |              |              |                           |              |              |              | 6           |
| PLANALTINA            |                                     | 2            |              |              |                   |              |              |              |              |                 |              |              |                           |              |              |              | 2           |
| SÃO SEBASTÃO          |                                     |              |              |              |                   |              |              |              |              | 2               |              |              |                           |              |              |              | 2           |
| SOBRADINHO            |                                     |              |              | 3            |                   |              |              |              |              |                 | 8            |              |                           |              |              |              | 6           |
| TAGUATINGA            | 3                                   | 3            |              | 3            |                   |              |              |              |              |                 |              |              |                           |              |              |              | 11          |
| <b>Total Geral</b>    | <b>3</b>                            | <b>12</b>    | <b>6</b>     | <b>7</b>     | <b>10</b>         | <b>93</b>    | <b>55</b>    | <b>6</b>     | <b>10</b>    | <b>4</b>        | <b>14</b>    | <b>18</b>    | <b>6</b>                  | <b>11</b>    | <b>30</b>    | <b>10</b>    | <b>295</b>  |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

No círculo 2, das Indústrias Culturais, os vínculos ativos (5.475) têm concentração na faixa acima de 30 anos. O maior número de vínculos (1.916) está na faixa 30 a 39 anos, outros grupos (946) de 40 a 49 anos e (768) entre 50 e 64 anos além daqueles (101) acima de 65 anos. De outra parte, o número de jovens no C2 não é pequeno, na faixa de 24 a 29 anos (1.127) além daqueles com menos de 24 anos (685).

Na Tabela 77 também se observa que na RA de Brasília (Plano Piloto) todos os Domínios Criativos apresentam quantitativos de vínculos ativos em todas as faixas acima de 18 anos. No domínio *Livros e Editorial*, com maior número de vínculos (2.277) nas Indústrias Culturais, repete-se a evidência de vínculos ativos na faixa de 30 a 39 anos (980), e na faixa dos 40 a 64 anos (1.110). Em contrapartida, no domínio do Design o número de jovens (746) com menos de 30 anos é equivalente às demais faixas etárias acima desta idade (789).

Tabela 77 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa Etária por Nível C2.

| DOMÍNIOS CRIATIVOS    | FAIXA ETÁRIA    | REGIÃO ADMINISTRATIVA - C2 - Indústrias Culturais |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |           |            | Total Geral |            |            |
|-----------------------|-----------------|---|-------------|-----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|------------|--------------|--------------|-----------|------------|-------------|------------|------------|
|                       |                 | BRÁSILIA  | BRAZILÂNDIA | CEILÂNDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PLANALTINA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMAMBAIA | SÃO SEBAST |             | SOBRADINHO | TAGUATINGA |
| DESIGN                | 18 A 24 anos    | 134   |             | 12        |          |      |       | 46         | 3        | 12          | 1          |              |              | 2         |            | 10          | 66         | 286        |
|                       | 25 A 29 anos    | 290   |             | 6         |          | 3    | 88    |            | 7        | 2           | 1          | 5            | 1            | 1         | 7          | 49          | 460        |            |
|                       | 30 A 39 anos    | 408   |             | 6         |          | 2    | 40    |            | 24       | 2           |            | 3            | 1            | 6         | 13         | 24          | 529        |            |
|                       | 40 A 49 anos    | 145   |             | 4         | 2        |      | 11    |            |          |             |            | 1            |              | 5         |            |             | 8          | 178        |
|                       | 50 A 64 anos    | 32  |             | 1         |          | 6    | 2     |            |          | 3           |            | 2            |              |           | 3          |             | 9          | 58         |
| ESPETÁCULOS           | 18 A 24 anos    | 11  |             |           |          |      |       | 3          | 4        |             |            |              |              |           |            |             |            | 18         |
|                       | 25 A 29 anos    | 11  |             |           |          |      |       | 3          |          |             |            |              |              |           |            |             | 2          | 16         |
|                       | 30 A 39 anos    | 29  |             | 2         |          |      |       | 3          |          |             |            |              |              |           |            |             | 4          | 38         |
|                       | 40 A 49 anos    | 4   |             | 2         |          |      |       |            | 2        |             |            |              |              |           |            |             |            | 8          |
|                       | 50 A 64 anos    |   |             | 2         |          |      |       |            |          |             |            |              |              |           |            |             |            | 2          |
| FOTOGRAFIA            | 18 A 24 anos    | 2   |             | 2         |          |      |       |            |          |             |            |              | 48           |           |            | 5           |            | 57         |
|                       | 25 A 29 anos    |   |             |           |          | 3    | 6     |            |          |             |            |              | 36           |           |            |             |            | 45         |
|                       | 30 A 39 anos    | 41  | 1           |           |          |      |       |            | 3        |             |            |              |              |           | 1          |             | 28         | 74         |
|                       | 40 A 49 anos    | 25  |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |           |            |             | 6          | 31         |
|                       | 50 A 64 anos    | 24  |             | 1         | 12       |      |       |            |          |             |            | 5            |              |           |            |             | 6          | 48         |
|                       | 65 anos ou mais | 15  |             |           |          |      |       | 4          |          |             |            |              |              |           |            |             |            | 19         |
| INDÚSTRIA FONOGRAFICA | 15 A 17 anos    | 3   |             |           |          |      |       |            |          |             |            |              |              |           |            |             |            | 3          |
|                       | 18 A 24 anos    | 59  |             |           | 1        |      | 3     |            |          |             |            |              |              |           | 1          | 1           |            | 65         |
|                       | 25 A 29 anos    | 69  |             | 3         | 1        |      | 1     |            |          |             |            |              | 1            |           |            |             | 20         | 95         |
|                       | 30 A 39 anos    | 136   |             | 1         |          |      | 2     |            |          |             |            | 3            |              |           |            |             | 6          | 148        |
|                       | 40 A 49 anos    | 40  |             |           |          |      |       |            |          |             |            | 3            |              |           |            |             | 43         | 86         |
| 50 A 64 anos          | 7               |   |             |           |          | 1    |       |            |          |             | 3          |              |              |           |            | 13          | 24         |            |

|                               |                 |       |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |    |     |    |    |     |       |
|-------------------------------|-----------------|-------|---|----|----|----|-----|----|----|----|---|----|----|-----|----|----|-----|-------|
| LIVROS E EDITORIAL            | 18 A 24 anos    | 170   |   |    |    | 7  | 19  |    |    | 4  | 3 |    |    |     | 2  |    | 4   | 209   |
|                               | 25 A 29 anos    | 438   |   | 1  |    |    |     |    |    | 3  | 1 |    |    |     | 2  |    | 8   | 453   |
|                               | 30 A 39 anos    | 980   |   |    |    |    |     |    | 3  | 10 |   | 1  | 2  |     | 1  | 2  | 21  | 1.020 |
|                               | 40 A 49 anos    | 573   |   | 5  |    |    |     | 1  | 3  |    |   |    |    |     |    |    | 13  | 595   |
|                               | 50 A 64 anos    | 540   |   |    |    |    | 1   |    |    |    | 1 |    | 1  |     |    |    |     | 543   |
|                               | 65 anos ou mais | 77    |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |    |     |    |    |     | 77    |
| PATRIMONIO NATURAL E CULTURAL | 18 A 24 anos    | 48    |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |    |     |    |    |     | 50    |
|                               | 25 A 29 anos    | 47    |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |    |     | 2  |    | 1   | 58    |
|                               | 30 A 39 anos    | 97    |   | 1  |    |    |     |    |    |    |   |    |    | 2   |    |    | 1   | 107   |
|                               | 40 A 49 anos    | 34    |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |    |     |    |    | 2   | 48    |
|                               | 50 A 64 anos    | 14    |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |    |     |    |    | 3   | 27    |
| Total Geral                   |                 | 4.503 | 1 | 49 | 16 | 23 | 267 | 22 | 62 | 12 | 2 | 19 | 11 | 103 | 10 | 32 | 343 | 5.475 |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Os vínculos ativos nas Indústrias Criativas Complexas (23.150) reforçam a evidência geral de que a maioria (70%) dos agentes (16.131) tem acima de 30 anos. O maior número de vínculos (8.058) está na faixa de 30 a 39 anos, seguido da faixa de 40 a 49 anos (5.015), além da faixa de 50 a 64 anos (2.729) e acima de 64 anos (329).

As Tabelas 78 e 79 confirmam que na RA de Brasília (Plano Piloto) todos os Domínios Criativos, em geral, apresentam quantitativos de vínculos ativos em todas as faixas acima de 18 anos, em que se destaca o domínio de *Software* com vínculos ativos na faixa dos 30 a 39 anos (3.432), na faixa dos 40 a 49 anos (1.824) e na faixa dos 25 a 29 anos (1.786). Merece destaque o domínio de *Gastronomia*, que na RA de Brasília (Plano Piloto) registra vínculos ativos de profissionais criativos *seniors* na faixa dos 50 a 64 anos (1.039).

Tabela 78 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa Etária por Nível C3 (parte 1).

| DOMÍNIOS CRIATIVOS      | FAIXA ETÁRIA    | REGIÃO ADMINISTRATIVA - C3 - Indústrias Criativas Complexas |              |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |            | Total Geral |             |            |            |
|-------------------------|-----------------|---|--------------|-----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|---------|------------|--------------|--------------|------------|-------------|-------------|------------|------------|
|                         |                 | BRASILIA  | CANDANGOLANI | CELLANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PARANOA | PLANALTIMA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMAMBIAIA |             | SANTA MARIA | SAO SEBAST | SOBRADINHO |
| ARQUITETURA             | 18 A 24 anos    | 21  |              | 3         |          |      | 9     | 6          |          |             |         |            |              |              |            |             | 3           | 15         | 57         |
|                         | 25 A 29 anos    | 88  |              | 3         |          |      | 57    | 21         | 3        |             |         |            |              |              |            |             | 13          | 17         | 202        |
|                         | 30 A 39 anos    | 142   |              |           | 5        |      | 20    | 6          |          |             |         |            |              |              |            |             | 1           | 8          | 182        |
|                         | 40 A 49 anos    | 47  |              |           | 10       |      | 2     |            |          |             |         |            |              |              |            |             | 3           | 7          | 69         |
|                         | 50 A 64 anos    | 11  |              |           |          |      | 3     |            |          |             |         |            |              | 2            |            |             |             | 3          | 19         |
|                         | 65 anos ou mais |   |              |           | 5        |      |       |            |          |             |         |            |              |              |            |             |             |            | 5          |
| AUDIOVISUAL             | 18 A 24 anos    | 140   |              |           |          |      | 30    |            |          |             | 1       | 1          |              |              |            |             | 6           | 34         | 212        |
|                         | 25 A 29 anos    | 424   |              | 1         |          |      | 14    | 16         |          |             |         | 2          | 1            | 3            | 9          |             | 21          | 27         | 518        |
|                         | 30 A 39 anos    | 720   |              | 2         |          |      | 16    | 5          |          | 1           |         | 1          | 1            | 9            |            |             | 28          | 34         | 817        |
|                         | 40 A 49 anos    | 578   |              |           |          |      | 7     | 3          |          |             |         |            |              | 13           |            |             | 25          | 19         | 645        |
|                         | 50 A 64 anos    | 346   |              |           |          |      |       |            |          |             |         |            | 7            |              |            |             | 29          | 12         | 394        |
|                         | 65 anos ou mais | 53  |              |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |            |             |             |            | 53         |
| EDUCAÇÃO P&D            | 18 A 24 anos    | 163   | 2            | 1         | 5        |      | 39    |            | 17       | 1           |         | 2          |              | 3            | 2          |             | 3           | 42         | 280        |
|                         | 25 A 29 anos    | 371   |              | 1         | 7        |      | 70    |            | 11       | 1           |         |            | 2            | 1            | 4          |             |             | 43         | 511        |
|                         | 30 A 39 anos    | 591   |              | 1         | 7        |      | 36    |            | 12       | 10          |         | 1          |              |              | 6          |             | 3           | 32         | 699        |
|                         | 40 A 49 anos    | 246   |              |           |          |      | 13    |            |          |             |         |            |              |              |            |             |             | 2          | 261        |
|                         | 50 A 64 anos    | 73  |              |           |          |      | 9     |            |          | 1           |         |            |              | 2            |            |             |             |            | 85         |
|                         | 65 anos ou mais | 10  |              |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |            |             |             |            | 10         |
| EVENTOS, FEIRAS, FESTAS | 18 A 24 anos    | 16  |              |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |            |             |             |            | 16         |
|                         | 25 A 29 anos    | 60  |              |           |          |      | 2     |            |          |             |         |            |              |              |            |             |             | 14         | 76         |
|                         | 30 A 39 anos    | 85  |              |           |          | 2    |       |            |          |             |         |            |              |              |            |             |             | 10         | 97         |
|                         | 40 A 49 anos    | 23  |              |           |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |            |             |             | 7          | 30         |
|                         | 50 A 64 anos    | 8   |              |           |          |      |       |            |          | 5           |         |            |              |              |            |             |             |            | 13         |

|             |                 |       |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |    |    |    |   |    |     |       |       |
|-------------|-----------------|-------|---|----|----|----|-----|----|----|----|---|----|----|----|----|---|----|-----|-------|-------|
| GASTRONOMIA | 18 A 24 anos    | 76    |   |    |    | 4  | 6   |    |    |    |   |    |    | 4  | 4  |   | 10 | 13  | 117   |       |
|             | 25 A 29 anos    | 113   |   |    |    | 6  |     |    |    |    |   |    |    | 2  |    |   | 6  | 7   | 134   |       |
|             | 30 A 39 anos    | 533   | 7 |    |    | 2  | 6   | 3  | 9  | 1  |   |    | 7  |    |    | 2 | 3  | 21  | 594   |       |
|             | 40 A 49 anos    | 977   | 3 |    |    |    | 3   | 3  | 2  | 3  |   |    |    |    |    | 2 | 7  | 41  | 1.041 |       |
|             | 50 A 64 anos    | 1.039 |   |    |    |    | 3   | 4  | 2  | 1  |   |    | 2  |    |    | 4 | 2  | 15  | 1.072 |       |
|             | 65 anos ou mais | 55    |   |    |    |    |     |    |    |    |   |    |    |    |    |   |    |     | 7     | 62    |
| Subtotal    |                 | 7.009 | 2 | 22 | 39 | 14 | 345 | 67 | 57 | 23 | - | 18 | 12 | 31 | 35 | 4 | -  | 163 | 430   | 8.271 |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Tabela 79 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa Etária por Nível C3 (parte 2).

|                    |              | REGIÃO ADMINISTRATIVA - C3 - Indústrias Criativas Complexas |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            | Total Geral |            |             |
|--------------------|--------------|---|--------------|----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|---------|------------|--------------|--------------|-----------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
| DOMÍNIOS CRIATIVOS | FAIXA ETÁRIA | BRASILIA  | CANDANGOLAND | CELANDIA | CRUZEIRO | GAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PARANAO | PLANALTIMA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMAMBAIA | SANTA MARIA | SAO SEBAST | SOBRADINHO  | TAGUATINGA | Total Geral |
| JOGOS E GAMES      | 18 A 24 anos | 15  |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |             |            | 15          |
|                    | 25 A 29 anos | 6   |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |             |            | 6           |
|                    | 30 A 39 anos | 21  |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |             | 3          | 24          |
|                    | 40 A 49 anos | 8   |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |             |            | 8           |
|                    | 50 A 64 anos | 4   |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |             |            | 4           |
| MÍDIA (RADIO/TV)   | 18 A 24 anos | 25  |              |          |          |      | 3     |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |             | 13         | 41          |
|                    | 25 A 29 anos | 33  |              |          | 6        |      | 4     |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |             | 9          | 52          |
|                    | 30 A 39 anos | 120   | 9            | 3        |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             | 6          | 3           |            | 141         |
|                    | 40 A 49 anos | 72  |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             | 5          |             |            | 77          |
|                    | 50 A 64 anos | 57  |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |             |            | 57          |
| 65 anos ou mais    | 36           |   |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |             | 36         |             |
| MODA               | 18 A 24 anos | 5   | 6            |          |          |      | 37    |            | 7        | 27          |         | 3          |              |              | 6         |             |            |             | 341        | 432         |
|                    | 25 A 29 anos | 1   | 4            | 1        | 3        |      | 40    |            | 3        | 24          |         | 3          |              |              | 21        |             |            | 4           | 163        | 267         |
|                    | 30 A 39 anos | 15  | 3            |          | 3        |      | 25    |            | 3        | 33          | 3       | 6          |              | 3            | 4         |             | 2          | 1           | 160        | 261         |
|                    | 40 A 49 anos | 9   | 7            | 1        |          |      | 38    |            | 2        | 39          |         | 3          |              |              | 4         |             |            |             | 81         | 184         |
|                    | 50 A 64 anos | 5   | 3            |          | 3        |      | 10    |            |          | 12          |         |            |              |              | 4         |             |            |             | 60         | 97          |
| 65 anos ou mais    |              |   |              |          |          | 3    |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |             | 3          |             |
| PUBLICIDADE        | 18 A 24 anos | 191   | 2            | 4        |          |      | 76    |            | 5        |             |         | 1          |              |              | 6         |             |            | 1           | 86         | 372         |
|                    | 25 A 29 anos | 609   | 2            |          |          |      | 80    | 6          | 10       | 4           |         |            | 2            |              |           |             |            |             | 86         | 799         |
|                    | 30 A 39 anos | 1.274   |              |          | 6        | 14   | 77    |            | 8        | 10          |         |            | 5            |              |           |             | 1          |             | 53         | 1.448       |
|                    | 40 A 49 anos | 613   |              |          | 3        | 7    | 36    |            | 2        | 5           |         | 1          | 1            | 3            | 3         |             |            |             | 8          | 682         |
|                    | 50 A 64 anos | 212   |              |          |          |      | 10    |            |          | 8           |         |            |              | 9            |           |             |            |             | 7          | 246         |
| 65 anos ou mais    | 26           |   |              |          |          |      |       |            | 1        |             |         |            |              |              |           |             |            |             | 27         |             |
| SOFTWARE           | 15 A 17 anos |   |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |             | 1          | 1           |
|                    | 18 A 24 anos | 923   | 4            | 33       |          |      | 37    | 1          | 8        | 4           |         |            |              |              |           | 1           |            | 1           | 94         | 1.106       |
|                    | 25 A 29 anos | 1.786   | 2            | 11       | 2        |      | 61    | 1          | 6        | 11          |         |            | 2            |              | 3         |             |            | 1           | 84         | 1.970       |
|                    | 30 A 39 anos | 3.432   | 10           | 35       | 1        |      | 99    |            | 4        | 43          |         | 1          | 3            |              | 4         | 1           |            | 2           | 154        | 3.789       |
|                    | 40 A 49 anos | 1.824   | 2            | 12       | 1        |      | 63    |            | 1        | 21          |         | 1          |              |              |           |             | 1          |             | 52         | 1.978       |
|                    | 50 A 64 anos | 630   | 1            | 1        |          |      | 24    | 3          | 2        | 7           |         |            |              |              |           |             |            |             | 7          | 675         |
| 65 anos ou mais    | 71           |   |              |          |          |      |       |            | 1        |             |         |            |              |              |           |             |            |             | 1          | 73          |
| TURISMO            | 18 A 24 anos |   |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |             | 1          | 1           |
|                    | 25 A 29 anos |   |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |             | 1          | 1           |
|                    | 30 A 39 anos | 6   |              |          |          |      |       |            |          |             |         |            |              |              |           |             |            |             | 1          | 6           |
| Subtotal           |              | 12.029  | -            | 55       | 116      | 34   | 723   | 11         | 61       | 250         | 3       | 18         | 14           | 15           | 55        | 2           | 15         | 13          | 1.465      | 14.879      |
| Total Geral        |              | 19.038  | 2            | 77       | 155      | 48   | 1.068 | 78         | 118      | 273         | 3       | 36         | 26           | 46           | 90        | 6           | 15         | 176         | 1.895      | 23.150      |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

O Círculo das Atividades Relacionadas segue o mesmo padrão etário das Indústrias Criativas Complexas. Tem vínculos ativos em todas as faixas e em todos os domínios do C4, conforme apresentado na Tabela 80. Da mesma forma, 70% (26.666) do número de agentes (38.550) apurados nessa base de dados, de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal, na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e faixa etária, tem mais de 30 anos.

Tabela 80 - Quantidade de vínculos ativos em 31/12/2020, no Distrito Federal na RAIS 2021, Ocupações (CBO) combinadas com a CNAE 2.0 (Anexo 1), Domínio Criativo e Faixa Etária por Nível C4.

|                        |                 | REGIÃO ADMINISTRATIVA - C4 - Atividades Relacionadas |             |                |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            |             |
|------------------------|-----------------|--|-------------|----------------|-----------|----------|------|-------|------------|----------|-------------|----------|------------|--------------|--------------|-----------|-------------|------------|------------|------------|-------------|
| DOMÍNIOS CRIATIVOS     | FAIXA ETÁRIA    | BRASILIA   | BRAZILANDIA | CANDANGOLANDIA | CEILANDIA | CRUZEIRO | CAMA | GUARA | LAGO NORTE | LAGO SUL | NUCLEO BAND | PARANOIA | PLANALTINA | REC DAS EMAS | RIACHO FUNDO | SAMAMBAMA | SANTA MARIA | SAO SEBAST | SOBRADINHO | TAGUATINGA | Total Geral |
| ESPORTE E LAZER        | 18 A 24 anos    | 31   |             |                | 28        | 2        |      | 12    |            |          | 5           |          |            | 10           |              |           |             |            | 2          | 20         | 110         |
|                        | 25 A 29 anos    | 23   |             |                | 22        | 6        | 2    | 8     |            |          |             |          |            | 4            |              |           |             |            |            | 10         | 75          |
|                        | 30 A 39 anos    | 40   |             |                | 2         | 6        |      | 2     | 2          |          |             |          |            |              |              | 4         |             |            |            | 13         | 69          |
|                        | 40 A 49 anos    | 23   |             |                |           |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              | 2         |             |            |            | 8          | 33          |
|                        | 50 A 64 anos    | 4  |             |                |           |          |      |       |            |          | 5           |          |            |              |              |           |             |            |            | 2          | 11          |
|                        | 15 A 17 anos    |  |             |                | 1         |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 1           |
| INFRAESTRUTURA         | 18 A 24 anos    | 597  | 1           |                | 11        | 3        | 4    | 20    |            | 2        | 25          |          | 24         | 22           | 11           | 33        | 2           | 9          | 6          | 48         | 818         |
|                        | 25 A 29 anos    | 1.004  |             |                | 22        |          | 3    | 48    |            |          | 34          |          | 12         | 26           | 9            | 11        | 6           | 10         | 3          | 74         | 1.262       |
|                        | 30 A 39 anos    | 1.352  | 2           |                | 24        | 7        | 7    | 111   |            | 9        | 75          | 6        | 17         | 39           | 4            | 16        |             | 7          | 27         | 143        | 1.846       |
|                        | 40 A 49 anos    | 540  | 3           | 1              | 28        | 8        | 3    | 70    |            |          | 30          | 3        | 16         | 21           | 4            | 11        |             | 3          | 2          | 124        | 879         |
|                        | 50 A 64 anos    | 271  | 6           |                | 25        | 4        |      | 78    |            |          | 23          | 3        | 12         | 4            | 6            | 13        |             |            | 30         | 71         | 546         |
|                        | 65 anos ou mais | 17   |             |                |           | 3        |      | 3     |            |          |             |          |            |              | 1            |           |             |            |            | 6          | 30          |
| OCUPAÇÕES TRANSVERSAIS | 15 A 17 anos    | 4  |             |                | 2         |          |      |       |            |          |             |          |            |              |              |           |             |            |            |            | 6           |
|                        | 18 A 24 anos    | 2.330  | 6           |                | 36        | 21       | 13   | 207   | 4          | 117      | 21          | 16       | 11         | 4            | 41           | 74        | 4           | 6          | 22         | 222        | 3.155       |
|                        | 25 A 29 anos    | 5.322  | 9           |                | 44        | 32       | 18   | 328   | 18         | 122      | 77          | 3        | 7          | 11           | 32           | 59        | 4           | 3          | 24         | 344        | 6.457       |
|                        | 30 A 39 anos    | 11.437   | 6           |                | 26        | 55       | 10   | 746   | 28         | 139      | 158         | 4        | 14         | 16           | 17           | 77        | 2           | 12         | 26         | 297        | 13.070      |
|                        | 40 A 49 anos    | 6.374  | 1           |                | 9         | 26       | 5    | 472   | 7          | 50       | 57          | 2        |            | 12           | 11           | 6         |             | 2          | 27         | 181        | 7.242       |
|                        | 50 A 64 anos    | 2.247  |             |                | 2         | 16       | 3    | 210   | 8          | 12       | 16          |          | 2          | 4            |              | 2         |             |            | 4          | 34         | 2.560       |
|                        | 65 anos ou mais | 335  |             |                | 2         |          |      | 36    |            |          | 2           |          |            |              |              |           |             |            | 3          | 2          | 380         |
| Total Geral            |                 | 31.951   | 34          | 1              | 282       | 191      | 68   | 2.351 | 65         | 453      | 528         | 37       | 115        | 174          | 135          | 308       | 21          | 51         | 186        | 1.599      | 38.550      |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Conforme mostra a Tabela 80, a maior parte dos vínculos ativos (14.985) está na faixa de 30 a 39 anos, outro contingente expressivo (8.154) na faixa de 40 a 49 anos e 50 a 64 anos (3.117), além daqueles com mais de 64 anos (410). O número de jovens, entretanto, alcança milhares na faixa de 25 a 29 anos (7.794) e abaixo de 24 anos (4.083). Ou seja, a grande maioria não é jovem.

# **7 Atores Criativos com base em cadastros de fontes associativas**



OS REGISTROS OFICIAIS MOSTRAM A NECESSIDADE DE UMA BUSCA exploratória por informações em busca de agentes criativos fora destas fontes ou mesmo informais. A procura exploratória buscou dados em cadastros de associações e organizações públicas.

- Mapa das Nuvens: plataforma de gestão e mapeamento colaborativo que permite a gestores, agentes culturais e cidadãos compartilhar e acessar a produção cultural de um território.” A plataforma integra o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais do Ministério da Cultura, sendo um recurso disponível gratuitamente a todos os estados e municípios que tenham interesse em desenvolver seus próprios mapas. No DF, ela recebe o nome Mapa das Nuvens, concentrando no cadastro tanto agentes quanto espaços;
- BSB Plano das Artes: projeto com foco na visibilidade da cena produzida pelos espaços de arte do Distrito Federal que visa mapear, sistematizar informações e auxiliar no treinamento, capacitação interna de equipes locais voltadas à recepção de visitantes, formação de público, estudar e executar alternativas de acessibilidade;
- Retrato Brasília: uma iniciativa do jornal Correio Braziliense com recursos do Banco do Brasil que mapeia os principais mobilizadores da cena cultural de Brasília nos segmentos de arte, design, cultura urbana e empreendedorismo;
- Projeto Baleia: projeto de mapeamento, publicação e premiação de mulheres artistas visuais do Distrito Federal e Entorno realizado com recursos do Fundo de Apoio à Cultura do Distrito Federal entre os anos de 2020 e 2021;
- Mapa design Brasília: inicialmente realizado com recursos do Fundo de Apoio à Cultura, o mapeamento da rede de profissionais de design atuantes no Distrito Federal concentra os principais designers, estúdios, entidades, escolas, e outros agentes criativos da cidade;
- SICCAU: o Sistema de Informação e Comunicação do Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Distrito Federal concentra todos os profissionais da área com registro ativo para atuar no Distrito Federal;
- Backstage: o movimento Backstage Brasília realizou um mapeamento dos técnicos

de eventos em todas as suas modalidades, visando a realização de ações de auxílio durante a pandemia de COVID 19 e para subsidiar projetos de capacitação voltados para a área, por intermédio do projeto LABFAZ - Laboratório de Saberes e Fazeres Técnicos da Economia Criativa, realizado com fomento da Secretaria de Turismo do Distrito Federal;

- Conselheiros regionais de cultura do Distrito Federal: o Conselho de Cultura do Distrito Federal (CCDF) é um órgão colegiado deliberativo, consultivo, normativo e fiscalizador, com composição paritária entre o Poder Público e a Sociedade Civil;
- CEAC: é um cadastro de artistas, produtores e entidades culturais do DF mantido pela Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa. Além de ser uma fonte de informação para mapeamento da cadeia produtiva na cultura local, o CEAC habilita o artista a concorrer aos editais de apoio financeiro do Fundo de Apoio à Cultura (FAC) e pleitear recursos do Programa de Incentivo Fiscal (antiga Lei de Incentivo à Cultura).

Esses dados foram cruzados com as atividades criativas atingindo um número perto de 16 mil (15.712) agentes. Ficaram de fora desse levantamento os mais de 11 mil (11.395) artesãos e mais de mil (1.601) manualistas que integram o cadastro da Secretaria de Turismo que elevaria essa coleta para mais de 28 mil agentes (28.708). O caso do artesanato vai ser tratado em separado no final desta seção.

O propósito era encontrar dados não monitorados pelos organismos oficiais consultados nas demais fontes. Novamente os dados evidenciaram uma concentração nas Indústrias Criativas Complexas, ou seja, mais uma fonte que reforça que a maior presença das atividades criativas no Distrito Federal está nos domínios abrigados na órbita das cadeias de produção, circulação e consumo mais sistêmicas. A Figura 14 apresenta os percentuais de atores e/ou entes criativos no DF, identificados nessa coleta. Observa-se que entre os 15.712 atores criativos apurados, há 883 atores criativos sem identificação de Domínio Criativo.

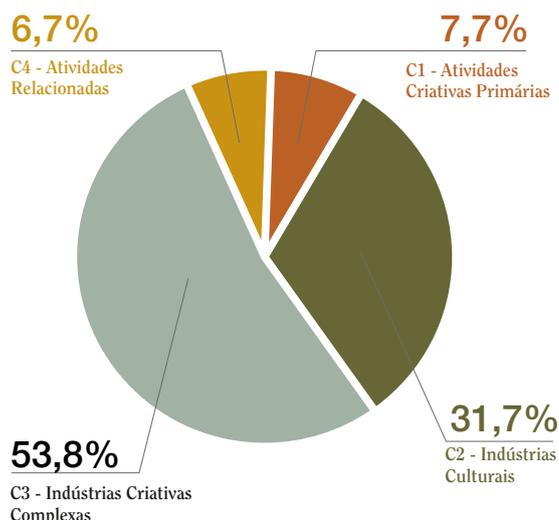
No círculo C3 - *Indústrias Criativas Complexas* se concentra mais da metade (53,8%) dos atores criativos levantados, seguido pelo círculo C2 - *Indústrias Culturais* que contempla 31,7% dos agentes. Importante ressaltar que esse cenário do círculo C3, com uma

porcentagem expressivamente maior, em aparte, se dá devido ao fato de que as atividades levantadas, em bases de diversas fontes, são de organizações vinculadas aos domínios diretamente criativos e os mais estruturados, como o caso de Audiovisual, Arquitetura, Software e Eventos. As *Atividades Criativas Primárias* - C1, pela referida base de dados possuem apenas 7,7% desses atores e por fim, as *Atividades Relacionadas* - C4 registram 6,7% do número de agentes. No caso das Atividades Primárias, lembremos ainda o cadastro na Secretaria de Turismo de mais de 11 mil artesãos, o que elevaria esse número segmentado para mais de 26 mil agentes em que boa parte está fora dos registros formais do IBGE e dos órgãos federais de monitoramento da atividade econômica nacional.

Quanto aos dados levantados pelo Cadastro de Entes e Agentes Culturais, mais conhecido como CEAC, que é um cadastro de artistas, produtores e entidades culturais do DF, foi necessário realizar um processo de correspondência das atividades abrangidas pelo Cadastro correlacionando-os aos domínios dos círculos dinâmicos, já que o CEAC não adota a mesma padronização (essas correspondências são apresentadas no Anexo II). Os itens *Artes plásticas e visuais, Fotografia, Livro, leitura, escrita, literatura e contação de histórias, Música, Artes cênicas/teatro e Design e moda* registrados no CEAC foram reclassificados. Assim, optou-se por utilizar a classificação das *Indústrias Culturais* (Círculo C2) que engloba atividades com maior nível de mediação tecnológica a esses domínios, com exceção da Moda que foi englobada nas atividades criativas complexas (Círculo C3). Estas atividades se tornaram respectivamente na correspondência com os domínios: *Fotografia, Livros e editorial, Indústria fonográfica, Espetáculos e Design*, todos do Círculo 2, e *Moda* no Círculo 3.

O passo seguinte foi realizar uma limpeza de dados, já que diversos atores integram mais de um levantamento. Apesar do esforço dessa coleta exploratória em localizar levantamentos prévios que contemplassem todas as atividades dos círculos dinâmicos, ficou evidente a precária estruturação ou articulação de diversos domínios.

Figura 14 - Percentual de Atores Criativos no DF, Levantados de Fontes Diversas, por Nível de Complexidade.



O resultado dessa configuração de dados das múltiplas fontes já mencionadas está na Tabela 81 por Círculo Dinâmico e Domínios Criativos. Esses dados complementares alçaram um grupo maior nos domínios de Criação Performática (616) e Criação Visual e Plástica (391) no C1, de Espetáculos (2.591) no C2 e de Arquitetura (6.597) no C3. Destacam-se no círculo 3 41,99% de atores levantados são do Domínio Criativo de *Arquitetura*, seguido do Círculo 2 com 16,49% de atores no Domínio Criativo Espetáculos. Não foram identificados atores nos domínios de *Publicidade e Infraestrutura*.

Tabela 81 - Contagem de Atores Criativos Levantados pelo Panorama de Diversas Fontes de Documentos Oficiais do Governo por Círculos e Domínios Criativos.

| CÍRCULO          | DOMÍNIO CRIATIVO              | TOTAL         | %              |
|------------------|-------------------------------|---------------|----------------|
| C1               | ARTESANATO                    | 113           | 0,72%          |
|                  | criação literária             | 8             | 0,05%          |
|                  | criação visual e plástica     | 391           | 2,49%          |
|                  | criação musical               | 21            | 0,13%          |
|                  | criação performática          | 616           | 3,92%          |
| C2               | livros e editorial            | 382           | 2,43%          |
|                  | patrimônio cultural e natural | 442           | 2,81%          |
|                  | fotografia                    | 563           | 3,58%          |
|                  | design                        | 422           | 2,69%          |
|                  | espetáculos                   | 2.591         | 16,49%         |
|                  | indústria fonográfica         | 307           | 1,95%          |
|                  | educação/pesquisa             | 185           | 1,18%          |
| C3               | turismo                       | 3             | 0,02%          |
|                  | eventos/feiras/festas         | 31            | 0,20%          |
|                  | software                      | 93            | 0,59%          |
|                  | mídias (rádio/tv)             | 13            | 0,08%          |
|                  | audiovisual                   | 1.034         | 6,58%          |
|                  | arquitetura                   | 6.597         | 41,99%         |
|                  | moda                          | 10            | 0,06%          |
|                  | gastronomia                   | 11            | 0,07%          |
|                  | jogos e games                 | 5             | 0,03%          |
|                  | publicidade                   | 0             | 0,00%          |
|                  | atividades transversais       | 981           | 6,24%          |
| C4               | esporte e lazer               | 10            | 0,06%          |
|                  | infraestrutura                | 0             | 0,00%          |
| NÃO IDENTIFICADO |                               | 883           | 5,62%          |
| <b>TOTAL</b>     |                               | <b>15.712</b> | <b>100,00%</b> |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

A Tabela 82 apresenta a contagem de atores criativos encontrados no círculo C1 - Atividades Criativas Primárias, por Domínio Criativo e RA. Nela destacam-se no *Plano Piloto* os domínios de *Criação Performática* e *Criação Visual e Plástica*. Por outro lado, no geral, nessa base de dados existe um registro bem menor de atores no domínio de Criação Literária distribuídos nas RAs apresentadas.

Tabela 82 - Contagem de Atores Criativos Levantados pelo Panorama de Diversas Fontes de Documentos Oficiais do Governo do Círculo 1, por Domínio Criativo e RA.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C1 - ATIVIDADES CRIATIVAS PRIMÁRIAS |            |                           |                      |                 | TOTAL        |
|-----------------------|-------------------------------------|------------|---------------------------|----------------------|-----------------|--------------|
|                       | criação literária                   | ARTESANATO | criação visual e plástica | criação performática | criação musical |              |
| PLANO PILOTO          | 4                                   | 13         | 115                       | 142                  | 8               | 282          |
| GAMA                  | 1                                   | 4          | 7                         | 15                   | 0               | 27           |
| TAGUATINGA            | 0                                   | 11         | 23                        | 43                   | 5               | 82           |
| BRAZLÂNDIA            | 0                                   | 4          | 3                         | 11                   | 1               | 19           |
| SOBRADINHO            | 0                                   | 13         | 27                        | 34                   | 2               | 76           |
| PLANALTINA            | 0                                   | 9          | 14                        | 21                   | 0               | 44           |
| PARANOÁ               | 0                                   | 2          | 8                         | 11                   | 0               | 21           |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    | 0                                   | 2          | 9                         | 19                   | 0               | 30           |
| CEILÂNDIA             | 0                                   | 9          | 21                        | 56                   | 1               | 87           |
| GUARÁ                 | 2                                   | 4          | 21                        | 35                   | 0               | 62           |
| CRUZEIRO              | 0                                   | 0          | 3                         | 16                   | 0               | 19           |
| SAMAMBAIA             | 1                                   | 6          | 12                        | 27                   | 0               | 46           |
| SANTA MARIA           | 0                                   | 2          | 7                         | 23                   | 0               | 32           |
| SÃO SEBASTIÃO         | 0                                   | 6          | 12                        | 18                   | 0               | 36           |
| RECANTO DAS EMAS      | 0                                   | 3          | 1                         | 14                   | 1               | 19           |
| LAGO SUL              | 0                                   | 4          | 18                        | 17                   | 0               | 39           |
| RIACHO FUNDO          | 0                                   | 4          | 2                         | 19                   | 0               | 25           |
| LAGO NORTE            | 0                                   | 3          | 21                        | 20                   | 2               | 46           |
| CANDANGOLÂNDIA        | 0                                   | 0          | 0                         | 6                    | 0               | 6            |
| ÁGUAS CLARAS          | 0                                   | 4          | 17                        | 21                   | 0               | 42           |
| RIACHO FUNDO 2        | 0                                   | 0          | 2                         | 0                    | 0               | 2            |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    | 0                                   | 5          | 12                        | 16                   | 0               | 33           |
| VARJÃO                | 0                                   | 0          | 1                         | 1                    | 0               | 2            |
| PARK WAY              | 0                                   | 0          | 2                         | 0                    | 0               | 2            |
| SCIA                  | 0                                   | 3          | 0                         | 3                    | 0               | 6            |
| SOBRADINHO 2          | 0                                   | 0          | 0                         | 0                    | 0               | 0            |
| JARDIM BOTÂNICO       | 0                                   | 1          | 17                        | 9                    | 0               | 27           |
| ITAPOÃ                | 0                                   | 1          | 4                         | 9                    | 0               | 14           |
| SIA                   | 0                                   | 0          | 0                         | 0                    | 0               | 0            |
| VICENTE PIRES         | 0                                   | 0          | 4                         | 7                    | 0               | 11           |
| FERCAL                | 0                                   | 0          | 0                         | 0                    | 0               | 0            |
| ARNIQUEIRA            | 0                                   | 0          | 1                         | 3                    | 0               | 4            |
| RIDE                  | 0                                   | 0          | 7                         | 0                    | 1               | 8            |
| RA DESCONHECIDA       | 0                                   | 9          | 15                        | 44                   | 0               | 68           |
| <b>TOTAL</b>          | <b>8</b>                            | <b>122</b> | <b>406</b>                | <b>660</b>           | <b>21</b>       | <b>1.217</b> |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

A Tabela 83 apresenta os registros, dessa mesma base de dados das múltiplas fontes já informadas, dos atores criativos do círculo C2 - Indústrias Culturais, por Domínio Criativo e RA. Nela destacam-se, como mencionado, o domínio de *Espetáculos* (2.559), nas RAs do *Plano Piloto* (717), *Taguatinga* (166), *Guará* (161) e *Ceilândia* (156). Por outro lado, não foram encontrados atores criativos neste círculo nas RAs do *Riacho Fundo 2* e *Fercal*.

Tabela 83 - Contagem de Atores Criativos Levantados pelo Panorama de Diversas Fontes de Documentos Oficiais do Governo do Círculo 2, por Domínio Criativo e RA.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C2 - INDÚSTRIAS CULTURAIS |                               |            |            |              |                       | TOTAL        |
|-----------------------|---------------------------|-------------------------------|------------|------------|--------------|-----------------------|--------------|
|                       | LIVROS E EDITORIAL        | PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL | FOTOGRAFIA | DESIGN     | ESPETÁCULOS  | INDÚSTRIA FONOGRAFICA |              |
| PLANO PILOTO          | 108                       | 104                           | 214        | 202        | 717          | 49                    | 1.394        |
| GAMA                  | 9                         | 13                            | 15         | 11         | 115          | 6                     | 169          |
| TAGUATINGA            | 30                        | 28                            | 21         | 24         | 166          | 20                    | 289          |
| BRAZLÂNDIA            | 2                         | 3                             | 6          | 3          | 22           | 10                    | 46           |
| SOBRADINHO            | 18                        | 30                            | 35         | 12         | 151          | 20                    | 266          |
| PLANALTINA            | 7                         | 11                            | 11         | 2          | 85           | 8                     | 124          |
| PARANOÁ               | 7                         | 19                            | 3          | 1          | 28           | 6                     | 64           |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    | 8                         | 5                             | 14         | 2          | 66           | 7                     | 102          |
| CEILÂNDIA             | 23                        | 39                            | 16         | 7          | 167          | 34                    | 286          |
| GUARÁ                 | 24                        | 22                            | 27         | 29         | 161          | 19                    | 282          |
| CRUZEIRO              | 10                        | 12                            | 7          | 10         | 54           | 6                     | 99           |
| SAMAMBAIA             | 16                        | 29                            | 12         | 6          | 101          | 16                    | 180          |
| SANTA MARIA           | 8                         | 12                            | 5          | 2          | 50           | 9                     | 86           |
| SÃO SEBASTIÃO         | 12                        | 25                            | 14         | 4          | 75           | 8                     | 138          |
| RECANTO DAS EMAS      | 1                         | 8                             | 6          | 2          | 45           | 8                     | 70           |
| LAGO SUL              | 22                        | 7                             | 51         | 20         | 117          | 14                    | 231          |
| RIACHO FUNDO          | 7                         | 15                            | 8          | 2          | 54           | 13                    | 99           |
| LAGO NORTE            | 18                        | 12                            | 46         | 15         | 111          | 17                    | 219          |
| CANDANGOLÂNDIA        | 5                         | 5                             | 2          | 1          | 18           | 3                     | 34           |
| ÁGUAS CLARAS          | 21                        | 3                             | 20         | 25         | 116          | 11                    | 196          |
| RIACHO FUNDO 2        | 0                         | 0                             | 0          | 0          | 0            | 0                     | 0            |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    | 8                         | 4                             | 18         | 25         | 59           | 4                     | 118          |
| VARJÃO                | 0                         | 2                             | 2          | 0          | 2            | 0                     | 6            |
| PARK WAY              | 0                         | 2                             | 0          | 3          | 0            | 0                     | 5            |
| SCIA                  | 2                         | 11                            | 0          | 0          | 14           | 7                     | 34           |
| SOBRADINHO 2          | 0                         | 0                             | 0          | 0          | 1            | 0                     | 1            |
| JARDIM BOTÂNICO       | 4                         | 3                             | 2          | 6          | 26           | 5                     | 46           |
| ITAPOÃ                | 2                         | 10                            | 2          | 1          | 9            | 0                     | 24           |
| SIA                   | 0                         | 0                             | 0          | 2          | 0            | 0                     | 2            |
| VICENTE PIRES         | 4                         | 4                             | 6          | 4          | 50           | 3                     | 71           |
| FERCAL                | 0                         | 0                             | 0          | 0          | 0            | 0                     | 0            |
| ARNIQUEIRA            | 6                         | 4                             | 0          | 0          | 11           | 3                     | 24           |
| RIDE                  | 0                         | 0                             | 0          | 1          | 0            | 1                     | 2            |
| RA DESCONHECIDA       | 27                        | 23                            | 34         | 21         | 141          | 22                    | 268          |
| <b>TOTAL</b>          | <b>382</b>                | <b>442</b>                    | <b>563</b> | <b>422</b> | <b>2.591</b> | <b>307</b>            | <b>4.707</b> |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Já a Tabela 84 apresenta os atores criativos levantados no círculo C3 - Indústrias Criativas Complexas, por Domínio Criativo e RA. Nela destaca-se, exatamente, o domínio de *Arquitetura* (6.597) na RA do *Plano Piloto* (4.031) e em *Taguatinga* (772), sendo esse o domínio que se mostra presente em metade das RAs. Nessa base de dados os registros dos domínios de *Turismo*, apesar de estruturados, e *Jogos e Games* apresentam uma ocorrência bem menor. Por outro lado, não foram identificados nesse círculo atores criativos nas regiões administrativa de *Varjão*, *Sobradinho 2*, *Fercal* e *RIDE*.

Tabela 84 - Contagem de Atores Criativos Levantados pelo Panorama de Diversas Fontes de Documentos Oficiais do Governo do Círculo 3, por Domínio Criativo e RA.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C3 - INDÚSTRIAS CRIATIVAS COMPLEXAS |          |                       |           |                   |              |              |           |             |               | TOTAL        |
|-----------------------|-------------------------------------|----------|-----------------------|-----------|-------------------|--------------|--------------|-----------|-------------|---------------|--------------|
|                       | EDUCAÇÃO/PESQUISA                   | TURISMO  | EVENTOS/FEIRAS/FESTAS | SOFTWARE  | MÍDIAS (RÁDIO/TV) | AUDIOVISUAL  | ARQUITETURA  | MODA      | GASTRONOMIA | JOGOS E GAMES |              |
| PLANO PILOTO          | 81                                  | 2        | 18                    | 29        | 3                 | 409          | 4.031        | 7         | 2           | 1             | 4.583        |
| GAMA                  | 6                                   | 0        | 1                     | 2         | 0                 | 15           | 167          | 0         | 0           | 0             | 191          |
| TAGUATINGA            | 8                                   | 0        | 1                     | 7         | 0                 | 55           | 772          | 0         | 1           | 0             | 844          |
| BRAZLÂNDIA            | 0                                   | 0        | 0                     | 0         | 0                 | 5            | 19           | 0         | 0           | 0             | 24           |
| SOBRADINHO            | 14                                  | 0        | 1                     | 5         | 1                 | 51           | 150          | 1         | 2           | 0             | 225          |
| PLANALTINA            | 1                                   | 0        | 0                     | 3         | 1                 | 7            | 62           | 0         | 0           | 0             | 74           |
| PARANOÁ               | 3                                   | 0        | 0                     | 1         | 1                 | 13           | 31           | 0         | 0           | 0             | 49           |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    | 0                                   | 0        | 0                     | 5         | 0                 | 23           | 99           | 0         | 0           | 0             | 127          |
| CEILÂNDIA             | 8                                   | 0        | 1                     | 5         | 0                 | 37           | 122          | 0         | 0           | 0             | 173          |
| GUARÁ                 | 8                                   | 0        | 2                     | 4         | 1                 | 67           | 260          | 2         | 1           | 1             | 346          |
| CRUZEIRO              | 3                                   | 0        | 1                     | 2         | 0                 | 16           | 240          | 0         | 0           | 0             | 262          |
| SAMAMBAIA             | 9                                   | 0        | 3                     | 2         | 3                 | 15           | 115          | 0         | 0           | 0             | 147          |
| SANTA MARIA           | 0                                   | 0        | 1                     | 2         | 0                 | 11           | 61           | 0         | 0           | 0             | 75           |
| SÃO SEBASTIÃO         | 3                                   | 0        | 0                     | 0         | 0                 | 9            | 42           | 0         | 0           | 0             | 54           |
| RECANTO DAS EMAS      | 2                                   | 0        | 2                     | 1         | 0                 | 11           | 36           | 0         | 0           | 0             | 52           |
| LAGO SUL              | 6                                   | 1        | 0                     | 2         | 0                 | 61           | 279          | 0         | 1           | 0             | 350          |
| RIACHO FUNDO          | 3                                   | 0        | 0                     | 2         | 1                 | 20           | 63           | 0         | 1           | 0             | 90           |
| LAGO NORTE            | 8                                   | 0        | 0                     | 9         | 0                 | 72           | 0            | 0         | 2           | 2             | 93           |
| CANDANGOLÂNDIA        | 0                                   | 0        | 0                     | 0         | 1                 | 2            | 16           | 0         | 0           | 0             | 19           |
| ÁGUAS CLARAS          | 8                                   | 0        | 0                     | 5         | 1                 | 66           | 20           | 0         | 1           | 1             | 102          |
| RIACHO FUNDO 2        | 0                                   | 0        | 0                     | 0         | 0                 | 0            | 1            | 0         | 0           | 0             | 1            |
| SUDOESTE/OCTOGONAL    | 7                                   | 0        | 0                     | 4         | 0                 | 40           | 3            | 0         | 0           | 0             | 54           |
| VARZÃO                | 0                                   | 0        | 0                     | 0         | 0                 | 0            | 0            | 0         | 0           | 0             | 0            |
| PARK WAY              | 0                                   | 0        | 0                     | 0         | 0                 | 0            | 1            | 0         | 0           | 0             | 1            |
| SCIA                  | 0                                   | 0        | 0                     | 0         | 0                 | 3            | 0            | 0         | 0           | 0             | 3            |
| SOBRADINHO 2          | 0                                   | 0        | 0                     | 0         | 0                 | 0            | 0            | 0         | 0           | 0             | 0            |
| JARDIM BOTÂNICO       | 3                                   | 0        | 0                     | 0         | 0                 | 6            | 3            | 0         | 0           | 0             | 12           |
| ITAPOÁ                | 0                                   | 0        | 0                     | 0         | 0                 | 3            | 0            | 0         | 0           | 0             | 3            |
| SIA                   | 0                                   | 0        | 0                     | 0         | 0                 | 1            | 0            | 0         | 0           | 0             | 1            |
| VICENTE PIRES         | 3                                   | 0        | 0                     | 3         | 0                 | 8            | 3            | 0         | 0           | 0             | 17           |
| FERCAL                | 0                                   | 0        | 0                     | 0         | 0                 | 0            | 0            | 0         | 0           | 0             | 0            |
| ARNIQUEIRA            | 1                                   | 0        | 0                     | 0         | 0                 | 8            | 1            | 0         | 0           | 0             | 10           |
| RIDE                  | 0                                   | 0        | 0                     | 0         | 0                 | 0            | 0            | 0         | 0           | 0             | 0            |
| RA DESCONHECIDA       | 5                                   | 0        | 0                     | 24        | 0                 | 53           | 0            | 0         | 1           | 0             | 83           |
| <b>TOTAL</b>          | <b>185</b>                          | <b>3</b> | <b>31</b>             | <b>93</b> | <b>13</b>         | <b>1.034</b> | <b>6.597</b> | <b>10</b> | <b>11</b>   | <b>5</b>      | <b>7.982</b> |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

A Tabela 85 apresenta a contagem de atores criativos do círculo C4 - Atividades Relacionadas, segundo a mesma base de fontes múltiplas já listadas. O principal registro se dá no domínio das Ocupações Transversais (981), principalmente na RA do *Plano Piloto* (308). Por outro lado, não foram identificados atores criativos no Domínio Criativo de *Infraestrutura*. No domínio de *Esporte e Lazer* existem no total apenas 10 atores criativos e baixos ou nenhum quantitativo distribuído nas RAs apresentadas. E por fim, não foram identificados nesse círculo atores criativos nas regiões administrativa de *Riacho Fundo 2*, *Park Way*, *So-bradinho 2*, *SIA*, *Fercal* e *RIDE*.

Tabela 85 - Contagem de Atores Criativos Levantados pelo Panorama de Diversas Fontes de Documentos Oficiais do Governo do Círculo 4, por Domínio Criativo e RA.

| REGIÃO ADMINISTRATIVA | C4 - ATIVIDADES RELACIONADAS |                 | TOTAL |
|-----------------------|------------------------------|-----------------|-------|
|                       | OCUPAÇÕES TRANSVERSAIS       | ESPORTE E LAZER |       |
| PLANO PILOTO          | 306                          | 2               | 308   |
| GAMA                  | 27                           | 0               | 27    |
| TAGUATINGA            | 48                           | 2               | 50    |
| BRAZLÂNDIA            | 9                            | 0               | 9     |
| SOBRADINHO            | 58                           | 0               | 58    |
| PLANALTINA            | 31                           | 1               | 32    |
| PARANOÁ               | 9                            | 0               | 9     |
| NÚCLEO BANDEIRANTE    | 26                           | 0               | 26    |
| CEILÂNDIA             | 54                           | 0               | 54    |
| GUARÁ                 | 67                           | 1               | 68    |
| CRUZEIRO              | 15                           | 0               | 15    |
| SAMAMBAIA             | 37                           | 0               | 37    |
| SANTA MARIA           | 18                           | 0               | 18    |
| SÃO SEBASTIÃO         | 32                           | 0               | 32    |

|                    |            |           |            |
|--------------------|------------|-----------|------------|
| RECANTO DAS EMAS   | 20         | 4         | 24         |
| LAGO SUL           | 55         | 0         | 55         |
| RIACHO FUNDO       | 13         | 0         | 13         |
| LAGO NORTE         | 33         | 0         | 33         |
| CANDANGOLÂNDIA     | 8          | 0         | 8          |
| ÁGUAS CLARAS       | 47         | 0         | 47         |
| RIACHO FUNDO 2     | 0          | 0         | 0          |
| SUDOESTE/OCTOGONAL | 25         | 0         | 25         |
| VARJÃO             | 5          | 0         | 5          |
| PARK WAY           | 0          | 0         | 0          |
| SCIA               | 1          | 0         | 1          |
| SOBRADINHO 2       | 0          | 0         | 0          |
| JARDIM BOTÂNICO    | 9          | 0         | 9          |
| ITAPOÃ             | 1          | 0         | 1          |
| SIA                | 0          | 0         | 0          |
| VICENTE PIRES      | 20         | 0         | 20         |
| FERCAL             | 0          | 0         | 0          |
| ARNIQUEIRA         | 7          | 0         | 7          |
| RIDE               | 0          | 0         | 0          |
| RA DESCONHECIDA    | 60         | 0         | 60         |
| <b>TOTAL</b>       | <b>981</b> | <b>10</b> | <b>991</b> |

Fonte: Pesquisa Panorama DF, 2022. Legenda: refere-se ao percentil dos quantitativos.

Por sua vez, o cadastro da Secretaria de Turismo do GDF, que reúne mais de 12 mil agentes artesãos (11.392) e manualistas (1.601), confirma que há uma concentração dessas atividades primárias nas RAs mais periféricas. A Tabela 86 mostra que além do Plano Piloto, Taguatinga, Ceilândia, Sobradinho, Guará (I e II), Samambaia, Gama, Recanto das Emas, Riacho Fundo, de referência em outros domínios, Planaltina e Santa Maria, aparecem como áreas de concentração.

Tabela 86 - Cadastro de artesões e manualistas da Secretaria de Turismo GDF.

| Região Administrativa | ARTESÃO |        | MANUALISTAS |        | TOTAL |        |
|-----------------------|---------|--------|-------------|--------|-------|--------|
|                       | N       | %      | N           | %      | N     | %      |
| Taguatinga            | 1.396   | 12,25% | 158         | 9,87%  | 1.554 | 11,96% |
| Ceilândia             | 1.276   | 11,20% | 173         | 10,81% | 1.449 | 11,15% |
| Sobradinho            | 867     | 7,61%  | 193         | 12,05% | 1.060 | 8,16%  |
| Sobradinho II         | 39      | 0,34%  | 8           | 0,50%  | 47    | 0,36%  |
| Planaltina            | 472     | 4,14%  | 115         | 7,18%  | 587   | 4,52%  |
| Fercal                | 29      | 0,25%  | 11          | 0,69%  | 40    | 0,31%  |
| Águas Claras          | 288     | 2,53%  | 56          | 3,50%  | 344   | 2,65%  |
| Octogonal             | 11      | 0,10%  | 13          | 0,81%  | 24    | 0,18%  |
| Brazlândia            | 321     | 2,82%  | 16          | 1,00%  | 337   | 2,59%  |
| São Sebastião         | 244     | 2,14%  | 42          | 2,62%  | 286   | 2,20%  |
| Paranoá               | 319     | 2,80%  | 18          | 1,12%  | 337   | 2,59%  |
| Santa Maria           | 513     | 4,50%  | 64          | 4,00%  | 577   | 4,44%  |
| Plano Piloto          | 1.118   | 9,81%  | 117         | 7,31%  | 1.235 | 9,51%  |
| Candangolândia        | 135     | 1,19%  | 0           | 0,00%  | 135   | 1,04%  |
| Gama                  | 620     | 5,44%  | 41          | 2,56%  | 661   | 5,09%  |
| Cruzeiro              | 244     | 2,14%  | 45          | 2,81%  | 289   | 2,22%  |
| Itapoã                | 32      | 0,28%  | 12          | 0,75%  | 44    | 0,34%  |
| Granja do Torto       | 7       | 0,06%  | 0           | 0,00%  | 7     | 0,05%  |
| Guará I               | 702     | 6,16%  | 111         | 6,93%  | 813   | 6,26%  |
| Guará II              | 126     | 1,11%  | 0           | 0,00%  | 126   | 0,97%  |
| Jardim Botânico       | 78      | 0,68%  | 20          | 1,25%  | 98    | 0,75%  |
| Núcleo Bandeirante    | 111     | 0,97%  | 31          | 1,94%  | 142   | 1,09%  |
| Park Way              | 77      | 0,68%  | 9           | 0,56%  | 86    | 0,66%  |
| Samambaia             | 698     | 6,13%  | 83          | 5,18%  | 781   | 6,01%  |
| Lago Norte            | 194     | 1,70%  | 15          | 0,94%  | 209   | 1,61%  |
| Lago Sul              | 196     | 1,72%  | 7           | 0,44%  | 203   | 1,56%  |

|                   |               |                |              |                |               |                |
|-------------------|---------------|----------------|--------------|----------------|---------------|----------------|
| Recanto das Emas  | 502           | 4,41%          | 82           | 5,12%          | 584           | 4,49%          |
| Riacho Fundo I    | 427           | 3,75%          | 72           | 4,50%          | 499           | 3,84%          |
| Riacho Fundo II   | 61            | 0,54%          | 6            | 0,37%          | 67            | 0,52%          |
| Vicente Pires     | 125           | 1,10%          | 34           | 2,12%          | 159           | 1,22%          |
| Estrutural        | 132           | 1,16%          | 44           | 2,75%          | 176           | 1,35%          |
| Vila Planalto     | 7             | 0,06%          | 0            | 0,00%          | 7             | 0,05%          |
| Vila Telebrasília | 16            | 0,14%          | 0            | 0,00%          | 16            | 0,12%          |
| Varjão            | 9             | 0,08%          | 5            | 0,31%          | 14            | 0,11%          |
| <b>TOTAL</b>      | <b>11.392</b> | <b>100,00%</b> | <b>1.601</b> | <b>100,00%</b> | <b>12.993</b> | <b>100,00%</b> |

Fonte: Secretaria de Turismo DF, 2023.

É essa base de múltiplas fontes, em princípio, fora dos registros de monitoramento econômico, que permite inferir um volume de agentes complementar às contagens de CNAEs, CBO e CAGED combinados (67.440). Se somados, considerando também o cadastro da Secretaria de Turismo (28.708), vamos chegar ao número dos agentes da Economia Criativa. Essa projeção sugere um número acima de 90 mil agentes criativos atuando no Distrito Federal.

## 8 Geração de Renda



COMO TRATAMOS NA SEÇÃO METODOLÓGICA DO PRESENTE RELATÓRIO, HÁ UM grupo das pesquisas econômicas estruturais realizadas pelo IBGE, com a PIA e PAS através dos quais é possível coletar informações de empresas associadas à EC, via recorte dessas empresas pelo filtro da CNAE criativa.

As bases de dados gerados pela PIA e PAS possibilitam extrair informações sobre o faturamento, receitas, despesas, pessoal ocupado, salários, retiradas e outras remunerações, valor adicionado, entre outras, para o setor industrial e de serviços, respectivamente. Todavia, essas informações, hoje públicas, são apresentadas em agregados de CNAEs que não permitem uma aferição de todos os CNAEs de atividades criativas. Mesmo assim foi possível acessar, com base nos esforços do Instituto de Pesquisa Estatística do GDF (IPEDF), antiga CODEPLAN<sup>9</sup>, dois conjuntos agregados que apontam um resultado expressivo em um conjunto de atividades criativas. Conforme Figura 15 abaixo, considerando o Produto Interno Bruto (PIB) de 2019 (277,6 bilhões de reais), o agregado Arte, Cultura, Esporte e Recreação representou 1,7% do PIB (4,6 bilhões de reais) e o agregado Informação e Comunicação 3,3% (9 bilhões reais). No último resultado publicado pela mesma fonte em 2022 o PIB, com base na aferição de 2020, sofreu uma retração pouco acima de 2% (265,8 bilhões de reais) em razão dos efeitos econômicos da pandemia. Os agregados de Arte, Cultura, Esporte e Recreação caíram para 1,6% do PIB (4,5 bilhões de reais) e Informação e Comunicação subiu para 3,6% embora tenha reduzido o valor nominal (8,7 bilhões de reais).

Figura 15 - PIB-DF (dados da CODEPLAN/IPEDF)

| Produto Interno Bruto (dados CODEPLAN/IPEDF)   |  |
|--|--|
| <b>PIB 2019 - R\$273,614 bilhões</b>   | <b>PIB 2022 (2020) - R\$ 265,842 bilhões</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Arte, cultura, esporte, recreação 1,7% R\$ 4,651 bilhões</li><li>• Informação e Comunicação 3,3% R\$ 9,029 bilhões</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Arte, cultura, esporte, recreação 1,6% R\$ 4,519 bilhões</li><li>• Informação e Comunicação 3,6% R\$ 8,772 bilhões</li></ul> |

Fonte: Própria com base nos dados do IPEDF.

<sup>9</sup> Produto interno bruto do Distrito Federal (PIB-DF). Disponível em: <<https://www.ipe.df.gov.br/produto-interno-bruto-do-df-pib/>> Acesso em 11 de abril de 2023.

O mesmo percurso foi feito para aferir dados de arrecadação tributária. Os dados foram apurados pelo IPEDF e resgatados com a ajuda da equipe da Insight. Os números foram aferidos tomando como referência alíquotas médias, portanto, são aproximações possíveis, observados os dados disponíveis nas fontes secundárias dos agentes tributários do GDF e coletadas a partir dos agregados identificados pelo IPEDF. O resultado desse exercício aponta para o volume de 1,5 bilhão em impostos que resultaram de atividades criativas. Tabela 87 apresenta o que foi recolhido no Distrito Federal em Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e Imposto Sobre Serviços (ISS).

Tabela 87 - Dados de arrecadação 2022 apurados pelo IPEDF

| Tipo de Arrecadação Anual DF (2022) | Domínio Criativo                   | Arrecadação Anual DF (2022) | %     | Subtotal      | %       |
|-------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------|-------|---------------|---------|
| ICMS                                | C3 - Mídias (Rádio/TV)             | R\$ 658.873.500,00          | 51,8% | 1.272.830.800 | 80,05%  |
|                                     | C3 - Moda                          | R\$ 294.056.000,00          | 23,1% |               |         |
|                                     | C3 - Gastronomia                   | R\$ 115.253.300,00          | 9,1%  |               |         |
|                                     | C4 - Infraestrutura                | R\$ 204.648.000,00          | 16,1% |               |         |
| ISS                                 | C2 - Livros & Editorial            | R\$ 5.653.100,00            | 1,8%  | 317.170.700   | 19,95%  |
|                                     | C2 e C3 - Fotografia e Audiovisual | R\$ 13.953.100,00           | 4,4%  |               |         |
|                                     | C3 - Eventos, Feiras e Festas      | R\$ 3.955.900,00            | 1,2%  |               |         |
|                                     | C3 - Educação P&D                  | R\$ 74.394.800,00           | 23,5% |               |         |
|                                     | C3 - Publicidade                   | R\$ 25.074.100,00           | 7,9%  |               |         |
|                                     | C3 - Turismo                       | R\$ 22.918.200,00           | 7,2%  |               |         |
|                                     | C4 - Esporte e Lazer               | R\$ 11.485.000,00           | 3,6%  |               |         |
|                                     | C4 - Atividades Transversais       | R\$ 44.809.300,00           | 14,1% |               |         |
|                                     | C4 - Infraestrutura                | R\$ 114.927.200,00          | 36,2% |               |         |
| Total Geral                         |                                    |                             |       | 1.590.001.500 | 100,00% |

Fonte: Organização própria com base nos dados do IPEDF com desagregação da INSIGHT.

O IBGE, tomando como referência os números de 2020, estima que a Economia Criativa representa em torno de 3,5% do PIB do Distrito Federal<sup>10</sup>, acima de 9 bilhões de reais. Se forem consideradas as aferições do IPEDF para PIB e arrecadação, esse valor e percentual pode ser maior.

<sup>10</sup> Percentual também mencionado no mapeamento da Economia Criativa da FIRJAN (2022). Disponível em: <<https://casafirjan.com.br/pensamento/ambientes-de-inovacao/mapeamento-da-industria-criativa-2022>>. Acesso em 11 de abril de 2023.

# 9 Apontamentos e indicativos dos dados quantitativos



OS PRIMEIROS DADOS QUANTITATIVOS, PROCESSADOS ATÉ AQUI, JÁ INDICAM AS RAs com maior atividade criativa. Além do Plano Piloto, as atividades são expressivas em Taguatinga, Ceilândia, Guará, Samambaia, Águas Claras, Gama e Sobradinho. Estão concentradas nos domínios que orbitam no Círculo 3 (74%), das Indústrias Criativas Complexas. São os domínios da Publicidade, da Educação, do Turismo, Eventos, Feiras e Festas, Software, Mídias (TV, rádio, jornal e conteúdo digital), Audiovisual, Arquitetura, Moda, Gastronomia, Jogos e Games (ver Figura 16 abaixo). São, portanto, sistemas de mediação mais complexos que envolvem produção, circulação e consumo de produtos, serviços e processos que mobilizam agentes diversos (incluindo a academia) e organizações públicas e privadas. De partida, já se mostra a indicação de vocações em cadeias de valor com um nível de organização que permite projetar e planejar a estruturação de clusters.

Figura 16 - Domínios e regiões com mais estruturação de atividades criativas.

- Domínios Publicidade (13.096), Moda (3.324), Audiovisual (2.378), Pesquisa/Educação (1.550), Turismo (1.498), Eventos (1.083), Gastronomia (590), Mídias (360).
- Empresas - Plano Piloto (4.869), depois em Ceilândia (2.493), Taguatinga (2.440), Águas Claras (1.970), Guará (1.663), Samambaia (1.610), Sobradinho (1.098), Gama (1.002).

Fonte: Consolidação própria com base nas coletas apresentadas no relatório.

De outra parte, os dados quantitativos indicam que as RAs mais periféricas têm forte atuação nas atividades Criativas Primárias, o que sugere um ponto de atenção das políticas públicas. Também revela que nesse Círculo Criativo há um índice de informalidade.

De maneira geral temos nos GDF todos 25 Domínios Criativos em atuação. Há alguma atividade criativa em todas as RAs envolvendo mais de 90 mil agentes. A contribuição na geração do PIB (bens - produtos, serviços - remuneração) no patamar dos 3,5% ou mais, representando 9 bilhões de reais ou mais. A grande maioria dos agentes criativos (70%) tem mais de 30 anos, um nível de escolaridade que, reunindo ensino médio e ensino superior completo, se aproxima de uma totalidade (80%) e uma faixa salarial entre 4 e 7 mil reais. Há mais agentes do sexo masculino que feminino e a etnia/raça apresenta um

relativo equilíbrio entre aqueles criativos que se declaram brancos e pardos.

São os primeiros resultados que ainda serão complementados por outras coletas socioeconômicas das RAs do Distrito Federal, ainda em processamento, e também com os dados da coleta qualitativa cujos primeiros indicadores serão tratados na seção a seguir que se baseia na coleta exploratória das múltiplas fontes apuradas nessa busca quantitativa.

# **10 Apresentação da pesquisa de campo - dados qualitativos**



DESTA PARTE EM DIANTE TRATAREMOS DE APRESENTAR OS RESULTADOS parciais da pesquisa qualitativa do projeto “Panorama da Economia Criativa do Distrito Federal”. Cabe aqui retomar os objetivos da segunda fase do macroprojeto, denominada de “Potencialidade de Consumo e Mercado da Economia Criativa”, que consiste em analisar as potencialidades e vocações do mercado da Economia Criativa nas RAs do DF, a partir de uma apresentação sistematizada de cenários de consumo para os Domínios Criativos do DF. Acompanham o objetivo geral as seguintes especificidades: i) Conhecer os Domínios Criativos de maior relevância mercadológica no DF; ii) Analisar o mercado da Economia Criativa e o perfil dos empreendedores e microempreendedores criativos do DF, considerando as diferentes realidades socioculturais e econômicas de cada RA; iii) Mensurar o potencial mercadológico das Regiões Administrativas do DF para a Economia Criativa; iv) Investigar as práticas de consumo nos Domínios Criativos e RAs com maior participação na economia do DF; v) Projetar públicos existentes e potenciais e identificar nichos de mercado para a Economia Criativa do DF. Consideramos os dados quanti e quali sistematizados neste relatório como respostas aos objetivos i e ii, além de dar apontamentos e pistas para se alcançar os objetivos iii, iv e v.

Em se tratando de uma fase que se ocupa das relações de produção, troca e circulação da Economia Criativa, torna-se fundamental apontar o entendimento de consumo do qual partimos. Entendemos o consumo a partir da ideia de “trocas simbólicas”, uma vez que são relações sociais que dão sentido à vida prática e cotidiana das pessoas. Na perspectiva sociológica do termo, o consumo encontra-se situado entre as lógicas do campo econômico e do campo artístico. Pierre Bourdieu investigou os sentidos de “valor simbólico”, do qual deriva a noção de “troca simbólica”, e o considerou como:

[...] estratégia econômica do campo artístico demasiado perfeita, isto é, por demais perfeitamente simbólicas, portanto, bem protegidas pelo próprio efeito de sacralização que produzem, para que se possa esperar e apreender aí, direta e completamente, as leis da economia das trocas simbólicas (BOURDIEU, 2006 p. 159).

Por essa via, consumir é antes de tudo uma relação social na qual indivíduos entram em acordo e compartilham códigos linguísticos, circuitos de sentido e valores culturais,

semelhantes ou interessados. Os valores de troca no campo das artes e, por derivação, das atividades econômicas que colocam no centro a criatividade como núcleo dos seus processos, seguem, portanto, a lógica dos chamados “valores simbólicos”: crenças, ritos, mitos, vínculos familiares, distinção do status social, as grandes e micronarrativas etc. Todos são elementos bastante familiares do campo artístico e que passaram nas últimas décadas a envolver a objetificação das práticas comerciais de aspectos estéticos.

De modo semelhante, Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015) cunharam o termo “capitalismo artista” e, em uma de suas definições, retomam a ideia de Baudrillard ao considerarem que o capitalismo com suas lógicas de consumo não é apenas produtor de bens e serviços mercantis, ele é ao mesmo tempo “o lugar principal da produção simbólica”. (BAUDRILLARD apud LIPOVETSKY; SERROY, p. 126). E acrescentam: “O criador de um imaginário social, de uma ideologia, de mitologias significantes. A sociedade de consumo é o próprio mito dela mesma” (LIPOVETSKY; SERROY, p. 126).

Tal compreensão do consumo enquanto valor e troca simbólica dialoga com aquilo que apontamos a respeito do campo da Economia Criativa na etapa bibliográfica da primeira fase do projeto. Que consiste em um campo extremamente amplo e mutável, situado em uma realidade transversal e transdisciplinar, haja visto os dados da pesquisa de escopo que demonstraram uma diversificação de áreas do conhecimento que abrigam publicações associadas ao tema (Administração, Economia, Comunicação e Informação, Planejamento Urbano e Regional, Programas Interdisciplinares etc.). Além de vir se consolidando em territórios estrangeiros como saída estratégica para o mundo do trabalho e dos modos de organização social, “especialmente no meio urbano que caracteriza a modernidade atual com todos os problemas que ela comporta.” (KIELING, DRAVET, MARQUES, 2022).

Todavia, do ponto de vista da Economia Criativa, tal qual a identificamos, a lógica de produção e consumo passa a se configurar em uma relação de troca mediada pela convergência daqueles que criam, idealizam e pensam suas produções para públicos gerais ou específicos, mobilizando saberes locais em favor do desenvolvimento social, econômico e da promoção da cultura. O que sabemos da atual sociedade do consumo é que a proliferação e demanda por infinitudes de artefatos, objetos e serviços especializados e com aspectos personalizados e diferenciados teve seu aumento exponencial a partir de uma hipermodernização da

vida. Lipovetsky (2004) nos auxilia neste entendimento de que a sociedade atual sente uma necessidade quase ininterrupta por novidade e por viver experiências de consumo diversas: turismo, moda, entretenimento, culinária, artefatos tecnológicos digitais fazem parte dessas constantes demandas de um público constantemente ávido por consumir.

No exercício de investigar as práticas de consumo das diferentes realidades socioculturais das RAs do DF, pensou-se na produção e circulação dos bens, serviços e atividades criativas dentro dos domínios mapeados na primeira fase da pesquisa. São vinte e cinco domínios, distribuídos em quatro círculos dinâmicos: círculo das atividades criativas primárias; círculo das indústrias culturais; círculo das indústrias criativas complexas; e as atividades relacionadas que orbitam no quarto círculo<sup>11</sup>.

Apresentamos, neste relatório parcial, parte do mapeamento realizado em campo. O objetivo inicial foi de compreender quais dessas atividades criativas (segundo os domínios representados no *círculo dinâmico*) possuem maior participação mercadológica dentro das RAs, e como se apresentam e emergem as respectivas competências e vocações dos profissionais que nelas atuam. Desse modo, os esforços foram concentrados em atividades que visam conhecer as realidades dos cenários criativos em cada RA, além dos perfis dos agentes criativos que idealizam, mobilizam, projetam e colocam em circulação os bens e serviços criativos distribuídos no mapa geral do Distrito Federal.

Na sequência, descrevemos a perspectiva metodológica da pesquisa de campo. Esta, de caráter qualitativo e desenvolvida a partir de uma abordagem cartográfica, realizada a partir dos instrumentos de grupos de discussão (GD) e técnicas de observação. Cabe ressaltar que a metodologia empreendida em campo partiu de uma perspectiva ampla – em se tratando do método de GDs e pesquisa de observação participativa – para adaptar-se à realidade que se apresentava, isto é, trata-se de uma distensão dos modelos apresentados na literatura corrente de GDs e abordagens cartográficas. De tal modo, as duas atividades passaram a ser denominadas de *Círculos Comunitários* e *Safáris Fotográficos*. Após a apresentação metodológica, acompanhada da descrição dos instrumentos de coleta de dados, passamos a apresentar os relatórios preliminares de dez RAs (Águas Claras, Samambaia, Núcleo Bandei-

---

<sup>11</sup> Op. cit. Figura 03, p. 29.

rante, Plano Piloto, Guará, Arniqueiras, Santa Maria, Cruzeiro, Gama, Recanto das Emas).

Por fim, apresentamos algumas reflexões preliminares da pesquisa.

**11 Metodologia para  
pesquisa de campo -  
Círculos Comunitários  
e Safáris Fotográficos**



PARA ESSA INVESTIGAÇÃO, TRABALHOU-SE COM UMA METODOLOGIA QUALITATIVA, de caráter analítico, combinando diferentes métodos para conhecer com profundidade as realidades socioculturais e mercadológicas das RAs identificadas na etapa quantitativa de “Competências e Vocações”. De uma forma mais ampla, a investigação caracteriza-se como uma pesquisa-ação ou, segundo a perspectiva de Passos e Barros (2020), uma “pesquisa intervenção”, uma vez que o observador está sempre implicado no campo de observação. Nesse sentido, o seu caráter intervencionista consiste em que pesquisadores e participantes representativos da situação estejam sempre envolvidos de modo cooperativo ou participativo, de maneira que a produção de conhecimento e de ações necessárias aconteçam de forma conjunta (THIOLLENT, 1985). Ao nos guiarmos por essa prática, o objetivo foi estimular uma relação não hierárquica entre os saberes dos agentes criativos (empreendedores/as e microempreendedores/as) e os conhecimentos acadêmicos, visando futuramente a proposição de ações capazes de gerar mudanças na realidade investigada.

Complementando essa perspectiva, utilizamos o método cartográfico (KASTRUP, 2012) para orientar a realização do que denominamos de *Círculos Comunitários* (baseados na metodologia de grupos de discussão [GODOI, 2013]), e os *safáris Fotográficos*. O método cartográfico permite uma condução aberta e sensível das falas, gestos, movimentos e afetos que surgem na relação pesquisador/a e pesquisados/as, bem como entre pesquisador/a e paisagens/imagens. A partir do olhar cartográfico, adota-se uma postura de acolhimento do inesperado que Kastrup (2012) denomina de “concentração sem focalização” e que consiste em uma forma de atenção que evita dois extremos: o relaxamento passivo (dispersão) e a rigidez controlada (fechamento).

As experiências vão então ocorrendo, muitas vezes fragmentadas e sem sentido imediato. Pontas de presente, movimentos emergentes, signos que indicam que algo acontece, que há uma processualidade em curso. Algumas concorrem para modular o próprio problema, tornando-o mais concreto e bem colocado. Assim, surge um encaminhamento de solução ou uma resposta ao problema (KASTRUP, 2007, p. 18).

Assim, atentando-se aos objetivos de pesquisa, e entendendo-os como móveis e flexíveis, buscamos acolher, nesta pesquisa intervenção, os movimentos e afetos que emergiram das conversas com os/as agentes criativos/as, assim como da relação entre pesquisadoras/

es e paisagens urbanas, abrindo espaço para que esse fluxo imprevisível, combinado aos direcionamentos mais específicos da pesquisa conduzisse a investigação do problema e as análises da realidade investigada.

De forma mais pontual, a atividade denominada de *Círculos Comunitários* e o *Safári Fotográfico* se orientou pelas quatro variedades de funcionamento atencional propostas por Kastrup (2012): 1) O rastreio, que promove uma varredura despreziosa do campo no qual se atua, se abrindo para pistas (falas, diálogos, gestos ou imagens); 2) O toque, ou um pequeno vislumbre que aciona o processo de seleção de elementos mais significativos; 3) O pouso, quando a percepção realiza uma parada, um “zoom” sobre um desses elementos, levada por memórias pessoais, coletivas e/ou pela relação do pesquisador/a com a temática da pesquisa; 4) O reconhecimento atento, quando memórias e experiências são materializadas em novas ideias ou descobertas, reconduzindo o processo aos objetivos da pesquisa. Por meio desses pontos de atenção é possível assegurar a materialização das propostas sem renunciar à imprevisibilidade do processo.

### 11.1. *Círculos Comunitários*

Os *Círculos Comunitários* são instrumentos metodológicos utilizados na abordagem pesquisa — intervenção aqui apresentada, e que se fundamentam no método de GDs. Na perspectiva de Godoi (2013), o GD consiste em uma prática grupal de pesquisa, cuja finalidade reside em levantar certas construções narrativas, contradições, ideologias e tensões discursivas estimuladas em função dos objetivos da pesquisa. Isto é, um GD “consiste em uma máquina de produção de discurso” (ibánñez apud Godoi, 2013, p. 04).

Os *Círculos Comunitários* constituíram, portanto, um espaço no qual líderes de diferentes Domínios Criativos de uma mesma RA do DF puderam se reunir e compartilhar, a partir da condução de um/a moderador/a, suas percepções, vivências e proposições relacionadas ao mercado da Economia Criativa. Entende-se essas/es líderes em um duplo papel comunitário: em um primeiro momento, como representantes de comunidades criativas específicas (quando associados ao Domínio Criativo em que atuam), reforçando o sentido de pertenci-

mento na formação de comunidades e, em um segundo momento, e em um nível territorial, como parte da população criativa daquela RA investigada e que, em conjunto com os demais líderes, formam uma comunidade<sup>12</sup>.

Portanto, a formação de grupos/Círculos Comunitários com lideranças criativas regionais visa a circulação de percepções, vivências e ideias entre e em comunidades, que, em diálogo com as proposições da investigação e de acordo com a proposta de pesquisa-intervenção, possam resultar em direcionamentos estratégicos para o fomento da Economia Criativa no DF, considerando as singularidades de cada Domínio Criativo e de cada RA. Buscou-se, assim, investigar especificidades regionais nas formas de produção, circulação e consumo de bens, serviços e atividades criativas.

Godoi (2013) ressalta que a formação de grupos como método de pesquisa permite a formação de um “locus de produção de sentidos coletivos” no qual as experiências locais se cruzam, produzem significados e indicam demandas mais amplas. Quando adaptada à proposta de *Círculos Comunitários* é possível dizer que essa escolha metodológica propulsiona também a produção criativa colaborativa entre academia e sociedade, no diálogo e convergência entre os diversos campos dos saberes. Observa-se as demandas regionais que podem ser atendidas e caminha-se para o delineamento coletivo de propostas que interessem às realidades socioculturais impactadas pela pesquisa.

### 11.1.1 Formação dos Círculos Comunitários

Para a formação dos Círculos Comunitários partimos de um levantamento orgânico das/os agentes criativos. No primeiro momento, realizou-se uma busca tanto por meio de pesquisa Desk Research quanto com informações exploratórias a partir de outros mapeamentos criativos de fácil acesso ao público. Alguns levantamentos prévios realizados nos últimos anos tanto pelo poder público quanto por iniciativas privadas foram: Mapa das Nuvens, BSB Plano das Artes, Retrato Brasília, Projeto Baleia, Mapa Design Brasília, SICCAU, Backstage, Conselheiros regionais de cultura do Distrito Federal e CEAC.

---

<sup>12</sup> No total, para este relatório, foram investigadas 10 RAs por meio dos Círculos Comunitários, conforme será detalhado adiante.

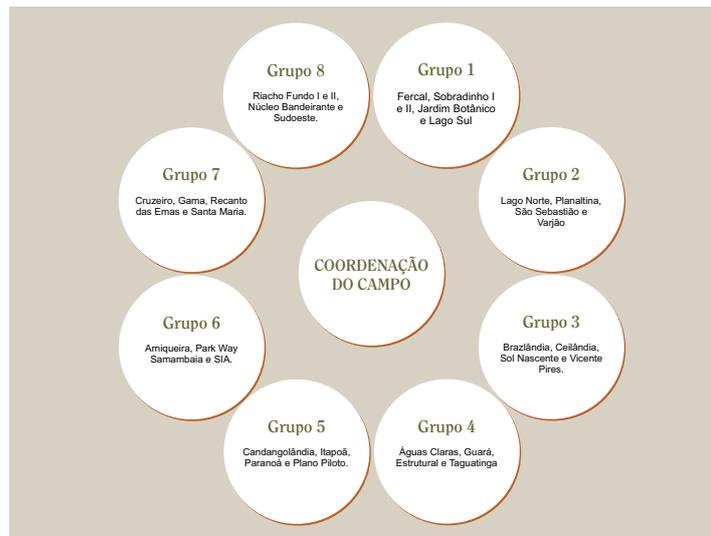
Esses documentos e registros foram especificados no item 7 deste relatório, “Atores Criativos com base em cadastros de fontes associativas” (p. 119).

O levantamento preliminar auxiliou na formação dos Círculos Comunitários, sobretudo na identificação das lideranças (empreendedores/as, microempreendedores/as, representantes de coletivos e organizações). Ou seja, por meio do mapeamento de agentes criativos relacionados em documentos auxiliares e pela pesquisa de Desk Research, buscamos em cada Domínio Criativo e dentro de cada RA algumas figuras “semente” que pudessem se ramificar, em cadeia, em outros agentes criativos, tal qual utilizado em amostragens do tipo “bola de neve”, que consiste em uma forma de amostra não probabilística que utiliza cadeias de referência (VINUTO, 2014). Lançando mão, portanto, das chamadas “sementes” (informantes-chaves que localizam pessoas com o perfil necessário para a pesquisa), foi possível delinear os grupos a serem entrevistados. De forma gradual, também foi solicitado às pessoas indicadas pelas “sementes” que indicassem outros contatos com o perfil desejado e assim sucessivamente.

[...] esta técnica é um método de amostragem de rede útil para se estudar populações difíceis de serem acessadas ou estudadas (*Hard-to-find or hard-to-study populations*) ou que não há precisão sobre sua quantidade. Essas dificuldades são encontradas nos mais variados tipos de população, mas em especial nos três tipos que seguem: as que contêm poucos membros e que estão espalhados por uma grande área; os estigmatizados e reclusos; e os membros de um grupo de elite que não se preocupam com a necessidade de dados do pesquisador (VINUTO, 2014, p. 204).

A logística para as saídas de campo nas trinta e três RAs do DF, bem como a formatação das equipes responsáveis pela condução e mediação dos *Círculos Comunitários* seguiu o seguinte diagrama e planejamento de pesquisa:

Figura 17 – Diagrama para pesquisa de campo

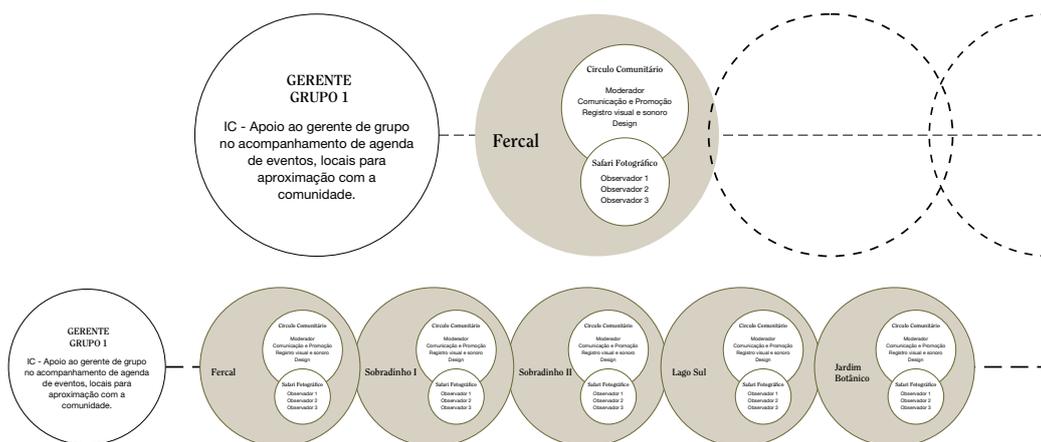


Fonte: elaboração própria.

No diagrama, oito equipes foram formadas, cada uma sendo conduzida por uma/um gerente de grupo, estes sendo as/os mestrandas/mestrandos, bolsistas e cadastradas/os no projeto, além de uma/um estudante de graduação cadastrada/o em IC. Para cada grupo foram atribuídas entre quatro a cinco RAs.

Na representação abaixo, com o diagrama ampliado no Grupo 1, foram designadas as funções necessárias para a realização de cada uma das atividades de campo, tanto para os Círculos quanto para os Safáris Fotográficos.

Figura 18 – Diagrama para pesquisa de campo II



Fonte – Elaboração própria

Para a sistematização e composição dos *Círculos Comunitários* considerou-se o que define Godoi (2013) em suas orientações para a formação de um grupo de discussão:

- A) A formação dos grupos não deve seguir uma lógica estatística, nem deve se prender a critérios quantitativos. A seleção dos participantes segue “critérios de representação social e discursiva, além, é claro, dos objetivos do estudo. É importante que se busque nessa definição: variáveis sociodemográficas (tais como, sexo, idade, classe social, região, dentre outras); relações ou tipos sociais (por exemplo, jovens ou adultos; jovens trabalhadores ou estudantes; operários, classes médias etc.); e, outros atributos oriundos dos objetivos da pesquisa”;
- B) Um fator importante na formação do grupo é buscar uma certa homogeneidade no interior do grupo, mas também uma heterogeneidade, de modo a garantir aspectos em comum e que conectam aquelas pessoas, sem deixar de considerar as diferenças, pois é fator de grande relevância do processo discursivo. A fórmula para encontrar esse equilíbrio “reside em combinar a homogeneidade social e a heterogeneidade das variáveis relativas ao processo de investigação.” Godoi (2013);
- C) É importante mencionar ainda as duas principais regras constitutivas do grupo em si: a) o tamanho do grupo deve variar entre cinco e dez participantes e espera-se que os membros não se conheçam previamente. Este último critério visa evitar que a intimidade prévia possa gerar inibição acerca de alguns temas, além do que, o grupo não pode preexistir à construção do texto. Entende-se que dois ou três não constituem um grupo, mas sim uma relação embrionária e especular; e somente a partir de cinco os canais de comunicação superariam o número de participantes tornando possível a reunião grupal. A recomendação geral de duração da reunião reside entre uma e duas horas;
- D) É importante que os participantes saibam, com antecedência, o mínimo possível sobre os objetivos da pesquisa e que no momento da convocatória já se estabeleça os acordos sobre a confidencialidade e o anonimato, e, por certo, os dias, lugar e horário da reunião;
- E) O ideal da configuração do espaço da pesquisa é com a utilização de uma mesa circular ou elíptica, com cadeiras, evitando a proximidade de subgrupos categóricos e qualquer posto de proeminência destinado ao moderador (Ortí, 1986; Gutiérrez, 1999). Por certo, a presença de um gravador no centro da mesa ou de aparato de

filmagem disposto na sala torna-se fundamental, uma vez que a transcrição literal do texto será necessária.

Outros critérios também foram levados em conta para a formação dos grupos, tais como:

- 1) A seleção de grupos pequenos, com no máximo 12 integrantes, o que pode garantir o aprofundamento da discussão necessária a uma abordagem qualitativa;
- 2) Atenção a variáveis que asseguraram uma certa homogeneidade dos grupos (públicos-alvo da pesquisa, colaboradores ou beneficiários diretos) e, ao mesmo tempo, garantir a heterogeneidade dos integrantes (características demográficas, gênero, raça, etnia, renda e registro profissional dos/as agentes criativos/as).

#### 11.1.2 Dinâmica

A realização dos *Círculos Comunitários* visa também a coleta de dados para a terceira etapa da pesquisa, que consiste na proposição de ações estratégicas para a Economia Criativa no DF, além de trazer questões relacionadas à primeira etapa do projeto. Portanto, além de identificar vocações e competências, os potenciais de consumo e conhecer os perfis dos atores dos Domínios Criativos de maior potencial mercadológico nas RAs do DF, os *Círculos Comunitários* objetivam coletar dados para a proposição de ações, estratégias e políticas públicas para a Economia Criativa no DF. Nesse contexto, os *Círculos Comunitários* foram conduzidos por um/uma moderador/a a partir de temáticas previamente estabelecidas e que são apresentadas no Quadro abaixo.

Quadro 1 - Temas e questões dos círculos comunitários

| Fase 1 - Temas de âmbito pessoal baseado nas vocações e competências |  |
|--|--|
| Temas  | Questões de apoio  |
| Tema 1A<br>Formação pessoal e profissional                           | Qual a trajetória de formação e profissional dos participantes?  |
|  | Você atua na área em que se formou?  |
| Tema 1B<br>Perspectiva de Carreira                                   | Quais os horizontes possíveis para atuação profissional?   |
|  | Como você começou na área que você está atualmente?  |
|  | A sua atual área de formação corresponde à sua principal fonte de renda?   |
|  | Qual a demanda de formação profissional que você acredita que traria uma melhoria à sua carreira?                  |
| Tema 1C<br>Diversidade/Interseccionalidade nos ambientes de trabalho | Como se dá a equidade de gênero, etnia e classe dentro dos espaços de formação e nos ambientes de trabalho?        |
|  | Você já passou ou experienciou alguma situação de discriminação de gênero, raça ou classe na sua área de trabalho? |

| Fase 2 - Temas do âmbito do consumo e tendências baseados na produção, distribuição e consumo dos serviços e produtos criativos |  |
|---|--|
| Temas   | Questões de apoio  |
| Tema 2A<br>Consumidores de produtos e serviços criativos no DF  | Quem produz e quem consome?  |
|   | Você percebe um padrão (de estilo de vida, personalidade, gostos, hobbies, etc.) nos consumidores dos produtos e serviços criativos? |
|   | Que tipo de produto criativo você mais consome e indica a outras pessoas?  |
|   | Quais os locais onde você consome?   |
|   | Os produtos e serviços que você consome se distinguem do que você faz? Ex.: um artesão consumidor de rap                             |
| Tema 2B<br>Valores  | Como se dá o reconhecimento dos valores tangíveis e intangíveis?   |
|   | O que acha da afirmação “As pessoas não costumam valorizar o trabalho de artistas independentes”?                                    |
|   | Você se entende como um agente criativo em sua área e se sente valorizado no que faz?  |

|  |  |
|--|--|
| Tema 2B<br>Valores                         | O que você pensa sobre a precificação de produtos e serviços criativos que você consome?   |
|  | Como você se baseia para gerar esses valores?  |
|  | E o que você pensa sobre a precificação de produtos e serviços criativos em relação às tabelas de precificação determinadas por instituições e sindicatos e como você acha que deveria ser o processo para chegar nesse valor? |
| Tema 2C<br>Alternativas e sustentabilidade | Qual ou quais alternativas de circulação econômica de produtos e serviços para além da moeda oficial?  |
|  | Como foi durante a pandemia para manter seu serviço ou negócio?  |
|  | Quais dificuldades você encontra para manter/exercer o seu produto ou serviço? Faltam insumos, pessoas qualificadas, problemas externos do mercado, etc.?  |

| Fase 3 - Temas de âmbito das políticas públicas |  |
|---|--|
| Temas   | Questões de apoio  |
| Tema 3A<br>Políticas públicas                   | Como você percebe as políticas públicas de incentivo aos serviços e produtos criativos?                                |
|   | Quem da mesa já teve apoio de alguma política pública?   |
|   | Quem da mesa nunca foi contemplado por uma política pública, direta ou indiretamente?                                  |
| Tema 3B<br>Mobilização Social                   | Quais os grupos e organizações sociais que você conhece que são atuantes, porém não reconhecidas pelo Estado?          |
|   | Quais os papéis e ações realizadas por esses grupos e organizações sociais?  |
|   | Você sente que há uma união de classe entre agentes culturais no Distrito Federal?                                     |
| Tema 3C<br>Proposições                          | Que oportunidades profissionais você acha que ainda não foram contempladas ou ainda não existem no DF?                 |
|   | O que você faria diferente em relação à Economia Criativa do DF? (ações, políticas públicas, gestão, divulgação, etc.) |
|   | Sugestões para o desenvolvimento da Economia Criativa nos mais diversos setores e domínios.                            |

Para a moderação, seguimos algumas instruções fornecidas por Godoi (2013) divididas em posicionamentos adequados e inadequados:

Quadro 2 - Posicionamentos adequados e inadequados do moderador

| Posicionamentos Adequados   | Posicionamentos inadequados   |
|---|---|
| Estabelecer a movimentação do grupo, após haver deixado clara sua exposição e identidade inicial.   | Estabelecer ou contribuir para a formação de contextos e conceitos que não sejam os estabelecidos propriamente pelos participantes.   |
| Utilizar propostas de cenários possíveis, enquadrando o discurso na prática concreta dos participantes. Somente ao final pode-se relevar as propostas pré-desenhadas. | Delimitar e impor os temas ou conceitos que não possam ser abordados ou tenham que ser descartados pelos participantes, por não se ajustarem às vivências ou interesses dos sujeitos. |
| Não se posicionar como uma pessoa de fora, mas sim como um prolongamento do discurso interno.   | Comentar, por questões pessoais, ainda que seja brevemente, os aspectos tratados ao longo da conversação.   |
| Solicitar a ampliação de contextos que os participantes se referem ao longo da conversação.   | Discutir ideias, opiniões ou situações manifestadas pelos sujeitos caso pareçam incoerentes ou sem sentido ao moderador.  |
| Incitar a ideia de que todo o conversado é importante e significativo para a pesquisa, assumindo o papel de escuta sensível e sensibilizante aos temas tratados.      | Referendar ou invalidar pontos de vista.  |
| Promover os comentários relacionados direta ou indiretamente com o tema da conversação, estimulando a tratar os temas colaterais que pareçam oportunos.               | Evitar as rupturas e transições bruscas entre um tema e outro.  |
| Chamar à participação os participantes que não falam.   | Privilegiar a participação de especialistas ou preferentes.   |
| Ser rigoroso e literal em reproduzir ou recordar aspectos das conversações e observações desenvolvidas.   | Incitar o diálogo, perguntando ou pedindo ampliação de informação a partir de perguntas concretas sobre o tema em questão.  |

Fonte: elaborado a partir de Callejo (1998); Gutierrez (2008), grifo nosso.

O moderador principal, responsável por conduzir a conversa nos Círculos Comunitários, também ficou responsável por selecionar o local de realização dos círculos. Um segundo moderador ficou responsável por: 1) Entrar em contato com os agentes para marcar os Círculos Comunitários; 2) Acompanhar a atividade de check-in; 3) Acompanhar o Círculo observando

comportamentos e silêncios dos participantes; 4) Realizar anotações (diário de campo).

Quanto ao protocolo da pesquisa, solicitamos a cada participante, no início do encontro, a assinatura de um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, confirmando sua participação na pesquisa e autorizando o uso de imagens para fins acadêmicos.

O registro sonoro e audiovisual dos Círculos Comunitários complementou o registro em diário de campo, instrumento de pesquisa que tem como objetivo registrar em formato de anotações as informações e percepções obtidas durante a pesquisa de campo, relativas a algum objeto, lugar, comunidade ou fenômeno, descrevendo com rigor tudo o que está sendo observado.

Por fim, a análise preliminar dos dados foi feita a partir do diário de campo e da gravação, transcrição editada dos arquivos audiovisuais captados durante a pesquisa de campo, compreendendo as falas e imagens mais relevantes, tendo em vista os objetivos da pesquisa. Ambos foram registrados em uma tabela compartilhada, que reuniu informações/percepções/observações registradas no diário de campo e no material da gravação.

## 11.2 Safári Fotográfico

O Safári Fotográfico consiste em uma atividade de campo que articula duas posturas metodológicas, a atitude cartográfica e a observação atenta do pesquisador no contato direto com o campo de pesquisa (organizações públicas e privadas, grupos, ruas, travessas, avenidas, comércios, atividades culturais, pessoas etc.). O artigo “O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo”, de Virginia Kastrup (2007), serviu de fundamento para a atividade do Safári Fotográfico. Um dos pressupostos da atitude do/a pesquisador/a, na perspectiva cartográfica, baseia-se na atenção aberta e flutuante. Nesse sentido, a atenção do/a pesquisador/a deve ser concentrada sem focalização, aberta e acolhedora, portanto, configurando-se em “uma atitude que prepara para o acolhimento do inesperado” (KASTRUP, 2007, p. 18). Na vivência do Safári Fotográfico o(a) pesquisador(a) se coloca em disposição para uma experiência fragmentada, sem sentido imediato, que vai alinhavando as pontas do presente observado, no acolhimento de “signos que indicam que algo acontece, que há uma processualidade em curso.” (Ibidem).

Imerso no Safári Fotográfico, o/a pesquisador/a deve se predispor a dois tipos de atenção em específico: ver e registrar e ouvir e registrar. Duas práticas constantes no momento da atividade que, por sua vez, necessita ser atravessada por quatro variedades do funcionamento atencional: o rastreio, o toque, o pouso e o reconhecimento atento.

### O rastreio

Como uma antena parabólica, a atenção do cartógrafo realiza uma exploração assistemática do terreno, com movimentos mais ou menos aleatórios de passe e repasse, sem grande preocupação com possíveis redundâncias. Tudo caminha até que a atenção, em uma atitude de ativa receptividade, é tocada por algo (KASTRUP, 2007, p. 18). Por essa via:

[...] entra-se em campo sem conhecer o alvo a ser perseguido; ele surgirá de modo mais ou menos imprevisível, sem que saibamos bem de onde. Para o cartógrafo o importante é a localização de pistas, de signos de processualidade. Rastrear é também acompanhar mudanças de posição, de velocidade, de aceleração, de ritmo. O rastreio não se identifica a uma busca de informação (KASTRUP, 2007, p. 18).

### O toque

Segundo Kastrup, o toque é sentido como uma rápida sensação, um pequeno vislumbre, que aciona em primeira mão o processo de seleção.” (KASTRUP, 2007, p. 19). A autora descreve esse ato receptivo da seguinte maneira:

Algo se destaca e ganha relevo no conjunto, em princípio homogêneo, de elementos observados. O relevo não resulta da inclinação ou deliberação do cartógrafo, não sendo, portanto, de natureza subjetiva. Também não é um mero estímulo distrator que convoca o foco e se traduz num reconhecimento automático. Algo acontece e exige atenção. O ambiente perceptivo traz uma mudança, evidenciando uma incongruência com a situação que é percebida até então como estável. É signo de que há um processo em curso, que requer uma atenção renovadamente concentrada. O que se destaca não é propriamente uma figura, mas uma rugosidade, um elemento heterogêneo. Trata-se aqui de uma rugosidade de origem exógena, pois o elemento perturbador provém do ambiente (KASTRUP, 2007, p. 19, grifo nosso).

## O pouso

A etapa do pouso consiste em um gesto que indica que a percepção, seja ela visual, auditiva ou outra, realiza uma parada e o campo se fecha, “numa espécie de zoom”. Para Kastrup “Um novo território se forma, o campo de observação se reconfigura” (2007, p. 19).

Vermersch (*apud* Kastrup) enumera cinco janelas tipo, pautadas em suportes historicamente relacionados a práticas cognitivas, técnicas e culturais. “São elas a joia, a página do livro, a sala, o pátio e a paisagem” (KASTRUP, 2007, p. 19).

Quando a atenção pouso em algo nessa escala, há um trabalho fino e preciso, no sentido de um acréscimo na magnitude e na intensidade, o que concorre para a redução do grau de ambiguidade da percepção. De todo modo, é preciso ressaltar que em cada momento na dinâmica atencional é todo o território de observação que se reconfigura.

## O reconhecimento atento

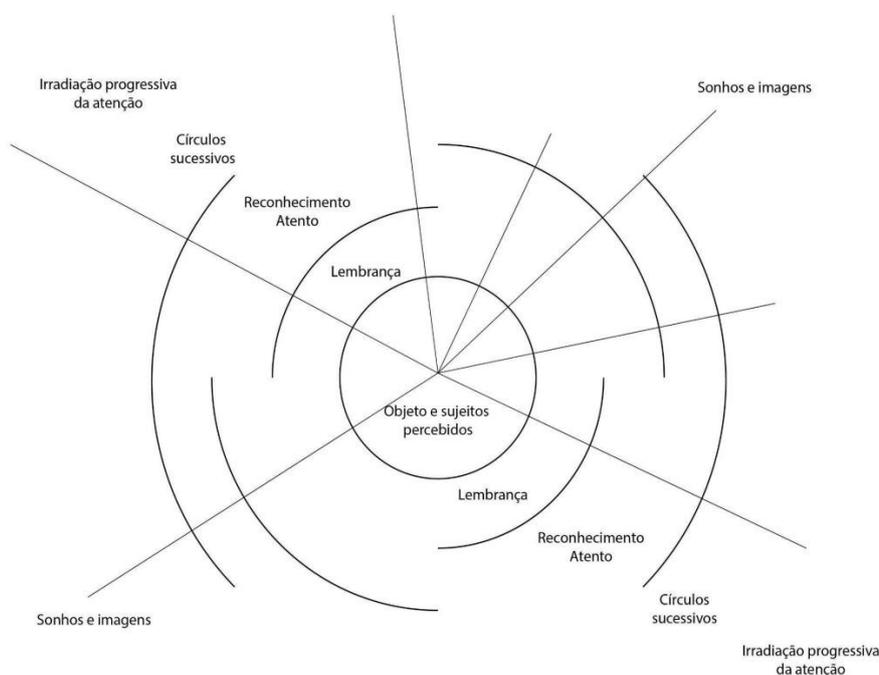
O reconhecimento atento é o quarto gesto ou variedade atencional. O que fazemos quando somos atraídos por algo que obriga o pouso da atenção e exige a reconfiguração do território da observação? Se perguntamos “o que é isto?” saímos da suspensão e retornamos ao regime da reconhecimento. A atitude investigativa do cartógrafo seria mais adequadamente formulada como um “vamos ver o que está acontecendo”, pois o que está em jogo é acompanhar um processo, e não representar um objeto. É preciso então calibrar novamente o funcionamento da atenção, repetindo o gesto de suspensão (KASTRUP, 2007, p. 20).

No caso do reconhecimento atento, a conexão sensório-motora é inibida. Memória e percepção passam então a trabalhar em conjunto, em uma referência de mão dupla, sem a interferência dos compromissos da ação. Para Bergson, a memória não conserva a percepção, mas a duplica. A cada experiência com um objeto se formam dois registros: a imagem perceptiva e a imagem mnésica virtual. Quando do reconhecimento atento, a memória dirige à percepção imagens que se assemelham a ela. Se estas não a recobrem totalmente, novo apelo é lançado a regiões mais afastadas da memória e a operação pode prosseguir indefinidamente. O gráfico do reconhecimento atento (Bergson, 1897/ 1990a) se articula em torno

do objeto percebido e sua imagem-lembrança, virtual e correspondente. A partir desses dois pontos são desenhados circuitos sucessivos, cada vez mais amplos, forjando uma ideia de irradiação progressiva da atenção. O circuito mais amplo corresponde ao sonho. Segundo Bergson, nos circuitos acionados no reconhecimento atento (KASTRUP, 2007, p. 20).

Enfim, o importante do reconhecimento atento, tal como descrito por Bergson, é a revelação da construção da percepção através do acionamento dos circuitos e da expansão da cognição. A percepção se amplia, viaja percorrendo circuitos, flutua num campo gravitacional, desliza com firmeza, sobrevoa e muda de plano, produzindo dados que, enfim, já estavam lá. A atenção atinge algo “virtualmente dado” (Bergson, 1897/1990a, p. 84), construindo o próprio objeto através dos circuitos que a atenção percorre (KASTRUP, 2007, p. 21).

Figura 19 – Diagrama para o Safári Fotográfico



Fonte: Elaboração própria.

O Diagrama busca ilustrar, portanto, a perspectiva cartográfica, que convoca o/a pesquisador/a a adotar uma postura aberta e não dirigida. A ideia de uma linha que irradia do centro em direção às bordas, e ao infinito, demonstra que tal observação (flutuante e aberta) possui um horizonte técnico. Isto é, vai da percepção dos sujeitos envolvidos no processo, passando pela lembrança e reconhecimento atento, até chegar aos sonhos e imagens. Estes dois últimos consistem no ponto de construção projetiva, e são técnicas porque são projetuais e inventivas. Na atividade dos Safáris Fotográficos, cada pesquisador/a realizou um relato, cujo último tópico, “Reconhecimento atento”, exigiu a elaboração de uma projeção da experiência cartográfica individual em direção a uma proposição/intervenção no ambiente visitado – ato que consiste nas imagens e sonhos de um futuro pensado a partir da experiência cartográfica.

O quadro utilizado para sistematização da atividade de Safári Fotográfico foi formatado com partes intercaladas com texto e imagens, no formato de uma narração ao mesmo tempo descritiva e analítica do trajeto cartográfico. O percurso narrativo visa apresentar de forma detalhada a experiência vivenciada pelo/a pesquisador/a.

Quadro 3 – Modelo de relato para Safári Fotográfico

|  |
|--|
| O Rastreo (narração do momento de chegada até o toque) |
|  |
| O Toque  |
|  |
| O Pousa  |
|  |
| O Reconhecimento atento                                |
|  |

Fonte: elaboração própria.

### 11.3 Relato parcial dos Círculos Comunitários e Safári Fotográfico

Até a data de entrega deste relatório parcial foram visitados 63 (sessenta e três) pontos culturais para a realização do Safári Fotográfico, tais como ARUC, Conic, Casa do cantador, entre outros. Foram realizados 10 (dez) Círculos Comunitários nas seguintes RAs: Guará, Águas Claras, Samambaia, Núcleo Bandeirante, Plano Piloto, Arniqueiras, Santa Maria, Cruzeiro, Gama e Recanto das Emas. Ao todo foram 66 agentes criativos participantes. As horas dedicadas à pesquisa de campo somaram, em média, 75 horas de atividade, considerando as duas atividades, safáris e círculos.

Na realização dos Círculos Comunitários distribuiu-se um formulário de pesquisa, a fim de reconhecer o perfil sociodemográfico dos participantes. As pesquisadoras Gesiane do Socorro Andrade Leão Farias e Rodolfa dos Santos Rocha realizaram um levantamento desses dados e os sistematizaram em formato de artigo, que se encontram no Anexo III deste relatório. De antemão, interessa apresentar o perfil parcial desses agentes criativos que vêm integrando a atividade de discussão: os perfis foram analisados por gênero (a), faixa etária (b), escolaridade (c) e raça/etnia (d). Pelos formulários, segundo as pesquisadoras, verificou-se no item (a) que a maioria dos agentes criativos são do gênero feminino com 58,97%; no item (b), a distribuição desses agentes está em todas as faixas etárias em que há 33,33% na faixa dos 40 a 49 anos e 23,08% na faixa 30 a 39 anos e juntos somam mais de 56% nessas faixas. O item (c) mostra que 43,59% dos agentes criativos possuem pós-graduação, e 28,21% possuem Ensino Superior incompleto, seguido de 17,95% que possuem Ensino Superior completo. E, por fim, o item (d) apresenta os percentuais de raça/etnia desses agentes, sendo a maioria autodeclarados brancos e pardos, representando ambos 35,9%, enquanto que 28,21% se autodeclararam pretos.

Para este relatório, elaboramos as primeiras impressões, em forma de gráfico e síntese dos círculos e safáris até então finalizados.

Panorama  
europeo  
de  
desarrollo  
sostenible



# Águas Claras

Círculo Comunitário  
Safari Fotográfico



## 12.1 Círculo Comunitário Águas Claras

### Grupo 04

- Pesquisadores: Clarissa Motter, Bárbara Fragoso e Pedro Mendes
- Apoio Técnico: Kalebe Lima e Rafael Belém
- Data: 14/10/2022
- Local: Espaço gourmet do Residencial My Life Style
- Domínios criativos participantes: Criação Musical (C1), Criação Performática (C1), Criação Visual e Plástica (C1), Patrimônio Cultural e Natural (C2), Gastronomia (C3), Eventos, Feiras e Festas (C3) e Esporte e lazer (C4).

Em Águas Claras, RA XX, o Círculo Comunitário foi realizado no dia 14 de outubro de 2022, das 10h às 12h40, no espaço gourmet do Residencial My Life Style, localizado na Rua 25 Norte, Lote 14. Nove pessoas participaram do grupo de discussão: Bruno Farias, Rosalia Santos, Stella Domênico, Ludmila Suaid, Eliane Timm, Andreia Abreu, Andreia Porto, Taísa Santos e Samy Bohm. Os agentes criativos atuam especialmente nos domínios de Criação Musical (C1), Criação Performática (C1), Criação Visual e Plástica (C1), Patrimônio Cultural e Natural (C2), Gastronomia (C3), Eventos, Feiras e Festas (C3) e Esporte e Lazer (C4).

Figura 20 - Círculo Comunitário Águas Claras



Durante o Círculo Comunitário na RA, a temática da valorização do trabalho foi amplamente discutida pelos agentes criativos participantes.  
Fonte: arquivo do projeto

A dinâmica destacou temas como valorização do trabalho dos agentes criativos, elitização da arte, descentralização da arte do Plano Piloto, burocracias no contexto dos fomentos, comportamento dos moradores e diversidade.

Figura 21 – Representação gráfica da dinâmica de Águas Claras



Fonte: elaboração própria.

O gráfico acima ilustra os temas e assuntos que ocuparam o maior tempo da discussão e/ou foram mobilizadores de debates mais intensos. O quadro na sequência vincula os assuntos elencados às temáticas previamente designadas no roteiro semiestruturado (Quadro 1). Em seguida, algumas falas foram transcritas a fim de gerar insights e contribuir para as futuras análises da pesquisa. As cores utilizadas orientam a leitura do conjunto de falas, de modo a ampliar a compreensão do gráfico e vincular as falas às temáticas.

Quadro 4 - Correlação dos assuntos abordados no círculo de Águas Claras com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado)

|   |   |
|---|---|
| Fase 1 - Temas de âmbito pessoal baseado nas vocações e competências  |   |
| Fase 2 - Temas do âmbito do consumo e tendências baseados na produção, distribuição e consumo dos serviços e produtos criativos |   |
| Fase 3 - Temas de âmbito das políticas públicas   |   |
| 1 - Valorização do trabalho   | Tema 1B - Perspectiva de Carreira                             |
|   | Tema 2A - Consumidores de produtos e serviços criativos no DF |
|   | Tema 2B - Valores   |
|   | Tema 3C - Proposições   |

|   |   |
|---|---|
| 2 - Elitização e descentralização da arte | Tema 1C - Diversidade/Interseccionalidade nos ambientes de trabalho |
|   | Tema 2A - Consumidores de produtos e serviços criativos no DF       |
|   | Tema 2B - Valores   |
|   | Tema 3A - Políticas públicas  |
| 3 - Burocracias dos fomentos e exclusão   | Tema 3A - Políticas públicas  |
|   | Tema 3C - Proposições   |
| 4 - Comportamento dos moradores           | Tema 2A - Consumidores de produtos e serviços criativos no DF       |
|   | Tema 3B - Mobilização Social  |
| 5 - Diversidade e mobilização social      | Tema 1C - Diversidade/Interseccionalidade nos ambientes de trabalho |
|   | Tema 2C - Alternativas e sustentabilidade                           |
|   | Tema 3B - Mobilização Social  |

Fonte: elaboração própria.

Algumas falas do círculo foram destacadas a fim de gerar insights para a etapa 3 e alimentar as futuras análises da pesquisa:

“É terrível trabalhar com o Conselho (de Cultura) de Águas Claras e com o poder público.”



As pessoas não têm conhecimento do que é um ateliê de artes, do aprendizado de uma técnica artística. O maior fator relevante nisso tudo é a falta de conhecimento cultural, de importância mesmo.”

“Os pais não têm acesso cultural, desenvolvimento cognitivo, não respeitam e não valorizam o meu serviço. Eles pensam ‘o que os meus filhos vão ganhar com arte?’ ”

“Colocamos algumas peças de escultura na praça para trazer a vivência de contemplação, ao invés de consumo. Destruíram. Isso é uma prova de que não há essa valorização da cultura, há sim a questão do consumo.



“Aqui há muita coisa boa, muita comida boa, muita gente boa, muitas empreendedoras. Acho que divulgação e ações de comunicação reforçariam para a população a importância disso tudo.”



Vejo o artesanato como um poço sem fundo. Quanto mais você faz, mais você aprende e mais você tem coisas para fazer. Se você não repassar o conhecimento, ele morre com você.”

“Em Brasília, a cultura é muito centrada no Plano Piloto. Também percebo um movimento de regionalização relacionado aos editais do FAC, em que Águas Claras fica para trás de alguma forma. Outras regiões administrativas também, como Taguatinga, Ceilândia, Samambaia e Vicente Pires.



“Eu acho a dança extremamente elitizada.”



Aqui em Águas Claras a arte não é muito valorizada. Tirando o Teatro dos Ventos, não conheço nenhum outro espaço que trabalhe essa questão teatral. De dança, deve ter uns dois.”

“Fiz um trabalho de gastronomia com o pessoal do Teatro dos Ventos e realmente era um pessoal branco, de classe média.”

“Brasília é uma cidade super excludente. Só tem acesso quem tem dinheiro para tudo. Nos fins de semana, não há nem ônibus para o cara da periferia ir à uma exposição no Plano. Brasília exclui. Ela não quer pobre.”

“O acesso é de suma importância, o que assegura o direito de ir e vir da população. É muito importante que haja também equipamento público de lazer e de cultura fora do Plano Piloto. Não é o que vemos hoje.”

“As artes são elitizadas. Quando dou aula para um filho de diplomata, ele sabe exatamente o valor daquilo para o desenvolvimento social e como forma de ampliar o conhecimento de mundo.



“Além do acesso e do financiamento público, acho super importante esse mecenato público, que necessita de incentivo.

”

“A Lei Rouanet, de âmbito federal, é muito criticada por pessoas que imagino nunca leram nada sobre o assunto. As críticas são absurdas.”

“Resolver essas questões de espaço público, acesso, maior financiamento é super importante para a pulverização da cultura no DF como um todo.

”

“Já tentei alguns financiamentos no FAC. Eles nunca falam pontualmente o que ficou faltando, mas o grupo de pessoas selecionadas se repete. É sempre a mesma pessoa, do mesmo grupo.”

“Em Águas Claras, as pessoas reclamam de tudo que você possa imaginar. Isso enche a paciência.”

“Águas Claras é uma cidade estranha, com um povo metido a besta.”

“

É surreal a população de Águas Claras dizer ‘para que creche, para que escola pública?’ . Como seria bom se o ônibus não circulasse aqui dentro.’ Como se as pessoas não usassem esses espaços. Usam sim.”

“Vejo tribos criadas por alunos. Eles se impõem, se defendem e se respeitam. Por serem adolescentes, é muito legal terem essa postura. É uma perspectiva de futuro que eu acredito.

”

“Minha mãe fazia pilates em troca das refeições. A permuta é interessante, porque você consegue movimentar uma cadeia com uma moeda não tangível. É uma questão de ganha-ganha. Unir o útil ao agradável.”

“

Eu, como professora de Yoga, se eu chego em uma comunidade que não tem o básico como comida, como posso dizer às pessoas para sentarem e simplesmente meditarem? A pessoa não vai ver sentido nisso. É mais complicado ministrar aulas de yoga nesses lugares, que possuem problemas relacionados à sobrevivência mesmo. O meu público, de Águas Claras, tem um poder aquisitivo maior.”

## 12.2 Safári Fotográfico Águas Claras

**Locais Visitados:** Residência Oficial do Governador, Parque Ecológico de Águas Claras e DF Plaza.

**Domínios Observados:** Artesanato (C1); Criação Visual e Plástica (C1); Criação Performática (C1); Criação Musical (C1); Patrimônio Cultural e Natural (C2); Livros e Editorial (C2), Fotografia (C2); Design (C2); Turismo (C3); Arquitetura (C3); Software (C3); Eventos, Feiras e Festas (C3); Gastronomia (C3); Publicidade (C3); Educação/Pesquisa (C3); Esporte e Lazer (C4); e Infraestrutura (C4).

Figura 22 - Safári Fotográfico Águas Claras



Fonte: arquivo do projeto

O ponto de encontro da nossa equipe foi o metrô, na Estação de Águas Claras. Enquanto todos chegavam, no início da tarde do feriado do Dia das Crianças, a movimentação estava tranquila no local. Alguns moradores passeavam com cachorros e caminhavam nas proximidades. O fluxo de pessoas saindo e entrando na estação era baixo. As duas praças ao lado também estavam um pouco vazias. Elas possuem parquinhos, com alguns bancos coloridos e mesas com pinturas para jogar dama ou xadrez.

O céu estava bastante claro, e com poucas nuvens. Imagens de grafite perto do metrô e

adesivos políticos colados em placas de estacionamento e nos corrimões chamaram a atenção. Deram a sensação de movimento. Passos. Presença. Certamente, aquela estação é um dos pontos de encontro de diversas pessoas que moram no Distrito Federal e no entorno.

Seguimos juntos, de carro, à Residência Oficial do Governador. Cones no chão e barreiras de cor laranja sinalizavam que não podíamos entrar. Aproximamo-nos dos dois guardas que estavam de plantão. Fomos convidados a retornar e conhecer os espaços da Residência Oficial posteriormente. O local pareceu acessível, mesmo que não tenhamos entrado lá. Sons de carros e de ônibus. Pessoas passavam na passarela da EPTG. Outras caminhavam ao lado da ciclovia. Inúmeras árvores se apresentavam à frente da Residência. Algumas pareciam de filmes europeus.

Na sequência, paramos no Parque Ecológico de Águas Claras. Vários carros nos estacionamentos que davam acesso ao local. Nos deparamos com bambuzais rodeados por folhas secas. Bicicletas, partidas de futebol, ginástica e caminhada foram exploradas. Impressão de que as pessoas cuidam do corpo e gostam de esportes. A atmosfera do parque permitiu ouvir menos o barulho da cidade e prestar mais atenção à natureza, ainda que ao levantar um pouco o olhar, dava para notar a movimentação nas varandas dos prédios ao redor. Local de respiro da RA.

Talvez, a pressa da correria diária não dê espaço para reflexões do povo. O cuidado com o descarte correto do lixo não parece estar em primeiro plano para algumas pessoas que frequentam ali. Embalagens de brinquedos e sacolas descartáveis atrapalham o percurso de alguns bichos, incluindo os patos e girinos que encontramos.

A sensação de coletividade foi perceptível nos piqueniques, espalhados em algumas sombras de árvores, e no descanso de pessoas que paravam em estabelecimentos localizados dentro do parque. No parque, há uma concentração maior de pessoas nas quadras de esporte e nas lanchonetes. Diferente dos bambuzais, o respiro neste local se dá de outra forma: com a interação e a sensação de comunidade, com o grupo do volêi, do futebol e dos piqueniques. O som do assobio ecoava com canto de pássaros que pareciam familiarizados naquele ambiente.

No último local, o shopping DF Plaza, encontramos as pessoas que não estavam nas ruas. Movimento intenso. Personagens de filmes e de desenhos infantis desfilavam perto das

crianças que queriam abraçá-los. Pacotes de brinquedos circulavam nos braços dos adultos, especialmente quando elas estavam cansadas de segurá-los. Além das atividades voltadas às crianças, uma feira com produtores locais estava acontecendo na praça central do shopping.

Aparentemente, Águas Claras é movida pelo comércio, incluindo praticidade e agilidade. O cidadão da RA gosta e se sente orgulhoso dela por pouco precisar sair dela. Aparentemente, prevalece a presença de um público jovem, de casais que estão começando a vida. Há muitas crianças em variados espaços. Poluição visual também. A ideia de sustentabilidade é tímida, mais presente nas placas de conscientização de descarte de dejetos de animais em sacolas fornecidas por condomínios.

A arte aparece nas placas de aulas de dança, yoga, pintura, teatro, contemplando o domínio C1. Talvez, a arte esteja colocada em caixas, abertas quando quem tem acesso acha que é conveniente abri-las. É uma região que aponta para um sentimento de comunidade e identidade. De repente, a criação de um Centro Cultural na RA possa colaborar para que esses profissionais se conheçam, criem vínculos, raízes e novas formas de atuação colaborativa, fazendo a economia local girar.

Há a possibilidade de explorar festas comemorativas, especialmente Dia das Crianças, para propor eventos com vários agentes criativos. Também há a possibilidade de desenvolver circuitos gastronômicos, considerando a variedade de empresas. O Parque de Águas Claras pode ser um ponto de encontro para saraus, rodas de capoeira, oficinas educativas, de modo a difundir a cultura local e de outras RAs. É uma grande potência econômica com grandes barreiras culturais e atrelada a moralismos excludentes. Ainda assim, uma cidade linda e que com todas as suas dificuldades ainda exala oportunidades.

# Panorama



## Guará

Círculo Comunitário  
Safari Fotográfico



### 13.1 Círculo Comunitário Guará

#### Grupo 04

- Pesquisadores: Bárbara Fragoso e Pedro Mendes
- Apoio Técnico: Kalebe Lima, Rafael Belém e Maria Vitória Fragoso
- Data: 08/11/2022
- Local: Centro Interescolar de Línguas do Guará (CILG)
- Domínios criativos participantes: Criação Musical (C1), Criação Visual e Plástica, Criação Literária (C1), Patrimônio Cultural e Natural (C2), Indústria Fonográfica (C2), Eventos, Feiras e Festas (C3), Educação/Pesquisa (C3), Audiovisual (C3) e Esporte e Lazer (C4).

No Guará, RA X, o Círculo Comunitário foi realizado no dia 08 de novembro de 2022, das 20h às 22h30, no Centro Interescolar de Línguas do Guará (CILG), localizado na QE 7 Área Especial Q, no Guará I. Nove pessoas participaram do grupo de discussão: Emanuel Brandão Silva, Gisele Lima, Rênio Quintas, Werry Rodrigues, Ally Akin, Prethaís, Fernanda Freire Coutinho, Richelmy Oliveira e Lola.

Os agentes criativos atuam nos domínios de Criação Musical (C1), Criação Visual e Plástica, Criação Literária (C1), Patrimônio Cultural e Natural (C2), Indústria Fonográfica (C2), Eventos, Feiras e Festas (C3), Educação/Pesquisa (C3), Audiovisual (C3) e Esporte e lazer (C4).

Figura 23 - Círculo Comunitário Guará



Agentes criativos do Guará relatam as especificidades e potencialidades da Região Administrativa  
Fonte: arquivo do projeto

A dinâmica destacou temas como valorização do trabalho, elitização da arte, comportamento dos moradores, descentralização da arte do Plano Piloto e burocracias no contexto dos fomentos.

Figura 24 – Representação gráfica da dinâmica do Guará



Fonte: elaboração própria

O gráfico acima ilustra os temas e assuntos que ocuparam o maior tempo da discussão e/ou foram mobilizadores de debates mais intensos. O quadro na sequência vincula os assuntos elencados às temáticas previamente designadas no roteiro semiestruturado (Quadro 1). Em seguida, algumas falas foram transcritas a fim de gerar insights e contribuir para as futuras análises da pesquisa. As cores utilizadas orientam a leitura do conjunto de falas, de modo a ampliar a compreensão do gráfico e vincular as falas às temáticas.

Quadro 5 - Correlação dos assuntos abordados no círculo do Guará com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado)

|   |   |
|---|---|
| <p>Fase 1 - Temas de âmbito pessoal baseado nas vocações e competências<br/>                 Fase 2 - Temas do âmbito do consumo e tendências baseados na produção, distribuição e consumo dos serviços e produtos criativos<br/>                 Fase 3 - Temas de âmbito das políticas públicas</p> |   |
| <p>1 - Potenciais criativos / valorização do trabalho e incentivo</p>   | Tema 1B - Perspectiva de Carreira                             |
|   | Tema 2A - Consumidores de produtos e serviços criativos no DF |
|   | Tema 2B - Valores   |
|   | Tema 2C - Alternativas e sustentabilidade                     |
|   | Tema 3A - Políticas públicas                                  |

|  |   |
|--|---|
| 2 - Economia Criativa / especificidades do Guar | Tema 1B - Perspectiva de Carreira                                   |
|  | Tema 2A - Consumidores de produtos e serviços criativos no DF       |
|  | Tema 2C - Alternativas e sustentabilidade                           |
|  | Tema 3B - Mobilizao Social   |
| 3 - Viver da arte / perspectiva de carreira      | Tema 1B - Perspectiva de Carreira                                   |
|  | Tema 2A - Consumidores de produtos e serviços criativos no DF       |
|  | Tema 3A - Políticas públicas  |
| 4 - Diversidade                                  | Tema 1C - Diversidade/Interseccionalidade nos ambientes de trabalho |
|  | Tema 2C - Alternativas e sustentabilidade                           |
| 5 - Burocracias                                  | Tema 3B - Mobilizao Social   |
|  | Tema 3C - Proposioes  |

Fonte: elaborao própria.



Durante a pandemia, transformei a minha casa em um espaço de cultura com atividades como yoga, capoeira, aula de dança e oficinas de percussão. Muita gente passou por lá.”

“No Guará as coisas s ganham valor se saírem daqui. Taguatinga era assim, mas hoje todo mundo valoriza. A Ceilândia também é valorizada. O Guará ainda não.”

“Uma das últimas oficinas que a gente fez l no Ateliê foi de saboaria natural. Dos alunos que estavam presentes, três eram de Goiânia e um era do Guará. Foi muito difícil conseguir um público do Guará.”

“Nos últimos quatro anos, o aniversário do Guará foi puro desaforo. É um desrespeito tão grande com o artista. Eles criam uma narrativa de ‘Temos R\$ 4 mil’ . Nós que estamos no Conselho de Cultura nos posicionamos contra isso e somos vistos como terroristas.



“Difícilmente algum evento da Pilastra passa das 22h. Certo dia, passamos do horário. Os moradores jogaram ovos no público. No sábado também fomos atacados, em torno das 20h. Acertaram carros e pessoas.”

“Precisamos verificar a necessidade fundamental de colocar isso para o mundo: a importância de exercitar a criatividade e reforçar a perspectiva da arte na transformação das pessoas.”

“

A gente enfrenta uma resistência de quem deveria ser o nosso consumidor, por falta de entendimento a respeito do valor do que produzimos. Como podemos viver em um mundo assim, protofascista?”

“Aqui, no Jornal do Guará, falamos de coisas universais, que não dizem respeito ao dia a dia das pessoas. Onde as pessoas colocam o espírito para funcionar? A fruição cultural inexistente. As pessoas não têm olhar para isso.”

“No momento em que conseguirmos transformar a realidade a ponto das pessoas ficarem constrangidas de jogarem ovos por causa de manifestações artísticas, aí sim haverá a possibilidade de existir uma cidade.”

“Somos um dormitório, pois as pessoas vão consumir lá no Plano. Lá não há ataques às atividades artísticas. É nossa responsabilidade fazer as pessoas entenderem que esses ataques são constrangedores.”

“Precisamos que invistam no nosso trabalho. Que a grana exista. Temos um monte de jovens desempregados. Um monte de gente que poderia estar trabalhando.

”

“A questão é: como transformar todo esse potencial maravilhoso que temos aqui? Toda essa criatividade que está presente no Guará? Aqui existem trabalhos maravilhosos, pessoas fantásticas que vendem seu trabalho para todo o país, mas que aqui não são reconhecidas.”

“

Tem tanta coisa aqui no Guará que a gente sabe, mas que nem todo mundo conhece. Vários nichos que s vezes não têm intercessão, mas que todo mundo se respeita.”

“Achei bacana essa ideia de vocês se aprofundarem nesse tema. Sempre vivi do meu processo criativo.”

“O Guará  uma cidade dormitório.”

“Muita gente produz no Guará. Estamos aqui em um grupo em que produzimos em várias áreas, mas quem consome? Não é o Guará.

”

“Precisamos realmente que isso parta de um investimento em comunicao, que a comunicao funcione.”

“

Em relao  economia criativa, Brasília tem muitas oportunidades. Não vejo essas oportunidades chegando a todos os lugares e a todas as pessoas.”

“Moro há 15 anos em Brasília. Vejo grupos de pessoas que moram na mesma RA e não se conhecem, porque estão em núcleos completamente separados. Não têm interao. Isso, na Economia Criativa de Brasília, acho algo muito gritante. Há muitas oportunidades, mas vejo que não são muito diluídas.”

“Ninguém vive de curadoria no Brasil.”

“

Já tive que ganhar alguma grana em outras atividades. Me virei não tendo a grana da música. Quando a Lei do Silêncio foi instituída, acabou com a música nas noites.”

“O FAC é um outro jeito de conseguir atuar também. Sempre estou me reinventando e estudando para aprender coisas novas, e conseguir uma fonte de renda.”

“Espero que a Lei Rouanet seja para nós também, pois é muito desigual.”

“A música me deu uma perspectiva de vida. Me deu uma fonte de informação.”

“A corrida do ouro da nossa vida é em relação a rede social e as big techs. Estamos falando aqui e vídeos estão sendo criados. Sabe por que sua música demora para entrar numa playlist do Spotify? São mais de 110 mil músicas ou álbuns e singles por semana. Como você vai conseguir colocar uma música lá?”

”

“Trabalho majoritariamente com mulheres no meu estúdio e foi algo que aconteceu naturalmente.”

“

Conheci artistas muito boas aqui no DF. Todas reclamavam que no ambiente de estúdio tinham passado por mais de um problema com algum produtor.”

“Não existe equidade entre homens e mulheres dentro da cena musical no DF. Acho que no Brasil a equidade é algo que não existe, mas o cenário está mudando.”

”

“As mulheres se apoiam muito. Hoje, já conheço mais mulheres que são produtoras e têm seus próprios estúdios. Mas é notório que ainda não tem essa equidade.”

“Para mulheres pretas que estão inseridas na música, o machismo e o racismo atuam de forma constante.”

“Já passei por vários tipos de violências dentro de estúdios, de assédio, de não respeitarem a linguagem informal das periferias.”



Acho que a juventude tem sido mais responsável e consciente sobre o tipo de música que produzem. Eu trabalho muito nessa perspectiva. A minha equipe é formada majoritariamente hoje por pessoas pretas, porque é onde acredito que devo investir o meu tempo e a minha energia.”

“Em março recebi uma reclamação. Foram averiguar as atividades que eu fazia lá no Ateliê Lola. O foco era a capoeira. Se fosse um judô, não teria problema.”

“Acho que aqui na nossa cidade tem uma perspectiva muito ampla de diversidade. A questão nossa aqui é criar boas cenas em todos os níveis profissionais e chegar aos três milhões de consumidores. Assim, a gente se autosustentaria tranquilamente.”



A gente chega em determinados espaços e algumas pessoas querem transformar nossa arte em outra coisa. E não permito. Eu vou, sim, falar do candomblé, das ‘mulheridades’, inclusive dos problemas que existem entre as mulheres brancas e as mulheres pretas dentro do cenário da música.”

“Precisamos furar algumas bolhas. A bolha do Conselho foi furada, por exemplo, pois não conseguíamos chegar a quem precisava, e nem quem precisava estava chegando até nós.”

“Tive muita dificuldade de ter acesso a coisas que estavam acontecendo aqui no próprio Guará, e que eu sabia que eu poderia fazer parte, mas eu não conseguia chegar. Sempre as mesmas pessoas.



A igreja evangélica hoje domina a administração, querendo anular a cultura laica. Hoje, quem utiliza o Estádio do Cave são os Leões de Judá, que é o time de Futebol Americano da Igreja deles.”

## 13.2 Safári Fotográfico Guará

**Locais Visitados:** Administração do Guará, Feira do Guará, Casa de Cultura, Ateliê Lola, Teatro de Arena, A Pilastra e Comércio QI 07.

**Domínios Observados:** Artesanato (C1); Criação visual e plástica (C1); Criação performática (C1); Patrimônio Cultural e Natural(C2; Patrimônio cultural e natural (C2), Gastronomia (C3); Eventos, feiras e festas (C3), Infraestrutura (C4).

Figura 25 - Safári Fotográfico Guará



Fonte: arquivo do projeto

O primeiro local que passamos foi a administração local. Os corredores e as paredes contam histórias. Bateu curiosidade de entender a história da região. Também localizamos um mapa com a vista aérea da RA. Na mesma área, ao lado da entrada principal de acesso à Feira do Guará, o estacionamento estava movimentado, mas não como nos finais de semana. Fomos recepcionados pelo olfato logo de cara. O cheiro de peixe denunciava que a “Peixaria Número 1 do Guará” estava próxima. Ao lado dela, as tonalidades de amarelo, verde e azul indicavam que a Copa do Mundo estava chegando. Já dava para adquirir peças para montar um look temático.

Pimentão verde e amarelo. Alface, rúcula, laranjas. Palmitos na geladeira vermelha. Mulheres olhavam as manequins brancas, descalças, vestidas com peças pretas de academia. Mais manequins com peças de praia e de piscina. Abóboras grandes em compartimentos. Inúmeras opções de temperos e de pimentas em outra banca. Na sequência, capinhas para celular com e sem estampas. Trilhar na Feira do Guará d a sensação de comunidade. É um ponto de cultura de diversas regiões do Brasil, especialmente por meio da diversidade gastronmica. Grande variedade no comércio.

Na sequência, seguimos em direção à Casa da Cultura do Guará, situada a poucos metros da Feira e da Administração. Logo na entrada, antes da grade amarela, uma placa marrom com duas figuras musicais de colcheias. Sinalização da “Rota Brasília – Capital do Rock”, indicando que o Teatro de Arena do Cave (Centro Administrativo Vivencial e Esporte) foi o local do primeiro show da banda “Legião Urbana”, ocorrido em 1962.

Encontramos um lobo-guará, pintado na fachada da Casa de Cultura, dividindo o enquadramento com árvores, plantas e céu amarelado. Grafites e ilustrações revelam marcas de artistas. Além de uma biblioteca com inúmeros exemplares das literaturas brasileira e estrangeira, um espaço de estudo compartilhado chamou a atenção, localizado a poucos passos de uma escada com notação musical pintada de dourado. Local de repouso, apreciação. Silêncio. Parece que o lugar é mantido com o custo do amor, da vontade daqueles que ainda lutam e lutaram pela cultura da cidade.

O espaço da gerência de cultura da região é inspirador. Traços e cores da cultura africana entram em cena. Ilustração do Renato Russo está ao lado de esculturas e fotografias de personalidades brasileiras. Dá para ver de longe o sorriso da Carmen Miranda. Por meio do acesso a essa sala, avistei o Teatro de Arena, que estava com aparência de abandono.

Saindo dali, passamos por dois espaços de resistência: “Ateliê Lola” e “A Pilastra”, situados no Guará II. Cores e formas apontam sentidos. No ateliê, Paulo Freire e Carolina Maria de Jesus presentes, ao lado de fora. Não conseguimos entrar no recinto, pois a curadora não estava lá. Recebemos a triste notícia de que o lugar estava encerrando suas atividades, por causa do alto custo do aluguel e manutenção do espaço.

Fomos, em seguida, à “Pilastra”, outro espaço de intervenção artística do Guará. Bateu receio de passar muito tempo ali, já que essa região do Pólo de Modas costuma aparecer no noticiário brasiliense em situações de furtos e homicídios. A Pilastra é um lugar preocupado em incentivar a livre expressão, a produção cultural independente e a manifestação artística espontânea.

Depois, fomos à quadra QE 07, que abrigou antigamente o primeiro cinema do Guará. Hoje, é um dos principais centros comerciais da região. A quadra traz inúmeras histórias sobre a criação das tradicionais lanchonetes “Bombas”.

A região parece descansar de alguma forma, ainda que o movimento esteja presente nas ruas e nos comércios. A arte pulsa. Fala mais alto. As cores também se manifestam. Dá a impressão de que a cidade é dormitório, de certa forma, mas com potencial imenso, especialmente no contexto de criatividade.

Infelizmente, as pichações tentam sobrepor algumas manifestações artísticas. As pessoas precisam ser escutadas. O silêncio que habita as ruas fala. O resgate da ancestralidade, círculos de mulheres e espaços compartilhados mostram a necessidade da descoberta das próprias raízes e da valorização do trabalho coletivo.

Pensando no potencial turístico do Guará, pode ser importante criar materiais físicos e/ou digitais com indicações de rotas na região, incluindo Feira do Guará, Cave, parques ecológicos Denner e Ezechias Heringer, Kartódromo Ayrton Senna, além de opções gastronômicas e religiosas, como Paróquias São Paulo Apóstolo e Maria Imaculada.

É importante incentivar a ocupação de espaços públicos, a criação de concursos, festivais e festas, que valorizem e promovam os artistas locais. Também torna-se indispensável a revitalização das fachadas da cidade, com uma proposta mais próxima do grafite e do muralismo tão ricos da região, e das praças, dialogando cada vez mais com as cores vivas dos desenhos.



# Plano Piloto

---

Círculo Comunitário  
Safari Fotográfico



## 14.1 Círculo Comunitário Plano Piloto

### Grupo 05

- Pesquisadoras: Gabriela Fonseca, Jeanine, Beatriz Ramos
- Apoio Técnico:
- Data: 19/11/2022
- Local: Infinu (506 sul)
- Domínios criativos participantes: Audiovisual, Mídias (TV e rádio) (C3), Criação Visual e Plásticas (C1), Educação e Pesquisa (C3), Espetáculos, Eventos, Feiras e Festas

No Plano Piloto, RA I, o Círculo Comunitário foi realizado no dia 19 de novembro, de 11h10 às 13h10, na comunidade criativa Infinu, localizada na W3 Sul. Participaram do grupo de discussão Lino Meireles, Akimi Watanabe, Adrilane Oliveira, Nathália Brilhante e Tia-go Hanna. Os agentes criativos atuam, principalmente, nos domínios de audiovisual, mídias (TV e rádio), criação visual e plásticas, educação e pesquisa, espetáculos, eventos, feiras e festas. No entanto, vale ressaltar que os convidados se identificam com outros domínios, como visto no questionário socioeconômico.

Figura 26 - Círculo Comunitário Plano Piloto



Fonte: arquivo do projeto

A dinâmica aconteceu em torno da discussão sobre arte e mercado, criticada por um dos participantes e aceita pelos outros agentes criativos presentes. A partir disso, outros temas também se destacaram, como a valorização da cultura; a emergência do termo “Economia Criativa”; políticas públicas; elitismo cultural; vocações e competências; e proposições.

Figura 27 – Representação gráfica da dinâmica do Plano Piloto



Fonte: elaboração própria

O gráfico acima ilustra os temas e assuntos que ocuparam o maior tempo da discussão e/ou foram mobilizadores de debates mais intensos. O quadro na sequência vincula os assuntos elencados às temáticas previamente designadas no roteiro semiestruturado (Quadro 1). Em seguida, algumas falas foram transcritas a fim de gerar insights e contribuir para as futuras análises da pesquisa. As cores utilizadas orientam a leitura do conjunto de falas, de modo a ampliar a compreensão do gráfico e vincular as falas às temáticas.

Quadro 6 - Correlação dos assuntos abordados no círculo do Plano Piloto com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado)

|   |   |
|---|---|
| <p>Fase 1 - Temas de âmbito pessoal baseado nas vocações e competências<br/>                 Fase 2 - Temas do âmbito do consumo e tendências baseados na produção, distribuição e consumo dos serviços e produtos criativos<br/>                 Fase 3 - Temas de âmbito das políticas públicas</p> |   |
| 1 - Discussão sobre arte x mercado  | Tema 2B - Valores                         |
| 2 - Políticas Públicas  | Tema 3A - Políticas públicas              |
| 3 - Emergência do termo "Economia Criativa"   | Tema 2B - Valores                         |
| 4 - Proposições   | Tema 3C - Proposições                     |
| 5 - Valorização da Cultura  | Tema 2B - Valores                         |
| 6 - Vocações e competências   | Tema 1A - Formação pessoal e profissional |
|   | Tema 1B - Perspectiva de carreira         |
| 7 - Elitismo cultural   | Tema 2B - Valores                         |

Fonte: elaboração própria.

Algumas falas do círculo foram destacadas a fim de gerar insights para a etapa 3 e alimentar as futuras análises da pesquisa:

"Existe uma estrutura racista, classista e apartadora em Brasília. O Plano não é pra todos, a cidade não é pra todos."



O rap e o hip-hop, por exemplo, são consideradas 'do povão', dizem que 'isso não é arte'. E nessa lógica percebemos que menos dinheiro é distribuído para artistas populares."

"Não é só esforço. Tem gente que persevera e não tem espaço."

"Eu nunca vi alguém tratar nossa cultura como um produto de exportação."

"Todo mundo que hostiliza a arte consome dela."

A gente não consegue criar um círculo sustentável que faz o artista conseguir se desenvolver e ficar dentro do DF. A gente sempre tem que correr para o eixo São Paulo - Rio para poder conseguir fazer alguma coisa, ter uma visibilidade. Todos os melhores agentes do DF vão para lá, senão, não conseguem."



Eu sei que eu pertencço à economia criativa porque eu movimento muitas pessoas. Por exemplo: quem faz a moldura, o pintor, quem faz a impressão e toda a cadeia produtiva do artista."

"Eu acho que a emergência do termo economia criativa é um marco de organização, porque você está aliando fator econômico com criativo."

"Quando a gente coloca que a arte é feita por amor, a gente entra novamente num ponto onde a arte é um produto elitista."

Como empresária, tenho que enxergar a arte como mercado, aquilo que sai do artista como produto. É minha obrigação fazer isso porque é minha obrigação fazer com que ele lucre com isso."



"Ocorre um desespero em geral no Brasil por sobrevivência. Só que no final das contas percebemos que a gente só precisa sobreviver.

"Eu acho que a emergência do termo economia criativa é um marco de organização, porque você está aliando fator econômico com criativo. Parece simples, mas a arte é tão romantizada em todos esses aspectos que estamos tendo dificuldade de conversar sobre arte e dinheiro. Por causa do romantismo da arte, por causa da história da arte, e isso é até uma limitação imposta pelos próprios criativos. Essa dificuldade de falar sobre dinheiro na arte."



Temos que pensar na desburocratização em relação à abertura de empresas culturais, na isenção de impostos, na facilitação de prestação de contas em orçamentos maiores."

"O grande problema que há no FAC vem do que estávamos falando sobre a "arte pela arte", de não transformarmos esse trabalho em um produto."

"Vejo artista que recebe financiamento do FAC há 10 anos e não tem um produto que vá para o público, que seja interessante e que vai gerar renda. Ou seja, é um artista que vai eternamente viver de subsídios, que não abre espaços para artistas novos que precisam desses subsídios."

"Eu vejo que faltam mais conversas como essas com os agentes criativos do Distrito Federal. Faltam mais audiências públicas antes dessas decisões, desses projetos de Economia Criativa.



“O que fica latente para mim é que a gente tem uma precariedade educacional dentro de todo o ambiente artístico, desde a parte de Art Business até a parte de arte aplicada, de fazer uma escultura, fazer uma música.”



Vários projetos que tratam das necessidades da região ficam esvaziados. É como um telefone sem fio, onde nada chega no final das contas, onde há várias notícias com coisas recortadas.”

“Eu lembro da época que o Gilberto Gil foi ministro da cultura. Ele propôs a criação de núcleos de televisão para cada região do Brasil, para além do eixo Rio-São Paulo. Aqui em Brasília precisamos retomar essa perspectiva, temos que incentivar os programas locais/regionais.”

“Vejo a necessidade de criar um selo para a Economia Criativa, para quem trabalha com isso, para todo mundo que consome saber o que é Economia Criativa.



“O investimento governamental é importante, junto a uma política clara de incentivo à cultura, mas de uma maneira diferente do que é feito hoje. Hoje no Plano Piloto temos orquestra sinfônica e na Ceilândia, Gama e Santa Maria temos ‘Caju e Castanha’ para tocar na Casa do Cantador. E não funciona assim.”

“É preciso pensar em arte não somente como forma de expressão, mas também como um negócio. Quando investimos em Economia Criativa o retorno não é só para o diretor ou a empresária, é para todo mundo, para a pessoa que cuida da cenografia, por exemplo.



Eu lembro que o diretor do curso de cinema dizia: que bom que vocês estão aqui, porque sabemos que quem estuda cinema é por amor, não é por obrigação paterna, não é porque as perspectivas futuras são meio ruins.”

“Trabalhando na economia criativa você trabalha de modo muito intenso com pessoas de determinados projetos e depois cada um segue seu rumo, e às vezes tem esses reencontros.”

“Eu amo o que eu faço e não pretendo, por enquanto, buscar uma formação acadêmica. Estou focando na parte prática, fazendo cursos e buscando conselho com outras pessoas que são expoentes no mercado.”

“Uso minha formação, mas acho que aprendi muito mais no mercado, até porque não há teoria que supra a complexidade que é o mercado artístico e criativo. Então se você não vivenciar, se você não presenciar aquilo, de nada adianta uma graduação ou qualquer especialização.

”

#### 14.2 Safári Fotográfico Plano Piloto

Locais Visitados: Conic, Setor Comercial Sul, Pátio Brasil e Infinu; Parque Olhos D'Água, Casa dos Quatro e CLN 206.

Domínios Observados: criação visual e plástica (C1), gastronomia (C3), patrimônio cultural e natural (C2), eventos, festas e feiras (C2).

Figura 28 - Safári Fotográfico Plano Piloto



Fonte: arquivo do projeto

O primeiro local visitado foi o CONIC. Foram procurados locais relacionados à economia criativa que já eram conhecidos, mas nos deparamos com a maioria dos estabelecimentos fechados. A única coisa que pareceu resistir ao tempo foram as manifestações de arte urbana, colagens, grafites. No mais, só observei muitas portas fechadas e algumas óticas funcionando.

Nosso toque foi principalmente fotografar grafites, frases de protesto e arte urbana nos locais visitados. Já na Asa Norte, em locais como a Casa dos Quatro e a CLN 206, conhecida como Babilônia, percebemos que as pessoas eram muito abertas para falar, e que elas tinham muito a dizer, como enfrentaram a pandemia e como estavam de volta.

Nosso primeiro pouso foi no Conic, durante a conversa com Natinho, que possui uma loja de camisetas lá. A loja sempre foi uma das mais tradicionais do Conic e era bem maior que a atual. Assim como a Verdurão e Negroblue (outras lojas de camiseta que tinham lá) a do Natinho era mais uma que vendia roupas com temática de cultura pop, bandas, séries, hqs.

A conversa com ele foi de extrema importância para entendermos a situação do Setor de Diversões Sul. Ele informou que mesmo antes da pandemia haviam muitos locais fechados e que vez ou outra surgem esforços para ressignificar o local, mas todos sem sucesso. Natinho é uma das únicas resistências do local. Em seguida, pousamos na frente da Faculdade Dulcina de Moraes, primeira faculdade de artes do país que se encontra fechada.

No Setor Comercial Sul, conversamos com o proprietário da Externa, uma casa de festas que funciona no período noturno. Apesar de conflitos com segurança e outros lojistas do local que são resistentes a iniciativas inovadoras, ele demonstrou satisfação em estar lá, já que em outros locais da cidade não é possível esse estímulo à vida noturna sem sofrer denúncias de moradores por conta da Lei do Silêncio. O Museu dos Correios também é um local muito bem equipado e organizado que conta não só a história da corporação como possui em seu acervo diversas obras de arte interessantíssimas, que vão desde itens de decoração históricos (relógios e outros equipamentos utilizados pela empresa) a pinturas e demais intervenções de artistas contemporâneos relevantes para a história brasileira.

Durante o reconhecimento atento, percebemos que o Setor Comercial também não parece estimular empreendimentos criativos, além do Museu e da Externa. Existe no local uma arte urbana muito relevante, mas que fica apagada em meio aos transeuntes e barrquinhas vendendo várias bugigangas.

Já na Babilônia, apesar dos vários empreendimentos pela quadra, é evidente o descaso com a manutenção de um local com arquitetura tão significativa para a história da cidade. Existiam algumas portas fechadas e certos locais pareciam abandonados, mas ainda é possí-

vel ver que o ambiente pulsa em determinados cantos.

Viver da arte não é uma coisa fácil, e em tempos de crise é uma coisa que pode ser esquecida facilmente. Apesar de ser a Cidade Criativa do Design, título dado pela Unesco, parece que a arquitetura de Brasília precisa de adaptações. Locais que foram pensados para atividades comerciais se tornaram hostis para os comerciantes. Nesses lugares, a economia criativa surge como presença e um pulsar de esperança, tanto nos eventos que acontecem ou nos grafittis que preenchem esses vazios. No entanto, essas atividades se contrastam com o silêncio do abandono, das lojas fechadas, dos trabalhadores que passam pelas galerias todos os dias e das pessoas em situação de rua que vivem ali, mas continuam sendo ignoradas. Assim como em outras Regiões Administrativas, além de financiamento, existe a necessidade de compreender a complexidade desses locais e suas vulnerabilidades. Onde investir? Para quem? De que forma?

# Panorama



## Samambaia

---

Círculo Comunitário  
Safari Fotográfico



## 15.1 Círculo Comunitário de Samambaia

### Grupo 06

- Região Administrativa: Samambaia (RA XII)
- Atividade: Círculo Comunitário
- Pesquisadores: Gesiane Farias, Breno Sousa
- Apoio Técnico: Júlia Carvalho
- Data: 14/10/2023.
- Local: Colabid - UCB
- Domínios: C1 - Criação Visual e Plástica (Artista Plástico, grafiteiro), C1 - Criação Performática, C1 - Criação Musical, Mídias (Rádio/TV), C2 - Patrimônio Cultural e Natural, C2 - Espetáculos, C3 - Audiovisual, C3 - Educação/Pesquisa, C3 - Eventos e Feiras e C4 - Ocupações transversais.

O Círculo Comunitário de Samambaia, RA XII, foi realizado no dia 14 de outubro de 2022, às 14h00, no Colabid da UCB, um Laboratório Colaborativo de Ideias localizado no andar térreo do Bloco K, sala 26. Estiveram presente seis agentes criativos pertencentes a múltiplos Domínios Criativos, entre eles: Desirée Calvis (produtora cultural, museóloga), Jeanne Oliveira (funcionária do Complexo Cultural de Samambaia e analista de políticas públicas), Elton Scarttazinni (artista plástico, jornalista, grafiteiro), Rafael Félix - MC Singelo (educador popular do movimento Hip Hop, psicólogo), Thiago Francisco (artesão bonequeiro, geógrafo, produtor de eventos), Leandro Pezão (produtor de eventos, cineasta, conselheiro de cultura, grafiteiro, produtor musical e entusiasta das artes), entre outras atuações não criativas.

Figura 29 - Círculo Comunitário de Samambaia



Fonte: arquivo do projeto

A dinâmica durou cerca de duas horas e destacou alguns temas, questões de diversidade nos Domínios Criativos, sobrecarga de trabalho dos agentes criativos nas atividades do círculo primário, estigmas de falas que desconstruem a figura feminina em algumas áreas artísticas, valores, políticas públicas e meios para inclusão e acessibilidade

Figura 30 – Representação gráfica da dinâmica de Samambaia



Fonte: elaboração própria.

A questão da diversidade dos agentes criativos e seus respectivos Domínios Criativos foi identificada na apresentação da Formação Pessoal e Profissional individual dos agentes, visto que cada agente ressaltou sua formação e suas distintas formas de atuação dentro de algum Domínio Criativo e ainda em atividades tradicionais (não criativas). Já a questão de sobrecarga de trabalho dos agentes criativos nas atividades do círculo primário foi identificada na temática Valores. Tais reflexões surgiram sobre a afirmação “As pessoas não costumam valorizar o trabalho de artistas independentes”. E, ainda nesta temática, os agentes expuseram a percepção em suas atuações do valor intangível e ima-

terial em seus contextos de trabalho e que reconhecem os valores tangíveis e intangíveis como fruto desse trabalho.

Na temática de Diversidade/Interseccionalidade nos ambientes de trabalho a maioria dos agentes externaram não ter vivenciado essas questões em suas atividades, apenas no contexto do Movimento Hip Hop. Foi exposto que, apesar da inclusão de mulheres no movimento, ainda há questões de estigmas de falas que desconstroem a figura feminina. O agente expõe que não se criou uma atmosfera segura para as mulheres estarem ali, ainda há preconceito e machismo.

No contexto de Políticas Públicas foi perguntado aos agentes acerca daqueles que nunca foram contemplados por uma política pública, direta ou indiretamente. Um dos agentes expôs nunca ter sido contemplado por políticas públicas, apontou alguns entraves na participação de editais, visto a "não compreensão do 'conteúdo denso' e por não conseguir encontrar alguém que 'interprete o conteúdo' a tempo para a participação e financiamentos de projetos". Uma proposta apresentada pelo próprio agente criativo é encontrar um profissional com essa expertise, que saiba dos recursos e de como o artista possa contribuir sem necessariamente ter que se debruçar e entender todo o processo.

E por fim, uma problematização apresentada no contexto da acessibilidade. Foi exposto que apesar da vasta acessibilidade encontrada dentro do Complexo Cultural de Samambaia, como por exemplo rampas, espaço para cadeirantes, banheiro acessível, aos arredores ainda falta essa conexão. Nas paradas de ônibus, por exemplo, faltam rampas para o cadeirante ter acesso ao local. O agente sugere ainda verificar mais condições para que essas pessoas participem e seja pensado nos meios para que elas estejam ali, dentro daquelas atividades para além do Complexo Cultural. Segundo os agentes, é uma discussão que ainda está muito no início e é necessário se aprofundar mais nisso.

Quadro 7 - Correlação dos assuntos abordados no círculo de Samambaia com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado)

|   |
|---|
| Fase 1 - Temas de âmbito pessoal baseado nas vocações e competências  |
| Fase 2 - Temas do âmbito do consumo e tendências baseados na produção, distribuição e consumo dos serviços e produtos criativos |
| Fase 3 - Temas de âmbito das políticas públicas   |

|   |   |
|---|---|
| 1- Diversidade nos Domínios Criativos                       | Tema 1A - Formação pessoal e profissional                           |
|   | Tema 1C - Diversidade/Interseccionalidade nos ambientes de trabalho |
| 2- Sobrecarga de trabalho                                   | Tema 2B - Valores   |
| 3- Inclusão feminina  | Tema 1B - Perspectiva de Carreira                                   |
|   | Tema 1C - Diversidade/Interseccionalidade nos ambientes de trabalho |
|   | Tema 3A - Políticas públicas  |
| 4- Valores intangíveis                                      | Tema 2B - Valores   |
| 5- Políticas Públicas (entraves na participação de Editais) | Tema 3A – Políticas públicas  |
|   | Tema 3C – Proposições   |
| 6- Acessibilidade   | Tema 3A – Políticas públicas  |
|   | Tema 3C – Proposições   |

Fonte: elaboração própria.

“A cidade em si é esse lugar diverso. Agora, o que a gente pode fazer para construir esses espaços onde realmente haja diversidade e inserção? No Complexo Cultural Samambaia temos ainda muito o que discutir sobre isso, no sentido de pensar essa diversidade. Será que dentro de todas as atividades contempladas aqui todo mundo se sente representado? Eu acredito que o Complexo é o lugar de exercício da diversidade e isso deve ser levado em conta ao pensar a programação de eventos e a acessibilidade.



Samambaia é multiétnica e multicultural, já sabemos disso. Nisso está também a nossa riqueza. Especificamente o complexo cultural foi criado para abranger todas as linguagens e para ser um espaço capaz de agregar a diversidade do fazer artístico e cultural.”

“Muitas vezes a questão não é só a de você abrir um espaço com foco na diversidade. A questão é você gerar condições para que essas pessoas estejam lá. Você pode abrir um espaço para mulheres, por exemplo, com reserva de vagas para as mulheres, mas a mulher dona de casa que é responsável pela criação dos filhos terá dificuldade de frequentar se não for oferecido, nesse espaço, um local onde ela possa deixar as crianças e alguém ou uma equipe que possa auxiliá-la nesses cuidados.

“O Hip Hop é um movimento inclusivo. Você vê uma série de figuras ali, mulheres trans, pessoas das mais variadas classes sociais, homossexuais. Mas, muitas vezes, as letras reforçam comportamentos sexistas. Então, há uma inclusão, mas, ao mesmo tempo, não se cria uma atmosfera confortável para esses grupos. A hostilidade em relação a essas populações permanece lá. Machismos e preconceitos continuam ali.



"No complexo cultural não temos problemas em relação ao acolhimento da diversidade. Se eu tivesse que trabalhar com um colega de ascendência indígena eu iria aceitar. E já trabalhamos com colegas transgêneros. Então não teríamos problema de convívio. O problema de conviver com as pessoas não está relacionado à crença, raça, origem, etnia ou sexo. As pessoas transgêneros, indígenas, afrodescendentes, de ascendência asiática, evangélicas, umbandistas, católicas, todas são seres humanos com seus caprichos, ambições, interesses, desinteresses e virtudes. É preciso ter uma convivência pacífica considerando esses desafios humanos, que não são delimitados por raça ou gênero.”



No meu caso, eu estudo, eu costuro, eu escrevo, eu atuo, eu faço marketing, enfim, abro a roda, fecho a roda e passo o chapéu. Eu vivo disso, eu preciso disso para me manter, mas minha função é brincar.”

“A gente vai fazendo esse jogo de cintura. Por exemplo, nesse exato momento eu estou lendo a biografia do Bolsonaro e do Lula para qualificar as minhas intervenções, Eu sei que isso custa. Custa minha saúde mental, custa o meu tempo e eu já começo a precificar isso. Para eu fazer algo qualificado necessitou de estudo, preparação, tempo, capacitação. Então já tenho condição de promover uma intervenção mais qualificada e cobrar um pouco mais. Mas se o pessoal não puder pagar...”

“Esse quadro aqui é de 1989 é a certidão de nascimento da cidade, está no meu atelier. Sabe por quanto eu vendo esse quadro? Pelo valor do apartamento mais caro da cidade. É a imagem da Fundação de Samambaia e só sai da minha mão por esse valor. O desafio é encontrar quem pague por esse preço. Mas é importante sabermos o valor do trabalho da gente. É por isso que não se negocia em cima de preço, mas sim de valor.



“No Duelo de MCs Nacional por exemplo, no ano passado a premiação foi de cem mil reais. É uma premiação, não é qualquer premiação. É valorização. Mas já aconteceu de eu chegar no ônibus, rimar e ganhar cinquenta centavos. Mas a satisfação das pessoas que estão olhando no seu olho, não tem cem mil reais para pagar aquilo ali.”



Representando aí o time dos que nunca tiveram nada aprovado no FAC e afins, eu vejo da seguinte forma: A gente não tem paciência. A gente olha para um edital do FAC Multicultural e parece um monstro. É extenso e você tem que se dedicar, mas eu acho que tem como a gente atalhar esse caminho. Por exemplo, se alguém está começando no meio hoje e houver essa aproximação dialógica entre agentes e fomentadores pode-se atalhar muito esse caminho, porque já existe um percurso. Então o diálogo é importante não só no intuito de captar o recurso, por exemplo, mas de construir junto.”

“Nós somos os atores da cidade, a gente sabe quais são as necessidades, a gente anda na rua, a gente dialoga com as pessoas. Conhece essas pessoas. Então, fazer uma participação mais qualificada é o desafio para quem já está inserido, para quem já tem uma expertise. Eu acho que é possível fazer uma participação mais qualificada.”

A atividade em si está aí para todo mundo, mas é preciso ver as condições que são dadas para que as pessoas participem. É preciso prover os meios para que elas estejam ali dentro daquelas atividades. Eu acho que essa é uma discussão ainda inicial e é preciso aprofundar cada vez mais nisso.



“No Complexo Cultural a acessibilidade é perfeita. Há rampa, e um banheiro acessível. Só que se o cadeirante for de ônibus ele não tem como atravessar a pista para chegar ao complexo, pois a parada não é acessível. Uma vez lá dentro ele consegue se virar bem, mas ele não consegue ter acesso ao local se for de transporte público. Então às vezes a gente precisa olhar além da atividade e do espaço no qual ela será oferecida.”

## 15.2 Safári Fotográfico Samambaia

Locais Visitados: Complexo Cultural de Samambaia - Evento: II Festival Magia Negra.

Domínios observados: C1 - Artesanato, C1 - Criação Literária, C1 - Criação Visual e Plástica, C1- Criação Musical, C1 - Artes Visuais e Plástica, C2 - Patrimônio Cultural e Natural, C2 - Espetáculos, C2 - Indústria Fonográfica, C3 - Eventos, Feiras e Festas, C3 - Audiovisual, C3 - Gastronomia, C3 - Moda, C3 - Publicidade, C4 - Infraestrutura, C4 - Esporte e Lazer, C4 - Ocupações Transversais.

Figura 31 - Safári Fotográfico Samambaia



Fonte: arquivo do projeto

Durante o Círculo Comunitário de Samambaia uma das participantes citou o Complexo Cultural de Samambaia como um ponto de referência cultural da RA, além disso, foi divulgado a realização de um evento cultural no final de semana, aberto para a comunidade. O que contribuiu para a escolha e realização do Safári fotográfico. A idealizadora do evento

e produtora cultural Sueny Karim expôs que o projeto do evento Festival Magia Negra é de multilinguagens culturais no DF, alcança diretamente mais de 68 famílias, que o evento não é para pretos, é sobre pretos.

De fato, haviam muitas pessoas envolvidas, participantes negros ou não (uma centena de pessoas), incluindo pessoal de apoio do Backstagetour, expositores, pessoas intérpretes de libras (do Cenese). Todo o evento era voltado para essa reflexão sobre a ancestralidade negra, depoimentos antirracistas e de luta contra o racismo. O evento impactou bastante sobre a questão da defesa e da promoção das manifestações do negro, batendo diretamente no enfrentamento do racismo a partir do conhecimento e da vivência. Particularmente, para nós era um evento desconhecido e agora a impressão que fica é que se faz um evento necessário.

Cabe aqui propor condições para que a comunidade local participe mais ativa e efetivamente do evento a partir de estratégias de divulgação local mais específica e da facilitação de transporte exclusivo para participantes focais da própria RA e para outras RAs. Os agentes também propõem um olhar mais atento às atividades culturais para além do Complexo Cultural, no contexto da acessibilidade, como por exemplo rampas para cadeirantes nos pontos de ônibus, sinalização para deficientes visuais, espaço para amamentação e fraldário dentro do Complexo Cultural.

# Panorama e Uwe Joue



## Arniqueira

Círculo Comunitário  
Safari Fotográfico



## 16.1 Círculo Comunitário Arniqueira

### Grupo 06

- Região Administrativa: Arniqueira (RA XXXIII)
- Atividade: Círculo Comunitário
- Pesquisadores: Gesiane Farias e Breno Sousa
- Apoio técnico: Arisson Soares (Filmagem)
- Data: 12/11/2022.
- Local: Colabid - UCB
- Domínios Criativos: C1 - Criação Musical, C1 - Criação Literária, C1 - Artes Visuais e Plástica, C4 - Esporte e Lazer e C4 - Ocupações Transversais.

O Círculo Comunitário de Arniqueira, RA XXXIII, foi realizado no dia 12 de novembro de 2022, às 15h30, no Colabid da UCB, um Laboratório Colaborativo de Ideias localizado no andar térreo do Bloco K, sala 26. Estiveram presente cinco agentes criativos presenciais e um de forma remota, pertencentes a múltiplas atividades criativas, entre eles: Derivaldo (estudante de Educação Física, professor de capoeira, cantor e musicista), Giulieny Bessa (formada em Relações Internacionais, aposentada da Polícia Civil, escritora), Francisco Nascimento (estudante de Ciências Contábeis e design de balões), Rafael da Silva (administrador e design de balões) e Leandro Costa (empreendedor social e instrutor de Jiu Jitsu), Aliny Isacksson (gestora cultural).

Figura 32 - Círculo Comunitário de Arniqueira

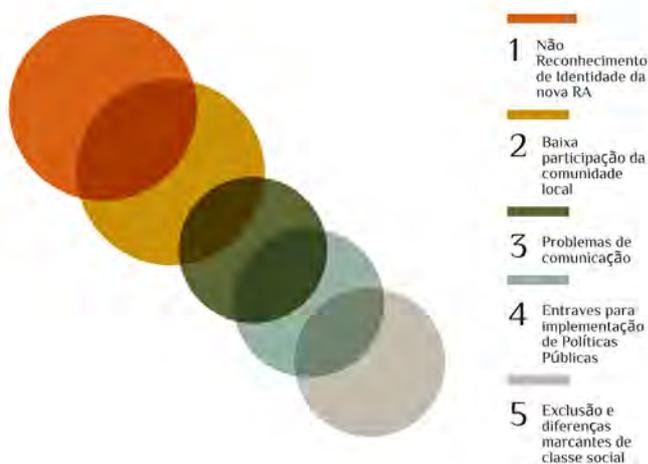


Fonte: arquivo do projeto

A dinâmica durou cerca de uma hora e meia, destacando-se temas como a baixa participação efetiva da comunidade a cursos voltados para a cultura, questões de problema de comunicação entre a comunidade e a gestão local, problemática de reconhecimento da identidade da RA Arniqueira pela comunidade e dificuldade de implementação de políticas públicas.

A partir da discussão levantou-se os cinco pontos mais debatidos, inseridos nos temas de âmbito das políticas públicas e do consumo e tendências baseados na produção, distribuição e consumo dos serviços e produtos criativos, que se conectam sob as perspectivas de políticas públicas, mobilização social, proposições e alternativas e sustentabilidade, que se apresentam no gráfico abaixo.

Figura 33 – Representação gráfica da dinâmica de Arniqueira



Fonte: elaboração própria.

Quadro 8 - Correlação dos assuntos abordados no círculo de Arniqueira com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado)

|   |                              |
|---|------------------------------|
| Fase 1 - Temas de âmbito pessoal baseado nas vocações e competências  |                              |
| Fase 2 - Temas do âmbito do consumo e tendências baseados na produção, distribuição e consumo dos serviços e produtos criativos |                              |
| Fase 3 - Temas de âmbito das políticas públicas   |                              |
| 1 - Não reconhecimento de Identidade da nova RA   | Tema 3A - Políticas públicas |
|   | Tema 3B - Mobilização Social |
| 2 - Baixa participação da comunidade local  | Tema 3B - Mobilização Social |
| 3 - Problemas de Comunicação  | Tema 3A - Políticas públicas |
|   | Tema 3C - Proposições        |

|  |   |
|--|---|
| 4- Entraves para implementação de Políticas Públicas | Tema 3A - Políticas públicas              |
| 5- Exclusão e diferenças marcantes de classe social  | Tema 2C - Alternativas e sustentabilidade |
|  | Tema 3A - Políticas públicas              |

Fonte: elaboração própria.



É preciso mudar o conceito da população, a realidade da população do Areal, da ADE e do próprio SHA mesmo que é Arniqueira. É bem complicado, porque muita gente do Areal, não entende que agora eles são Arniqueira, eles nem sabem que são!”

“Arniqueira e o Areal precisam muito de uma representatividade no esporte e na cultura, como por exemplo um grupo de pessoas que esteja lutando por essas causas. Sem esporte, cultura, música, lazer não tem nem sentido viver!”



Recentemente conseguimos financiamento para fazer um curso para 50 alunos, Fizemos a divulgação na comunidade e conseguimos 20 alunos em duas turmas: noturno e vespertino. A gente busca o recurso, traz o curso para capacitar a cidade, mas não se interessam em participar, Trazer essas pessoas é difícil. A população do Areal de Arniqueira, da ADE, poderiam participar e não houve essa participação.”

“A gente percebe que nossa região é muito rica de esporte e de cultura. O que falta na minha visão é realmente avançar na comunicação, avançar em projetos, em determinadas ações que possam envolver mais a comunidade. Se você não conseguir trazer ou se não vierem, é preciso identificar o ruído,”



“

Ser esporte é um pouco mais fácil do que ser ancestralidade. A ancestralidade você precisa respeitar, o esporte você pode não gostar. A capoeira tem suas músicas, têm suas histórias, seu artesanato, suas danças, como o maculelê, o samba de roda. É uma manifestação cultural muito além do esporte. É preciso ter esse entendimento.

”

“É uma ou outra Instituição que tem incentivo dos parlamentares, é um ou outro, É preciso passar por um sistema, fazer inscrição, entrar na plataforma, e muita gente não sabe acessar isso, não tem uma orientação pra isso.”

“Nós tivemos dois pontos aí no extremo da pandemia, nós tivemos oportunidades, porque nós nos inserimos no mercado exatamente no período da pandemia, e nós entramos num momento em que tudo estava se construindo diante dessa realidade. Nossos balões chegaram em hospitais, chegaram à casa de clientes que quando saíram da internação celebraram a vida. Então, tivemos esses dois pontos: positivo e negativo, ambos gerando oportunidades. Na pior fase da pandemia, muitas pessoas apontavam que não era a hora de se iniciar o negócio e mesmo assim enfrentamos!”

## 16.2 Safári Fotográfico Arniqueira

Locais Visitados: Trajeto do Areal, ADE até a Administração Regional de Arniqueira.

Domínios Observados: C1 - Artesanato (Mesas de concreto com tabuleiro de xadrez), C1 - Artes Visuais e Plástica (Arte do grafite), C3 - Gastronomia, C3 - Moda, C3 - Publicidade (banners de divulgação), C4 - Esporte e Lazer (Parque Areal), C4 - Infraestrutura (madeireiras, vidraçarias e metais).

Figura 34 - Safári Fotográfico Arniqueira



Fonte: arquivo do projeto

Para realização do Safári fotográfico, optou-se por fazer os registros do trajeto para chegar até a Administração de Arniqueira, visto que a RA é composta por três áreas: ADE, Areal e Arniqueira. Outra notoriedade ao longo do trajeto são os desenhos nas paradas de transporte público, nos muros e até no chão pintados de grafite dos estabelecimentos privados, da igreja Católica na QS 11 (ADE) e das escolas públicas. A impressão que fica, é que essa arte é um indicador de espaço lúdico, de lazer, de arte e cultura no espaço público. Mesmo nos espaços abertos, é notório a arborização dos locais e lugares para sentar e até jogar damas ou xadrez.

Um dos serviços prestados que se destaca ao longo do trajeto é também no ramo alimentício e de bebidas, chama atenção a variedade de comércio nestes ramos, desde lanchonetes, hamburguerias, pizzarias, alimentação caseira e comidas típicas regionais como o Cantinho da Bahiana, o Churrasquinho do Leo, a Carne de Sol do Veredas distribuidores de bebidas e cervejas especiais.



**Gama**

---

**Círculo Comunitário  
Safari Fotográfico**



## 17.1 Círculo Comunitário Gama

### Grupo 07

- Região Administrativa: Gama
- Atividade: Círculo Comunitário
- Pesquisadoras: Marcela Rocha e Amanda Santos
- Data: 06/11/2022
- Local: Quintal do Nego
- Domínios criativos abordados: (C1) Criação Musical, (C1) Artesanato, (C1) Criação Performática, Eventos, Feiras e Festas (C3).

O Círculo Comunitário da RA II ocorreu no dia 6 de novembro, com seis agentes criativos: Jéssica Tavares e Maria Celma são artesãs e organizam feiras, Josânia Barbosa e Leda Carneiro participam de grupos de teatro de bonecos, Wijairo José e Nego Di são músicos, sendo o último o fundador da casa cultural Quintal do Nego, onde ocorreu o Círculo.

O Quintal é uma casa de festa localizada em uma rua residencial da parte sul do Gama. É afastado do centro da cidade, fator que de acordo com o dono gera preconceito dos moradores e faz com que as pessoas não compareçam muito aos eventos. A relação próxima entre os agentes criativos e sua preocupação com o desenvolvimento cultural da cidade passa a impressão de uma grande reunião familiar, com conflitos e afetos envolvidos.

Figura 35 - Círculo comunitário do Gama



Fonte: arquivo do projeto

O Gráfico abaixo organiza visualmente os pontos mais abordados durante o Círculo, bem como ilustra a dinâmica que se deu durante as falas dos participantes.

Figura 36 - Representação gráfica da dinâmica do Gama



Fonte: elaboração própria.

O Gráfico acima ilustra os temas e assuntos que ocuparam o maior tempo da discussão e/ou foram mobilizadores de debates mais intensos. O Quadro, na sequência, vincula os assuntos elencados às temáticas previamente designadas no roteiro semiestruturado (Quadro 1). Em seguida, algumas falas foram transcritas a fim de gerar insights e contribuir para as futuras análises da pesquisa. As cores utilizadas orientam a leitura do conjunto de falas, de modo a ampliar a compreensão do gráfico e vincular as falas às temáticas

Quadro 9 - Correlação dos assuntos abordados no círculo do Gama com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado)

|   |   |
|---|---|
| Fase 1 - Temas de âmbito pessoal baseado nas vocações e competências  |   |
| Fase 2 - Temas do âmbito do consumo e tendências baseados na produção, distribuição e consumo dos serviços e produtos criativos |   |
| Fase 3 - Temas de âmbito das políticas públicas   |   |
| 1 - Articulação interna dos agentes do Gama   | Tema 3B - Mobilização social                                  |
| 2 - Editais de fomento x investimento em políticas públicas de incentivo à saúde  | Tema 3A - Políticas públicas                                  |
|   | Tema 2B - Valores   |
| 3 - Preconceitos no meio artístico  | Tema 2A - Consumidores de produtos e serviços criativos no DF |

|  |                                   |
|--|-----------------------------------|
| 4 - Relação da administração da cidade com a cultura e agentes criativos | Tema 3A - Políticas públicas      |
|  | Tema 3B - Mobilização Social      |
| 5 - Formalização dos agentes criativos                                   | Tema 1B - Perspectiva de carreira |
|  | Tema 3B - Mobilização social      |

Fonte: elaboração própria.

“Por que o teatro tem voz? Porque quando chama, vai todo mundo lá, não vai só uma pessoa.”

“É um grupo muito frágil (artesanato). Mas assim, vocês tem que começar a se fortalecer, porque assim, dentro dessa economia criativa aqui do gama vocês são o ponto mais frágil sim, mas se vocês não começarem a se organizar vão continuar sendo mais frágeis.



“A arte depende de comunicação, a minha grande questão é que a gente não se comunica, não sei o que acontece na vida artística das pessoas, e seria interessante se a gente se comunicasse aqui no gama.”



Essa é uma característica da falta de compromisso público com os equipamentos públicos do gama. Hoje nós não temos nenhum espaço público aberto, nós tínhamos o cine Itapoã, anfiteatro, galpãozinho que a gente só usa porque não teve coragem de fechar ainda, mas ele tá impraticável, dando choque, faltando luz, um horror, só está aberto mais ou menos porque a gente não teve coragem de ir pra frente, porque a gente sabe que se embargar a gente perde pra sempre.”

“Existe também o lobby das empresas (produção de projetos para editais) para entrar no padrão onde a pessoa comum, o artista comum não vá conseguir atingir, aí precisa contratá-lo. Com um adendo de problema, muitas empresas fazem só o projeto, não acompanham até a prestação de contas. Aí o cara entra com o nome dele, suja o nome dele, nunca mais vai conseguir pegar nada porque não conseguiu fazer a prestação de contas.”

“Por isso que existe o Fundo de Apoio a Cultura, para os espaços onde existe a carência da arte e cultura. Para os que podem pagar nós teríamos espaços para os pagantes. É como o artesanato, a gente não faz pra doar, a gente faz porque quer que se gere renda, quem pode pagar paga, quem não pode você faz uma oficina para aprender a ser artesão.



A questão do preconceito, quando eu pensei nesse espaço do quintal, eu via que a arte tem um quê de elitismo, sabe? Como se a arte fosse para um meio social e não para outro, há um distanciamento social e eu percebi isso na música nos gêneros musicais que cada classe pode ouvir ou não.”

“A gente tem uma barreira muito grande porque não está na pauta da cidade, em termos de administração, a cultura. E eu não consigo entender por quê, porque o capital político dentro do gama é muito grande. Pode ser que os fazedores mesmo, que já têm suas posições políticas, não vá aderir a essa pessoa ou a esse grupo. Mas, o público que pode vir, ele tem muita probabilidade de aderir. E é uma má vontade mesmo, nós temos aqui no Gama, oficiais, pessoas com CNPJ, que hoje conseguem produzir grandes eventos, nós temos uns 10 grupos. Essas pessoas nunca foram chamadas pras festas da cidade. Essas festas vêm prontas, e o que acontece, não tem envolvimento da comunidade, então acaba não tendo público, é um gasto de dinheiro a toa.”



Do ponto de vista de estado que artista recebeu o que e de que forma? (na pandemia) Eu vi assim, as mesmas panelinhas nas lives que tinham deputado tal como amiguinho, e isso é uma bosta. A cultura do Gama parece que anda assim com a política, uma coisa louca, parece que não consegue fazer arte sem política do lado, uma mistura doida.”

Eu até hoje trabalhei não ganhei 1 real de dinheiro público, não tenho CEAC, não quero fazer, pra que? Pra mostrar que eu existo pra uma instituição que não fez nada por mim? Falta isso, também, no Gama, fazer coletivamente pra ganhar dinheiro, não pode ser só FAC.”

”

“A gente tem um problema enorme no gama que é falta de CEAC. A gente precisa conscientizar as pessoas, elas ficam de fora, de longe, preferem criticar. Mas pra termos força dentro da secretaria de cultura, a gente precisa que as pessoas apareçam”

## 17.2 Safári Fotográfico Gama

Locais Visitados: Feira Gama Criativo e Praça Cine Itapoã.

Domínios Observados: Criação musical (C1); Criação performática (C1); Artesanato (C1); Criação visual e plástica (C1); Eventos, feiras e festas (C3).

Figura 37 - Safári Fotográfico Gama



Fonte: arquivo do projeto

O Gama foi um expoente da cultura do Distrito Federal entre os anos 80 e 90, oferecendo espaços diversos para organização de eventos e feiras, e que atraía atenção inclusive de artistas de outros estados. No entanto, o que observamos no safári fotográfico foi a falta de manutenção desses espaços públicos, e uma conseqüente diminuição na relevância cultural da cidade.

A paixão e movimentação dos agentes criativos continua a mesma, todos engajados em manter as atividades culturais do Gama, preocupados em apontar melhorias para o setor público, e dispostos a debater coletivamente os melhores caminhos para a economia criativa

da cidade. Portanto, o que resume a economia criativa do Gama é seu potencial criativo que infelizmente encontra dificuldades de ecoar pela cidade devido à falta de atenção e manutenção dos espaços públicos de cultura.



## 18.1 Círculo Comunitário Recanto das Emas

### Grupo 07

- Pesquisadoras: Marcela Rocha e Amanda Santos
- Data: 15/10/2022
- Local: Centro de Referência do Negro
- Domínios criativos abordados: Artesanato (C1), Eventos, Feiras e Festas (C3), Audiovisual (C3), Gastronomia (C3), Patrimônio cultural e natural (C2) e Ocupações transversais (C4).

No Recanto das Emas, RA XV, o Círculo Comunitário foi coordenado pela mestrande Marcela Rocha e realizado no dia 15 de outubro, às 9h00, no Centro de Referência do Negro (Cernegro), espaço comunitário coordenado por Lucimar Alves Martins. Além dela, participaram do grupo de discussão Juliana Costa Duarte e Antônia Elenira. Lucimar trabalha como agente cultural da cidade, além de organizar as oficinas de trança que ocorrem no espaço Cernegro. Juliana é produtora audiovisual e Elenira artesã e cozinheira.

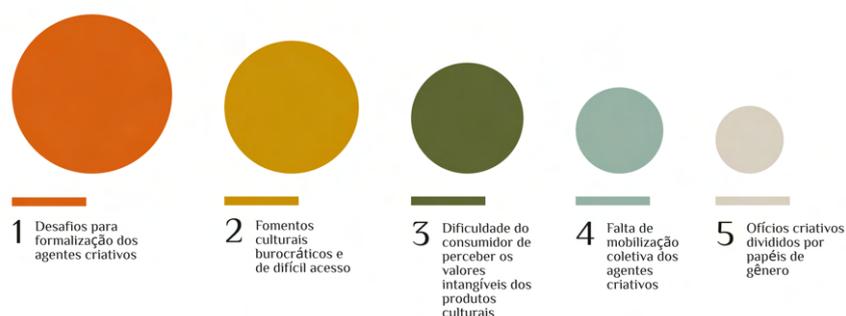
Figura 38 – Círculo Comunitário Recanto das Emas



Fonte: arquivo do projeto

A dinâmica durou cerca de duas horas, das quais identificamos alguns assuntos que sensibilizaram mais os participantes, como a dificuldade de formalização dos agentes criativos; questões de diversidade no domínio de artesanato; valores e políticas públicas. Esses pontos estão graficamente representados abaixo:

Figura 39 – Representação gráfica da dinâmica de Recanto das Emas



Fonte: elaboração própria.

O gráfico acima ilustra os temas e assuntos que ocuparam o maior tempo da discussão e/ou foram mobilizadores de debates mais intensos. O quadro, na sequência, vincula os assuntos elencados às temáticas previamente designadas no roteiro semiestruturado (Quadro 1). Em seguida, algumas falas foram transcritas a fim de gerar insights e contribuir para as futuras análises da pesquisa. As cores utilizadas orientam a leitura do conjunto de falas, de modo a ampliar a compreensão do gráfico e vincular as falas às temáticas.

Quadro 10 - Correlação dos assuntos abordados no círculo de Recanto das Emas com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado)

|   |   |
|---|---|
| <p>Fase 1 - Temas de âmbito pessoal baseado nas vocações e competências</p> <p>Fase 2 - Temas do âmbito do consumo e tendências baseados na produção, distribuição e consumo dos serviços e produtos criativos</p> <p>Fase 3 - Temas de âmbito das políticas públicas</p> |   |
| 1 - Desafios para formalização dos agentes criativos  | Tema 1B - Perspectiva de Carreira                                   |
|   | Tema 3B - Mobilização social  |
| 2 - Fomentos culturais burocráticos e de difícil acesso   | Tema 2C - Alternativas e sustentabilidade                           |
|   | Tema 3A - Políticas públicas  |
| 3 - Dificuldade do consumidor de perceber os valores intangíveis dos produtos culturais   | Tema 2B – Valores   |
| 4 - Falta de mobilização coletiva dos agentes criativos   | Tema 3B - Mobilização Social  |
| 5 - Ofícios criativos divididos por papéis de gênero  | Tema 1C - Diversidade/Interseccionalidade nos ambientes de trabalho |

Fonte: elaboração própria.



O que falta é mais informação para os artistas saberem como se formalizar, para poder inclusive participar dos projetos. Aqui no Recanto das Ema há muitos artistas de todos os segmentos, mas são poucos os que são documentados. Eu vejo nos grupos muitos reclamando que não são chamados pra eventos, mas muitas vezes é porque não são documentados.”

“Precisam existir mais políticas públicas no sentido de desburocratizar o acesso aos investimentos públicos por parte dos artistas. Boa parte do recurso audiovisual acaba voltando por conta dessa burocratização que impede os artistas de acessarem o dinheiro destinado à cultura.”

E eu vejo uma iniciativa por parte do governo de criminalizar a cultura e as políticas voltadas pro audiovisual, alegando que retira dinheiro de áreas como saúde e educação, e não é por aí. Não é a cultura que está atrapalhando o desenvolvimento da saúde e da educação, é a má gestão do governo. Todas as áreas econômicas recebem investimento do Estado, a cultura é uma das que recebe menor parte desse investimento e tem retornos significativos. Mesmo assim há essa crítica massiva ao fomento à cultura. É preciso mostrar pra sociedade que todos os setores recebem investimento do Estado e não só a cultura.”



“Eles não pensam nas horas que passamos moldando a roupa, no preço da linha, eles não pensam nisso. Acham que é coisa de quem não tem o que fazer, então estão comprando para ajudar.

“Por muito tempo eu tive medo de cobrar, porque audiovisual é caro mesmo, e você está começando e não tem coragem de cobrar o valor. Viemos de uma família em que todos ganham um salário mínimo e do nada vamos cobrar de um cliente cinco mil pra fazer um evento? Não, não posso! Mas você fez a conta e o que vai custar é isso. Se você entende quanto custa, o que custa cada coisa, e tem essa segurança você consegue cobrar o justo”

Não há uma busca de organização do coletivo, o que eu percebi é mais uma insatisfação individual em relação a não ter sido chamado pra um evento ou outro, mas sem muita mobilização coletiva.”



“No artesanato é o contrário, a maioria é mulher, então quando chega um homem lá já pensam que é homossexual, falam que ele não é homem. Até eu mesmo já me peguei pensando “será que é homem mesmo?” , então é um preconceito que já vem da gente ser humano mesmo, serviço de mulher é esse tipo, de homem é mais pesado.

## 18.2 Safári Fotográfico Recanto das Emas

Local Visitado: Instituto Proeza.

Domínios Observados: Artesanato (C1), Criação Visual e Plástica (C1); Eventos, Feiras e Festas (C3); Gastronomia (C3).

Figura 40 - Safári Fotográfico Recanto das Emas



Fonte: arquivo do projeto

No Recanto das Emas foi possível experienciar como é a cultura em uma cidade dormitório. Os agentes criativos, apesar de numerosos, não se articulam coletivamente. Há poucos eventos culturais organizados na cidade, e a maioria dos artistas, para expor seu trabalho, buscam feiras e eventos em outras regiões administrativas. A administração não parece estar disposta a priorizar atividades culturais, e a correria da rotina para garantir

a sobrevivência impede que os agentes criativos consigam pensar em alternativas para fortalecer a cultura no Recanto das Emas.

Ao mesmo tempo, há na cidade um dos maiores exemplos de sucesso econômico e impacto social da economia criativa, o Instituto Proeza. Um prédio de quatro andares todo coberto de crochê e bordado, que capacita e emprega mulheres costureiras e padeiras resgatando sua autoestima e independência econômica. O instituto é um prédio todo colorido no meio do cinza de garagens de oficina, um exemplo visual da economia criativa no Recanto das Emas. Há potencial artístico e cultural, só é necessário um olhar atencioso para deixar a cidade mais colorida.

Panorama  
e uwejoue  
le de  
a



# Santa Maria

---

Círculo Comunitário  
Safari Fotográfico



## 19.1 Círculo Comunitário Santa Maria

### Grupo 07

- Pesquisadoras: Marcela Rocha e Amanda Santos
- Data: 03/12/2022
- Local: Espaço cultural Moinho / Família Hip Hop
- Domínios Criativos abordados: Criação musical (C1), Publicidade (C3), Educação e pesquisa (C3), Eventos, Feiras e Festas (C3).

Em Santa Maria, RA XIII do Distrito Federal, o Círculo Comunitário ocorreu no Espaço Cultural Moinho, existente na cidade há mais de dez anos e criado pelo coletivo Família Hip Hop. Participaram da conversa quatro agentes criativos, Alex Martins, cantor de rap, fundador da Família Hip Hop e professor de história na rede pública, Matheus Abreu, cantor e aluno da UnB do curso de música, Hizaian Santos, cantor, e Mariana Almada, professora na rede pública de ensino e cantora.

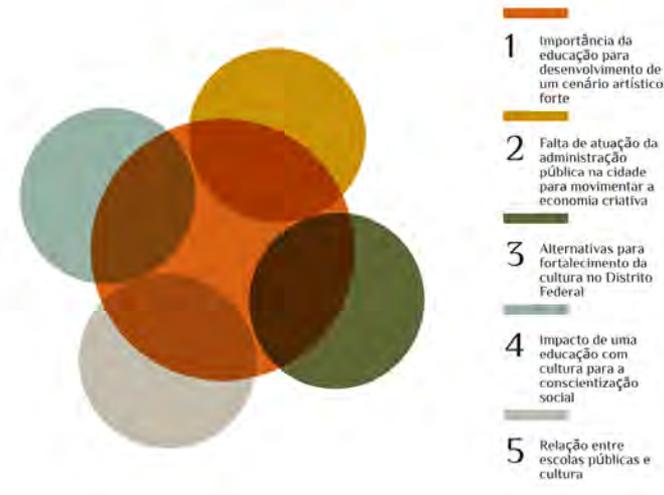
Um diferencial do debate em Santa Maria foi o foco no trabalho de base, e a importância da cultura desde a infância para garantir uma geração mais consciente e ativa culturalmente. Foi possível ver isso na prática com jovens artistas que se tornaram agentes criativos devido ao investimento dos professores das escolas públicas em mostrar essa possibilidade desde cedo.

Figura 41 - Círculo comunitário Santa Maria



Fonte: arquivo do projeto

Figura 42 – Representação gráfica da dinâmica de Santa Maria



Fonte: elaboração própria.

O gráfico acima ilustra os temas e assuntos que ocuparam o maior tempo da discussão e/ou foram mobilizadores de debates mais intensos. O quadro, na sequência, vincula os assuntos elencados às temáticas previamente designadas no roteiro semiestruturado (Quadro 1). Em seguida, algumas falas foram transcritas a fim de gerar insights e contribuir para as futuras análises da pesquisa. As cores utilizadas orientam a leitura do conjunto de falas, de modo a ampliar a compreensão do gráfico e vincular as falas às temáticas.

Quadro 11 - Correlação dos assuntos abordados no círculo de Santa Maria com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado)

|  |                              |
|--|------------------------------|
| Fase 1 - Temas de âmbito pessoal baseado nas vocações e competências<br>Fase 2 - Temas do âmbito do consumo e tendências baseados na produção, distribuição e consumo dos serviços e produtos criativos<br>Fase 3 - Temas de âmbito das políticas públicas |                              |
| 1 - Importância da educação para desenvolvimento de um cenário artístico forte   | Tema 3C - Proposições        |
| 2 - Falta de atuação da administração pública na cidade para movimentar a Economia Criativa  | Tema 3B - Mobilização Social |
| 3 - Impacto de uma educação com cultura para a conscientização social  | Tema 3B - Mobilização Social |
| 4 - Relação entre escolas públicas e cultura   | Tema 3A - Políticas públicas |

Fonte: elaboração própria.



O importante é investir em cultura, ver quem tem acesso, quem não tem. Fortalecer as políticas públicas, para que a gente tenha condições de fazer melhor. Como eu sou professora eu penso do ponto de vista pedagógico.”

“Nos eventos da secretaria de educação o Santa Maria em pauta era reconhecido por ser muito bom. O Santa Maria em pauta sempre foi um serviço de excelência, mas agora está tudo parado. É preciso encontrar pessoas na administração, no governo, que acreditem no projeto”

“Aqui não tem incentivo nenhum, esse espaço, por exemplo, é um espaço ocupado. Se dependesse da administração a gente estaria sem espaço até hoje. Aqui era abandonado, nós ocupamos e começamos um processo cultural nosso.



“A administração ajuda não atrapalhando, e isso é com quase todas as administrações da cidade. Desde que eu era menino até hoje, nunca existiu apoio. O pouco que eles fazem acham que é favor pra gente.”



A cultura é uma coisa doida, foi plantada em mim uma sementinha. A cultura educa. Eu acompanhava desde pequeno os eventos culturais. Cresci, virei artista, e pensei: por que eu não posso fazer eventos também? Por que eu não posso cantar pra quem tá perto de mim? . E foi aí que eu decidi fazer o Black Day, justamente por causa dessa sementinha que foi plantada lá atrás.”

“Parece que tem que ter alguém que esteja lá dentro e que seja da cultura. Parece que o projeto só existe com aquela pessoa, e não com todos por entenderem a importância daquilo.



“O Santa Maria em pauta começou em 2008 com algumas professoras voluntárias. A dificuldade era o espaço, Todo ano era preciso pedir autorização. Eu cheguei a questionar a secretaria de educação sobre isso, Montamos um grupo de trabalho para tentar construir um projeto de música para as escolas da cidade, mas aí mudou o governo em 2019 e mudou tudo.”

## 19.2 Safári Fotográfico Santa Maria

**Locais Visitados:** Instituto Moinho de Vento- Família Hip Hop.

**Domínios Observados:** Criação musical (C1); Criação Visual e Plástica (C1); Eventos, feiras e festas (C3).

Figura 43 - Safári Fotográfico Santa Maria



Fonte: arquivo do projeto

A história do Centro Cultural Moinho, construído pelo coletivo Família Hip Hop, simboliza a forma como a cultura se relaciona com o tecido político e social da cidade. O espaço foi ocupado e, mesmo com atividades sólidas de incentivo e desenvolvimento da economia criativa há mais de uma década, não é reconhecido como espaço cultural legalizado. O cenário de instabilidade de apoio financeiro e político à cultura em Santa Maria é, portanto, uma das principais características que se observa neste estudo.

Isso se contrapõe ao segundo fator que mais se destacou na visita à cidade, o impacto geracional existente devido às iniciativas de agentes criativos que uniram a educação de base e ações culturais. Conhecemos jovens que foram impactados ainda crianças com projetos musicais e artísticos que os ajudou a desenvolver noção de coletividade, pertencimento e expressão da subjetividade. Tudo isso através da cultura. E hoje eles são os novos agentes culturais da cidade, que trazem uma energia renovada para se unirem aos que já estão há tempos se esforçando para manter a cultura de Santa Maria, apesar da falta de apoio da administração regional e distrital. Esse encontro de gerações, e o forte senso de

comunidade desenvolvido nos jovens, mostra o impacto positivo que a economia criativa pode ter de fato na sociedade.

# Panorama



## Cruzeiro

### Círculo Comunitário Safari Fotográfico



## 20.1 Círculo Comunitário Cruzeiro

- Pesquisadoras: Marcela Rocha e Amanda Santos
- Data: 26/11/2022
- Local: ARUC
- Domínios Criativos abordados: Criação musical (C1), Artesanato (C1), Design (C2), Criação literária (C1), Criação visual e plástica (C1), Eventos, Feiras e Festas (C3), Livros e editorial (C2).

O Círculo Comunitário da RA XI, cidade do Cruzeiro, foi realizado na Associação Recreativa Cultural Unidos do Cruzeiro (ARUC), referência cultural da cidade principalmente nos domínios da música e esporte. Participaram cinco agentes criativos: Rafael de Souza, quadrinista e presidente da ARUC, Carla Perazzeta e Marja Guimarães, sócias de uma fábrica de brinquedos e móveis infantis, Janaina Rosa, designer de joias e artesã, e Joaquim do Nascimento, músico e produtor do guia de cultura do Cruzeiro.

Dentre os temas abordados destacaram-se a busca por políticas públicas de incentivo dos espaços privados de circulação da Economia Criativa, ao invés de editais públicos de fomento, e os desafios de compreensão do valor intangível dos produtos criativos.

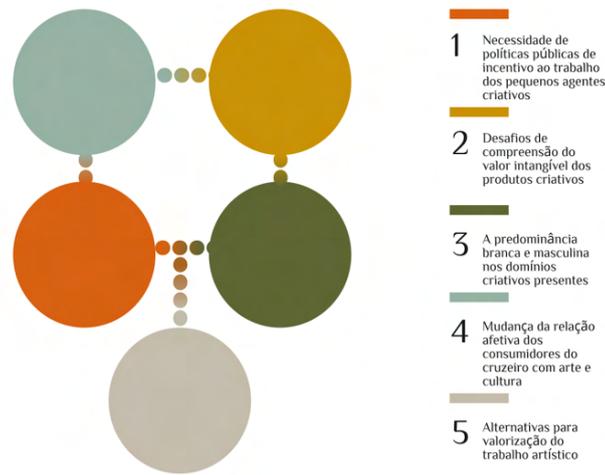
Figura 44 - Círculo comunitário Cruzeiro



Fonte: arquivo do projeto

Conforme o gráfico abaixo, é possível visualizar a predominância de temas e dinâmica de falas no círculo:

Figura 45 – Representação gráfica da dinâmica do Cruzeiro



Fonte: elaboração própria.

O gráfico acima ilustra os temas e assuntos que ocuparam o maior tempo da discussão e/ou foram mobilizadores de debates mais intensos. O quadro, na sequência, vincula os assuntos elencados às temáticas previamente designadas no roteiro semiestruturado (Quadro 1). Em seguida, algumas falas foram transcritas a fim de gerar insights e contribuir para as futuras análises da pesquisa. As cores utilizadas orientam a leitura do conjunto de falas, de modo a ampliar a compreensão do gráfico e vincular as falas às temáticas.

Quadro 12 - Correlação dos assuntos abordados no círculo do Cruzeiro com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado)

|   |  |
|---|--|
| Fase 1 - Temas de âmbito pessoal baseado nas vocações e competências  |  |
| Fase 2 - Temas do âmbito do consumo e tendências baseados na produção, distribuição e consumo dos serviços e produtos criativos |  |
| Fase 3 - Temas de âmbito das políticas públicas   |  |
| 1- Necessidade de políticas públicas de incentivo ao trabalho dos pequenos agentes criativos                                    | Tema 1B - Perspectiva de carreira                                    |
|   | Tema 3A - Políticas públicas   |
| 2- Desafios de compreensão do valor intangível dos produtos criativos   | Tema 2A - Consumidores de produtos e serviços criativos no DF        |
|   | Tema 2B - Valores  |
| 3 - A predominância branca e masculina nos Domínios Criativos presentes   | Tema 1C - Diversidade/ Interseccionalidade nos ambientes de trabalho |
| 4- Mudança da relação afetiva dos consumidores do Cruzeiro com arte e cultura   | Tema 2A - Consumidores de produtos e serviços criativos no DF        |
| 5 - Alternativas para valorização do trabalho artístico   | Tema 2B - Valores  |
|   | Tema 3C - Proposições  |

Fonte: elaboração própria.

“O discurso do governo é sempre sobre abrir uma linha de crédito para ajudar o empresário. Eu não quero linha de crédito eu quero vender”



“Toma esse dinheirinho aqui e se vira’ não é isso que a gente precisa. Precisamos de locais para vender, insumos para vender, para que as pessoas nos conheçam para que as pessoas nos acessem”

“Realmente as grandes empresas não estão interessadas em fomentar a economia local , então quem gera é sempre o pequeno empreendedor que tem interesse na população local”



O nosso produto é feito para durar a vida inteira, mas para que tenha essa valorização é necessário que a população local entenda o valor do trabalho criativo. Esse é um trabalho diário que deve ser nosso, mas também do governo por meio da produção de eventos, debates e criação de campanhas que mostrem o quanto o trabalho criativo é importante para economia do país”

O design é uma área majoritariamente branca e masculina, Não porque não tenha mulher que faça desing, mas porque não aparece nas revistas. As pessoas que aparecem nas revistas, na feira de Milão são majoritariamente homens brancos.



Existe o cruzeirense e o morador do cruzeiro, que é aquela pessoa que foi criada aqui, que tem um vínculo com o local, que às vezes nem mora mais aqui, mas ainda vem para consumir cultura, visitar a família. Esse pessoal ainda tem uma relação mais afetiva e um olhar diferenciado. Mas também há muitos que moram aqui pela localização, por ser mais perto do centro, que utilizam como cidade dormitóri. Vemos cada vez mais moradores que não possuem identidade cultural com o local.”

Uma forma de valorizar o que você faz são as oficinas. Quando você faz uma oficina, você põe a pessoa para fazer o que você faz e aí você mostra o processo do seu trabalho e a pessoa começa a entender mais sobre aquele produto/serviço”

”

“A gente enxerga que existe um potencial econômico muito grande para o nosso mercado, não só em Brasília mas em todo o país. Sabemos o valor do nosso produto que é diferenciado, que tem qualidade e que é criativo na sua essência, mas a nossa maior dificuldade é fazer com que as pessoas entendam e valorizem nosso trabalho.”

“

“90% do nosso público é formado por mulheres (em relação dependência com o masculino). 80% é branco. O que podemos fazer para mudar isso? Temos uma boneca que foi inspirada na minha infância, totalmente autoral e que tem quatro tons de pele: a branca, a bege, a marrom e a preta. A gente faz a boneca e o boneco!”

## 20.2 Safári Fotográfico Cruzeiro

Local Visitado: ARUC.

Domínio Observado: Criação musical (C1).

Figura 46 - Safári Fotográfico Cruzeiro



Fonte: arquivo do projeto

No Cruzeiro acontece hoje uma troca de geração entre os moradores. Antes havia um apego emocional ao consumo cultural da cidade, fazia parte dos finais de semana ir na ARUC ouvir um samba, passar nas feirinhas de rua enquanto ia para casa, e comprar algo que

precisasse na praça do artesão. No entanto, a nova geração hoje prefere consumir cultura nas regiões administrativas mais próximas ao centro, e com isso os artistas locais acabam fazendo o mesmo movimento para poder se manter ativo.

A ARUC é o centro de referência cultural da cidade, no grande espaço da Escola de Samba há ensaios da banda, festas comunitárias, treino do time de futebol da cidade, mas o sentimento é de que poderiam ser realizadas mais atividades culturais no espaço. Esse ano eles finalmente conseguiram o alvará do terreno, e retornaram às atividades do carnaval, pausado no Distrito Federal há cinco anos. Com essa leva de boas notícias, e se houver uma administração interessada em movimentar a Economia Criativa da cidade, é possível vislumbrar um horizonte próspero para a cultura no Cruzeiro.

Panorama  
e



# Núcleo Bandeirante

Círculo Comunitário  
Safari Fotográfico



## 21.1 Círculo Comunitário Núcleo Bandeirante

### Grupo 08

- Pesquisadoras: Rodolfa e Maria Eduarda
- Data: 09/11/2022
- Local: Casa de Cultura do Núcleo Bandeirante - DF
- Domínios Criativos abordados: Artesanato (C1), Eventos, Feiras e Festas (C3), Patrimônio Histórico e Cultural (C2), Esporte e Lazer (C4)

O Núcleo Bandeirante é uma cidade pequena, porém com muitas atividades na comunidade. Para realização do Círculo Comunitário foi preciso uma visita prévia à casa de cultura, local onde são ofertadas várias atividades, porém a de maior destaque é o artesanato e costura. Tivemos dificuldades em conseguir contato com os representantes das atividades culturais e criativas da RA, além de impasses de horário para participação no Círculo Comunitário com aqueles com quem dialogamos. Dessa forma, a alternativa foi realizar o Círculo Comunitário na casa da cultura durante a oficina de crochê que ocorreu no dia 9 de novembro de 2022, às 14h, sob o aval da Corina, líder da casa de cultura.

Figura 47 – Círculo Comunitário Núcleo Bandeirante

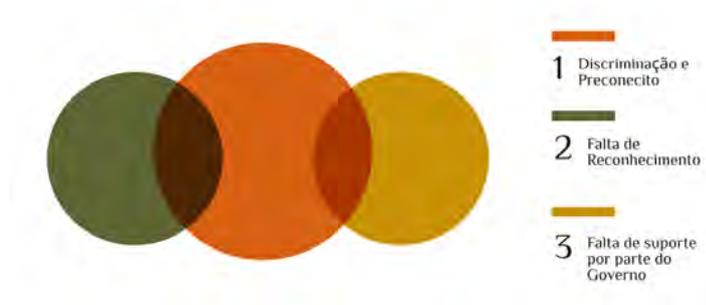


Legenda: Corina líder das artesãs durante a oficina de crochê que aconteceu no momento do círculo.  
Fonte: arquivo do Projeto Panorama.

Iniciamos às 14h45 com 13 pessoas presentes, sendo 12 mulheres e 1 homem. Dentre os presentes havia representantes do crochê e costura que se encaixam no domínio

do artesanato no Círculo 1 - Atividades criativas primárias, além de representantes da capoeira e ginástica/dança que se encaixam como atividades recreativas e de lazer no Círculo 4 - Atividades relacionadas. Os assuntos de maior discussão estão graficamente representados na figura abaixo:

Figura 48 - Representação gráfica da dinâmica do Núcleo Bandeirante



Fonte: elaboração própria.

O gráfico acima ilustra os temas e assuntos que ocuparam o maior tempo da discussão e/ou foram mobilizadores de debates mais intensos. Além desses três tópicos separados por grau de relevância, foram debatidos: a criação de políticas públicas de incentivo ao trabalho dos pequenos agentes criativos do C1; a predominância branca e masculina nos Domínios Criativos presentes; os desafios de compreensão do valor intangível dos produtos criativos manuais; mudança da relação afetiva dos consumidores de artesanato; alternativas para valorização do trabalho artístico, sobretudo do artesanato; necessidade de políticas públicas de incentivo ao trabalho dos pequenos agentes criativos.

O quadro, na sequência, vincula os assuntos elencados às temáticas previamente designadas no roteiro semiestruturado (Quadro 1). Em seguida, algumas falas foram transcritas a fim de gerar insights e contribuir para as futuras análises da pesquisa. As cores utilizadas orientam a leitura do conjunto de falas, de modo a ampliar a compreensão do gráfico e vincular as falas às temáticas.

Quadro 13 - Correlação dos assuntos abordados no círculo do Núcleo Bandeirante com as temáticas da pesquisa (roteiro semiestruturado)

|  |   |
|--|---|
| Fase 1 - Temas de âmbito pessoal baseado nas vocações e competências<br>Fase 2 - Temas do âmbito do consumo e tendências baseados na produção, distribuição e consumo dos serviços e produtos criativos<br>Fase 3 - Temas de âmbito das políticas públicas |   |
| 1- Discriminação e preconceito   | Tema 1C - Diversidade/Interseccionalidade nos ambientes de trabalho             |
| 2- Falta de reconhecimento   | Tema 2A - comportamento dos consumidores de produtos e serviços criativos no DF |
|  | Tema 2B - Valores   |
| 3- Falta de suporte por parte do governo   | Tema 3A - Proposições   |
|  | Tema 3B - Políticas Públicas  |

Fonte: elaboração própria.

Destacamos algumas falas abordadas no círculo comunitário. Cabe ressaltar que a grande maioria exerce suas atividades profissionais há mais de 10 anos. Partindo desse gancho e dando continuidade à roda de conversa, foi tocado no assunto de gênero e reconhecimento da profissão. Sobre essas dificuldades na profissão houve também algumas observações dos participantes nas citações abaixo demarcadas com a cor relacionada ao tema abordado. A partir dos relatos ouvidos, que em sua maioria traziam queixas do domínio do artesanato, vimos que a falta de reconhecimento e preconceitos são os maiores inimigos do desenvolvimento da área. Dentre as sugestões ouvidas, muitas versam sobre um olhar mais atento do governo para o artesanato e atividades esportivas/recreativas, esperando-se maior apoio em questões de reconhecimento e também financeiro, criando feiras e espaços para esses trabalhadores exporem seus trabalhos.



Eu trabalho há 10 anos nas feiras daqui. Faço crochê, faço tudo, tudo que botam na minha mão eu faço também. E eu sou formada em marketing, mas não exerço a função.”

“Eu comecei a capoeira com 15 anos, que é a idade que minha filha tem hoje. No início é difícil porque os homens já te olham (e pensam): é uma mulher que não sabe jogar direito e não vai aprender direito. Eu não jogo, eu tenho problema no joelho, então eu não jogo mais. Mas eu sei dar aula, o meu foco é instrumento. Me dá um berimbau, um pandeiro ou um atabaque que você vai ver o que é transformação.”

“Minha filha sofreu racismo com 6 anos de idade. Ela queria arrancar a pele com bombril porque falaram que ela era negra e ninguém queria ser amigo dela. Racismo é uma coisa que no Brasil sempre teve, e machuca. Eu digo a ela que sua cor é linda. Ela é capoeirista há 15 anos. E o mestre mesmo já falou, ele é um negão, negão mesmo: sua cor é linda, então você se ame.”

”

“A gente coloca um produto por 20 reais e dizem que está caro. O mesmo produto no shopping é 100 reais e compram, pois não valorizam o produto artesanal por ser artesanal, por não ter uma loja, por ser de uma pessoa simples, acham que não é de boa qualidade. É preciso conscientizar as pessoas de que os produtos que estão nas lojas não tem uma qualidade superior aos artesanais. Os artesãos trabalham com amor, com qualidade, com responsabilidade e seus produtos tem, muitas vezes, uma durabilidade muito maior do que os das lojas.

“A profissão de artesão não existe. Ela não existe. Existe pela SETUR: a capacidade artesanal que uma pessoa tem para fazer trabalhos artísticos que podem ser vendidos e comercializados em feiras. Você não vê um artesão em certos lugares, você vê artesão em feiras. O comprador acha que artesanato tem de ser mais barato. Eu sou artesã há muitos anos, mais de 30 anos. Há mais de 20 anos eu produzo feiras aqui dentro do Núcleo Bandeirante e é a primeira vez que eu estou vendo o governo centrado para o artesanato, para a costura criativa e para as pessoas que trabalham com isso. Tanto é que pipocou curso de corte e costura em tudo que é lugar agora. Tudo quanto é buraquinho você tá vendo curso de corte e costura porque o governo está incentivando. Mas o preconceito? Sim, tem preconceito.”



Eu fui fazer artesanato com costura criativa, que antigamente nem era artesanato. Passou a ser artesanato agora. A costura criativa não entrava como artesanato. Hoje entra porque a costura criativa ganhou relevância com a Pandemia.

## 21.2 Safári Fotográfico Núcleo Bandeirante

Locais Visitados: Trajeto entre Administração do Núcleo Bandeirante e Casa de Cultura.

Domínios Observados: Artesanato (C1), Esporte e Lazer (C4).

Figura 49 - Safári Fotográfico Núcleo Bandeirante



Fonte: arquivo do projeto

O núcleo bandeirante é uma das primeiras cidades da fundação de Brasília, conhecido anteriormente como "Cidade Livre", foi a primeira ocupação dos candangos, sendo posteriormente urbanizada e tornando-se uma região administrativa do Distrito Federal.

A Casa do Pioneiro, agora museu da história candanga, e a Paróquia Dom Bosco são alguns dos principais pontos turísticos do Núcleo Bandeirante. A antiga estação ferroviária Bernardo Sayão encontra-se desativada. Atualmente a paróquia continua no mesmo local, e ao lado, hoje tem a administração da cidade. A cidade conta com uma casa da cultura, uma feira de artesanato e uma escola parque que são os principais pontos de atividades da cidade. Atualmente há atividades de capoeira, artesanato (corte e costura e crochê) que é um domínio forte da cidade, ginástica e bailes para terceira idade, além de aulas de instrumentos e dança nesses espaços. A cidade é uma cidade pequena, os moradores em sua maioria são idosos e boa parte já aposentados.

## **14 Apontamentos dos dados qualitativos**



OS DADOS QUALITATIVOS CONSTITUEM PEÇA FUNDAMENTAL NA CONSTRUÇÃO do Panorama da Economia Criativa do DF. A voz dos atores criativos, suas expectativas, anseios, conhecimento preciso das adversidades que constituem suas realidades fazem dessas vozes um elemento importante na construção da política pública, sobretudo quando esta se propõe ser de caráter participativo.

Até o presente momento, o que tem ganhado relevo é a carência de escuta dos entes do Estado em relação aos trabalhadores da Economia Criativa, isto é, falta espaço de fala, de construção partilhada, de planejamento colaborativo para o aperfeiçoamento das políticas de desenvolvimento e ampliação do horizonte de trabalho desses agentes. Diante dessa realidade, é possível pensar a atuação dos conselhos de cultura em duas frentes: 1) Espaço de escuta por meio de fóruns colaborativos; 2) Frente estratégica e executiva.

A implementação de processos sistematizados de construção coletiva por meio de fóruns pode ampliar o sentimento de pertencimento e reconhecimento do agente criativo por parte do poder público, enquanto uma frente estratégica e executiva permitiria a execução e ampliação das políticas públicas, ao passo que melhoraria a relação dos conselhos com a comunidade.

Nesse sentido, foi possível observar, sobretudo nos Círculos Comunitários de Recanto das Emas, Gama, Cruzeiro e Arniqueira, a recorrência de falas que pontuam a falta de fomentos culturais para a Economia Criativa no DF, apontando para a necessidade de implementação de políticas públicas que incentivem o trabalho de pequenos agentes criativos, bem como promovam editais que atendam às necessidades daqueles que atuam no âmbito da Economia Criativa. Ainda nessa perspectiva, a formalização dos agentes criativos aparece como ponto relevante nos círculos comunitários de Recanto das Emas e Gama, frisando a importância desse reconhecimento formal como forma de visibilidade e inserção desses agentes no mercado. Vale destacar que, em Santa Maria, a necessidade de investimentos em políticas públicas para a Economia Criativa está relacionada ao investimento na Educação, ressaltando os impactos positivos de uma educação voltada para a cultura e a criatividade, aliada à conscientização social, com papel ativo das escolas públicas nesse processo.

Já no que se refere ao consumo, produção e distribuição dos serviços e produtos criativos, destaca-se nas conversas dos círculos de Recanto das Emas e Cruzeiro, a falta de

reconhecimento ou compreensão do valor intangível dos produtos criativos por parte dos consumidores. As propostas apresentadas para responder a esse desafio indicam uma articulação entre iniciativa privada e iniciativa pública por meio de eventos, rodas de conversa, oficinas e campanhas que apresentem o trabalho criativo e eduquem para a relação direta deste com a economia da região e do país.

Por fim, o tema Diversidade/Interseccionalidade nos ambientes de trabalho também foi destaque em Recanto das Emas, Gama e Cruzeiro. Nesta última, ressaltou-se a predominância branca e masculina nos Domínios Criativos da região, apontando para a invisibilidade e subvalorização do trabalho criativo feminino. Ofícios criativos divididos por papéis de gênero também foi um desafio mencionado pelo círculo de Recanto das Emas, enfatizando que há alguns domínios que são culturalmente associados às mulheres (o artesanato, por exemplo), o que, de alguma forma, pode dificultar o reconhecimento do trabalho feminino para fora desses domínios. No Gama, o preconceito de classe e território relacionado à arte e cultura ganha destaque, indicando a percepção de separação entre cultura popular e cultura “erudita” ainda presente, o que acaba por subvalorizar o trabalho dos agentes criativos locais.

Espera-se, com a completude da pesquisa de campo e o cruzamento dos dados quantitativos, construir um cenário amplo e profundo tanto do potencial econômico que os Domínios Criativos representam para a capital quanto a constituição de um material rico em informações sobre a dinâmica dos Domínios Criativos, a dinâmica de consumo dos bens e serviços criativos e, sobretudo, dos horizontes para uma construção sustentável da Economia Criativa do Distrito Federal.

BELL, D. (1976). *O advento da sociedade pós-industrial*. Aliança Editorial: Espanha. CONCLA Comissão Nacional de Classificação Site IBGE: <https://cnae.ibge.gov.br/classificacoes/download-concla/8265-download>. Data de acesso: 15/Agosto/2022.

BOURDIEU, P. *A produção da Crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. Porto Alegre, RS: Zouk, 2006.

GODOI, Christiane Kleinübing. Grupo de Discussão como Prática Grupal de Pesquisa Qualitativa: possibilidades abertas aos estudos organizacionais. In: *IV Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade*. Brasília/DF, 3 a 5 de novembro de 2013.

KASTRUP, Virgínia. O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo. In: *Psicologia & Sociedade*; 19(1): 15-22, jan/abr. 2007.

KIELING A.S.; DRAVET F.; MARQUES A. *Panorama da Economia Criativa no Distrito Federal*. Relatório Parcial de pesquisa - Fase 1. UCB. Brasília-DF, 2022.

LIPOVETSKY, G; SERROY, J. *A estetização do mundo: Viver na era do capitalismo artista*. Tradução: Eduardo Brandão. 1ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LIPOVETSKY, Gilles. *Os tempos Hipermodernos*. Tradução Mário Vilela. São Paulo: Barcarolla, 2004.

THROSBY, D. *Economics and culture*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

THROSBY, D. Modelling the cultural industries. *International Journal of Cultural Policy*, 14:3, 217-232, 2008. DOI: 10.1080/10286630802281772

THROSBY, D. (2008). O modelo de círculos concêntricos das indústrias culturais. *Tendências Culturais*, 17(3): 147-164.

THROSBY, David. The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*. 2008. Vol. 17, No. 3, September 2008, 147–164. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/248952696\\_The\\_concentric\\_circles\\_model\\_of\\_the\\_cultural\\_industries](https://www.researchgate.net/publication/248952696_The_concentric_circles_model_of_the_cultural_industries). Acesso em: 15.07.2022. UNESCO. The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS). Montréal; QC: UNESCO Institute for Statistics, 2009, p.22.

UNESCO. *The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)*. Montréal; QC: UNESCO Institute for Statistics, 2009, p.22.

SIIC IBGE - *Sistema de informações e indicadores culturais: 2007-2018 / IBGE*, Coordenação de População e Indicadores Sociais. - Rio de Janeiro IBGE, 2019.

# Anexos



ANEXO I

CNAE 2.0 por Domínio Criativo e Nível segundo o conceito Eco. Criativa do Panorama

| Nível                              | Domínio Criativo  | CNAE 2.0  |
|------------------------------------|---|---|
| C1                                 | ARTESANATO  | 3211601 Lapidação de gemas  |
|                                    | ARTESANATO  | 3211602 Fabricação de artefatos de joalheria e ourivesaria  |
|                                    | ARTESANATO  | 3211603 Cunhagem de moedas e medalhas   |
|                                    | CRIAÇÃO MUSICAL   | 9001902 Produção musical  |
|                                    | CRIAÇÃO PERFORMÁTICA  | 9001903 Produção de espetáculos de dança  |
|                                    | CRIAÇÃO PERFORMÁTICA  | 9001904 Produção de espetáculos circenses, de marionetes e similares  |
| C2                                 | DESIGN  | 7410203 Desing de produto   |
|                                    | DESIGN  | 7410299 Atividades de desing não especificadas anteriormente  |
|                                    | ESPETÁCULOS   | 9001901 Produção teatral  |
|                                    | ESPETÁCULOS   | 9001905 Produção de espetáculos de rodeios, vaquejadas e similares  |
|                                    | ESPETÁCULOS   | 9001999 Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares não especificados anteriormente                            |
|                                    | ESPETÁCULOS   | 9003500 Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas                                  |
|                                    | FOTOGRAFIA  | 7420001 Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina   |
|                                    | FOTOGRAFIA  | 7420002 Atividades de produção de fotografias aéreas e submarinas   |
|                                    | FOTOGRAFIA  | 7420003 Laboratórios fotográficos   |
|                                    | FOTOGRAFIA  | 7420004 Filmaagem de festas e eventos   |
|                                    | FOTOGRAFIA  | 7420005 Serviços de microfilmagem   |
|                                    | INDÚSTRIA FONOGRAFICA   | 5920100 Atividades de gravação de som e de edição de música   |
|                                    | INDÚSTRIA FONOGRAFICA   | 9001906 Atividades de sonorização e de iluminação   |
|                                    | LIVROS E EDITORIAL  | 1811301 Impressão de jornais  |
|                                    | LIVROS E EDITORIAL  | 1811302 Impressão de livros, revistas e outras publicações periódicas   |
|                                    | LIVROS E EDITORIAL  | 1822999 Serviços de acabamentos gráficos, exceto encadernação e plastificação   |
|                                    | LIVROS E EDITORIAL  | 5811500 Edição de livros  |
|                                    | LIVROS E EDITORIAL  | 5812301 Edição de jornais diários   |
|                                    | LIVROS E EDITORIAL  | 5812302 Edição de jornais não diários   |
|                                    | LIVROS E EDITORIAL  | 5813100 Edição de revistas  |
|                                    | LIVROS E EDITORIAL  | 5821200 Edição integrada à impressão de livros  |
|                                    | LIVROS E EDITORIAL  | 5822101 Edição integrada à impressão de jornais diários   |
|                                    | LIVROS E EDITORIAL  | 5822102 Edição integrada à impressão de jornais não diários   |
|                                    | LIVROS E EDITORIAL  | 5823900 Edição integrada à impressão de revistas  |
|                                    | LIVROS E EDITORIAL  | 9002701 Atividades de artistas plásticos, jornalistas independentes e escritores"   |
|                                    | PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL   | 9002702 Restauração de obras de arte  |
|                                    | PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL   | 9101500 Atividades de bibliotecas e arquivos  |
|                                    | PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL   | 9102301 Atividades de museus e de exploração de lugares e prédios históricos e atrações similares                         |
|                                    | PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL   | 9102302 Restauração e conservação de lugares e prédios históricos   |
|                                    | PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL   | 9103100 Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental |
|                                    | ARQUITETURA   | 7111100 Serviços de arquitetura   |
|                                    | ARQUITETURA   | 7119799 Atividades técnicas relacionadas à engenharia e arquitetura não especificadas anteriormente                       |
|                                    | ARQUITETURA   | 7410202 Design de interiores  |
| AUDIOVISUAL                        | 5911101 Estúdios cinematográficos   |   |
| AUDIOVISUAL                        | 5911102 Produção de filmes para publicidade   |   |
| AUDIOVISUAL                        | 5911199 Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente     |   |
| AUDIOVISUAL                        | 5912002 Serviços de mixagem sonora em produção audiovisual  |   |
| AUDIOVISUAL                        | 5912099 Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente |   |
| AUDIOVISUAL                        | 5914600 Atividades de exibição cinematográfica  |   |
| EDUCAÇÃO/PESQUISA E INOVAÇÃO (P&D) | 7119702 Atividades de estudos geológicos  |   |
| EDUCAÇÃO/PESQUISA E INOVAÇÃO (P&D) | 8592901 Ensino de dança   |   |
| EDUCAÇÃO/PESQUISA E INOVAÇÃO (P&D) | 8592902 Ensino de artes cênicas, exceto dança   |   |
| EDUCAÇÃO/PESQUISA E INOVAÇÃO (P&D) | 8592903 Ensino de música  |   |
| EDUCAÇÃO/PESQUISA E INOVAÇÃO (P&D) | 8592999 Ensino de arte e cultura não especificado anteriormente   |   |
| ESPORTE E LAZER                    | 9321200 Parques de diversão e parques temáticos   |   |
| ESPORTE E LAZER                    | 9329801 Discotecas, danceterias, salões de dança e similares  |   |
| EVENTOS, FEIRAS E FESTAS           | 5620102 Serviços de alimentação para eventos e recepções - bufê   |   |
| GAMES/JOGOS                        | 9329802 Exploração de boliches  |   |
| GAMES/JOGOS                        | 9329803 Exploração de jogos de sinuca, bilhar e similares   |   |
| GAMES/JOGOS                        | 9329804 Exploração de jogos eletrônicos recreativos   |   |
| GASTRONOMIA                        | 1096100 Fabricação de alimentos e pratos prontos  |   |
| MÍDIAS (RÁDIO/TV)                  | 5913800 Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão  |   |
| MÍDIAS (RÁDIO/TV)                  | 6010100 Atividades de rádio   |   |
| MÍDIAS (RÁDIO/TV)                  | 6021700 Atividades de televisão aberta  |   |
| MÍDIAS (RÁDIO/TV)                  | 6022501 Programadoras   |   |
| MÍDIAS (RÁDIO/TV)                  | 6022502 Atividades relacionadas à televisão por assinatura, exceto programadoras  |   |
| MÍDIAS (RÁDIO/TV)                  | 6391700 Agências de notícias  |   |
| MODA                               | 1340501 Estamparia e texturização em fios, tecidos, artefatos têxteis e peças do vestuário                                |   |
| MODA                               | 1340502 Alvejamento, tingimento e torção em fios, tecidos, artefatos têxteis e peças do vestuário                         |   |
| MODA                               | 1411801 Confeção de roupas íntimas  |   |
| MODA                               | 1411802 Facção de roupas íntimas  |   |
| MODA                               | 1412601 Confeção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida                              |   |
| MODA                               | 1412602 Confeção, sob medida, de peças do vestuário, exceto roupas íntimas  |   |
| MODA                               | 1412603 Facção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas   |   |
| MODA                               | 1413401 Confeção de roupas profissionais, exceto sob medida   |   |
| MODA                               | 1413402 Confeção, sob medida, de roupas profissionais   |   |
| MODA                               | 1414200 Fabricação de acessórios do vestuário, exceto para segurança e proteção   |   |
| MODA                               | 1422300 Fabricação de artigos do vestuário, produzidos em malharias e tricotagens, exceto meias                           |   |
| PUBLICIDADE                        | 6110803 Serviços de comunicação multimídia - SCM  |   |



## A diversidade do fazer criativo no Distrito Federal e o papel da comunicação

Gesiane do Socorro Andrade Leão Farias<sup>1</sup>  
Rodolfa dos Santos Rocha<sup>13</sup>

### Resumo

Com o intuito de verificar a diversidade de compreensão sobre a Economia Criativa nos distintos níveis de complexidade de atuação dos agentes criativos, participantes do Círculo Comunitário sobre o fazer cultural, recorreu-se a metodologia aplicada no projeto panorama criativo no DF. E para constatação desta pluralidade será realizada, a coleta de dados textual por meio das entrevistas já realizadas, nas quais foi aplicado um roteiro semiestruturado. Serão aplicados às análises do perfil sociodemográfico e das falas dos participantes durante sua apresentação e suas percepções sobre a temática Economia Criativa. E para alcance dos objetivos, será utilizado o *software* Iramuteq como ferramenta no processamento de dados qualitativos, por meio da Classificação Hierárquica Descendente, da qual emergem as classes e a ligação entre elas, que permite a análise dos dados com segurança e credibilidade. Os resultados mostram que existe diversidade de compreensão sobre o entendimento do conceito de Economia Criativa, e ainda diversidade de compreensão sobre suas atividades profissionais como pertencente à Economia Criativa.

**Palavras-Chave:** Diversidade de compreensão, Agentes criativos, Estratégias Inovadoras, Economia Criativa.

### Abstract

In order to verify the diversity of understanding about the creative economy in the distinct levels of complexity of performance of the creative agents, participants of the Círculo Comunitário about the cultural doing, the methodology applied in the creative panorama

---

<sup>13</sup> Integrantes do projeto Panorama e mestradas em Inovação em Comunicação e Economia Criativa, da UCB.

project in the DF was resorted to. And to verify this plurality, the collection of textual data will be carried out through the interviews already carried out, in which a semi-structured script was applied. They will be applied to analyzes of the sociodemographic profile and the speeches of the participants during their presentation and their perceptions on the theme of the creative economy. And to reach the objectives, the Iramuteq software will be used as a tool in the processing of qualitative data, through the Descending Hierarchical Classification, from which the classes and the connection between them emerge, which allows the analysis of the data with security and credibility. The results show that there is diversity of understanding about the concept of Creative Economy, and also diversity of understanding about their professional activities as belonging to the Creative Economy.

**Keywords:** Diversity of understanding, Creative agents, Innovative Strategies, Creative Economy.

## 1. Introdução

Como disse um escritor desconhecido, uma única nota musical é algo insignificante por si só, mas se você juntar o suficiente delas de maneira criativa, você obtém a Nona Sinfonia de Beethoven. Da mesma forma, um encontro pode não significar muito, mas se compartilharmos experiências suficientes sobre si e sobre as percepções do grupo, construiremos um resumo da ópera.

A grande abordagem à criatividade identificada pelo KEA é a contextualização, que evidenciou a importância do contexto social no qual a criatividade é inserida e o julgamento dos pares que decidirá sobre o status criativo da pessoa. Deste modo, os teóricos da abordagem contextual defendem que a criatividade é alimentada através de contatos com comunidades criativas, sendo que a criatividade do grupo se torna parte fundamental da própria produção cultural. De fato, acrescentam, os produtos criativos mais relevantes exigem, frequentemente, uma equipe ou mesmo uma empresa inteira, que integrem diferentes trabalhadores altamente especializados o que faz com que os criadores sejam, fundamentalmente, parte de uma orquestra que tenta tocar em sintonia (KEA, 2009:167).

[...] não há forma de saber se um pensamento é novo exceto por referência a alguns padrões, e não há maneira de dizer se é valioso até que passe pela avaliação social. Portanto, a criatividade não acontece dentro da cabeça das pessoas, mas na interação entre os pensamentos de uma pessoa e um contexto sociocultural. É um fenômeno sistêmico e não individual (Csikszentmihalyi citado por KEA, 2009:168)

De fato, o campo das práticas envolve a totalidade dos nexos de interconexões entre estas práticas humanas (SCHATZKI, 2005, 2006, 2012). Em suma, a prática é um “pacote” de atividades que se organiza como um nexo de ações, conseqüentemente, a prática envolve um “bloco” integrado de duas dimensões: atividades e organização. As dimensões das práticas estão baseadas em um conhecimento tácito, detido pelos indivíduos que não pode ser colocado em palavras, tampouco apreendido pelas formas tradicionais de conhecimento (COOK; BROWN, 1999; SCHATZKI, 2012).

Isso vai de encontro às dicotomias e as divergentes perspectivas entre, racionalidade e intuição, sujeito-objeto, mente-corpo estabelecidas ao longo do pensamento filosófico moderno e traz a questão das práticas como algo que não separa o mental do corporal, a rotina da improvisação e a tradição da criatividade e inovação (SCHATZKI, 2012; STRATI, 2007). O questionamento de Furtado continua atual no século 21, reivindica o direito à criatividade e nos questiona, “Ter ou não ter direito à criatividade, eis a questão”, quem tem direito a ser criativo? Levando-nos a refletir sobre as contradições do capitalismo e da dependência cultural por ele gerada (FURTADO, 1984).

Nesse contexto, torna-se relevante considerar a problematização trazida por OSTROWER (1999), sobre os processos criativos interligados nos dois níveis de existência humana: o nível individual e o nível cultural, o que contribui para compreender a criatividade como algo sistêmico e social, mas não exclui a individualidade, isto é, ainda que vinculado aos mesmos padrões coletivos, ele se desenvolverá enquanto indivíduo único, com seu modo pessoal de agir, seus sonhos, suas aspirações e suas eventuais realizações.

## **2. Pesquisas de campo locais como estratégias inovadoras**

Sem dúvida, o levantamento de informações de dados confiáveis, a construção de indicadores para que se possa medir a presença dessa economia nos territórios é fundamental, é

evidente que existem desafios na construção de “cesta” de indicadores quantitativo e qualitativo, tais ferramentas são notadamente importantíssimas nas pesquisas, no desenvolvimento de métodos, de metodologias, de abordagens de pesquisas de campo, para que possamos entender, como funciona esses setores nos territórios.

Um exemplo prático deste tipo de pesquisa é encontrado em Oliveira (2019), a pesquisadora investigou o trabalho criativo no Distrito Federal, analisou o microcosmo de jovens empreendedores para compreender valores, práticas e relações simbólicas que perpassam essas identidades no espaço urbano, foi feito o estudo em três eixos que nortearam o estudo: 1) a cidade, enquanto território geográfico e simbólico, constitutiva do modo de vida dos interlocutores da pesquisa e onde seus projetos de vida são viabilizados, diretamente conectados à realização pessoal pelo trabalho; 2) a juventude, enquanto um valor central para a configuração de um *ethos* de trabalho caracterizado como “criativo”; e 3) a Economia Criativa, enquanto ecossistema de produção e de consumo no qual esses empreendedores criativos expressam suas identidades por meio do trabalho.

E ainda, a pesquisa Panorama da Economia Criativa no Distrito Federal<sup>14</sup>, no relatório parcial da etapa I, Kieling *et al.*, (2022) compreendem, discutem e propõem círculos dinâmicos da Economia Criativa e seus domínios de atividade. Trata-se de um modelo conceitual aplicável à realidade local, que se apresenta, em distintos níveis de complexidade, tais como C1- Núcleo Atividades Primárias, C2 - Indústrias Culturais, C3 - Indústrias Criativas Complexas e C4 - Atividades Relacionadas. E ainda, apresentam o conceito de Economia Criativa como:

[...] sistemas de produção, circulação e consumo de bens (produtos, serviços e processos) que resultam de atividades intelectuais, mentais, manuais e performáticas criativas. Aglutina e mobiliza domínios de habilidades, competências, legados culturais, artísticos, inventivos que geram inovação e capital simbólico. Organiza-se a partir de atividades primárias, como pintura, música, literatura, artesanato. Expande-se em cadeias de valor que envolvem gradualmente sistemas industriais como fonográfico, editorial, espetáculos (com valor cultural e artístico) e avança para indústrias mais complexas, como eventos, patrimônio cultural, arquitetura, audiovisual, design, mídias, games, moda, gastronomia, turismo, que articulam várias atividades e domínios criativos (Kieling *et al.*, 2022).

---

<sup>14</sup> É promovido pelo programa de Mestrado Profissional em Inovação e Comunicação e Economia Criativa, da Faculdade de Comunicação, da Universidade Católica de Brasília, entre outras parcerias institucionais.

É no contexto da globalização, da vasta velocidade de troca de informações e das tecnologias atualizadas a uma rapidez nunca antes vista, que somos inseridos em uma nova realidade em que devemos nos adaptar trazendo temas relativos à cultura e tecnologia ao centro das discussões sobre desenvolvimento econômico. É neste cenário, que a Economia Criativa se aflora, trazendo esses novos elementos para o centro do debate, Araújo (2015). E é neste cenário que a comunicação, a ideia de círculos comunitários (roda de conversa) e formas análises de dados qualitativas tornam-se estratégias inovadoras.

### 3. Diversidade e a necessidade de inclusão

É evidente que os desafios da Economia Criativa foram postos para o mundo, porém ainda há muito a ser resolvido, para equacionar uma economia cada vez mais importante para as cidades e para os territórios. Ao pensar em diversidade é essencial considerar as diferentes formas de pensar, agir, comunicar e nutrir os indivíduos com quem se compartilha espaços na sociedade, nas formas de organização e participação, seja nos projetos pessoais ou sociais com o intuito de se alcançar resultados favoráveis iguais ou superiores aos almejados.

A pesquisa de Harvard “Diversidade não se sustenta sem inclusão”, apresentada em Brownlee, 2019, aponta que a diversidade embora traz muitos benefícios evidentes entre elas o desempenho financeiro, pode-se equivocadamente cair em uma falsa sensação de segurança e assumir que houve grandes avanços quando, na realidade, pode apenas ter se dado o primeiro passo, não significa que há inclusão, ainda existe um longo caminho a ser percorrido, e não apenas incluir as pessoas de minorias, mas dar suporte para sua total inserção, para que esses agentes (minoritários) obtenham mudanças em todos os níveis e formas.

Brownlee, 2019, concorda que atualmente, há uma confusão quando se trata de termos focados em incentivar a igualdade no local de trabalho, e muitas empresas cometem o erro de assumir que diversidade e inclusão são sinônimos; Enquanto diversidade se refere a todo o espectro das diferenças humanas (visíveis e não visíveis), a inclusão está relacionada a um sentimento cultural e ambiental de pertencimento; À medida que se confunde os termos e implementa a diversidade como solução rápida para desafios sistêmicos, podem ser criados níveis graves de tensão, frustração e decepção.

O relatório Gallup (2018) afirma: “A inclusão se refere a um sentimento cultural e ambiental de pertencimento. Pode ser avaliado por meio da forma como os *operários* são valorizados, respeitados, aceitos e incentivados a participar totalmente da organização” (SHERBIN e RASHID, 2017). Ao contrário do que alguns podem supor, a diversidade não implica necessariamente inclusão. O artigo de “Harvard Business Review”, “Diversidade não se sustenta sem inclusão” (SHERBIN e RASHID, 2017) é focado nessa distinção. Tais estudos reforçam um olhar mais atento para as particularidades do tema tão diverso, interdisciplinar e multisetorial como se mostra a Economia Criativa.

#### 4. Metodologia

##### \*Círculos Comunitários

Entende-se os círculos comunitários como uma roda de conversa com um roteiro semiestruturado. Segundo Melo *et al.*, 2016, a roda de conversa permite aos participantes melhor compreensão das ações coletivas, pois são estratégias de intervenção na dinâmica de um grupo, incrementando a sinergia entre as pessoas, focalizando a tessitura de uma rede social em que ideias, comportamentos e práticas podem ser promovidos e difundidos entre as pessoas. A ampliação dos espaços de interação cultural significa também uma ação que reorienta a globalidade das práticas executadas, pois toma como ponto de partida o saber anterior da população. Neste trabalho, entendendo os círculos comunitários como uma estratégia de comunicação em roda de conversa, a formação dos círculos comunitários é composta por alguns diferentes agentes criativos das 33 Regiões Administrativas do Distrito Federal.

Figura 1. Círculo comunitário sobre a Economia Criativa, com agentes criativos de Samambaia.



Fonte: Projeto Panorama

### \*Análise de *corpus* textual

Para a análise de dados qualitativos, como passo inicial, será realizada a preparação do banco de dados um arquivo textual (único) de forma padronizada com as respectivas respostas dos agentes criativos participantes do círculo comunitário conforme mostra o esquema da Figura 2. Em seguida, será criado um arquivo textual (único) com as respectivas falas padronizadas, dos agentes criativos participantes. E por fim, serão analisadas as falas de apresentação e parecer sobre Economia Criativa dos participantes do Círculo Comunitário, com o uso do *software* gratuito de análise estatística textual, Iramuteq para análise e interpretação de dados provenientes das entrevistas.

Figura 2. Questões Respondidas pelos Agentes Criativos participantes do Círculo Comunitário.

|  |
|--|
| 17. O que você entende por Economia criativa?<br>.....*  |
| 18. Compreende sua atividade profissional como pertencente à Economia Criativa? Justifique brevemente.<br>.....* |

## 5. Aplicação

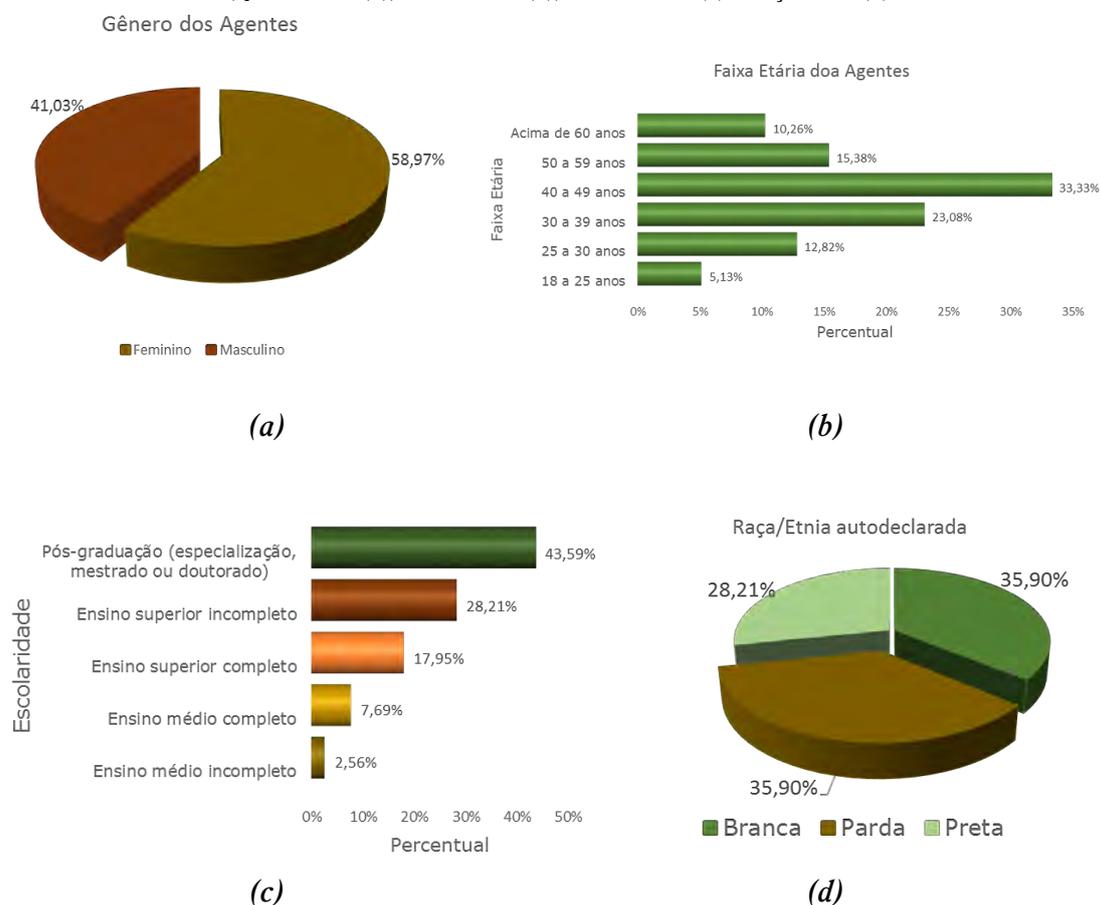
A análise de *corpus* textual será aplicada às variáveis sociodemográficas e à percepção sobre Economia Criativa usando o Iramuteq, o qual permite realizar a representação a partir de depoimentos das entrevistas realizadas, em que agrupa discursos semelhantes e desagrupa discursos não semelhantes. Uma das saídas dessas análises é o dendrograma que realiza a classificação, com ele, será possível identificar classes a partir do perfil sociodemográfico e das palavras que mais aparecem nas falas dos agentes criativos e analisar a percepção acerca da atuação em cada RA, dos agentes criativos do DF.

## 6. Resultados

Para as análises do perfil sociodemográfico dos participantes do Círculo Comunitário, apresentamos a Figura 2, com os percentuais de agentes criativos participantes do círculo comunitário, sobre Economia Criativa no DF, por gênero (*a*), faixa etária (*b*), escolaridade

(c) e raça/etnia (d). Nela verifica-se no item (a), que a maioria dos agentes criativos são do gênero *Feminino* com 58,97%, no item (b), observamos a distribuição destes agentes em todas as faixas etárias em que, há 33,33% na faixa dos 40 a 49 anos e 23,08% na faixa 30 a 39 anos e juntos somam mais de 56% nessas faixas. O item (c) mostra que 43,59% dos agentes criativos possuem *Pós-graduação*, e 28,21% possuem *Ensino Superior Incompleto*, seguido de 17,95% que possuem *Ensino Superior Completo*. E por fim o item (d) apresenta que os percentuais de *Raça/Etnia* destes agentes, estão bem próximos, onde *Branca* e *Pardos* apresentam ambos 35,9% e 28,21% se autodeclararam *pretos*.

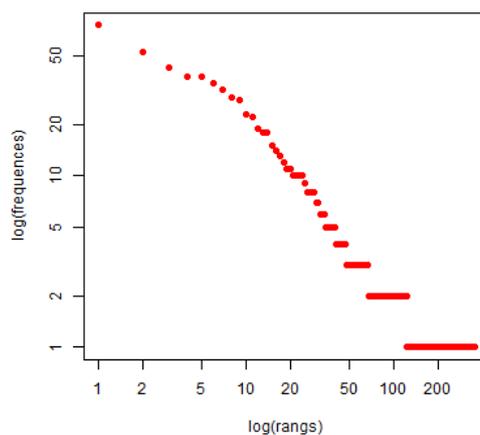
Figura 2. Percentuais de Agentes Criativos Participantes do Círculo Comunitário, sobre Economia Criativa no DF, por Gênero (a), Faixa Etária (b), Escolaridade (c) e Raça/Etnia (d).



A figura 3 apresenta a nuvem de palavras das atividades profissionais dos 39 agentes criativos participantes dos círculos comunitários, DF no ano de 2022. Em que, há uma visão geral das palavras escritas na pergunta: “Qual sua atividade profissional?”, permite apontar que as palavras com maiores frequências foram: “Produtor Cultural”, “Empresária”, “Professor(a)”, “Músico”, “Cantora” e “Artesanato”.



Figura 4. Diagrama de Zipf com o comportamento das palavras no corpus textual sobre as respostas dos agentes criativos participantes dos círculos comunitários, DF no ano de 2022.



## 7. Conclusões

Conversar com diversos agentes criativos, pode não necessariamente refletir a inclusão que de fato poderia existir nos territórios (RA's), mas significa ouvir e dar voz às minorias representadas. Espera-se com o estudo verificar ou não a diversidade de compreensão sobre a Economia Criativa nos diferentes níveis de complexidade<sup>15</sup> de atuação dos agentes e perceber a inclusão das minorias a partir das falas dos agentes criativos. Espera-se ainda, que a comunicação ocupe um papel esclarecedor entre os termos diversidade e inclusão associada a um sentimento cultural e ambiental de pertencimento e de estratégia inovadora.

<sup>15</sup> Serão considerados conforme o conceito do projeto Panorama da Economia Criativa no Distrito Federal, em C1, C2, C3 e C4.

## 8. Referências

- [1] ARAÚJO, M. A. P. A Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento para a cidade de Natal/RN. 2015. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
- [2] Brownlee, D. Por que confundir diversidade com inclusão no local de trabalho pode ser perigoso. Forbes, 2019. Acesso em 24/10/2022 no link: <<https://forbes.com.br/carreira/2019/09/por-que-confundir-diversidade-com-inclusao-no-local-de-trabalho-pode-ser-perigoso/>>
- [3] COOK, Scott DN; BROWN, John Seely. Bridging epistemologies: The generative dance between organizational knowledge and organizational knowing. *Organization science*, v. 10, n. 4, p. 381-400, 1999.
- [4] FURTADO, C. Cultura e Desenvolvimento em época de crise. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.
- [5] Gallup. Three Ways Millennials Can Advance Workplace Diversity and Inclusion - and Why They Matter for Your Organization. Gallup, 2018. Acesso em 14/12/2022. Disponível em: <[https://www.gallup.com/workplace/242108/diversity-inclusion-perspective-paper.aspx?g\\_source=link\\_wwwv9&g\\_campaign=item\\_242138&g\\_medium=copy](https://www.gallup.com/workplace/242108/diversity-inclusion-perspective-paper.aspx?g_source=link_wwwv9&g_campaign=item_242138&g_medium=copy)>
- [6] Kieling A.S.; Davret F.D., Marques, A. Panorama da Economia Criativa no Distrito Federal. Universidade Católica de Brasília. Brasília-DF, 2022.
- [7] Melo, R. H. V. *et al.* Roda de Conversa: uma Articulação Solidária entre Ensino, Serviço e Comunidade. *Revista Brasileira de Educação Médica* [online]. 2016, v. 40, n. 2 [Acessado 24 Outubro 2022] , pp. 301-309. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1981-52712015v40n2e01692014>>. ISSN 1981-5271.
- [8] OLIVEIRA, R. A. GERAÇÃO FAZEDORES: O trabalho na indústria criativa do Distrito Federal. Dissertação de Mestrado. Brasília, 2019.
- [9] OSTROWER, Fayga. Criatividade e processos de criação. 14ª Ed. Petrópolis: Vozes, 1999.
- [ ] KEA (2009): “The impact of Culture on Creativity”. Acesso em 22/05/2022 no link: <<http://www.keanet.eu/docs/impactculturecreativityfull.pdf>>
- [10] Sá Oliveira Sousa, Y., Guedes Gondim, S. M., Andrade Carias, I., Santana Batista, J., & Colman Machado de Machado, K. (2020). O uso do software Iramuteq na análise de dados de

entrevistas. *Revista Pesquisas E Práticas Psicossociais*, 15(2), 1–19. Recuperado de [http://www.seer.ufsj.edu.br/revista\\_ppp/article/view/e3283](http://www.seer.ufsj.edu.br/revista_ppp/article/view/e3283)

[11] SCHATZKI, T. R The sites of organizations. *Organization Studies*, v. 26, n. 3, p. 465-484, mar. 2005.

[12] SCHATZKI, T. R On organizations as they happen. *Organization Studies*, v. 27, n. 12, p. 1863-1873, 2006.

[13] SCHATZKI, T. A primes on practices. In: HIGGS, J. et al. (Ed.) *Practice-based education: Perspectives and Strategies*. Rotterdam: Sense Publishers, 2012. p. 13-26.

[14] SHERBIN, Laura; RASHID, Ripa. Diversity doesn't stick without inclusion. *Harvard Business Review*, 2017. Acesso em 14/12/2022. Disponível em: <<https://hbr.org/2017/02/diversity-doesnt-stick-without-inclusion?language=pt>>

[15] STRATI, A. Sensible knowledge and practice-based learning. *Management Learning*, v. 38, n. 1, p. 61-77, mar. 2007.



# Panorama da Economia Criativa - DF



GOVERNO DO  
DISTRITO FEDERAL

Secretaria  
de Turismo



Secretaria da  
Cultura e  
Economia Criativa

