

# A geografia da indústria criativa tocantinense: análise regional de anos recentes

*The geography of the creative industry in Tocantins: regional analysis of recent years*

*La geografía de la industria creativa de Tocantins: análisis regional de años recientes*

Victor da Silva Oliveira<sup>1</sup>  <https://orcid.org/0000-0002-8061-4269>

Tiago Costa Martins<sup>2</sup>  <https://orcid.org/0000-0003-0927-7148>

Maria do Socorro Mesquita da Silva Nunes<sup>3</sup>  <https://orcid.org/0000-0002-5014-0779>

1 Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará (UNIFESSPA)  Xinguara (PA), Brasil

2 Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA)  São Borja (RS), Brasil

3 Universidade Federal do Norte do Tocantins (UFNT)  Araguaína (TO), Brasil

Autor de correspondência: [victorsoliveira@unifesspa.edu.br](mailto:victorsoliveira@unifesspa.edu.br)

Recebido: 01 Jul.2024. Aceito: 11 Ago. 2024

Editor de seção: Hugo Rogério Hage Serra  <https://orcid.org/0000-0002-4026-8437>

## Resumo

Este artigo realiza uma análise da organização regional da indústria criativa no estado do Tocantins nos últimos anos. O estudo busca compreender como as atividades criativas, baseadas em criatividade, conhecimento e inovação, estão distribuídas regionalmente no estado, considerando aspectos econômicos relacionados ao trabalho e às empresas. O objetivo central é identificar as concentrações geográficas dessas atividades, analisar as dinâmicas de crescimento e destacar as desigualdades regionais que afetam a distribuição dessas indústrias. A metodologia utilizada envolve a comparação de dados econômicos e de emprego ao longo de um período recente, com ênfase em três regiões intermediárias do estado: Palmas, Araguaína e Gurupi. Os resultados demonstram uma significativa concentração das atividades criativas na região de Palmas, com crescimento variado nas outras regiões, além de evidenciar as disparidades salariais e a fragilidade do mercado de trabalho criativo no estado.

**Palavras-chave:** Indústria Criativa. Geografia Econômica e Regional. Tocantins.

## Abstract

This article analyzes the regional organization of the creative industry in the state of Tocantins in recent years. The study aims to understand how creative activities, based on creativity, knowledge, and innovation, are regionally distributed in the state, considering economic aspects related to labor and businesses. The central objective is to identify the geographic concentrations of these activities, analyze the growth dynamics, and highlight regional disparities that affect the distribution of these industries. The methodology employed involves the comparison of economic and employment data over a recent period, with an emphasis on three intermediate regions of the state: Palmas, Araguaína, and Gurupi. The results show a significant concentration of creative activities in the Palmas region, with varied growth in other regions, as well as highlighting wage disparities and the fragility of the creative labor market in the state.

**Keywords:** Creative Industry. Economic and Regional Geography. Tocantins.

## Resumen

Este artículo realiza un análisis de la organización regional de la industria creativa en el estado de Tocantins en los últimos años. El estudio busca comprender cómo las actividades creativas, basadas en la creatividad, el conocimiento y la innovación, están distribuidas regionalmente en el estado, considerando aspectos económicos relacionados con el trabajo y las empresas. El objetivo central es identificar las concentraciones geográficas de estas actividades, analizar las dinámicas de crecimiento y destacar las desigualdades regionales que afectan la distribución de estas industrias. La metodología utilizada involucra la comparación de datos económicos y de empleo a lo largo de un período reciente, con énfasis en tres regiones intermedias del estado: Palmas, Araguaína y Gurupi. Los resultados demuestran una significativa concentración de las actividades creativas en la región de Palmas, con un crecimiento variado en las otras regiones, además de evidenciar las disparidades salariales y la fragilidad del mercado laboral creativo en el estado.

**Palabras-clave:** Industria Creativa. Geografía Económica y Regional. Tocantins.

## Introdução

A indústria criativa emergiu nas últimas décadas como um campo de crescente importância econômica, cultural e social. Seu desenvolvimento foi impulsionado por transformações significativas na organização industrial, com a economia global gradualmente se afastando das indústrias tradicionais e abraçando atividades baseadas em criatividade e conhecimento.

Esse movimento não apenas reorganizou o modelo de produção, valorizando o capital intelectual e as capacidades criativas dos indivíduos, mas também redefiniu o papel da cultura na economia moderna. As indústrias criativas, que incluem setores como publicidade, design, moda, cinema, software e artes performáticas, passaram a ser vistas como motores vitais para o crescimento econômico e para a inovação cultural. A Inglaterra foi pioneira na promoção dessas indústrias, estabelecendo estruturas governamentais dedicadas e criando um modelo que foi seguido por diversos países ao redor do mundo.

No Brasil, a geografia das indústrias criativas apresenta um cenário de concentração regional, especialmente nas grandes metrópoles, refletindo as desigualdades econômicas e de infraestrutura do país. Esta concentração reflete a influência das condições geográficas e econômicas na organização espacial das indústrias criativas, onde centros urbanos maiores tendem a atrair investimentos e talentos criativos, favorecendo a inovação e o desenvolvimento econômico.

No entanto, essa centralização também evidencia a necessidade de políticas públicas que promovam um desenvolvimento mais equilibrado e inclusivo, permitindo que os benefícios das indústrias criativas sejam distribuídos de forma mais equitativa em todo o estado.

A análise da indústria criativa em Tocantins busca desvendar a disparidade entre as regiões do estado em termos de emprego e remuneração na indústria criativa. Além disso, levanta questões sobre a capacidade da indústria criativa de responder ao modelo de desenvolvimento concentrador e sobre as políticas necessárias para fomentar uma distribuição mais equilibrada dessas atividades. Nesse contexto, a geografia oferece uma lente para entender como as indústrias criativas se desenvolvem em diferentes contextos regionais e como essas dinâmicas podem ser moldadas por intervenções políticas e econômicas.

A partir dessa perspectiva, a questão central que orienta este estudo é: Como está organizada regionalmente a indústria criativa do estado de Tocantins?

## Breve abordagens sobre indústria criativa

A indústria criativa, conceito que ganhou força nas últimas décadas, tem sido objeto de crescente interesse em função de sua relevância cultural, social e econômica. O surgimento desse conceito está ligado às transformações na organização industrial fordista, especialmente durante os anos 1990, quando o foco da economia começou a se deslocar das atividades industriais tradicionais para aquelas baseadas em criatividade e conhecimento (HARVEY, 2004).

Essas mudanças refletem uma reorganização significativa do modelo de produção, que passou a valorizar mais o capital intelectual e as capacidades criativas dos indivíduos como fontes essenciais de valor econômico e social (BENDASSOLLI et al., 2009).

O termo "indústria criativa" foi cunhado inicialmente na Austrália no início da década de 1990, mas seu desenvolvimento mais significativo ocorreu na Inglaterra. Nesse contexto, a Inglaterra assumiu um papel de vanguarda tanto na construção de uma agenda política e econômica voltada para as indústrias criativas quanto na criação de estruturas governamentais dedicadas, como o Ministério das Indústrias Criativas.

O Departamento de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS) do Reino Unido realizou um mapeamento abrangente das atividades criativas, classificando setores que vão desde publicidade, design e moda até cinema, software e artes performáticas. Essa abordagem institucional contribuiu para consolidar as indústrias criativas como um setor vital para a economia britânica, e seu exemplo foi seguido por diversos outros países ao redor do mundo (BLYTHE, 2001; DCMS, 2005).

A definição do que constitui a indústria criativa está em constante transformação, com diversos teóricos oferecendo interpretações variadas. Autores como Caves (2000), Hartley (2005) e Howkins (2005) concordam que a criatividade é o núcleo central dessas indústrias, sendo fundamental para a geração de propriedade intelectual, que, por sua vez, converte-se em valor econômico. Griswold (1987) complementa essa visão ao destacar que a cultura, quando tratada dentro do escopo das indústrias criativas, assume a forma de objetos culturais, cujo valor reside nos significados socialmente compartilhados. Esses objetos culturais, quando transformados em propriedade intelectual, exemplificam a convergência entre arte, negócios e tecnologia, característica essencial desse setor (BENDASSOLLI et al., 2009).

O DCMS (2005) define as indústrias criativas como atividades que têm sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza através da geração e exploração de propriedade intelectual. Essa definição destaca a importância dos indivíduos criativos que, em colaboração com gestores e profissionais da área tecnológica, produzem bens e serviços cujo valor econômico está diretamente relacionado às suas propriedades culturais e intelectuais. Nesse sentido, as indústrias criativas não só geram novos produtos e serviços, mas também criam novas formas de valor econômico a partir do capital cultural (DCMS, 2005).

A estrutura de produção nas indústrias criativas é distinta das indústrias tradicionais. A criatividade, definida como a expressão do potencial humano para gerar produtos tangíveis e intangíveis, é central nesse processo. A capacidade de manipular objetos e símbolos do mundo externo, combinada com recursos pessoais e fantasias, resulta em produtos inovadores que atendem tanto às demandas do mercado quanto às necessidades culturais e estéticas dos consumidores.

As indústrias criativas operam em um ambiente onde a inovação tecnológica e a expressão artística coexistem, formando a base para o desenvolvimento de novos produtos e serviços que se destacam tanto pelo valor econômico quanto pelo valor cultural (BECKER, 1982; HESMONDHALGH, 2002; JEFFCUTT e PRATT, 2002).

A evolução do conceito de "indústrias criativas" em relação ao termo "indústrias culturais" reflete uma mudança significativa na percepção das relações entre cultura, tecnologia e economia. O termo "indústria cultural", associado aos filósofos da Escola de Frankfurt (ADORNO e HORKHEIMER, 1985), foi substituído na década de 1960 por "indústrias culturais", sob a influência da sociologia francesa, que oferecia uma visão mais complexa das ligações entre cultura, tecnologia e capital.

A passagem para "indústrias criativas" na década de 1990 simboliza uma tentativa de destacar os aspectos positivos dessas interações, sublinhando o potencial das atividades criativas para promover o desenvolvimento econômico e social. Essa evolução conceitual também reflete uma maior valorização da arte e da cultura como fontes de inovação e crescimento econômico, em contraste com a visão mais crítica dos teóricos anteriores (HESMONDHALGH, 2002; MIÈGE, 2000).

Hartley (2005) sugere que a arte, enquanto propriedade pública, é vista como uma expressão de cidadania e liberdade, enquanto como negócio é orientada para o consumo e para a satisfação de necessidades específicas. Essa dualidade é uma característica intrínseca das indústrias criativas, que operam na interseção entre o público e o privado, entre o valor cultural e o valor econômico. Essa interseção é o que torna as indústrias criativas um campo de estudo desafiador, pois envolve a constante negociação entre esses diferentes valores e interesses.

## Interseção entre Geografia e Indústria Criativa

A geografia desempenha um papel essencial na compreensão da dinâmica das indústrias criativas, especialmente no que diz respeito à distribuição espacial dessas atividades. A geografia econômica tem explorado a cultura através da economia criativa, um campo que se baseia na inovação, conhecimento e criatividade como principais matérias-primas para a produção de bens e serviços.

Essa abordagem destaca a importância do espaço geográfico como elemento estruturante das atividades criativas, que não ocorrem de maneira homogênea, mas sim se concentram em determinados territórios que oferecem condições favoráveis ao desenvolvimento dessas indústrias (OLIVEIRA et al., 2022).

Milton Santos, em sua análise sobre o espaço geográfico, argumenta que o espaço organizado pelo homem é uma estrutura social que, embora subordinada à totalidade das relações sociais, possui uma autonomia relativa. Santos destaca que os lugares e as regiões, enquanto abstrações, são fundamentais para a realização das relações globais, funcionando como suportes para a expressão das paixões humanas, da espontaneidade e da criatividade. Esses elementos são essenciais para as indústrias criativas, que dependem da dinâmica espacial para se desenvolverem e se adaptarem às demandas do mercado global. A geografia, portanto, não é apenas o cenário onde as indústrias criativas operam, mas também um fator ativo que influencia e molda essas atividades (SANTOS, 1978; 1997; 1999).

As atividades criativas tendem a se concentrar em grandes centros urbanos que oferecem as condições ideais para a inovação e o crescimento econômico. Esses centros funcionam como aglomerações de talentos criativos e de recursos tecnológicos, criando um ambiente propício para a troca de ideias e a colaboração entre diferentes atores econômicos. A proximidade geográfica facilita o compartilhamento de conhecimentos tácitos, fundamentais para o processo criativo, e promove a formação de redes de colaboração que potencializam a inovação (FLORIDA, 2011). Essa concentração espacial das indústrias criativas reflete a importância da geografia como um elemento determinante para o sucesso dessas atividades.

Notoriamente, as áreas urbanas tendem a concentrar, juntamente com a densa população, a oferta, os investimentos e a demanda pela indústria criativa. Wu et al. (2022), a partir de um modelo de identificação por microlocalização, demonstram, em um estudo de caso na China, o poder de aglutinação dos grandes centros urbanos para cultivar e desenvolver indústrias culturais e criativas, com base na Teoria da Localização.

No Brasil, a geografia das indústrias criativas revela um cenário complexo, caracterizado por uma concentração dessas atividades em algumas regiões específicas, principalmente nas grandes metrópoles. Essa concentração reflete a desigualdade regional no país, onde as regiões mais desenvolvidas, com maior infraestrutura e capital humano qualificado, atraem a maior parte dos investimentos e das atividades criativas.

No entanto, essa concentração também gera desafios, como a necessidade de políticas públicas que promovam o desenvolvimento regional equilibrado e a coesão territorial. Essas políticas são essenciais para garantir que os benefícios das indústrias criativas sejam distribuídos de forma mais equitativa em todo o território nacional, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e inclusivo (OLIVEIRA et al., 2022).

Conceber o movimento criativo apenas como uma atividade do "grande urbano" mostra-se falho em dois aspectos. Primeiro, é negar a rica produção artística e cultural proveniente dos interiores (MIGUEL e PRIETO, 2020), sobretudo em um país diverso como o Brasil, onde boa parte da produção de base social possui raízes nos diferentes ambientes rurais. Por outro lado, o movimento puramente mercadológico tende à concentração em qualquer nicho econômico. Na indústria criativa, não é diferente. Em busca de maximização de ganho, o interesse privado tende a buscar espaços geográficos que gerem previsibilidade na geração de lucros. Assim, para o fomento da indústria criativa de modo desconcentrado e sensível à

redução de desigualdades regionais, uma intervenção do poder público se faz necessária, como afirma Faraone (2022).

A interseção entre geografia e indústrias criativas também se manifesta na forma como essas atividades contribuem para a formação de identidades culturais e para a promoção da diversidade. As indústrias criativas têm o potencial de revitalizar comunidades locais, fortalecendo os laços sociais e promovendo o engajamento cívico, especialmente em áreas periféricas e menos desenvolvidas.

A economia criativa pode, assim, atuar como um motor de desenvolvimento social, ao mesmo tempo em que preserva e valoriza as expressões culturais locais. A diversidade cultural do Brasil, com sua riqueza de tradições e manifestações artísticas, é um recurso valioso que pode ser utilizado estrategicamente para promover o desenvolvimento econômico e social (SANTOS, 1997).

Por outro lado, a geografia das indústrias criativas no Brasil também revela tensões entre o desenvolvimento econômico e a preservação cultural. A economia criativa, ao mesmo tempo em que gera emprego e renda, pode contribuir para a mercantilização da cultura e a homogenização das expressões culturais. Essa tensão exige um equilíbrio cuidadoso entre o incentivo ao crescimento econômico e a proteção das identidades culturais locais. Nesse contexto, a geografia oferece ferramentas analíticas importantes para compreender essas dinâmicas e para desenvolver políticas que promovam um desenvolvimento culturalmente sustentável.

Finalmente, a interseção entre geografia e indústrias criativas também se manifesta na maneira como essas atividades são influenciadas pelas mudanças tecnológicas e econômicas globais. A globalização e a digitalização têm transformado a forma como as indústrias criativas operam, aumentando a conectividade entre diferentes regiões e possibilitando novas formas de colaboração e inovação.

No entanto, essas mudanças também acentuam as desigualdades regionais ao concentrar as oportunidades de desenvolvimento nas regiões mais conectadas e tecnologicamente avançadas. Nesse contexto, a geografia oferece insights importantes sobre como essas dinâmicas globais afetam o desenvolvimento local e regional, e sobre como as políticas públicas podem ser formuladas para promover um desenvolvimento mais equilibrado e inclusivo (FLORIDA, 2011).

## Metodologia

O percurso metodológico seguido neste estudo está subdividido em três etapas. A primeira foi a definição sobre Indústria Criativa. Como adiantado anteriormente, por tratar-se de um conceito dinâmico e concebido desde a organização pública até para estudos acadêmicos, diversas são as classificações utilizadas. Seguiu-se o estudo de DCMS (2016) devido ao seu caráter dinâmico, passível de alterações provenientes das mudanças de mercado. Não obstante, o Departamento de Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido utiliza como base duas classificações globais que possibilitam a intersecção entre classificações nacionais, como as utilizadas no Brasil, tanto em termos de ocupações (Standard Occupational Classification) como de atividades econômicas (Standard Industrial Classification).

Assim, aproximou-se a classificação das atividades econômicas consideradas como criativas pela DCMS (2016) da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) seguida no Brasil como padrão de categorização nos distintos setores da atividade econômica. A CNAE é um sistema hierárquico decrescente em nível de detalhes que parte desde agrupamentos mais genéricos, como a 'seção A' (agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura), até seu nível mais detalhado, subclasse, como exemplo "0111-3/01 – cultivo de arroz". A figura a seguir exemplifica a hierarquia utilizada pelo CNAE.

**Figura 1.** Exemplo da classificação CNAE (2.3).

Hierarquia	
Seção:	A AGRICULTURA, PECUÁRIA, PRODUÇÃO FLORESTAL, PESCA E AQUICULTURA
Divisão:	01 AGRICULTURA, PECUÁRIA E SERVIÇOS RELACIONADOS
Grupo:	01.1 Produção de lavouras temporárias
Classe:	01.11-3 Cultivo de cereais
Subclasse:	0111-3/01 Cultivo de arroz
	0111-3/02 Cultivo de milho
	0111-3/03 Cultivo de trigo
	0111-3/99 Cultivo de outros cereais não especificados anteriormente

Fonte: Concla/IBGE (2024).

Em constante atualização, atualmente a CNAE encontra-se em sua versão 2.3, com 1.332 códigos subclasse. A indústria criativa, por seu turno, não possui uma seção ou qualquer outra segmentação própria, sendo necessário, a partir de DCMS (2016), no presente artigo, agrupar os códigos a partir da gramatura mais detalhada, em equivalência ao trazido pelo órgão britânico. O quadro a seguir detalha o exercício.

**Quadro 1.** Segmentos da IC por Subclasses CNAE (2.3)

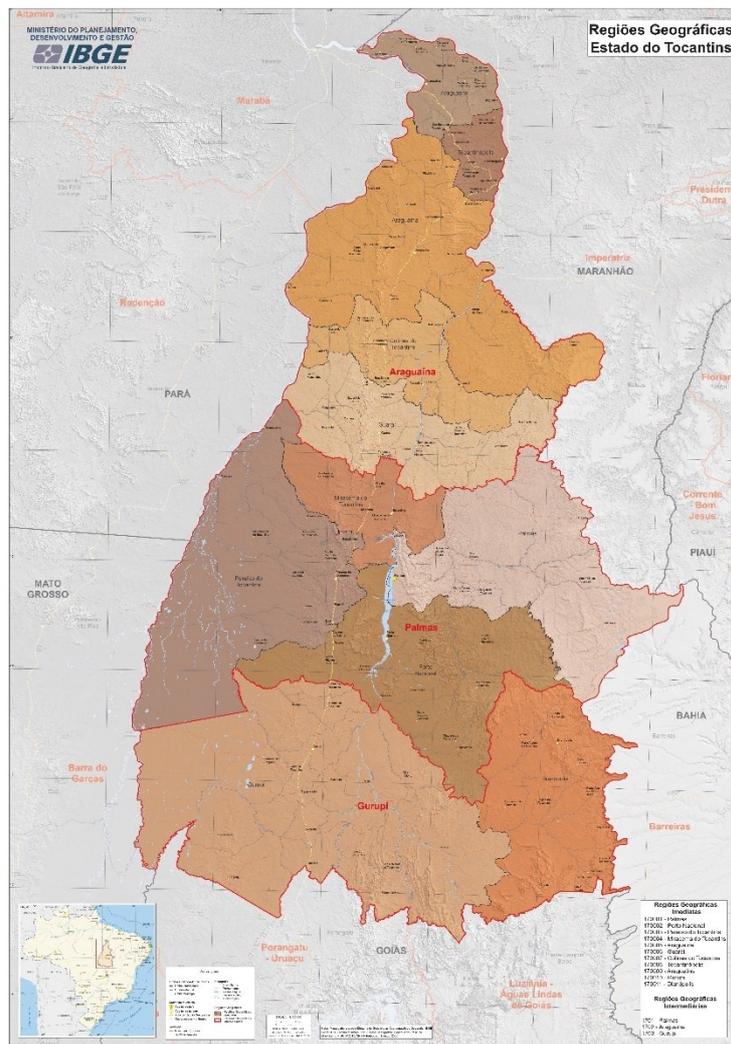
IC	Subclasse	Descrição
Publicidade e marketing	7020-4/00	atividades de consultoria em gestão empresarial, exceto consultoria técnica específica
	7311-4/00	agências de publicidade
	7312-2/00	agenciamento de espaços para publicidade
	7319-0/01	criação e montagem de estandes para feiras e exposições
	7319-0/01	criação estandes para feiras e exposições
	7319-0/02	promoção de vendas
	7319-0/03	marketing direto
	7319-0/04	consultoria em publicidade
	7319-0/99	outras atividades de publicidade não especificadas anteriormente
Arquitetura	7111-1/00	serviços de arquitetura
Artesanato	3212-4/00	fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes
Design: produto, gráfico e moda	7410-2/01	Design
	7410-2/02	decoração de interiores
	7410-2/02	design de interiores
	7410-2/03	design de produto
	7410-2/99	atividades de design não especificadas anteriormente
Filme, tv, vídeo, rádio e fotografia	5911-1/01	estúdios cinematográficos
	5911-1/02	produção de filmes para publicidade
	5911-1/99	atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente
	5912-0/01	serviços de dublagem
	5912-0/02	serviços de mixagem sonora em produção audiovisual
	5912-0/99	atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente
	5912-0/99	atividades de pós produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente
	5913-8/00	distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão
	5914-6/00	atividades de exibição cinematográfica
	6010-1/00	atividades de rádio
	5920-1/00	atividades de gravação de som e de edição de música
	6021-7/00	atividades de televisão aberta
	6022-5/01	Programadoras
	6022-5/02	atividades relacionadas à televisão por assinatura
7420-0/01	atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina	

**Quadro 1.** Segmentos da IC por Subclasses CNAE (2.3) (Cont)

IC	Subclasse	Descrição
	7420-0/02	atividades de produção de fotografias aéreas e submarinas
	7420-0/03	laboratórios fotográficos
	7420-0/04	filmagem de festas e eventos
	7420-0/05	serviços de microfilmagem
TI, software e serviços de informática	6202-3/00	desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis
	6203-1/00	desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis
	6201-5/00	desenvolvimento de programas de computador sob encomenda
	6201-5/02	web design
	6209-1/00	suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação
	6204-0/00	consultoria em tecnologia da informação
Editorial	5811-5/00	edição de livros
	5812-3/00	edição de jornais
	5812-3/01	edição de jornais diários
	5812-3/02	edição de jornais não diários
	5813-1/00	edição de revistas
	5821-2/00	edição integrada à impressão de livros
	5822-1/00	edição integrada à impressão de jornais
	5822-1/01	edição integrada à impressão de jornais diários
	5822-1/02	edição integrada à impressão de jornais não diários
	5823-9/00	edição integrada à impressão de revistas
	5829-8/00	edição integrada à impressão de cadastros, listas e de outros produtos gráficos
	5819-1/00	edição de cadastros, listas e de outros produtos gráficos
	7490-1/01	serviços de tradução, interpretação e similares
	6391-7/00	agências de notícias
	7490-1/99	outras atividades profissionais, científicas e técnicas (serviços de design gráfico e de diagramação)
Museus, galerias e bibliotecas	9101-5/00	atividades de bibliotecas e arquivos
	9102-3/01	atividades de museus e de exploração de lugares e prédios históricos e atrações similares
	9102-3/02	restauração e conservação de lugares e prédios históricos
Música, artes performáticas e artes visuais	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
	8592-9/01	ensino de dança
	8592-9/02	ensino de artes cênicas, exceto dança
	8592-9/03	ensino de música
	8592-9/99	ensino de arte e cultura não especificado anteriormente
	9002-7/02	atividades de artistas plásticos, jornalistas independentes e escritores
	9002-7/01	restauração de obras de arte
	9003-5/00	gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas
	7490-1/05	agenciamento de profissionais para atividades esportivas, culturais e artísticas

Fonte: Produzido pelos autores com base em DCMS (2016).

Em um segundo momento, para compreender a dinâmica geográfica do segmento criativo no Estado do Tocantins, buscou-se a regionalização das Regiões Intermediárias do IBGE (2017). Trata-se de uma representação oficial que abarca os três grandes eixos do estado: a Região Intermediária de Palmas, no centro do estado, que agrega a capital estadual e mais 40 municípios; a Região Intermediária de Araguaína, ao norte do estado, que contempla 65 municípios; e a Região Intermediária de Gurupi, na porção sul do estado, com 32 municípios. A figura a seguir especializa as regiões tocantinenses.

**Figura 2.** Regionalização do estado do Tocantins

Fonte: IBGE (2017).

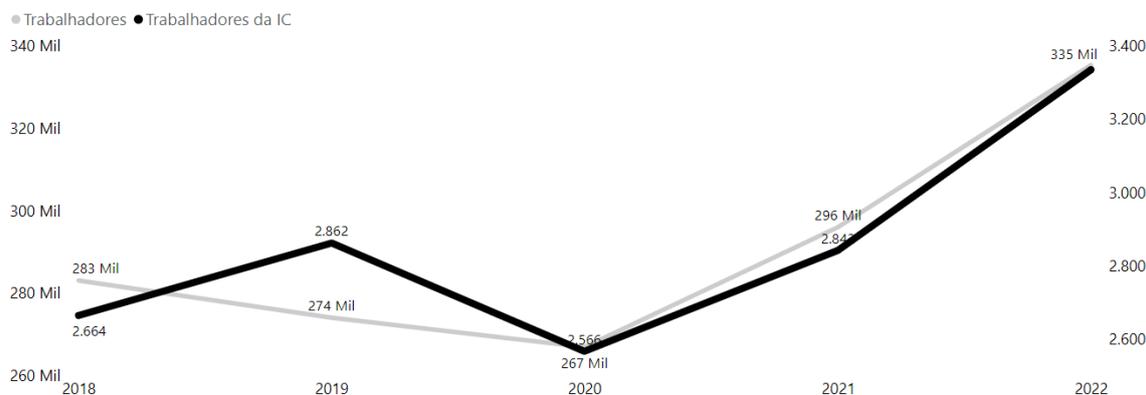
Por fim, para compreender a dinâmica geográfica recente da indústria criativa, buscaram-se as bases de microdados da Rais. A Relação Anual de Informações Sociais é um instrumento utilizado pelo governo brasileiro para coletar dados detalhados sobre o mercado de trabalho formal no país. Todas as empresas e as organizações são obrigadas a fornecer anualmente informações sobre seus empregados, como salário, função, tempo de serviço e dados pessoais. Esses dados são reunidos pelo governo para monitorar e regular o mercado de trabalho, bem como para assegurar o cumprimento das leis trabalhistas.

Por tratar-se de um banco de acesso livre, é amplamente utilizado em pesquisas acadêmicas. No presente estudo, foram realizados três cortes analíticos (além do setorial e espacial relatados anteriormente). O primeiro foi a consideração da indústria criativa tanto pelo trabalho quanto pelo empreendimento. A Rais é composta por dois grandes bancos de dados: um com foco no trabalhador e o outro no empregador. O segundo foi um corte temporal. Como se buscou uma análise da dinâmica recente, optou-se por selecionar os últimos cinco anos disponíveis, ou seja, entre 2018 e 2022. Por fim, foram selecionadas três variáveis-base: o número de empregados/empresas, os salários nominais e os rendimentos em salários mínimos. A partir dessas três variáveis, foram cruzadas informações presentes na Rais, como a segmentação da atividade econômica e as transformações ao longo dos cinco anos em tela.

## Resultados: análise regional de anos recentes da indústria criativa tocantinense

Para início dessa análise, faz-se necessário compreender a envergadura da indústria criativa no estado do Tocantins, comparando-a ao longo dos cinco anos considerados com a atividade formal total do estado. O gráfico a seguir traz, em seu eixo Y principal (lado esquerdo do leitor), o número de trabalhadores gerais, enquanto no eixo Y secundário (lado direito do leitor), o número de trabalhadores da Indústria Criativa. Ao comparar 2018 com 2022, nota-se um pequeno aumento proporcional das atividades criativas, saindo de 2.665 para 3.336 (crescimento de mais de 25% no setor). Em comparação ao total de trabalhadores, a indústria criativa passou de uma representação de 0,94% para 0,99% do total, demonstrando um ritmo maior de crescimento, apesar de não ter uma expressão tão elevada no total de empregos.

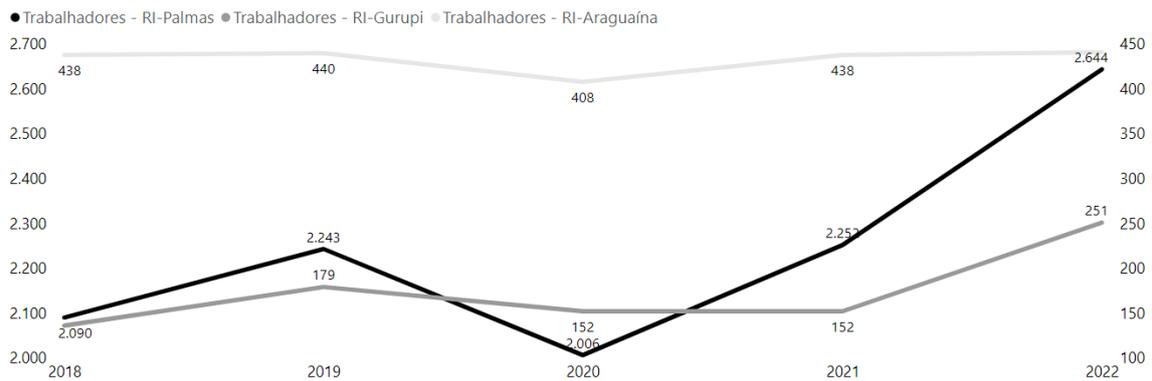
**Figura 3.** Variação anual do número de trabalhadores totais e da IC no Tocantins.



Fonte: Produzido pelos autores com base de Rais (2024).

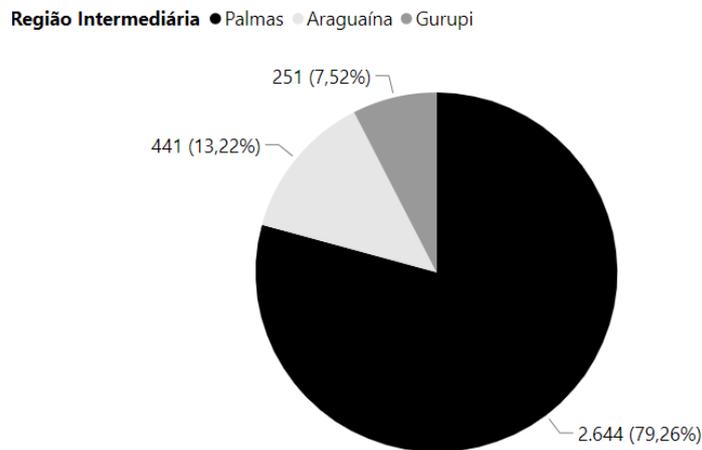
Para compreender a dinâmica regional, os gráficos na sequência abordam o trabalho da indústria criativa por região intermediária (RI) do Tocantins. No eixo Y principal, estão os dados da RI de Palmas, devido ao seu número elevado, e, no eixo Y secundário, para facilitar a comparação, estão os dados das RIs de Araguaína e de Gurupi. Nota-se, rapidamente, a concentração majoritária na RI Palmas, corroborando com os pressupostos teóricos anteriormente discutidos sobre o processo de concentração urbana ser um catalisador das atividades criativas. Isso fica explícito com o aumento (nominal e proporcional) da participação da RI Palmas entre 2018 e 2022 no total de trabalho da IC, saindo de 78,4% para 79,3%. O maior crescimento, no entanto, foi na RI de Gurupi, saindo de 5,1% para 7,5% (ou de 136 postos de trabalhos nominais para 251, um crescimento de 84,5%). Já a RI de Araguaína perdeu participação proporcional, caindo de 16,4% para 13,2%, apesar do pequeno crescimento nominal de 438 para 441; ou seja, houve um crescimento, sem o devido acompanhamento em relação às outras duas RIs.

**Figura 4.** Variação anual do número de trabalhadores da IC por RI do Tocantins.



Fonte: Produzido pelos autores com base de Rais (2024)

**Figura 5.** Distribuição regional dos trabalhadores da IC por RI do Tocantins em 2022.

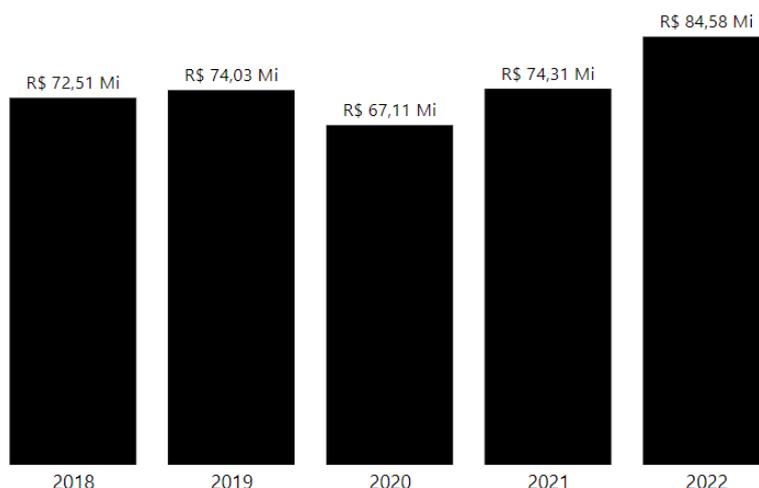


Fonte: Produzido pelos autores com base de Rais (2024).

Além do número de trabalhadores especificamente da IC no estado do Tocantins, que se apresenta com um indicador baixo, compreender quanto é desprendido em forma de salários anualmente e inserido no circuito econômico auxilia na percepção da envergadura e do potencial do segmento.

O gráfico a seguir mostra quanto, em termos nominais, foi acrescentado à economia tocantinense em forma de salários pela indústria criativa. Nesse caso, devido aos efeitos inflacionários, não cabe uma análise temporal. Destaca-se, no entanto, os elevados valores, com o piso em 2020, sob forte influência da pandemia global, e o teto em 2022, com mais de R\$ 84 milhões pagos aos trabalhadores da IC no Tocantins.

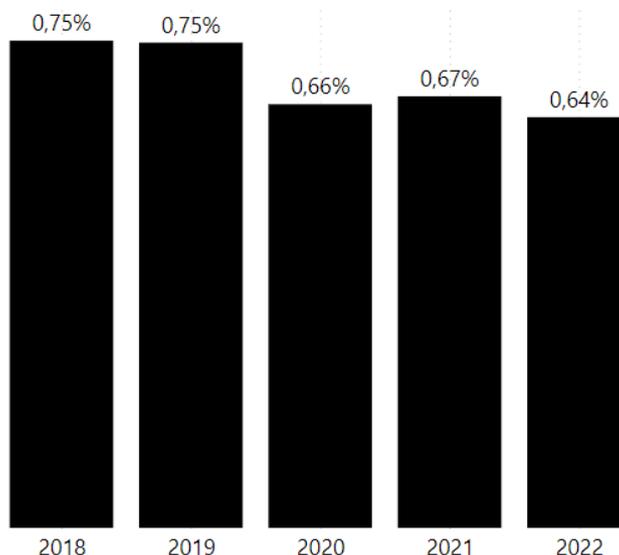
**Figura 6.** Montante nominal pagos em salários por ano aos trabalhadores da IC no Tocantins.



Fonte: Produzido pelos autores com base de Rais (2024).

Diferentemente do observado no número de trabalhadores da indústria criativa, proporcionalmente comparado ao total de salários pagos aos trabalhadores do estado, os trabalhadores da IC vêm perdendo participação, como demonstra o gráfico a seguir. Enquanto, em 2018, o número de trabalhadores era de 0,94% do total, os salários eram 0,75% do total. Já em 2022, os trabalhadores passaram para 0,99%, enquanto os salários pagos caíram para 0,64%.

**Figura 7.** Percentual do montante nominal pagos em salários por ano aos trabalhadores da IC no Tocantins em relação ao total do trabalho.



Fonte: Produzido pelos autores com base de Rais (2024)

A dimensão da fragilização do trabalho da indústria criativa, apesar do seu incremento, fica mais evidente no gráfico abaixo. Compara-se o número de empregados do setor com a média dos salários pagos em Salários-Mínimos (SM). Nota-se uma estrutura inversamente proporcional: enquanto o número de trabalhadores cresceu mais de 25%, como mencionado anteriormente, a média do salário caiu de 2,37 SM para 1,74 SM, uma queda de 26,6%. Ou seja, o crescimento do trabalho está sendo acompanhado pelo pagamento de menores salários.

Cabe mencionar que esse fenômeno não ocorre apenas no Tocantins, nos setores criativos, como destacam Martins, Oliveira e Grziwinski (2019), tampouco apenas na indústria criativa. Vincula-se, de modo correlacionado, à diminuição dos salários pagos em virtude das novas possibilidades de relações trabalhistas que entraram em vigor no Brasil a partir de 2016.

No âmbito regional, a tabela a seguir traz os dados comparativos do ano de 2022 entre as regiões e os salários médios totais (SM) da indústria criativa (SM – IC) e a proporcionalidade. Nota-se a discrepância entre os salários gerais e os da IC. Na média estadual, um trabalhador da IC recebe em média apenas 65,9% do que recebe um trabalhador do estado. A diferença é ainda maior na RI Palmas, com 54,9%, quase metade. Isso demonstra que, apesar da RI Palmas concentrar a maior parte dos postos de trabalho formal, é a que paga menor salário quando comparado ao conjunto dos trabalhadores. Já a RI de Gurupi, apesar de ter uma diferença inferior, com 83,9%, nominalmente tem os salários mais baixos, tanto no conjunto dos trabalhadores como na IC. Já Araguaína apresenta uma discrepância menor, com similaridades entre os salários. Esse fenômeno pode ser explicado por questões abordadas na sequência deste estudo.

Não obstante, cabe destacar que o indicador de salários da IC ser menor no Tocantins foge à regra vista em outras regiões brasileiras. Por se tratar de atividades que demandam um considerável nível de especialização, formação e conexão com demais segmentos produtivos, as atividades criativas tendem, em um momento de economia do conhecimento, como destacado anteriormente, a pagar maiores salários, como abordam Oliveira e Martins (2024).

**Tabela 1.** Paralelo entre salários-mínimos recebidos por trabalhadores da IC e total no Tocantins por RI em 2022.

Região Intermediária	SM (1)	SM - IC (2)	Prop. (%) (2/1)
Araguaína	1,91	1,83	95,8%
Gurupi	1,86	1,56	83,9%
Palmas	3,17	1,74	54,9%
<b>TO</b>	<b>2,64</b>	<b>1,74</b>	<b>65,9%</b>

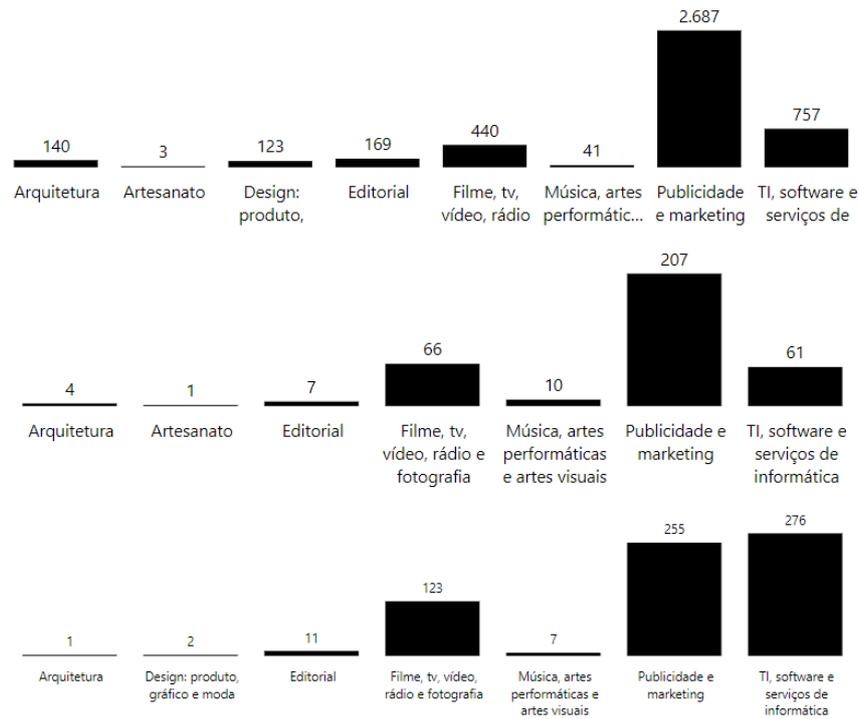
Fonte: Produzido pelos autores com base de Rais (2024)

Os gráficos a seguir trazem, para o ano de 2022 e segregados por RI, as informações do número de trabalhadores por setor da IC. Nota-se que há proporcionalmente uma semelhança entre as atividades presentes na RI de Palmas e na RI Gurupi. A prevalência do setor de Publicidade e Marketing em Palmas é superior, assim como a presença do setor de Design: Produto Gráfico e Moda, com maior proporcionalidade do que nas demais RIs.

Na RI de Araguaína, especificamente, o setor de TI, Software e Serviços de Informática é preponderante, posicionando-o como, proporcionalmente, o segmento central, com 62,6% do total, enquanto em Palmas, apenas 28,6%. Esse fato auxilia a responder a questão surgida sobre os salários na RI Araguaína serem os maiores na IC do estado. O setor de TI, Software e Serviços de Informática no estado do TO, paga salários consideravelmente superiores aos demais segmentos da IC, elevando assim as médias da RI Araguaína.

Cabe mencionar que alguns segmentos da IC possuem poucos trabalhadores verificados; é o caso do artesanato. No entanto, é necessário salientar que, por a Rais tratar-se de um banco de dados de trabalhadores formais, áreas produtivas que, caracteristicamente, são realizadas de modo informal, acabam sendo subdimensionadas, como o caso em tela. Isso, contudo, não evidencia a inexistência de tais segmentos; pelo contrário, são apenas mais difíceis de mensurar quantitativamente e carecem tanto de outras metodologias de pesquisa para serem contemplados quanto de ações públicas de formalização e qualificação do trabalho.

**Figura 8.** Número de trabalhadores por segmento da IC no Tocantins em 2022, RI Palmas, Gurupi e Araguaína, respectivamente.

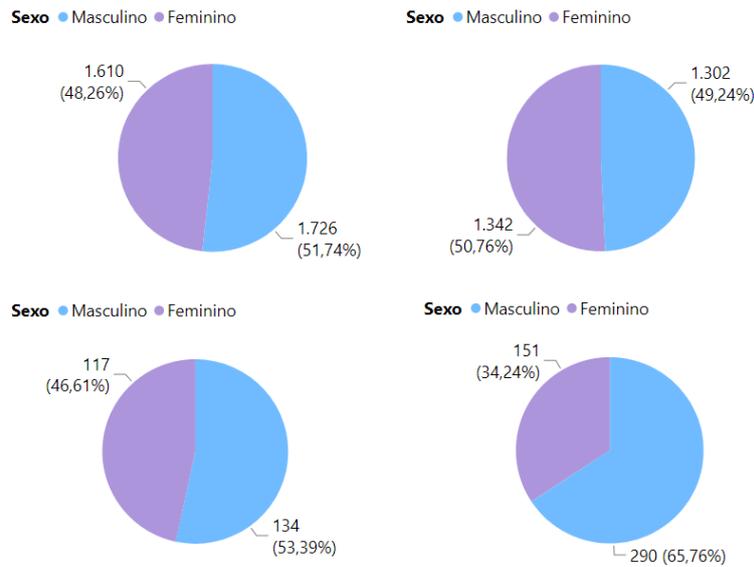


Fonte: Produzido pelos autores com base de Rais (2024)

Os quatro gráficos a seguir mostram, para o ano de 2022, respectivamente, a divisão por sexo do trabalho na IC do Tocantins: RI Palmas, RI Gurupi e RI Araguaína. Notam-se algumas características semelhantes no estado com demais UF's do país. A primeira delas é a prevalência de homens na RI Araguaína, explicado pelo segmento preponderante ser TI, Software e Serviços de Informática, marcadamente ocupado por homens.

Em paralelo, há diferenças com a IC em outras realidades brasileiras, como tratam Martins, Oliveira e Grziwinski (2019). A indústria criativa é marcada por uma proporção maior de mulheres frente aos homens; no entanto, com exceção da RI Palmas (e mesmo assim em uma proporção quase idêntica), tanto o estado como um todo, quanto as demais regiões, o número de homens foi superior em 2022.

**Figura 9.** Número de trabalhadores da IC no Tocantins por sexo e RI em 2022. Total, RI Palmas, RI Gurupi e RI Araguaína, respectivamente.

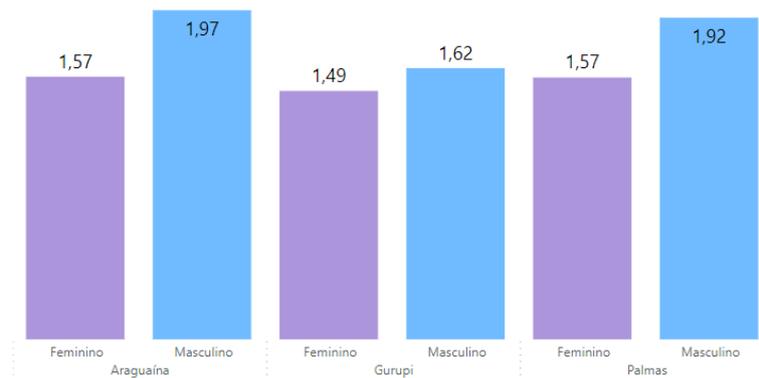


Fonte: Produzido pelos autores com base de Rais (2024).

Ainda no aspecto das características de gênero do trabalho na IC, outro elemento de destaque, de conformidade com as demais atividades econômicas com outras regiões do Brasil, é a diferença salarial entre homens e mulheres.

No caso da RI de Araguaína, a discrepância é a maior, com as mulheres recebendo em média 25,5% menos do que os homens. Na RI Palmas, a diferença é semelhante, com uma disparidade de 22,3%. A mais equilibrada, porém, ainda com diferença pró-homens, é a RI Gurupi, com diferença de 8,7%.

**Figura 10.** Média de salário recebido (em SM) por homens e mulheres da IC no Tocantins em 2022.

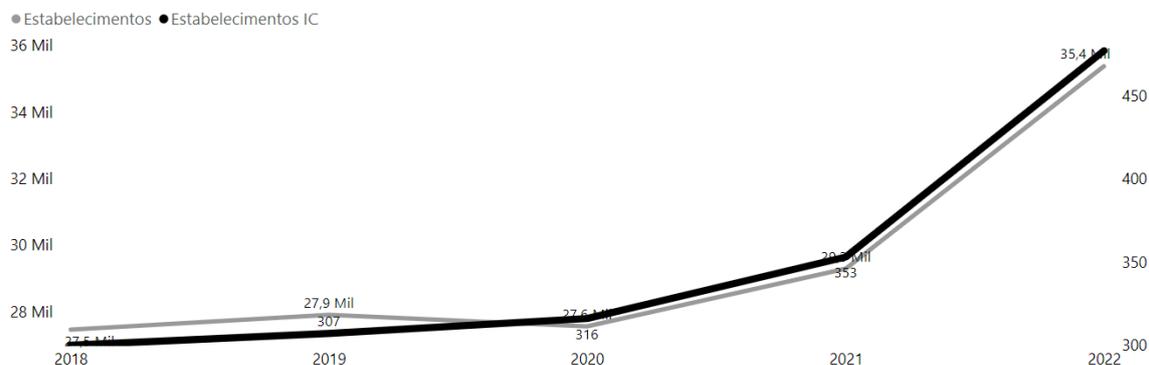


Fonte: Produzido pelos autores com base de Rais (2024).

Os próximos dois gráficos possuem, como foco, os estabelecimentos presentes no Tocantins. O gráfico a seguir mostra, em seu eixo Y principal, o número total de estabelecimentos. Já no eixo Y secundário, o número de estabelecimentos da IC. Nota-se que ambos, no período analisado, obtiveram um crescimento de 28,8% e 59%, respectivamente. Assim, o crescimento da indústria criativa no Tocantins se deu sobretudo pelo aumento de estabelecimentos no setor em comparação ao número de postos de trabalho. Pode-se afirmar, portanto, que as empresas de menor porte são protagonistas no setor criativo do estado.

No período analisado, houve, no ano de 2020, possivelmente em virtude da pandemia global, uma inversão nas linhas de crescimento dos estabelecimentos. Até essa data, proporcionalmente, os estabelecimentos gerais ampliavam-se em ritmo maior no estado. A partir de então, houve uma inversão que culminou na superação pelos estabelecimentos da IC até 2022, demonstrando o ritmo mais acelerado de crescimento.

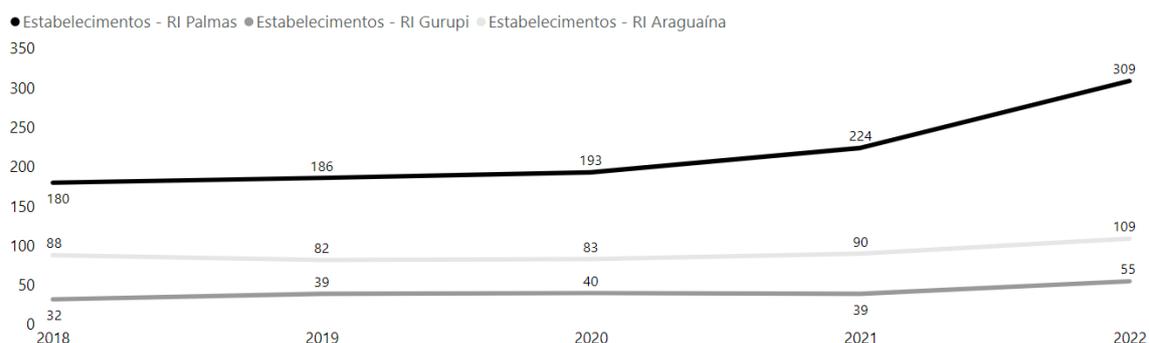
**Figura 11.** Variação anual do número de estabelecimentos totais e da IC no Tocantins.



Fonte: Produzido pelos autores com base de Rais (2024).

Por fim, investiga-se onde, no estado, esse crescimento foi preponderante. O gráfico a seguir demonstra, por RI, a variação anual. Assemelha-se, nesse caso, aos dados a partir do trabalho. Houve variação positiva em todas as RIs, porém, há uma tendência de concentração na RI Palmas, que passou de 180 para 309 estabelecimentos na IC, um crescimento de 71,7%. Na região de Gurupi, o crescimento percentual é semelhante, 71,9%, passando de 32 para 55 estabelecimentos, indicador maior em comparação ao crescimento de trabalhadores na região. Já na RI Araguaína, houve aumento de 88 para 109, representando 23,9%.

**Figura 12.** Variação anual do número de estabelecimentos da IC por RI do Tocantins.



Fonte: Produzido pelos autores com base de Rais (2024).

## Considerações Finais

No presente estudo, buscou-se aprofundar a análise sobre a organização regional da indústria criativa no estado do Tocantins, com base nos dados apresentados e na revisão bibliográfica realizada. Em primeiro lugar, é essencial reconhecer a crescente relevância das indústrias criativas no cenário econômico contemporâneo, onde estas são vistas não apenas como geradoras de valor econômico, mas também como promotoras de coesão social e identidade cultural.

No contexto tocantinense, a análise revelou que, embora haja um crescimento dessas atividades, este não é uniforme, destacando-se a concentração na região de Palmas, enquanto outras regiões, como Gurupi e Araguaína, apresentam dinâmicas distintas que merecem atenção especial.

A metodologia utilizada, que envolveu a comparação de dados da Rais entre as regiões intermediárias do estado, mostrou-se capaz de, em determinadas medidas, captar as nuances da distribuição das indústrias criativas. A escolha de comparar diferentes variáveis, como número de trabalhadores, estabelecimentos e salários, permitiu uma visão mais ampla e detalhada das disparidades regionais. Esses dados evidenciam que, apesar do crescimento proporcionalmente maior na região de Gurupi, Palmas continua a ser o principal polo criativo do estado, confirmando tendências observadas em outras partes do Brasil e do mundo, onde grandes centros urbanos concentram as atividades criativas devido à maior oferta de infraestrutura e capital humano qualificado.

No entanto, a análise revelou que esse crescimento, especialmente na região de Palmas, não se traduz necessariamente em melhorias significativas nas condições de trabalho. Pelo contrário, observou-se uma tendência de queda nos salários médios na indústria criativa, apesar do aumento no número de postos de trabalho.

Este fenômeno pode estar relacionado a uma série de fatores, incluindo as mudanças nas leis trabalhistas no Brasil, que facilitaram a proliferação de formas de emprego mais flexíveis e, em muitos casos, mais precárias. Isso sugere que o crescimento da indústria criativa no Tocantins pode estar ocorrendo à custa da qualidade do emprego, o que levanta questões importantes sobre a sustentabilidade desse modelo de desenvolvimento.

Adicionalmente, as disparidades salariais observadas entre as diferentes regiões intermediárias do estado destacam a necessidade de uma política pública mais sensível às particularidades regionais. Em Araguaína, por exemplo, a presença mais forte do setor de TI, que tradicionalmente oferece salários mais altos, contribui para reduzir a disparidade salarial na indústria criativa em relação às demais atividades econômicas. No entanto, mesmo em Araguaína, há indicações de que os ganhos em termos de qualidade de emprego são limitados, especialmente quando se considera a disparidade de gênero nos salários, onde as mulheres continuam a ganhar significativamente menos do que os homens.

A revisão bibliográfica também aponta para a necessidade de políticas públicas que não apenas incentivem o crescimento das indústrias criativas, mas que também abordem, de maneira ativa, as desigualdades regionais. A concentração das atividades criativas em Palmas, embora esperada, exacerba as desigualdades regionais, e o crescimento modesto em outras regiões sugere que há um espaço considerável para intervenções que promovam um desenvolvimento mais equitativo e inclusivo.

A implementação de políticas que incentivem a diversificação das atividades criativas em regiões menos desenvolvidas do estado poderia ser uma estratégia eficaz para reduzir essas disparidades e promover um desenvolvimento mais equilibrado.

Além disso, a análise dos dados sugere que o crescimento das indústrias criativas no Tocantins tem sido impulsionado principalmente por pequenos estabelecimentos, o que demanda políticas específicas para esse tipo de empreendimento. Pequenas empresas, embora essenciais para a vitalidade do setor, muitas vezes enfrentam desafios significativos em termos de acesso a recursos, financiamento e mercados. Isso pode explicar, em parte, a queda nos salários médios observada no setor. Assim, políticas que apoiem o crescimento e a sustentabilidade dessas pequenas empresas, como o acesso facilitado a crédito e programas de capacitação, são fundamentais para garantir que o setor criativo possa contribuir de maneira mais substancial para a economia estadual.

Assim, é crucial considerar que as disparidades observadas nas diferentes regiões do Tocantins não são apenas econômicas, mas também refletem diferenças na infraestrutura disponível, no acesso à educação e na qualificação da força de trabalho. A literatura sobre indústrias criativas enfatiza a importância de um ambiente propício para o desenvolvimento

dessas atividades, o que inclui não apenas infraestrutura física, mas também capital humano qualificado e redes de colaboração. No Tocantins, a concentração das atividades criativas em Palmas pode ser vista como um reflexo dessas condições, mas também aponta para a necessidade de políticas que promovam a melhoria das condições em outras regiões do estado.

Portanto, este estudo visou destacar a importância de uma abordagem geograficamente sensível ao desenvolvimento das indústrias criativas no Tocantins, para assumir a diversidade regional brasileira como um vetor para o desenvolvimento (ARAÚJO, 2000), da mesma forma através da indústria criativa.

## Referências

- ADORNO, T. W; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- ARAÚJO, Tania Bacelar de. **Ensaio sobre o desenvolvimento brasileiro**: heranças e urgências. Rio de Janeiro: Revan, 2000.
- BECKER, H. S. **Art Worlds**. Berkeley, CA: University of California Press, 1982.
- BENDASSOLLI, Pedro F; WOOD JR, Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles; CUNHA, Miguel Pina.. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **RAE**. São Paulo. v.49, n1, jan/mar 2009.
- BLYTHE, M. The work of art in the age of digital reproduction: the significance of the creative industries. **JADE**, v. 20, n. 2, p. 144-150, 2001.
- CAVES, R. **Creative Industries**. Harvard: Harvard University Press, 2000.
- DCMS (Department for Culture, Media and Sport). **Creative industries mapping document**. 2005. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001> . Acesso em 07.07.2024.
- DCMS (Department for Culture, Media and Sport). Sectors Economic Estimates. 2016. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sectors-economic-estimates-2016-trade>. Acesso em 07.07.2024.
- FARAONE, C. **Territorial Challenges for Cultural and Creative Industries' Contribution to Sustainable Innovation**: Evidence from the Interreg Ita-Slo Project DIVA. Sustainability 2022.
- FLORIDA, Richard. **A ascensão da classe criativa**. Porto Alegre, Rs: L&M, 2011.
- GRISWOLD, W. The fabrication of meaning: literary interpretation in the United States, Great Britain, and the West Indies. **American Journal of Sociology**, v. 92, n. 5, p. 1077-1117, 1987.
- HARTLEY, J. **Creative Industries**. London: Blackwell, 2005.
- HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. 13 ed. São Paulo: Edições Loyola. 128 2004.
- HESMONDHALGH, D. **The cultural industries**. London: Sage, 2002.
- HOWKINS, J. The mayor's commission on the creative industries. Em: HARTLEY, J. (Ed), **Creative Industries**. London: Blackwell, 2005.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Divisão regional do Brasil em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias**. IBGE, Coordenação de Geografia. - Rio de Janeiro: IBGE, 2017.
- JEFFCUTT, P; PRATT, A. C. Managing creativity in the cultural industries. **Creativity & Innovation Management**, v. 11, n. 4, p. 225-233, 2002.
- MARTINS, Tiago Costa; OLIVEIRA, Victor da Silva; GRZIWINSKI, Darlan. A comunicação na indústria criativa: uma análise a partir da atividade trabalhista formal no Brasil. **Revista Brasileira De Gestão E Desenvolvimento Regional**, v. 15 n.4, 2019.
- MIÈGE, B. **Industries du contenu face à l'ordre informationnel**. Paris: Presses Universitaires de Grenoble, 2000.
- MIGUEL, Iván Boal-San; PRIETO, Luis César Herrero. A Spatial–Temporal Analysis of Cultural and Creative Industries with Micro-Geographic Disaggregation. **Sustainability**, 12(16), 2020.
- OLIVEIRA, Giovana Mendes de; BARCELOS, Ojana Vitoria; REHBEIN, Elenara Beier; KNUTH, Michel da Silva. A geografia das ocupações criativas no Brasil: um quadro das potencialidades brasileiras. **Revista Contraponto**. V.9, n. 2, 2022.

- OLIVEIRA, Victor da Silva; MARTINS, Tiago Costa. Os profissionais da comunicação na Indústria Criativa de Santa Maria-RS. In: LUBECK, Elisa; LISBOA FILHO, Flavi Ferreira; CARVALHO, Luciomar de. (Orgs.). **Comunicação & desenvolvimento**. Santa Maria, RS FACOS-UFSM, 2024.
- SANTOS, M. **Por uma Geografia Nova**. São Paulo: Hucitec, Edusp, 1978.
- SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1997.
- SANTOS, M. Modo de produção técnico-científico e diferenciação espacial. **Revista Território**, Rio de Janeiro, ano IV, n. 6, p. 5-20, jan./jun, 1999.
- WU, Dandan; WU, Yang; NI, Xinxin; SUN, Yuandan; MA, Renfeng. The Location and Built Environment of Cultural and Creative Industry in Hangzhou, China: A Spatial Entropy Weight Overlay Method Based on Multi-Source Data. **Land**, 11(10), 2022.

---

#### Contribuição dos autores

**Conceitualização:** OLIVEIRA, V. S.; MARTINS, T. C.; NUNES, M. S. M. S.. **Curadoria de dados:** Não aplicável. **Análise formal:** OLIVEIRA, V. S.; MARTINS, T. C.; NUNES, M. S. M. S.. **Aquisição de financiamento:** Não aplicável. **Investigação:** OLIVEIRA, V. S.; MARTINS, T. C.; NUNES, M. S. M. S.. **Metodologia:** OLIVEIRA, V. S.; MARTINS, T. C.; NUNES, M. S. M. S.. **Administração do projeto:** Não aplicável. **Recursos:** Não aplicável. **Software:** Não aplicável. **Supervisão:** Não aplicável. **Validação:** OLIVEIRA, V. S.; MARTINS, T. C.; NUNES, M. S. M. S.. **Visualização:** OLIVEIRA, V. S.; MARTINS, T. C.; NUNES, M. S. M. S.. **Escrita – rascunho original:** OLIVEIRA, V. S.; MARTINS, T. C.; NUNES, M. S. M. S.. **Escrita – revisão & edição:** OLIVEIRA, V. S.; MARTINS, T. C.; NUNES, M. S. M. S..

#### Base de dados

Relação Anual de Informações Sociais

#### Financiamento

A pesquisa foi financiada com recursos do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq, chamada pública nº 14/2023 (nº 441861/2023-7)

#### Conflito de interesse

Os autores declaram não haver conflitos de interesse.

#### Aprovação do conselho de ética

Não se aplica.

#### Agradecimentos

Não se aplica.

---