

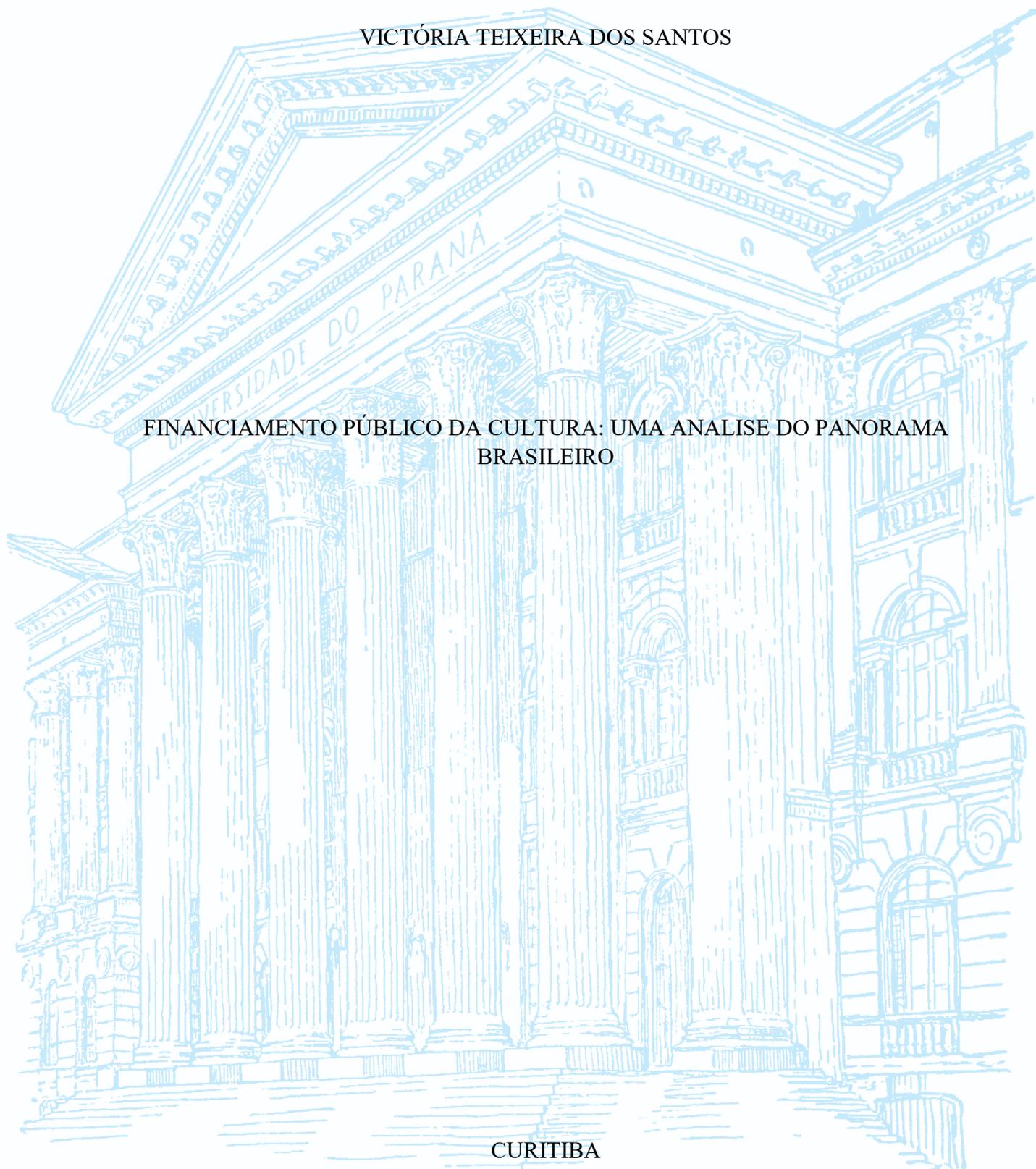
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

VICTÓRIA TEIXEIRA DOS SANTOS

FINANCIAMENTO PÚBLICO DA CULTURA: UMA ANÁLISE DO PANORAMA  
BRASILEIRO

CURITIBA

2023



VICTÓRIA TEIXEIRA DOS SANTOS

FINANCIAMENTO PÚBLICO DA CULTURA: UMA ANÁLISE DO PANORAMA  
BRASILEIRO

Monografia apresentada ao curso de Graduação em Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientadora: Pro<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Adriana Sbicca

CURITIBA

2023

## **TERMO DE APROVAÇÃO**

VICTÓRIA TEIXEIRA DOS SANTOS

### **FINANCIAMENTO PÚBLICO DA CULTURA: UMA ANÁLISE DO PANORAMA BRASILEIRO**

Monografia apresentada ao curso de Graduação em Ciências Econômicas, Setor Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Adriana Sbicca

Orientadora – Departamento de Economia, UFPR

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Carolina Bagattolli

Departamento de Economia, UFPR

---

Prof. Dr. Gian Paulo Soave

Departamento de Economia, UFPR

Cidade, 01 de dezembro de 2023.

*“Por trás das maiores obras de arte também existia uma questão de economia. Ou melhor, não havia obra de arte sem jogo de economia por trás dela.” (HOHLFELDT, 2010)*

## RESUMO

A cultura é uma ferramenta importante para incentivar a inovação e desenvolver as capacidades humanas, promovendo a diversidade e a identidade histórica e cultural de um país. Sua capacidade de dinamizar a economia, gerando empregos e renda, faz dela um componente significativo na geração de riqueza de uma nação. Seu mercado vem se ampliando nos últimos anos devido as novas tecnologias e inovações, levando a um maior alcance e difusão dos produtos e serviços criativos. O presente trabalho tem como objetivo analisar o financiamento público em políticas culturais no Brasil, considerando o contexto econômico e social. O estudo fornece informações sobre as instituições e políticas que moldaram a cultura brasileira ao longo do tempo, incluindo uma análise da Lei Rouanet e dos dispêndios diretos do governo. As informações foram adquiridas através dos portais governamentais que oferecem dados econômicos vinculados à cultura, respaldando-se, igualmente, em análises de autores e seus estudos acerca do tema. Adicionalmente, são abordados os obstáculos enfrentados pelo setor cultural no Brasil, como a desigualdade regional de financiamento e a instabilidade na política de incentivos. O trabalho destaca pontos críticos do setor e áreas de melhoria, especialmente a concentração regional de investimentos e a dependência de mecanismos mais estáveis. Ressaltando a importância da cultura para o desenvolvimento nacional, contribuindo para uma compreensão a fim de ampliar a reflexão e perspectivas para o setor, junto à busca de novas soluções para o cenário cultural.

Palavras-chave: Cultura. Financiamento. Políticas Públicas.

## **ABSTRACT**

Culture is an important tool for encouraging innovation and developing human capabilities, promoting diversity, and the historical and cultural identity of a country. Its ability to stimulate the economy, generating jobs and income, makes it a significant component in a nation's wealth generation. Its market has expanded in recent years due to new technologies and innovations, leading to a broader reach and dissemination of creative products and services. This work aims to analyze public funding in cultural policies in Brazil, considering the economic and social context. The study provides information on the institutions and policies that have shaped Brazilian culture over time, including an analysis of the Rouanet Law and direct government expenditures. Information was obtained through government portals that provide economic data related to culture, supported by analyses from authors and their studies on the subject. Additionally, the paper discusses challenges faced by the cultural sector in Brazil, such as funding regional inequality and instability in incentive policies. The work emphasizes critical aspects of the sector and areas for improvement, especially regional investment concentration and dependence on more stable mechanisms. Highlighting the importance of culture for national development, it contributes to understanding in order to broaden reflection and perspectives for the sector, along with the search for new solutions in the cultural landscape.

**Keywords:** Culture. Funding. Public Policies.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Percentual de pessoas que nunca frequentaram alguma atividade cultural por nível de escolaridade.....	27
Gráfico 2 – Percentual de pessoas que nunca frequentaram alguma atividade cultural por nível de renda.....	27
Gráfico 3 – Captação dos recursos por ano, portal SalicNet (1993-2022).....	34
Gráfico 4 – Valor captado por região considerando a soma total dos períodos (2009-2022).....	35
Gráfico 5 – Percentual de participação da União, Estados e Municípios no dispêndio do setor cultural (2012-2021).....	51
Gráfico 6 – Contribuição da ECIC ao PIB de cada região (2012-2020).....	56
Gráfico 7 – PIB da ECIC no Brasil desagregado por componentes (2012-2020).....	57
Gráfico 8 – Série histórica total de trabalhadores no setor criativo do Brasil (2T12-2T23).....	60
Gráfico 9 – Número de trabalhadores ECIC por região (2T23).....	60
Gráfico 10 – Números de domicílios com acesso à internet por classe econômica social (2021).....	68
Gráfico 11 – Gasto com atividades culturais online e presencial (2022).....	73

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Quantitativo de propostas por região transformadas e aprovadas (2009-2022).....	34
Tabela 2 – Número de habitantes percentuais por região do Brasil (2022).....	36
Tabela 3 – Número de empresas por matriz e filial por região do Brasil (2023).....	36
Tabela 4 – População percentual com ensino superior completo por região (2022).....	37
Tabela 5 – Renda média mensal por região – sem Distrito Federal (2012-2021).....	38
Tabela 6 – Captação total de recursos por área cultural (1992-2022).....	40
Tabela 7 – Exposições mais visitadas do mundo segundo a The Art Newspaper (2019).....	41
Tabela 8 – Proponentes e seus projetos ativos por faixa de valor de aprovação e captação.....	42
Tabela 9 – Maiores proponentes com base no total de valor captado (1992-2023).....	44
Tabela 10 – Maiores incentivadores com base no total de valor doado (1992-2023).....	44
Tabela 11 – Quantidade de Investidores PF e PJ por região (2010-2014).....	46
Tabela 12 – Investimentos em cultura PF e PJ valores absolutos e percentuais (2010-2014).....	46
Tabela 13 – Gastos tributários bases efetivas função cultura (2017-2022).....	47
Tabela 14 – Gastos tributários bases efetivas por função (2022).....	48
Tabela 15 – Dados da despesa orçamentária nacional na função cultura (2002-2021).....	50
Tabela 16 – Percentual do Valor Adicionado Bruto do PIB no setor da cultura no Brasil (2011-2020).....	53
Tabela 17 – Percentual do Valor Adicionado Bruto do PIB no setor da cultura por região do Brasil (2011-2020).....	54
Tabela 18 – Percentual de despesas com cultura e percentual do valor gerado no PIB com cultura (2011-2020).....	55
Tabela 19 – Trabalhadores do Brasil e da Economia Criativa segundo formalidade ou informalidade (2T22-2T23).....	59
Tabela 20 – Multiplicadores da matriz de Insumo-Produto do Brasil (2015).....	64

Tabela 21 – Percentual de municípios com equipamentos culturais e meios de comunicação (1999-2014).....66

Tabela 22 – Número de domicílios com acesso à internet em 2021 (valores em milhões).....67

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>2 BREVE HISTÓRIA DA CULTURA NO BRASIL: INSTITUIÇÕES E POLÍTICAS...</b>	<b>12</b>
<b>3 A LEI DE INCENTIVO FISCAL À CULTURA: PROJETO DE LEI Nº8.313/91.....</b>	<b>17</b>
3.1 DAS ETAPAS DO PRONAC.....	18
<b>4 PANORAMA DOS BENS CULTURAIS NO BRASIL: ASPECTOS SOCIAIS.....</b>	<b>22</b>
4.1 BENS PÚBLICOS E PRIVADOS.....	22
4.2 BENS CULTURAIS: ACESSO E DEMANDA.....	24
<b>5 DADOS DO FINANCIAMENTO DA CULTURA NO BRASIL.....</b>	<b>31</b>
5.1 SALIC.....	33
5.1.1 SALICNET: Visão por região.....	33
5.1.2 SALICNET: Visão por área cultural e por faixa de captação.....	40
5.1.3 VERSALIC: Proponentes e incentivadores.....	43
5.2 REPRESENTATIVIDADE DA LEI DE INCENTIVOS FISCAIS DENTRO DOS GASTOS TRIBUTÁRIOS.....	47
5.3 DESPESAS ORÇAMENTÁRIAS.....	49
5.3.1 BSPN.....	49
5.4 PIB E MERCADO DE TRABALHO DO SETOR CULTURAL.....	52
5.4.1 PIB.....	52
5.4.2 Mercado de trabalho.....	58
5.5 RETORNO DO VALOR FINANCIADO.....	61
5.6 PERFIL DOS ESTADOS E MUNICÍPIOS: POLÍTICAS PÚBLICAS DO SETOR CULTURAL.....	64
5.6.1 Equipamentos culturais e meios de comunicação.....	65
5.6.2 Programas e políticas culturais.....	68
<b>6 A CULTURA DURANTE A CRISE DE COVID-19.....</b>	<b>70</b>
<b>7 NOVOS MEIOS DE FINANCIAMENTO À CULTURA.....</b>	<b>76</b>
<b>8 CONCLUSÃO.....</b>	<b>79</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>82</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O conceito de cultura é complexo, abrangendo conhecimento, crenças, valores, arte, moral, leis, costumes e outras capacidades (TYLOR, 1920). A cultura é dinâmica, sujeita a transformações, sendo moldada ao longo do tempo pelas experiências sociais e pelos contextos histórico, político e econômico, os quais passam por contínua evolução (CHAUI, 2009). Ela pode ser compreendida como a maneira pela qual um grupo de pessoas percebe, interpreta e se relaciona com o mundo, desempenhando um papel crucial na promoção da identidade cultural de uma região ou país. Além disso, a cultura serve como uma poderosa ferramenta que incentiva a inovação, celebra a diversidade e promove a utilização responsável dos recursos naturais. Ela também fomenta o turismo, atrai investimentos e amplia a educação coletiva. (SECULT, 2023).

As políticas culturais são frequentemente abordadas no contexto da economia da cultura, especialmente quando se procura definir o papel do Estado na promoção da cultura e na busca de alocações eficazes de recursos públicos. Segundo a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento, a UNCTAD (2012), a economia da cultura é:

A aplicação da análise econômica a todo o espectro das artes criativas ou performáticas, patrimônio e indústrias culturais, promovidos de forma pública ou privada. Consiste também na análise dos modelos de organização econômica do setor cultural e na compreensão do comportamento dos produtores, consumidores e governos que interagem nesse setor. O tema pode ser tratado por uma série de abordagens, incluídas as do *mainstream*, neoclássico, economia do bem-estar, políticas públicas e economia institucional.

Sendo assim, este trabalho abordará a cultura como relacionada às amplas áreas da arte – que é compreendida como um subconjunto da cultura – tais como música, exposições, literatura, conteúdo audiovisual e entre outras tantas manifestações artísticas. São atividades que tem como base a criatividade, conhecimento e capital intelectual, as quais fazem parte da economia da cultura e da economia criativa.

O objetivo deste trabalho é analisar o financiamento público em políticas culturais no Brasil, implicando na necessidade de compreender seus impactos na sociedade, o tamanho do setor cultural, sua capacidade de gerar riqueza e emprego, bem como sua capacidade de crescimento. O trabalho discute como a cultura pode ser debatida por uma perspectiva econômica e trata de como o retorno econômico e social de investimentos em cultura podem ser abordados, visando ampliar a reflexão e perspectivas para o setor, junto à busca de novas soluções e arranjos no setor cultural.

A seção a seguir apresenta breve histórico das políticas públicas para o setor cultural no Brasil. A Seção 3 detalha as atuais normas e procedimentos da Lei de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991), uma das principais ferramentas governamentais para o investimento nesse setor. A Seção 4 abordará o panorama dos bens culturais no Brasil, promovendo a discussão sobre bens públicos e privados no âmbito cultural, seguida por uma breve análise sobre o acesso e a demanda por esses bens. Na Seção 5, são apresentados os dados referentes ao financiamento cultural por meio da lei de incentivo fiscal, juntamente com o papel das políticas públicas e o financiamento governamental direto no setor através das despesas orçamentárias. A Seção 6 examina de forma sucinta o impacto desses dados durante a crise econômica da Covid-19, buscando compreender as implicações que uma crise pode ter no setor cultural. A Seção 7 aborda os novos métodos de financiamento cultural que emergiram nos últimos anos, oferecendo perspectivas sobre como essas alternativas podem contribuir para a obtenção de recursos a longo prazo para o setor. Por fim, a conclusão consolidará os principais pontos discutidos.

## 2 BREVE HISTÓRIA DA CULTURA NO BRASIL: INSTITUIÇÕES E POLÍTICAS

Para entender um pouco melhor o contexto histórico da cultura no Brasil, segue uma linha do tempo com os eventos, de caráter institucional, mais importantes para a história da cultura no Brasil:

- a) 1937 - Criação do Iphan (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional);
- b) 1975 - Criação da Funarte (Fundação Nacional de Artes);
- c) 1985 - Criação do Ministério da Cultura, criado por José Sarney e tendo como ministro da cultura Alúcio Pimenta;
- d) 1986 - Lei Sarney nº 7.505/86 (primeira lei de incentivo fiscal à cultura) e criação do Fundo de Promoção Cultural, tendo como ministro da cultura Celso Furtado;
- e) 1988 – Nova Constituição Federal;
- f) 1991 - Lei Rouanet nº 8.313/91 (atual lei de incentivo fiscal à cultura), criada por Fernando Collor e tendo como secretário da cultura Sergio Paulo Rouanet e criação o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac);
- g) 2001 – Criação da Ancine (Agência Nacional do Cinema);
- h) 2002 a 2004 – Seminários nacionais sobre a importância da cultura organizados pela Unesco, onde foram firmados junto ao IBGE, IPEA e Sebrae acordos para produção sistêmica de dados e indicadores;
- i) 2010 – Criação do PNC (Plano Nacional da Cultura);
- j) 2016 – Fim do relatório organizado pelo IBGE com dados do setor cultural;
- k) 2019 - Extinção do Ministério da Cultura, suas funções foram atribuídas à Secretaria Especial da Cultura do Ministério da Cidadania (Secult);
- l) 2019 – Criação da Lei dos Endowments, que regulamento a criação de fundos patrimoniais para organizações sem fins lucrativos, tendo como secretário da cultura Roberto Rêgo Pinheiro;
- m) 2023 – Nomeação da ministra Margareth Menezes e refundação do ministério da cultura

No Brasil, como pudemos observar, a criação de instituições formais decorrentes da valorização da cultura é relativamente recente. Ainda que em 1937 tenha sido criado o primeiro instituto nacional voltado a preservação de Patrimônio Histórico, apenas em 1985 foi criado um ministério da Cultura, que recentemente em 2019 foi rebaixado a Secretária. Apenas em 1986 surgiu a primeira lei de incentivo fiscal à cultura. Quando ao período que antecede a cronologia mencionada:

Não se pode pensar a inauguração das políticas culturais nacional no Brasil Colônia nem no Segundo império ou mesmo chamada República Velha (1889-1930). Tais exigências interditam que seu nascimento esteja situado no tempo colonial, caracterizado sempre pelo obscurantismo da monarquia portuguesa, que perseguia as culturais indígenas e africana e bloqueava a ocidental, por meio de controles rigorosos, como: proibição da instalação de imprensas; censura a livros e jornais vindo de fora; e interdição ao desenvolvimento da educação, em especial das universidades. (RUBIM, 2010).

A década de 30 é marcada por mudanças políticas, econômicas e culturais significativas, resultando no fim da antiga república “é o fim de um período de industrialização, urbanização e modernização. O fim da oligarquia e da velha república dá espaço a burguesia e aos grandes agricultores, a construção de Estado um nacional centralizado, política e administrativamente” (RUBIM, 2010), o qual representam o novo momento da política brasileira.

Nesse cenário Mario de Andrade, poeta, que assume a direção do Departamento de Cultura da cidade de São Paulo (1935-1938) onde dentre suas contribuições podemos citar a intervenção estatal no desenvolvimento da cultura e o patrocínio de pesquisas culturais. Passou a abranger dentro dos aspectos do setor cultural não apenas o patrimônio material, mas também, o patrimônio imaterial e pertencente as diferentes classes sociais, abrangendo a cultura popular junto às belas artes. Suas decisões na direção do Departamento de Cultura influenciaram mudanças no segmento da cultura e em como a mesma era vista.

Durante o período de 1945 a 1964, acontecem poucos eventos relevantes à cultura. Podemos notar a atuação do SPHAN (que viria a se chamar IPHAN), criação do Ministério da Educação e Cultura (MEC) e expansão das universidades públicas. Durante o período de ditadura de 1964 a 1985 o autoritarismo e censura tomaram conta das políticas culturais, ainda que houvesse forte produção autoral – muitas vezes fora da vista dos governantes – nessa época.

Em 1988, a Constituição Federal passa então, a entender o patrimônio não apenas como bem material representado por monumentos e obras de arte, mas também como bem imaterial abrangendo os rituais e as manifestações culturais ligadas a história ou identidade cultural de um grupo social ou região, como cita a Constituição de 1988, Seção II, Art. 216

Art. 216. Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:  
 I - as formas de expressão;  
 II - os modos de criar, fazer e viver;  
 III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas;  
 IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;  
 V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico. (BRASIL, 1988).

Em 1986, A Lei Sarney de incentivo à cultura foi criada, sendo a primeira lei que se utilizava de incentivo fiscal.

A lei introduzia uma ruptura radical com os modos até então vigentes de financiar a cultura. O Estado, sob o pretexto de carência de recursos, reduzia o financiamento direto da cultura e, como alternativa, propunha que as verbas fossem buscadas pretensamente no mercado. Só que esse dinheiro em boa medida era público, decorrente do mecanismo de renúncia fiscal. Apesar disso, o poder de decisão era privatizado, pois se deslocava do Estado para o mercado. (RUBIM, 2010).

A lei viria a ser extinta e substituída pelo Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), popularmente conhecida como Lei Rouanet devido ao seu criador Sérgio Paulo Rouanet em 1991, então secretário da cultura no governo de Fernando Collor de Mello. Está é, a lei vigente até os dias de hoje, sendo uma das principais responsáveis por financiar grande parte dos projetos culturais no Brasil, tendo um papel de grande relevância no financiamento da cultura.

A década de 90 se inicia com o governo do ex-presidente Fernando Collor que durou apenas dois anos, mas que teve forte impacto para a cultura brasileira, “não pelo que fez, mas pelo que destruiu” como cita Bolaño, *et al.* (2010), ao longo do biênio em que exerceu a presidência extinguiu “o Ministério da Cultura, [...] a Fundação do Cinema Brasileiro, de 1985, responsável pela organização de festivais, prêmios, realização de pesquisa, formação profissional na área e conservação de películas, o Conselho Nacional de Cinema (Concine), [...] e a Embrafilme”. Revogou a Lei Sarney em 1990, e junto ao secretário da cultura Sergio Paulo Rouanet apresentou o novo projeto de lei que viria a ser conhecido como Lei Rouanet em 1991.

Dois anos depois, o Ministério da Cultura viria a ser recriado em 1992, pelo vice-presidente da república Itamar Franco. Em 1995, Fernando Henrique Cardoso, então presidente do Brasil, altera a regulamentação do Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC) onde reorganiza a estrutura do ministério e amplia seus recursos. (DONATO, 2021). Contudo, evidencia-se que as entidades nacionais apresentam forte instabilidade institucional “derivada de um complexo conjunto de fatores; fragilidade; ausência de políticas mais permanentes, descontinuidades administrativas; agressões de situações autoritárias etc.” (RUBIM, 2010)

Em 2003, Lula da Silva representa uma mudança no modelo de gestão cultural no Brasil “um Estado mais presente e participativo, propondo novas diretrizes para o desenvolvimento de políticas culturais, sob o comando do Ministério da Cultura (MinC), responsável pela criação de uma nova política pública de cultura no Brasil, de acordo com o Plano Nacional de Cultura” (BOLAÑO, *et al.* 2021). O Ministério da Cultura foi reestruturado instituído secretarias e

representações regionais. Durante o governo de Lula, o mesmo realizou uma parceria com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2004 após o Seminário Nacional de Cultura organizado pela Unesco, com o intuito de consolidar as informações pertinentes ao setor cultural, o IBGE passou a publicar relatórios de indicadores culturais visando fomentar estudos e pesquisas direcionadas ao setor.

Esses relatórios apresentavam os principais elementos relacionados à oferta e demanda de bens e serviços culturais, incluindo os gastos das famílias e do setor público nesse campo, além de um estudo das políticas públicas regionais. Antes do relatório, não havia uma condensação das informações culturais em nível nacional bem apresentadas e acessíveis como esta. O relatório foi descontinuado em 2016 dada as mudanças de políticas advindas de um novo partido e um novo presidente, na época Michel Temer. Essas informações exemplificam como é complexa a compilação de um material com dados do financiamento no Brasil. Os mesmos rapidamente se defasam, ministérios e leis entram e saem de vigência a depender dos interesses políticos, não havendo uma constância.

Traçar o itinerário histórico é fundamental para a compreensão mais consistente da situação atual das políticas culturais no país. Neste itinerário destacam-se algumas características retidas por noções como ausência, autoritarismo e instabilidade. (RUBIM, 2010)

A exemplo disso, pode ser visto no trabalho de Henilton Menezes (2016) como as relações entre ministério da cultura e as instituições culturais podem ser voláteis a depender das políticas e interesses de novos representantes legais em cada mandato. Como se verá mais a frente, nos dados do financiamento de cultura no Brasil, dadas as proporções continentais do país e sua hierarquia administrativa, há uma maior relação entre as instituições culturais e os governantes municipais e estaduais do que com os ministros da cultura e os órgãos federais, assim como, o financiamento direto que vem desses órgãos. As impressões de Antônio Grassi a respeito do MinC, estão em linha com esta ideia:

Antônio Grassi, diretor executivo do Instituto Inhotim, em Brumadinho (MG) também falou sobre sua relação com o MinC. “A relação teria que ser estável, com essa importância que temos no país, não podemos ter relações que dependem do gosto de um ministro. Cada ministro tem seu gosto pessoal, e muda sua relação com uma ou outra instituição. Hoje, temos mais estabilidade de relação com o Ministério das Relações Exteriores do que com o da Cultura”. Segundo Grassi, como estão em Minas, o Estado tem muito mais conhecimento do Instituto Inhotim do que o MinC. “O Estado nos conhece melhor, reconhece nosso trabalho, oferece incentivos e apoios, mais do que o próprio MinC. Achemos que a importância do Inhotim para o Ministério da Cultura é ser apenas mais um projeto da Lei Rouanet. (MENEZES, 2016)

Em 2019 o MinC foi extinto novamente pelo então presidente Jair Messias Bolsonaro, passando a ser então a Secretaria Especial da Cultura (Secult). No mesmo ano foi criado o

Ministério da Cidadania que passou a responder pelas áreas do esporte, cultura e desenvolvimento social. Em maio de 2020, a Secult foi transferida para o Ministério do Turismo (DONATO, 2021). Durante este período houve uma forte redução do tamanho da área da cultura no governo, editais foram cancelados, projetos descontinuados, emendas de lei extinguiram políticas culturais – as quais voltaram a vigência no novo governo de 2023 – além de reduzir e reter os gastos do orçamento da área cultural (LISBOA, 2022). No entanto, ainda em 2019, foi criada a nova lei dos *endowments*, lei nº13.800 de 2019. Também conhecido como fundos patrimoniais, o mesmo é formado com recursos de doações de pessoas físicas ou jurídicas, esses recursos são investidos no mercado financeiro por um gestor profissional, gerando assim constantes rendimentos ao valor investido. Os *endowments* já existem em países como Estados Unidos, Reino Unido e França, apresentando resultados positivos (BNDES, 2017). Na França o *endowment* é utilizado como meio de financiamento do Museu do Louvre (LOUVRE, 2023).

Em 2023, o Ministério da Cultura foi refundado pelo atual presidente Luiz Inácio Lula da Silva, a ministra nomeada foi Margareth Menezes. Segundo LISBOA (2022) “A valorização e promoção da cultura como peça central na construção da identidade nacional estão entre as prioridades do governo do presidente eleito”, a qual já pode ser vista nos primeiros meses do ano de 2023, onde o orçamento aprovado do governo para a área da cultura é de R\$3,14 bilhões, patamar não alcançado desde 2015 (STN, 2023). Além disso já foi viabilizada a execução de 1.946 projetos aprovados pela Lei Rouanet, com a liberação de R\$968,3 milhões de recursos que já haviam sido captados, mas estavam parados. Junto a isso, foi instituído o Comitê de Gênero, Raça e Diversidade com o objetivo de “subsidiar a elaboração de políticas públicas de cultura transversalizadas pela diversidade, promoção da igualdade de gênero, étnica e racial” (MinC, 2023).

### 3 A LEI DE INCENTIVO FISCAL À CULTURA: PROJETO DE LEI Nº8.313/91

Após analisarmos os principais aspectos das políticas culturais no Brasil e seu contexto histórico, vamos agora explorar a principal política pública nacional de fomento à cultura, que é amplamente conhecida como Lei Rouanet.

A cultura, pela sua força simbólica e econômica, pode engendrar mecanismos de aprofundamento da cidadania, aprimorando os ambientes sociais, desenvolvendo criatividade, inovação e sustentabilidade, além de promover o respeito às diferenças, a diversidade e a redução de níveis de violência direta. É por meio dos valores culturais que a pessoa se enxerga como sujeito pertencente a uma nação. A política cultural deve ser vista como fator de inclusão social, uma vez que é primordial na geração não apenas de opções de lazer, mas de alternativas para renda e na ampliação de possibilidades de comunicação e criação (COSTA, *et al.*, 2017 *apud* BRASIL, 2014).

A Lei Rouanet oficialmente nomeada como PRONAC (Programa Nacional de Apoio à Cultura), instituída pela Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Sancionada com o objetivo de fomentar a atividade cultural do Brasil, a qual define:

Art. 1º, Capítulo I, Lei nº 8.313/91 (...)

- I - contribuir para facilitar, a todos, os meios para o livre acesso às fontes da cultura e o pleno exercício dos direitos culturais;
- II - promover e estimular a regionalização da produção cultural e artística brasileira, com valorização de recursos humanos e conteúdos locais;
- III - apoiar, valorizar e difundir o conjunto das manifestações culturais e seus respectivos criadores;
- IV - proteger as expressões culturais dos grupos formadores da sociedade brasileira e responsáveis pelo pluralismo da cultura nacional;
- V - salvaguardar a sobrevivência e o florescimento dos modos de criar, fazer e viver da sociedade brasileira;
- VI - preservar os bens materiais e imateriais do patrimônio cultural e histórico brasileiro;
- VII - desenvolver a consciência internacional e o respeito aos valores culturais de outros povos ou nações;
- VIII - estimular a produção e difusão de bens culturais de valor universal, formadores e informadores de conhecimento, cultura e memória;
- IX - priorizar o produto cultural originário do País.

A presente legislação abrange o mecanismo de financiamento da cultura em nível federal no Brasil e oferece três opções de obtenção de financiamento: incentivos para projetos culturais, o Fundo Nacional de Cultura (FNC) e o Fundo de Investimento Cultural e Artístico (Ficart), sendo que este último nunca chegou a ser implementado, não possuindo regulamentação oficial.

O FNC (Fundo Nacional de Cultura) é um fundo que promove a cultura do Brasil, sendo responsável pelo investimento direto do Estado no fomento à cultura. Foi instituído com o objetivo de equilibrar possíveis desigualdades regionais no sistema de patrocínio cultural e para promover iniciativas culturais mais específicas. Através do FNC, o apoio a projetos é realizado

por meio da aplicação direta de recursos do orçamento da União em projetos específicos, os quais são selecionados principalmente por meio de editais (PRONAC, 2020).

Os Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart) são fundos de captação de recursos no mercado, criados visando apoiar projetos culturais de alta viabilidade econômica e reputacional. Por meio desse mecanismo, o investimento em projetos culturais prevê o retorno financeiro para o investidor. Porém, nunca houve real implementação do Ficart.

Qualquer indivíduo que faça a declaração de imposto de renda ou qualquer empresa tributada com base no lucro real tem a possibilidade de apoiar projetos culturais por meio do mecanismo de incentivo fiscal estabelecido por lei. As pessoas físicas podem obter um desconto de até 6% do imposto devido, e as pessoas jurídicas podem obter um desconto de até 4%.

### **3.1.DAS ETAPAS DO PRONAC**

O Pronac apresenta algumas etapas de funcionamento especificadas abaixo:

- 1.O proponente encaminha a proposta cultural ao Ministério da Cultura, via Internet, em formulário próprio.
- 2.O projeto é analisado formal e tecnicamente pelas instituições vinculadas ao Ministério da Cultura, em suas áreas específicas, e submetido à Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC), para apreciação.
- 3.Caso o projeto seja aprovado, é publicada no Diário Oficial da União (DOU) a portaria que autoriza a captação de recursos incentivados, habilitando seu proponente a obter patrocínios ou doações, de acordo com a Lei de Incentivo à Cultura.
- 4.Obtendo recursos suficientes, o projeto entra em execução que é acompanhada pelo MinC, por meio das unidades vinculadas.
- 5.Ao final, o proponente presta contas de seu projeto cultural ao patrocinador e ao MinC. (PRONAC, 2020)

O encaminhamento da proposta é feito pela plataforma da Salic (Sistema de Acesso às Leis de Incentivo à Cultura), onde se faz o cadastramento do projeto, aprovação, execução e prestação de contas. O VerSalic (Portal de Visualização do Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura) disponibiliza publicamente todas as informações relacionadas às propostas apresentadas e projetos aprovados pela Lei de Incentivo à Cultura. Os dados básicos sobre a captação e execução dos projetos podem ser acessados, como informações sobre os proponentes, incentivadores, fornecedores, propostas e projetos aprovados, permitindo que qualquer pessoa interessada tenha acesso aos detalhes dessas iniciativas culturais.

A Salic servirá de veículo para a comunicação entre o proponente e a Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura (SEFIC) da Secretaria da Cultura, responsável por operacionalizar a Lei de Incentivo à Cultura, gerando informações que suportam o processo

técnico e administrativo da CNIC. A Sefic ainda fica responsável pelo acompanhamento da execução dos projetos e avaliação do resultado dos mesmos (BRASIL, 2019).

Quanto as competências da CNIC (Comissão Nacional de Incentivo à Cultura) – órgão deliberativo colegiado pelo Ministério da Cultura –, sua função principal é a de avaliar os projetos culturais que buscam incentivo fiscal através da Lei de Incentivo à Cultura, além de fornecer subsídios para as decisões do MinC. Com a finalidade de assegurar diversidade à Comissão, as nomeações dos representantes da sociedade civil devem, prioritariamente, possuir no mínimo um representante de cada categoria: representante da arte e cultura dos povos originários e tradicionais; representante da cultura popular; representante de instituição que atue com acessibilidades artísticas; e representante de instituição cultural que atue no combate a discriminações e preconceitos. Além disso, é preciso pelo menos dois representantes e residentes de cada uma das cinco regiões do País. Os membros da comissão ainda devem contemplar os seguintes segmentos: artes cênicas; artes visuais; audiovisual; humanidades; música; e patrimônio cultural. (BRASIL, 2023)

É importante ressaltar que os membros da Comissão desempenham seus serviços de forma voluntária, sem receber qualquer remuneração. E os representantes da sociedade civil são escolhidos pelo Ministro da Cultura com base em uma lista de entidades habilitadas em edital.

Importante lembrar que, na lógica do incentivo fiscal, a escolha dos investidores recai, obrigatoriamente, em projetos previamente aprovados pelo MinC [no caso CNIC]. Não é uma escolha [totalmente] livre do investidor, como muitas vezes parece subentender nas opiniões sobre a Lei Rouanet. Todos os projetos passam por um crivo do MinC, que poderia barrar projetos considerados inapropriados para o recebimento do incentivo. (MENEZES, 2016)

Além disso, para a aprovação dos projetos há um princípio de não concentração em termos de segmento e beneficiário, sendo avaliado com base no montante de recursos, no número de projetos, na capacidade de execução e no valor anual absoluto disponível para renúncia fiscal. Em outras palavras, o Ministério deve evitar a concentração de recursos em segmentos ou beneficiários específicos, garantindo uma distribuição mais equitativa com base nos limites orçamentários anuais estabelecidos.

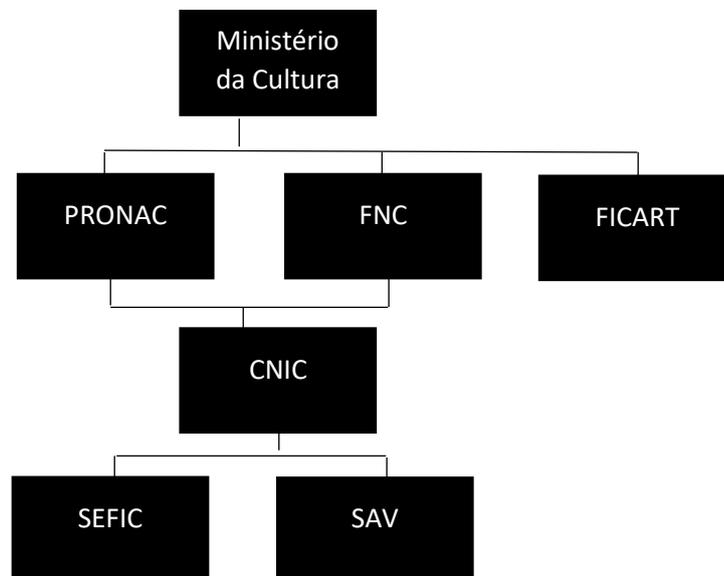
Quanto aos itens 3 e 4 das etapas do PRONAC, caso o projeto venha a ser aprovado pela CNIC o mesmo não significa que conseguirá recursos suficientes para realização do projeto, os recursos devem ser buscados pelos proponentes, quando captado 20% do total aprovado o proponente pode movimentar esses recursos e executar o projeto. Todo projeto é

posteriormente submetido a avaliação de resultados e prestação de contas junto ao patrocinador e ao MinC como abordado no item 5.

Pelo lado do produtor cultural, os valores investidos por meio da Lei, na prática, funcionam como uma garantia para outros investimentos, feitos com leis estaduais ou municipais, complementares ao orçamento principal, com investimentos não renunciados e com apoios indiretos conquistados junto a empresas fornecedoras. Na vida real das produções brasileiras, o incentivo fiscal funciona como uma fonte de recursos “âncora” que viabiliza as ações culturais e capta outros tipos de investimentos não incentivados, compondo uma arquitetura de financiamento que não reflete o conceito de que “tudo é dinheiro público”. (MENEZES, 2016)

Assim, representando a situação predominante da produção cultural brasileira, mesmo os projetos que conseguem obter os 20% do financiamento pela Lei de Incentivo, não utilizam somente os recursos da Lei Rouanet para financiamento de seus projetos.

FIGURA 1 – ESTRUTURA DOS ENTES FEDERADOS DA LEI DE INCENTIVO FISCAL À CULTURA



FONTE: O autor (2023).

Como observado, o processo passa por diversos órgãos. Um detalhe a se mencionar é o fato de que todos os projetos aprovados que se utilizam de recursos da Lei Rouanet devem garantir alguma contrapartida social ao público, ela pode ser por meio de desconto de ingressos ou apresentações gratuitas, ou ainda, cursos de capacitação ofertados à profissionais que participem do projeto, ou à alunos em instituições públicas.

Conforme o Artigo 18, parágrafo 3º da Lei de Incentivo Fiscal nº 8.313/91 o patrocinador ou doador pode abater 100% do valor doado dos seguintes projetos:

§3º As doações e os patrocínios na produção cultural, a que se refere o § 1º, atenderão exclusivamente aos seguintes segmentos:

- a) artes cênicas;
- b) livros de valor artístico, literário ou humanístico;
- c) música erudita, instrumental ou regional;
- d) exposições de artes visuais;
- e) doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas, bem como treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para a manutenção desses acervos;
- f) produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual; e
- g) preservação do patrimônio cultural material e imaterial.
- h) construção e manutenção de salas de cinema e teatro, que poderão funcionar também como centros culturais comunitários, em Municípios com menos de 100.000 (cem mil) habitantes. (BRASIL, 1991)

Assim, podemos entender quais projetos o Ministério da Cultura procura preferencialmente incentivar na cultura, dado que os doadores irão preferir estes segmentos afim de conseguir maior retorno do abatimento dos impostos. Dos projetos que não estão incluídos no Artigo 18 eles se enquadram no Artigo 26, que prevê renúncia fiscal parcial e não mais integral.

Muitas são as críticas à lei, onde se questiona a participação da mesma em projetos de grandes artistas famosos, entendendo que os mesmos não deveriam receber incentivo governamental por já terem carreiras consagradas e “lucrativas”, porém como exemplifica Menezes (2016):

Se a Maria Bethânia for para o palco de um teatro sem incentivo fiscal, ela vai cobrar R\$ 400,00 de ingresso. Pagará quem puder. Se ela vai para esse mesmo palco com apoio do incentivo fiscal, vamos ter ingressos a R\$ 50,00. Sem incentivo, apenas a fatia rica da comunidade vai poder assistir.

A lei traz o fomento da cultura como meio de proporcionar acesso a mesma, e não como objetivo fim o lucro de artistas. A busca pelo aumento da oferta de cultura não é o simples aumento do mercado sem junto proporcionar o aumento da disponibilidade e acesso de cultura à população, incentivando junto a realização de projetos culturais.

## 4 PANORAMA DOS BENS CULTURAIS NO BRASIL: ASPECTOS SOCIAIS

Abordamos um breve histórico das políticas públicas e das leis culturais no Brasil. É relevante salientar que existe uma interconexão entre os setores público e privado no contexto cultural. Para compreendermos essa relação com mais clareza, é fundamental primeiro distinguir entre os bens culturais públicos e privados, dado que cada um possui um objetivo fim diferente. Para assim, compreendermos a abrangência dos aspectos do setor cultural, seu segmento e impacto, além do que se entende como política pública e, portanto, investimento governamental.

### 4.1. BENS PÚBLICOS E PRIVADOS

Os bens culturais públicos são direcionados para facilitar o acesso à cultura, a difusão entre a população, e a preservação do patrimônio histórico e cultural de grupos ou regiões específicas. Os mesmos, podem ser exemplificados por instituições como museus e bibliotecas nacionais. Seu objetivo fim não visa o lucro, porém ainda sim gera custos, como os de manutenção, que existem e independem da quantidade de pessoas que visitam aquele patrimônio.

Contudo, sua externalidade positiva pode ser sentida por toda a comunidade que usufrui do bem. O valor dos bens culturais não está apenas fundamentado no seu valor estético, mas também possui valor social, histórico e simbólico. “A obra pode [...] contribuir para a compreensão da natureza, da sociedade em que vivemos e para um senso de identidade e de lugar” (THROSBY, 2022). Além de nos mostrar fatos históricos, nos guiar às informações do passado, transmitir significados e disseminar conhecimento, produzindo um legado às gerações futuras. Daí se dá a importância do cuidado e preservação dos bens por parte dos entes públicos, os quais arcam com os custos da manutenção do bem público, e também, da necessidade de desenvolver políticas públicas adequadas para o setor, além de seu fomento.

Outro aspecto que destaca a importância da atenção do Estado para com os bens culturais é que eles podem ser reconhecidos como bens meritórios. Como explica o GADELHA (2017) “bens meritórios são bens que, embora possam ser explorados economicamente pelo setor privado, devem ou podem ser produzidos pelo governo para evitar que a população de baixa renda seja excluída de seu consumo, por não poder pagar o preço correspondente”, como é o caso da educação e da saúde. E continua: “Esses bens estão associados a valores históricos, culturais e políticos partilhados por determinado grupo social, possuindo, assim, importância social. São bens de grande utilidade para os cidadãos”. Esses bens ainda podem ser garantidos na Constituição, como é o caso dos bens culturais no Brasil. O direito a cultura se tornou um

direito constitucional a todo cidadão, que deve ser garantido pelo Estado através da Constituição de 1988, Art.215 da Seção II do Capítulo III:

Art. 215. O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.

Tendo sido incluída, posteriormente, a Emenda Constitucional nº48, de 2005 que, em seu Art.215, parágrafo 3º, estabelece o Plano Nacional de Cultura que visa desenvolver e preservar a cultura e patrimônio do país:

§ 3º A lei estabelecerá o Plano Nacional de Cultura, de duração plurianual, visando ao desenvolvimento cultural do País e à integração das ações do poder público que conduzem à:

- I defesa e valorização do patrimônio cultural brasileiro;
- II produção, promoção e difusão de bens culturais;
- III formação de pessoal qualificado para a gestão da cultura em suas múltiplas dimensões;
- IV democratização do acesso aos bens de cultura;
- V valorização da diversidade étnica e regional.

Quanto aos bens privados, os mesmos visam um consumo e geração de lucro como objetivo fim, caracterizando-se, assim, como parte da indústria cultural. Este setor está em constante expansão, especialmente devido às novas tecnologias e à crescente presença dos meios digitais, que permitem um consumo diferenciado de produtos culturais, tais como filmes, séries, marketing, músicas e jogos, entre outros.

No entanto, é importante ressaltar que essa separação entre o público e privado não é tão simples assim. Instituições públicas, por exemplo, podem receber doações e incentivos do setor privado, enquanto projetos privados podem obter apoio financeiro do setor público para promover o desenvolvimento de uma indústria cultural ou um projeto cultural específico. Contudo, no contexto do mercado, é comum que recursos destinados ao benefício público, sem o objetivo direto de lucro, sejam mantidos e financiados principalmente por instituições públicas.

Temos que distinguir entre mercadorias culturais existentes como bens privados, para os quais, portanto, existe, pelo menos potencialmente, um conjunto de preços de mercado, e aqueles que ocorrem como bens públicos, para os quais não há preços observáveis disponíveis. Devemos ter em mente que muitos bens e serviços culturais são na verdade bens mistos, tendo simultaneamente características de bem público e privado (THROSBY, 2022)

No campo das inovações tecnológicas, vemos que elas têm desempenhado um papel crucial para tornar a cultura mais acessível, tanto para os bens advindos do setor privado quanto o setor público. Um exemplo é o *Google Arts & Culture*, um site que permite explorar virtualmente museus e galerias de todo o mundo, tanto públicos quanto privados, oferecendo

acesso digital às suas coleções. Por meio desta plataforma, as pessoas podem "caminhar" virtualmente pelos corredores dessas instituições, examinar suas obras de arte e apreciá-las de forma digital. Essa iniciativa privada desempenhou um papel fundamental na preservação da memória de exposições que já não estão mais disponíveis no presente, tais como: o Museu Nacional no Rio de Janeiro<sup>1</sup> – caso onde devido à um incêndio ocorrido no ano de 2018, obras e artefatos históricos foram perdidos para sempre – ou como exemplo, a exposição “Circonjecturas”<sup>2</sup> do artista Rafael Silveira realizada no ano de 2017 no Museu Oscar Niemeyer em Curitiba, a mesma ocorreu entre maio e agosto do mesmo ano, mas pode ser visto até o presente momento no site *Google Arts & Culture*.

#### **4.2.BENS CULTURAIS: ACESSO E DEMANDA**

No Brasil, existe uma relutância e um tabu em relação ao investimento público em cultura. Apesar de existir demanda para atividades culturais – como veremos a seguir – ela não é amplamente valorizada por todos e não é considerada uma das prioridades do investimento público, evidenciado pelo histórico de políticas públicas, o qual foi apresentado na seção 2.

Esse cenário, portanto, é resultado também de questões sociais que fazem parte da história do Brasil. Existe a falta de formação de um público consumidor de arte no Brasil, e de uma visão mais forte de cultura como identidade nacional. Embora seja crucial para a internalização da cultura e das artes, nos últimos anos, pouco foi feito para desenvolver um público formador de opinião. Do ponto de vista social no Brasil, conforme diversos autores têm observado em interpretações variadas (COSTA, 2017; SILVA; LUIZ, 2012), a conexão entre elitismo e a cultura vai além das políticas públicas e decisões dos líderes políticos. O elitismo está enraizado na sociedade brasileira e em suas instituições devido à desigualdade estrutural que as caracteriza. Ele se manifesta por meio do apagamento histórico de diversas culturas, e na exclusão cultural que afeta parcela significativa da população, fazendo com que as mesmas não se sintam representadas, ou que não sintam que façam parte destes ambientes.

Ademais, a cultura não é uma atividade “vital” ao ser humano, diferente do setor alimentício, agronegócio e áreas como ciência e medicina, assim, gerando críticas ao uso de recursos para essa área. Num país onde há desigualdade e pobreza latentes, investir nesse setor

<sup>1</sup> Google (2023). Por dentro do Museu Nacional. Google Arts & Culture. Disponível em: <https://artsandculture.google.com/project/museu-nacional-brasil?hl=pt>.

<sup>2</sup> Google (2023). Circonjecturas. Google Arts & Culture. Disponível em: [https://artsandculture.google.com/story/pQUB8X\\_TMJB0Lg?hl=pt-BR](https://artsandculture.google.com/story/pQUB8X_TMJB0Lg?hl=pt-BR).

pode ser entendido como um “desperdício de recursos”, além de ser tratado por alguns como privilégio a algumas classes sociais.

Como cita Gilmore (2022) apontando uma questão que ocorre em cidades desindustrializadas e com forte necessidade de assistência social “[o] aumento das desigualdades socioeconômicas e sanitárias e da divisão social. Essa é a razão de os gastos locais em arte serem mais difíceis de justificar, mesmo quando há evidências de retorno de investimento”.

A cultura compete com o Bolsa Família, com as políticas sociais, com o dinheiro da infraestrutura. Ela pode, sim, competir com essas outras prioridades, mas não com vantagem porque todas essas outras coisas têm méritos indiscutíveis. (VALIATI, 2022).

O problema do mercado de arte não parece estar apenas em questões de baixa demanda, e nos preços ofertados pelo mercado. Muitas exposições que fazem parte das leis de incentivo à cultura por serem subsidiadas pelo governo têm como regra a disponibilização de cotas de meia entrada e até ingressos gratuitos, como é o caso de bibliotecas públicas, que não exigem nenhum valor para sua entrada. Um dos aspectos apontados para a falta de acesso de algumas classes sociais, vem do fato de muitas delas estarem em regiões distantes dos centros urbanos, com menor acesso a comunicação, internet, eletricidade e instituições de cunho cultural (LEIVA, 2014) – como veremos no capítulo referente aos dados da cultura no Brasil. Além disso, outro fator impactante é a desigualdade de renda, e a pobreza no país.

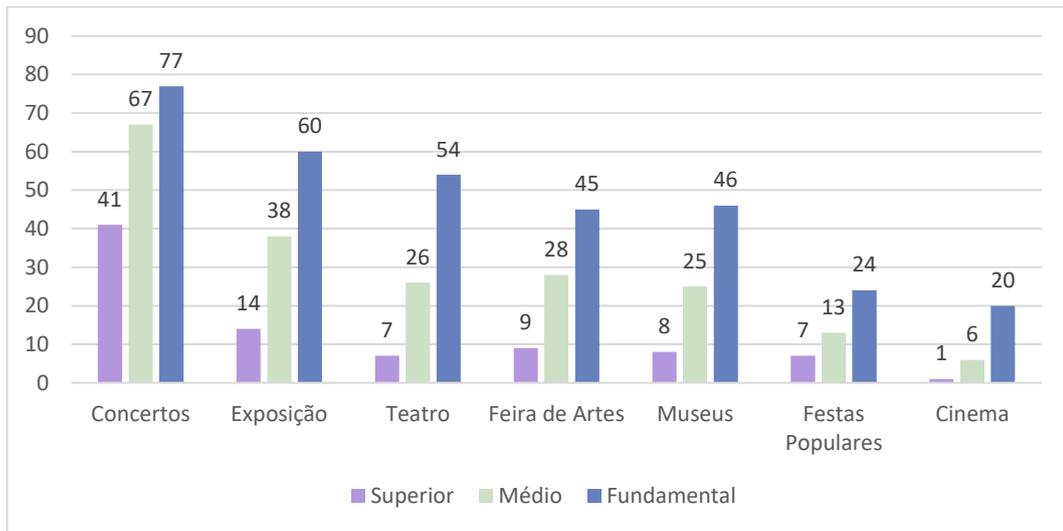
Com o objetivo de analisar quantas pessoas se encontram abaixo da linha de pobreza e de extrema pobreza no Brasil, foram considerados os valores estabelecidos pelo Banco Mundial de US\$6,85 per/capita ao dia para linha de pobreza e US\$2,15 per/capita ao dia para linha de extrema pobreza. Os valores foram convertidos pela Paridade de Poder de Compra (PPC/2017) “um método alternativo à taxa de câmbio e leva em conta o valor demandado para adquirir a mesma quantidade de bens e serviços no mercado interno de cada nação, em comparação com o mercado norte-americano” (IJSN, 2023). Foi realizado um levantamento pelo Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN) obtido a partir da Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios (PNAD) para o ano de 2022, quando o limite para a linha de pobreza era de R\$665,02 mensais e R\$208,73 mensais para linha de extrema pobreza. Os números mostram que pouco mais de 70 milhões de pessoas se encontram na linha de pobreza e 13,72 milhões de pessoas se encontram na linha de extrema pobreza. Somando a quantidade de pessoas na linha de pobreza e extrema pobreza, temos um total de 39,4% da população em situação de pobreza no Brasil, ou seja, mais de um terço da população não possui condições básicas de renda para atividades primárias.

Aqui quando tratamos de desigualdade de renda, muitos pontos podem ser levantados no que diz respeito ao acesso à cultura, não apenas pela questão via preços, mas por todo o contexto social e gastos de acesso àquele bem. Vimos que um terço da população está abaixo da linha da pobreza, possuindo dificuldade ou falta de acesso a bens básicos e essenciais à vida. Dos outros, pouco mais de 60% da população, estar fora da linha de pobreza também não é um garantidor de acessos. Voltando ao aspecto da cultura, para muitos existe uma barreira no acesso de cultura digital, como mencionado devido à falta de acesso à internet ou eletricidade. Além disso, mesmo quando se tem dispositivos eletrônicos, nem toda cultura é disponibilizada gratuitamente *online*. Ela as vezes é obtida através de meios irregulares ou através de pirataria de produtos como filmes, jogos, séries e cursos.

Para as barreiras no mundo fora das telas, temos a questão do gasto com locomoção até os eventos e ambientes culturais. Outro ponto é de que nem todos os ambientes culturais são receptivos a todos os públicos. Infelizmente ainda há um imaginário de que dentre os bens culturais, principalmente na área das artes e músicas clássicas, os ambientes são elitizados. Não só o ambiente, mas entende-se que é necessário ter um certo nível de estudo ou compreensão artística, assim, afastando parte da população que poderia ter acesso àquele bem público.

Ainda que o nível de ensino não devesse ser impeditivo para que alguém acesse um ambiente cultural ou aprecie um concerto musical, a mesma, há correlação. Através de pesquisa “Cultura em São Paulo” feita pela consultoria J.Leiva entre abril e maio de 2014, foi observada essa relação. A pesquisa buscava analisar o consumo e demanda de cultura no estado de São Paulo, o estado mais populoso do Brasil e 5º maior capital do mundo (ONU, 2023). A pesquisa foi realizada em 21 municípios com 7.939 entrevistados, todos com 12 ou mais anos de idade. A pesquisa mostra que muitos dos entrevistados tiveram contato com atividades ou cursos relacionados ao aspecto cultural, principalmente na escola. Dentre as perguntas respondidas na pesquisa, uma delas tratou de quais atividades culturais nunca foram frequentadas pelo entrevistado e as respostas apresentam correlação com o nível de escolaridade. Com a pesquisa podemos ver que pessoas que frequentaram apenas até o ensino fundamental apresentam menor acesso aos instrumentos culturais, conforme gráfico abaixo:

GRÁFICO 1 – PERCENTUAL DE PESSOAS QUE NUNCA FREQUENTARAM ALGUMA ATIVIDADE CULTURAL POR NÍVEL DE ESCOLARIDADE

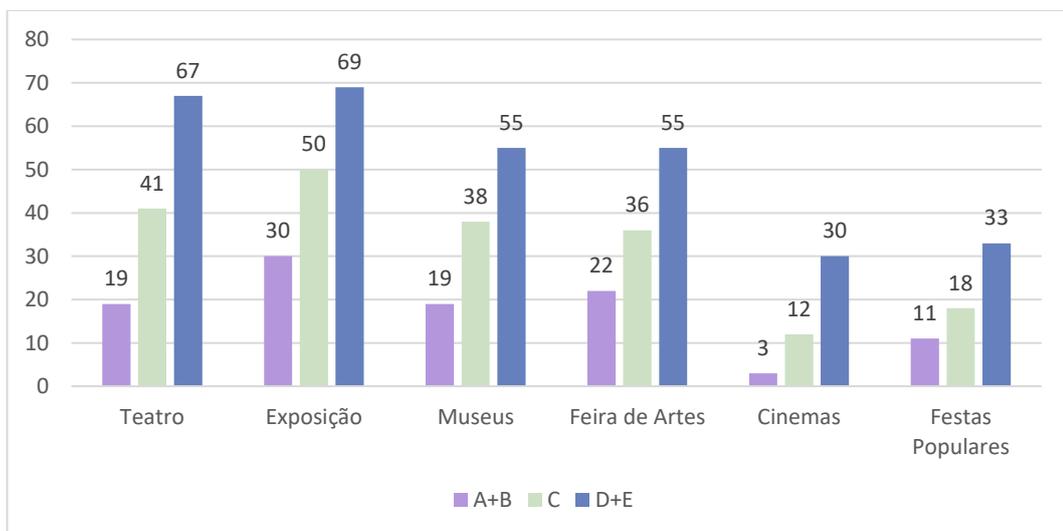


FONTE: Adaptada de LEIVA (2014).

No gráfico pode ser visto a diferença entre o percentual de pessoas que nunca frequentaram alguma das respectivas atividades culturais. Ainda pode ser observado que pessoas com ensino superior tem um grau alto de adesão às atividades culturais com exceção dos concertos, enquanto no ensino médio e fundamental vemos um maior percentual de não frequentadores.

Essa diferença pode ser vista também conforme o nível de renda dos consumidores. No Gráfico 2 pode ser observado como a renda impacta no hábito cultural dos entrevistados.

GRÁFICO 2 – PERCENTUAL DE PESSOAS QUE NUNCA FREQUENTARAM ALGUMA ATIVIDADE CULTURAL POR NÍVEL DE RENDA



FONTE: Adaptada de LEIVA(2014).

Dividindo os consumidores em classes sociais (A, B, C, D e E), pode ser visto que há um forte impacto da renda no consumo e a desigualdade dos pontos percentuais aumenta quando se compara o acesso por renda. Porém, a variável que mais impacta para que as pessoas frequentem ambientes culturais é o de ensino, verifica-se que a categoria que tem mais frequentadores de ambientes culturais é a categoria de pessoas com ensino superior.

A pesquisa reforça a existência de correlação entre nível de ensino, renda e demanda por cultura. Levanta também o questionamento, quanto à retroalimentação da relação entre educação e renda: maiores níveis de renda levam a um maior acesso à educação, maiores níveis de educação, como graduação e especializações, pagam uma renda maior no mercado de trabalho e, como pode ser visto, impacta o acesso à cultura. Um ponto interessante, é de que no estado de São Paulo, 66% das atividades culturais são gratuitas conforme mostra a pesquisa.

Porém, no que diz respeito as atividades mais realizadas pelos entrevistados em seu tempo livre, a pesquisa mostrou que 30% praticam atividades de mídia (assistir televisão e navegar na internet) e 25% afirmam praticar atividades culturais (cinema, leitura e música) em seu tempo livre. A atividade que possuiu maior resposta dentre todas foi assistir televisão. Outras atividades culturais que se destacaram foram cinema, jogos eletrônicos e teatro. Ainda que teatro se destaque, de cada 10 idosos, 4 nunca foram a uma peça de teatro. Entre as atividades menos praticadas ficaram espetáculos de dança, concertos e circo. Se considerarmos a amostra de 25% dos que responderam à pesquisa como 25% dos cidadãos de São Paulo, então temos 4,5 milhões de pessoas que se interessam por atividades culturais. Esse interesse, contudo, está concentrado nas regiões centrais e na zona oeste, a zona leste fica como menor consumidora de cultura do estado.

No que diz respeito a demanda, o simples consumidor atemporal maximizador de utilidade é substituído nos mercados culturais por um indivíduo cujo gosto é cumulativo e, portanto, depende do tempo. O consumo cultural pode ser interpretado como um processo que contribui tanto para a satisfação presente quanto para um acúmulo de conhecimento e experiência que leva o consumo futuro. (THROSBY, 2022)

A pesquisa também mostra que o acesso à cultura cai conforme a idade, sendo que o percentual de pessoas que foram a um evento cultural declina conforme mais velha a pessoa vai ficando. Os jovens de 12 a 24 anos são os que mais têm contato com eventos culturais, enquanto pessoas acima de 60 anos são as que possuem menos contato. Considerando Throsby (2022) e os dados que obtivemos na pesquisa de LEIVA (2014), pode ser percebido uma correlação de anos de estudo e consumo de cultura, mas não indicaria o motivo do menor o consumo da mesma pelos idosos. O que talvez se dê pelo fato de que as políticas públicas relacionadas a

proteção e valorização da cultura no Brasil são recentes. Pode ser, ainda, o fato de os jovens passarem por um processo de maior conexão, disseminação e acesso à cultura através dos meios digitais. Além das dificuldades de locomoção enfrentadas pelos idosos.

Um ponto que costuma ser abordado, e é exemplificado na fala de Klamer (2022) é de que:

Os políticos e as pessoas envolvidas com arte tendem a favorecer os argumentos de equidade. Eles querem nos fazer acreditar que uma política de preços baixos para eventos e produtos culturais reduz o limiar para grupos de baixa renda. A intenção é nobre, mas, como muitas intenções nobres, produz consequências não intencionais. Na realidade, os preços baixos dos produtos culturais beneficiam principalmente aqueles que já usufruem deles e seduzem apenas algumas pessoas desse público-alvo.

Ainda segundo Gingrich *apud* Klamer (2022) “esses subsídios são injustos, porque forçam todos a pagar pela diversão de uns poucos selecionados, geralmente aqueles que tem boas condições financeiras”

Outro ponto de vista é o apontado pelo trabalho de Baumol e Bowen *apud* VALIATI *et al.* (2022), no qual cita:

Segundo os autores, ao oferecer subsídio ao setor cultural, o Estado promoveria uma diminuição dos preços aos quais seriam submetidos os consumidores desses bens e acabaria por implantar uma política de inclusão (e acesso) de uma parcela da população que, caso os preços refletissem os reais custos de produção das obras, estaria excluída do mercado. Além disso, a existência de subsídios à produção de atividades culturais resultaria no aumento da oferta de bens culturais, diminuindo a escassez nesse mercado.

Pode-se assim, notar pensamentos distintos entre as abordagens econômicas das políticas sociais de preços e subsídios na economia da cultura. No entanto, se, mesmo com o auxílio de subsídios à cultura muitos deixam de consumir as atividades desse setor pelos mais diversos motivos, o aumento nos preços dos bens culturais e a ausência de subsídios podem intensificar ainda mais a elitização do acesso à cultura.

Essa percepção não é notada apenas na pesquisa feita no estado de São Paulo, mas foi notada também pelos economistas Heilbrun e Gray (2001) que mostraram, através de um estudo comparativo, que o fator educação influencia mais do que o fator renda no consumo de arte. Sendo assim o setor teria capacidade de geração de renda e um mercado, mas não se desenvolve por não haver um maior público consumidor para a mesma.

Com esses dados podemos perceber que quando tratamos de políticas culturais, tratamos também de políticas sociais relacionadas a renda e educação, políticas de combate à desigualdade e acessos básicos.

A questão da transferência intergeracional do valor cultural depende fortemente de um aumento de capital humano, que possibilita o desenvolvimento de um mercado consumidor para a assimilação da maior oferta de longo prazo desses bens. Além de aumentar a renda pessoal em elevado grau, a ampliação do capital humano pode criar um efeito multiplicador sobre a demanda por arte, transferindo parte desse ativo gerado para a forma de capital cultural (VALIATI *et al.*, 2022)

Para valorar os benefícios da arte precisamos de uma interdisciplinaridade entre as áreas de economia, filosofia, sociologia, arte e demais áreas. Como aparecem nas obras dos autores citados, percebe-se um esforço de incorporar esta interdisciplinaridade às suas análises. Temos a presença de temas que não são considerados estritamente do campo da economia, como educação, legado cultural, simbolismos, além dos temas relacionados ao campo econômico como escolhas, instituições e externalidades.

## 5 DADOS DO FINANCIAMENTO DA CULTURA NO BRASIL

Tendo analisado o contexto das políticas culturais no Brasil, as leis e procedimentos da Lei de Incentivo Fiscal à Cultura, os debates entre os bens privados e públicos, e a discussão dos acessos e demanda do setor, é possível ter uma base para analisar os dados de financiamento do setor, seja ela pela lei de incentivo, ou por investimento direto do governo, despendendo recursos ao setor cultural.

O modelo brasileiro de preservação e de políticas públicas para o setor da cultura é influenciado pelo modelo francês, onde o governo desempenha um papel facilitador ao acesso e manutenção dos bens culturais, mas seu principal mecanismo de financiamento e implementação de projetos se assemelha mais ao modelo norte-americano de renúncia fiscal.

O grosso do financiamento não vem diretamente via decisão do formulador de política pública [...]. Usa as estruturas das empresas que têm isenção fiscal mas em troca fazem a burocracia da escolha dos projetos. Há uma economia de recursos [públicos] brutal e isso é o que acontece com as soluções simultâneas. (VALIATI, 2022).

Para alguns autores (SARKOVAS, 2005; QUEVEDO *et al.*, 2015; COSTA *et al.*, 2017) o uso da Lei Rouanet para delegar o investimento em cultura como uma decisão do setor privado, acaba por apresentar incoerências com o setor público. Dentre elas, o fato de que a decisão de investimento das empresas objetiva benefício próprio, e empresas usariam dos patrocínios que lhe interessariam como forma de publicidade e marketing, apoiando projetos que apresentam retorno comercial, incentivando a arte mercantil. Além do mais, elas poderiam doar para institutos criados pelas próprias empresas, tudo isso utilizando-se de recursos públicos e gerando concentração de investimento regional.

Como um dos possíveis métodos para diminuir o monopólio das empresas nas decisões de investimento da Lei de Incentivo Fiscal à Cultura e aumentar a participação da população nas decisões, é possível a criação de editais públicos. Neles, poderiam ser apresentados projetos de diversos escopos culturais, dentre os quais a população poderia ajudar a escolher os mais interessantes para destinar os investimentos.

Há outro debate quanto a arte se tornar um bem cada vez mais massificado com o objetivo de ser um produto comercializado em alta escala o que, portanto, afetaria sua qualidade. Muito pode ser debatido em torno da massificação de produção de bens – não apenas no setor cultural – e da necessidade de um mercado que esteja sempre em crescimento, típico ao estilo de produção capitalista. Com o advento das novas tecnologias se torna crescente essa preocupação, em que a cibercultura tem o potencial de transformar a maneira como produzimos

bens culturais e como nos relacionamos com o acesso e o consumo desses produtos. Isso pode resultar em uma crescente dependência em relação à dinâmica massificada do capitalismo, impulsionada pelo poder econômico de grandes empresas tecnológicas como o Google, o Facebook e outras. Essa dependência pode, por sua vez, subtrair a capacidade de escolha individual dos produtores (Rüdiger *apud* Aguiar; Aguiar, 2011).

Benhamou (2022) afirma que seria equivocado alegar que haveria uma desvalorização da qualidade da arte pela massificação, já que as indústrias culturais utilizam capital humano, sendo ele relacionado a criatividade e originalidade que geram valor a uma obra. Neste caso, Benhamou quer dizer que mesmo que um filme, série, jogo ou roupa, seja reproduzido em larga escala, a qualidade pode ser mantida, pois ela diz respeito à capacidade de criação de valor do artista, e não da quantidade produzida daquele bem. “Também são criados novos vínculos internos de integração intrassetorial: o sucesso de um filme pode estimular a venda do livro do qual foi adaptado, assim como incentivar a venda do disco que contém sua trilha sonora” (VALIATI *et al.*, 2022).

Além dos bens comercializáveis, existem os bens de patrimônio cultural, para estes Frey *apud* VALIATI (2022) sinaliza o dever de um maior posicionamento do estado. Alguns bens culturais, prioritariamente os bens de patrimônio material e imaterial não apresentam necessariamente uma demanda real que resulte na criação de um mercado. Nestes casos, cabendo ao Estado preservar as expressões culturais que não teriam apoio do mercado, uma vez que a demanda atual não representa a demanda futura e a mesma não pode ser garantida sem a sua continuidade, o que poderia resultar na perda de bens históricos sociais.

Apesar de todos os possíveis debates acerca do papel do estado, do setor privado e dos indivíduos em relação a cultura, em se tratando do papel do estado, existe um ponto em comum entre diversos autores (VALIATI, 2022; MENEZES, 2016; BOLAÑO, *et al.*, 2010): o modelo brasileiro de financiamento público não tem sido eficiente para criar um setor autossustentável e eficiente. Muitas políticas e projetos são descontinuados, o financiamento público não atua como *seed money* (dinheiro germinador/fomentador). Como cita Valiati (2022): “A sensação sempre foi de que o dinheiro injetado nesse modelo não rendia tudo o que podia render, havia muitas distorções. No entanto, nunca aparecia outro modelo melhor”.

Sendo assim, com o intuito de levantar dados referentes ao setor e sua capacidade, a fim de contribuir e enriquecer o debate econômico sobre o setor, procurou-se dados nas diversas plataformas, portais e documentos nacionais, tais como SalicNet, Versalic, Tesouro Nacional,

PNAD Contínua, Perfil dos Estados e Municípios, entre outros. Além de pesquisas realizadas por economistas e acadêmicos de cunho próprio ou em parceria com instituições nacionais e privadas.

### **5.1.SALIC**

A Salic (Sistema de Acesso às Leis de Incentivo à Cultura) é o local onde são cadastradas as propostas de projetos culturais para a lei de incentivo à cultura. Na plataforma governamental ocorrem todas as etapas do projeto, desde seu cadastramento, aprovação, execução e prestação de contas. Também, é o local para comunicação entre o proponente e a Sefic (Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura) a qual faz parte da Secretaria da Cultura.

A plataforma da Salic é reservada para o andamento dos projetos culturais, porém os dados inseridos nela fomentam outras duas plataformas, a Versalic e a SalicNet. Essas duas plataformas disponibilizam dados dos projetos da Lei de Incentivo Fiscal para consulta pública.

A Versalic apresenta informações sobre as propostas apresentadas e projetos aprovados, além de dados básicos sobre os proponentes, incentivadores e até fornecedores. Pode-se ver alguns dados básicos das propostas também. Neles temos acesso a dados como nome, município, valor captado e projeto submetido de cada projeto.

A SalicNet fornece uma ferramenta de tratamento de dados relacionado aos projetos, proponentes e incentivadores. Com uma base de dados que permite extrair relatórios, olhando o conjunto das informações.

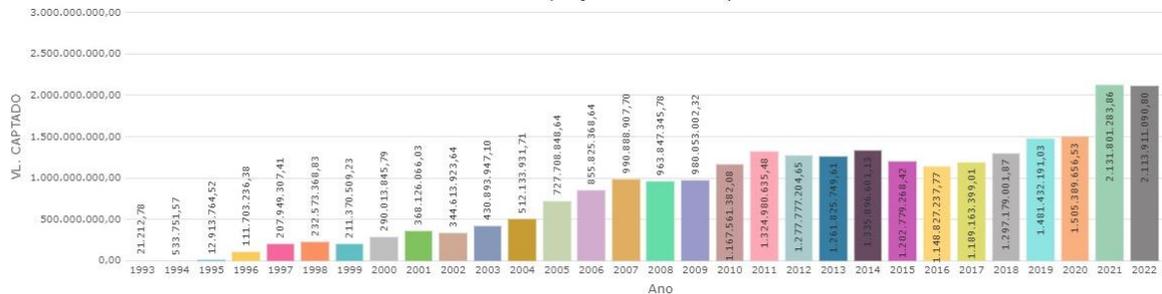
Porém, para a extração dos dados há um certo enviesamento, pois os projetos são registrados conforme o endereço dos proponentes e dos patrocinadores, não refletindo necessariamente os locais onde os projetos são efetivamente executados, por exemplo, uma empresa proponente pode ter sede no estado de São Paulo, mas realizar um projeto em outras localidades. “Assim, a distribuição territorial fica muito prejudicada, não traduzindo a realidade de distribuição dos recursos captados” (MENEZES, 2016), podendo promover uma aparente maior concentração.

#### **5.1.1. SALICNET: VISÃO POR REGIÃO**

Dentro da plataforma da SalicNet podem ser obtidos os dados de captação de recursos anuais desde a criação da Lei de Incentivo Fiscal nº 8.313 em 1991 até o ano vigente de 2023. Desde sua criação em 1991 até o ano de 2023 mais de 79 mil projetos foram apoiados através

do incentivo fiscal e R\$26,5 bilhões de reais foram investidos nesses projetos através dos incentivos fiscais. (SALICNET, 2023).

GRÁFICO 3 – CAPTAÇÃO ANUAL DE RECURSOS DO PRONAC (1993-2022)



FONTE: SalicNet (2023).

No gráfico podemos ver os gastos anuais com cultura no Brasil, desde 1993 até 2022. Pode-se ver um crescimento gradual dos valores investidos em cultura pela lei de incentivo, com destaque para os anos de 2021 e 2022 o qual passaram de R\$2 bilhões investidos ao ano.

Dentre as propostas que foram aprovadas e transformadas em projetos por região – entre o ano de 2009 a 2022 – é possível ver uma forte concentração na região Sudeste, com 65,19% de projetos localizados nessa região, seguida pela região Sul (20,62%), Nordeste (8,33%), Centro Oeste (4,52%) e Norte (1,34%).

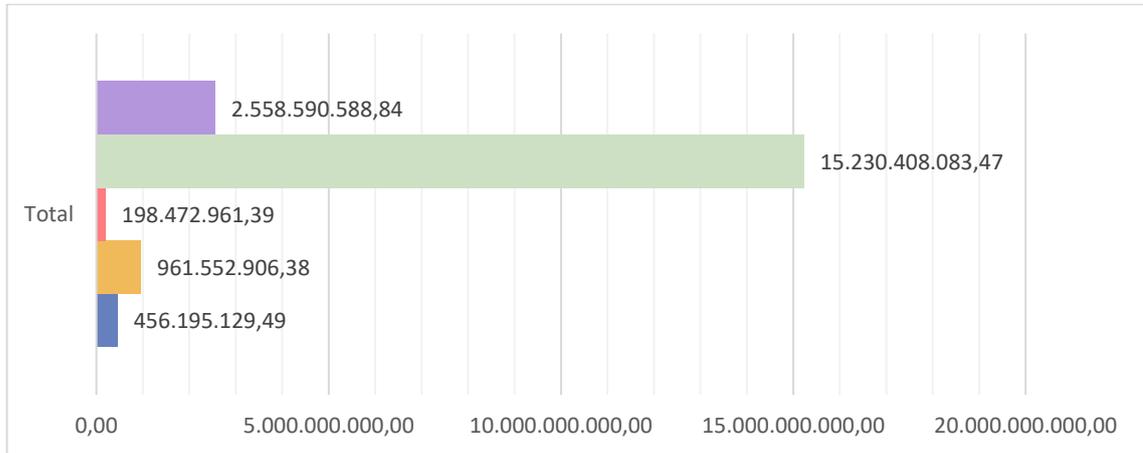
TABELA 1 – QUANTITATIVO DE PROPOSTAS POR REGIÃO TRANSFORMADAS E APROVADAS (2009-2022)

Ano / Região	Centro Oeste	Nordeste	Norte	Sudeste	Sul	Total Ano
2009	218	326	42	3.271	762	4.619
2010	345	587	72	4.905	1.107	7.016
2011	372	694	69	4.722	1.141	6.998
2012	244	497	78	3.865	1.058	5.742
2013	305	517	70	4.278	1.299	6.469
2014	232	513	53	4.123	1.288	6.209
2015	201	502	57	3.867	1.198	5.825
2016	144	324	46	2.516	971	4.001
2017	172	365	75	3.070	1.179	4.861
2018	241	334	124	3.413	1.264	5.376
2019	166	305	103	2.188	1.016	3.778
2020	269	424	75	2.838	1.034	4.640
2021	152	251	44	1.584	605	2.636
2022	144	259	43	1.539	686	2.671
<b>Total Região</b>	3.205	5.898	951	46.179	14.608	70.841
<b>%</b>	4,52%	8,33%	1,34%	65,19%	20,62%	100%

FONTE: Elaboração própria a partir dos dados da SalicNet (2023).

Além disso, pode ser analisado o quantitativo de valor captado pelas regiões no Brasil dentro do mesmo período:

GRÁFICO 4 – VALOR CAPTADO POR REGIÃO CONSIDERANDO A SOMA TOTAL DOS PERÍODOS (2009-2022)



	Total Geral	Percentual
■ Sul	2.558.590.588,84	13,19
■ Sudeste	15.230.408.083,47	78,49
■ Norte	198.472.961,39	1,02
■ Nordeste	961.552.906,38	4,96
■ Centro Oeste	456.195.129,49	2,35

FONTE: Elaboração própria a partir dos dados da SalicNet (2023).

Conforme os valores captados por projetos segundo a plataforma de dados da SalicNet há uma concentração ainda maior. O estado de São Paulo abarca 78,49% das captações, seguido de 13,19% do Sul; 4,96% do Nordeste; 2,35% do Centro-Oeste e 1,02% do Norte.

Para nível de comparação, foi construída uma tabela com a relação do número de habitantes por estado. Os dados são do IBGE, conforme a população estimada para o ano de 2021. A região mais populosa é a Sudeste, e a menos populosa a Norte, porém o Sul que possui apenas 14,25% da população, ultrapassa o número de propostas e de investimento da região Nordeste, a segunda mais populosa.

TABELA 2 – NÚMERO DE HABITANTES PERCENTUAIS POR REGIÃO DO BRASIL (2022)

<b>Região</b>	<b>Nº Habitantes</b>	<b>%</b>
Norte	17.355.778	8,55%
Nordeste	54.657.621	26,91%
Sudeste	84.840.113	41,78%
Sul	29.937.706	14,74%
Centro-Oeste	16.289.538	8,02%
Total	203.080.756	100,00%

FONTE: Elaboração própria a partir de dados do Censo 2022 (IBGE) (2022).

Pode-se assim, observar que há uma desproporcionalidade de investimentos em relação ao número de habitantes por região, além de uma forte falta de investimento na região Norte, que representa apenas 1,34% dos projetos e 1,02% das captações, evidenciando a disparidade gerada pela lei de incentivo. Nota-se também que há um maior interesse de investimento das empresas nas regiões Sudeste e Sul. Levantando algumas hipóteses, segundo Menezes (2016) as maiores empresas brasileiras estão sediadas, em sua maioria, no Sudeste, e, ainda que as mesmas possuam filiais em outros estados, as decisões de investimento ficam centralizadas na matriz, favorecendo a região.

TABELA 3 – NÚMERO DE EMPRESAS POR MATRIZ E FILIAL POR REGIÃO DO BRASIL (2023)

<b>Região</b>	<b>Nº de Empresas</b>	<b>Matriz</b>	<b>Filial</b>	<b>% Total</b>
Sul	4.204.040	4.006.407	197.633	19%
Sudeste	11.102.896	10.718.169	384.727	50%
Norte	1.080.328	1.019.579	60.749	5%
Nordeste	3.708.524	3.531.113	177.411	17%
Centro-oeste	1.969.683	1.876.136	93.547	9%
Total	22.065.471	21.151.404	914.067	100%

FONTE: Elaboração própria a partir dos dados do Painéis do Mapa de Empresas (Brasil) (2023).

Para embasar a perspectiva de Menezes (2016), buscou-se informações mais atualizadas, obtidas a partir do site do Governo Federal no Painel do Mapa de Empresas do Brasil com base no ano de 2022. Nota-se então, um maior número de empresas na região Sudeste (50%) e Sul (19%); seguida por Nordeste (17%); Centro-oeste (9%), e Norte (5%). A maior concentração de matrizes fica na região Sudeste, as quais representam 49% de todas as empresas (filiais e matrizes) do país. Percebe-se então, certa correlação – conforme citado por Menezes – com a quantidade de empresas, o montante investido e o número de propostas das regiões. Isso é evidenciado pelo fato de que a ordem das regiões é a mesma em todos os casos, sendo a região Sudeste em destaque, concentrando metade dos números do Brasil, seguido pela Sul, Nordeste, Centro Oeste e Norte, ainda que as porcentagens em cada caso variem.

Outra hipótese para explicar a concentração de financiamento da cultura trata da existência de uma maior demanda por cultura na região Sudeste e Sul, e por isso haveria maior interesse de investimento pelas empresas nessa região, pois resultaria em maior consumo e retorno da mesma. Essa maior demanda se daria por fatores estruturais regionais. Como já foi analisado, a demanda por cultura é influenciada principalmente pelo nível de educação, seguido também do fator renda. Pode-se considerar, então, que regiões que possuem maior renda e nível de educação, teriam maior interesse no consumo de cultura.

Seguindo essa lógica, para verificarmos se há um real impacto nesse aspecto buscamos o percentual da população com ensino superior completo por regiões federativas do Brasil, e também, a renda média mensal por região.

TABELA 4 – POPULAÇÃO PERCENTUAL COM ENSINO SUPERIOR COMPLETO POR REGIÃO (2022)

<b>Região</b>	<b>Com DF</b>	<b>Sem DF</b>
Sul	20,3%	20,3%
Sudeste	21,3%	21,3%
Centro Oeste	23,6%	19,1%
Nordeste	13,2%	13,2%
Norte	18,1%	18,1%

FONTE: Elaboração própria a partir de dados da PNAD Contínua (IBGE) (2022).

Quanto à média percentual de pessoas com ensino superior completo vê-se, num primeiro momento, que a região que mais se destaca é o Centro Oeste. Porém a média da região é distorcida devido ao Distrito Federal que apresenta o maior nível de população com ensino superior de todo o Brasil, apresentando 37% da população com ensino superior completo, enquanto o estado que possui o maior nível percentual é São Paulo com apenas 25%. Sendo assim, foi feita uma tabela com a média do Centro-oeste considerando o Distrito Federal e uma média sem ele, com o objetivo de não enviesar a comparação.

Portanto, vemos que a região que possui o maior nível de ensino superior é o Sudeste (21,3%), com destaque para o estado de São Paulo; seguido pelo Sul com (20,3%), com destaque o estado de Santa Catarina com 20,8%; Centro Oeste (19,1%) com destaque para o Distrito Federal seguido do estado de Mato Grosso do Sul com 21,2%; Norte (18,1%) com destaque para o estado do Amapá com 21,7%; e Nordeste (13,2%) com destaque para o estado do Piauí com 15,7%.

TABELA 5 – RENDA MÉDIA MENSAL POR REGIÃO – SEM DISTRITO FEDERAL (2012-2021)

<b>Região</b>	<b>2021</b>	<b>2018</b>	<b>2015</b>	<b>2012</b>
Sul	R\$ 2.628,63	R\$ 2.708,25	R\$ 2.668,61	R\$ 2.613,50
Sudeste	R\$ 2.748,12	R\$ 2.839,96	R\$ 2.797,65	R\$ 2.690,63
Norte	R\$ 1.812,33	R\$ 1.923,03	R\$ 1.904,62	R\$ 1.939,23
Nordeste	R\$ 1.648,92	R\$ 1.658,74	R\$ 1.657,24	R\$ 1.577,66
Centro-oest	R\$ 2.661,68	R\$ 2.773,68	R\$ 2.763,81	R\$ 2.762,75

FONTE: Elaboração própria a partir de dados da PNAD Contínua (IBGE) (2023).

Para o indicador de renda foi considerado a renda média mensal por região, apresentadas numa série temporal de 3 anos. É possível ver que num período de 9 anos pouco mudou. Novamente procurou-se fazer uma análise sem o Distrito Federal, pois o mesmo paga o dobro do salário dos estados do Centro-Oeste, assim como paga também a maior média salarial do país – pouco mais de R\$4.000,00. Novamente foi visto a mesma ordem: em primeiro lugar fica a região Sudeste com a maior renda média, seguida do Sul, Centro Oeste, Norte e Nordeste.

No Sudeste e no Sul, ocupando, respectivamente, a primeira e a segunda posição, tanto no percentual da população com ensino superior completo e maior nível de renda, quanto na ordenação das regiões com maior investimento em cultura. No entanto, ao realizar comparações, observam-se divergência na ordem entre o Centro-Oeste, Norte e Nordeste.

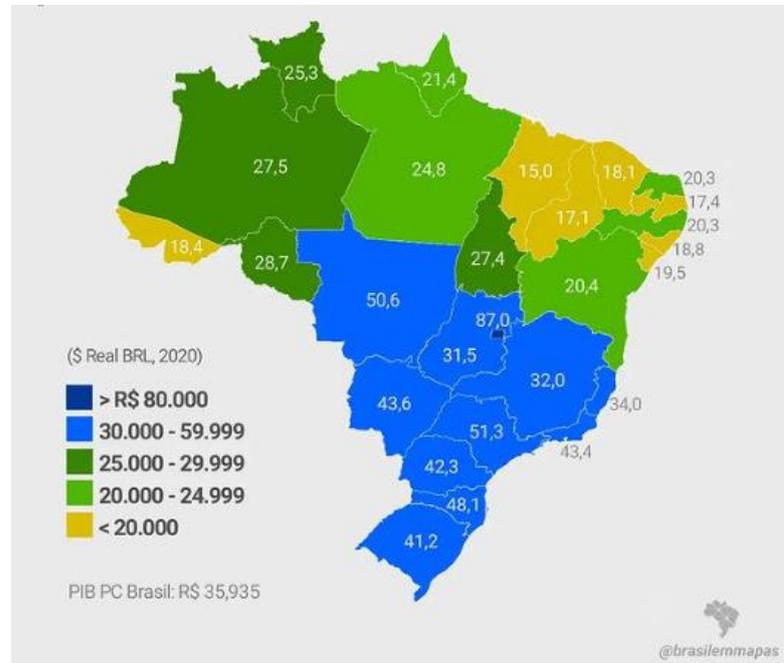
Estamos analisando a renda e a educação, pois partimos do pressuposto que esses componentes afetam a demanda pelos bens culturais. Num primeiro momento, estamos analisando os investimentos no setor cultural pela lei de incentivo à cultura, em que a decisão de quais projetos recebem incentivos são feitas pelas empresas. Mais à frente, analisaremos os investimentos diretos do governo, ou seja, dispêndio orçamentário de estados e municípios, onde a decisão é do setor público. Considerando outro ponto já debatido, de que questões de acessos básicos como saneamento, alimentação, educação e saúde são prioritários, então outra hipótese levantada é a de que algumas regiões priorizam o investimento nesses segmentos, direcionamento um menor valor à cultura.

Isso é importante porque o modelo de desenvolvimento implementado no país, especialmente no pós-guerra, sempre foi orientado no sentido de privilegiar políticas públicas voltadas para a promoção do desenvolvimento dos estados das regiões Sudeste e Sul. Historicamente, essas duas regiões sempre foram beneficiadas com as maiores parcelas dos investimentos governamentais, o que contribuiu para moldar o atual quadro de desigualdades econômicas e sociais, em que as regiões Sul e Sudeste detêm, aproximadamente, 72% do PIB nacional, enquanto o Norte e Nordeste participam com apenas 19%. (MENEZES, 2016)

Ou seja, os estados visam desenvolver outras políticas básicas e segmentos empresariais, antes de voltar seus olhos para o segmento da cultura. No que diz respeito ao PIB per capita

gerado pelos estados e pelas regiões, vemos novamente que o Sudeste e Sul se destacam na produção como citado pelo autor, os dados são do Sistema de Contas Nacionais de 2020 pelo IBGE.

CARTOGRAMA 1 – PIB PER CAPITA POR ESTADOS DO BRASIL (2020)



FONTE: Brasil em Mapas (2022).

NOTA: Dados obtidos pelo Sistema de Contas Nacionais (IBGE) referente ao ano de 2020.

Há, portanto, um desequilíbrio na oferta e demanda de bens culturais dado um componente estrutural do desenvolvimento das regiões, advindo de desigualdades sistêmicas, que acaba por concentrar em espaços de maior representatividade econômica a alocação de recursos para o setor, reforçando e mantendo essa iniquidade. Segundo Menezes (2016) “é indiscutível o maior volume de demanda apresentada pela região Sudeste para ações culturais, seja pela concentração das atividades artísticas, seja pela estrutura de espaços de fruição, seja pela sede das principais e maiores produtoras do país”.

Ademais, a desigualdade de recursos não afeta somente a criação de novos projetos quando se trata do baixo investimento em regiões como o Norte, pois a falta de recursos impacta também a manutenção de bens culturais patrimoniais, como museus e bibliotecas. Os mesmos possuem alto custo de manutenção, e esses custos independem da quantidade de visitantes, em outras palavras, mesmo se apenas 100 pessoas visitarem um museu ou se 2000 pessoas visitarem, o custo fixo de manutenção desses equipamentos culturais será o mesmo. O que pode vir a prejudicar até patrimônios que já existem nessas regiões e precisam de recursos para sua preservação.

### 5.1.2. SALICNET: VISÃO POR ÁREA CULTURAL E POR FAIXA DE CAPTAÇÃO

Voltando ao tema das captações, podemos observar um comparativo por área cultural. A Salic disponibiliza dados do valor total captado nessas áreas no período de 1992-2022, sendo que a coluna de “Investimento Total” abrange todo o investimento captado durante esses anos para suas respectivas áreas.

TABELA 6 – CAPTAÇÃO TOTAL DE RECURSOS POR ÁREA CULTURAL (1992-2022)

Área	Investimento Total*	% do Inv. Total
Artes Cênicas	R\$ 6.715.797.585,44	26,24%
Artes Integradas	R\$ 1.571.149.807,38	6,14%
Artes Visuais	R\$ 3.079.382.929,15	12,03%
Audiovisual	R\$ 2.154.519.366,97	8,42%
Humanidades	R\$ 2.132.236.908,51	8,33%
Museus e Memórias	R\$ 846.251.758,37	3,31%
Música	R\$ 5.430.984.284,15	21,22%
Patrimônio Cultural	R\$ 3.661.447.501,11	14,31%
Total	R\$ 25.591.770.141,08	100%

FONTE: Elaboração própria a partir dos dados da SalicNet (2023).

Podemos então observar que a área que mais atraiu captações foi a de Artes Cênicas (26,24%) e a que menos atraiu foi a de Museus e Memórias (3,31%), porém o que é interessante observar e iremos abordar isso mais ao longo do texto com os dados do Versalic, é de que dentre as instituições (proponentes) que tiveram os maiores valores captados (somando todos os valores já captados por aquela instituição), alguns museus ficam na lista dos doze primeiros. Dentre as 12 instituições que tem o maior valor de arrecadação recebidos ao longo dos anos, estão 5 museus e apenas 2 empresas voltadas à área de artes cênicas. Sendo, uma voltada a produção de musicais, e outra à área de Rádio e TV. Um dos motivos que poderia explicar esse fato é que, apesar do valor captado pelos museus ser menor, esse valor fica concentrados em alguns poucos museus, enquanto no setor de artes cênicas os valores são mais pulverizados entre diversas instituições e companhias.

Dos três setores com maior porcentagem de investimento em relação ao total captado está em primeiro lugar as Artes Cênicas (26,24%), seguida por Música (21,22%) e Patrimônio Cultural (14,31%). Os setores que menos captaram foram respectivamente Museus e Memórias (3,31%), Artes Integradas (6,14%) e Humanidades (8,33%).

Outro fato interessante, é de que as artes visuais estão apenas na 4º posição das áreas com maior investimento (12,03%), e a de museu e memórias em último com (3,31%). Mas,

apesar disso, segundo a pesquisa anual realizada pela The Art Newspaper, uma publicação americana especializada em arte, que faz levantamentos anuais das exposições mais vistas do mundo desde 1996, o Brasil esteve entre as 20 exposições mais visitadas do mundo em 2018 e 2019. E entre os 100 museus mais visitados do mundo em 2020 (18º Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB) - Rio de Janeiro, 75º Instituto Tomie Ohtake e 84º CCBB - São Paulo); 2021 (85º Instituto Tomie Ohtake e 96º Pinacoteca de São Paulo - ambos em São Paulo); e 2022 (34º CCBB - Rio de Janeiro).

Das 10 exposições mais visitadas em 2018, o CCBB (Centro Cultural do Banco do Brasil) do Rio de Janeiro figurou a 11ª posição a exposição com a mostra “Eletronic Language International Festival”, a qual recebeu 264.922 mil visitas, tendo uma média de 5.813 visitas por dia. Em 2019, as exposições brasileiras apareceram em 1º, 2º, 3º, 10º e 20º lugar entre as exposições mais visitadas do mundo, todas também apresentadas pelo CCBB-RJ, com exceção do 2º lugar sendo apresentada no CCBB-BH (Belo Horizonte), a mais visitada delas “DreamWorks” com 663.265 visitas totais e uma média de 11.380 visitas diárias. Todas as exposições mencionadas tiveram entrada gratuita, utilizando-se dos incentivos fiscais da Lei Rouanet.

TABELA 7 – EXPOSIÇÕES MAIS VISITAS DO MUNDO SEGUNDO A THE ART NEWSPAPER (2019)

Daily	Total	Exhibition	Venue	City	Dates
*An asterisk indicates that entrance to the exhibition and the museum was free					
11,380	663,265	*DreamWorks	Centro Cultural Banco do Brasil	Rio de Janeiro	6 FEB-15 APR
9,277	605,674	*DreamWorks	Centro Cultural Banco do Brasil	Belo Horizonte	15 MAY-29 JUL
9,172	598,818	*Ai Weiwei: Root	Centro Cultural Banco do Brasil	Rio de Janeiro	21 AUG-4 NOV
8,931	669,846	Munch: a Retrospective	Tokyo Metropolitan Art Museum	Tokyo	27 OCT-20 JAN
7,808	577,828	Gustav Klimt: Vienna, Japan 1900	Tokyo Metropolitan Art Museum	Tokyo	23 APR-10 JUL
7,735	1,423,170	Tutankhamun: Treasures of Golden Pharaoh	La Villette	Paris	23 MAR-22 SEP
7,697	463,991	To-ji Temple: Kukai and Sculpture Mandala	Tokyo National Museum	Tokyo	26 MAR-2 JUN
7,026	676,503	Jean-Michel Basquiat / Egon Schiele	Fondation Louis Vuitton	Paris	3 OCT-21 JAN
6,188	1,677,000	*Diane Arbus: Box of Ten Photographs	Smithsonian (SAAM)	Washington, DC	6 APR-18-27 JAN
6,019	356,867	*50 Years of Realism: Photorealism to VR	Centro Cultural Banco do Brasil	Rio de Janeiro	22 MAY-29 JUL
5,918	432,000	Van Gogh and the Sunflowers	Van Gogh Museum	Amsterdam	21 JUN-1 SEP
5,857	960,500	*Between Worlds: Art of Bill Traylor	Smithsonian (SAAM)	Washington, DC	28 SEP-7 APR
5,839	1,132,800	*Trevor Paglen: Sites Unseen	Smithsonian (SAAM)	Washington, DC	21 JUN-6 JAN
5,819	913,650	*American Art and Vietnam War 1965-75	Smithsonian (SAAM)	Washington, DC	15 MAR-18 AUG
5,778	198,920	Unrivalled Calligraphy: Yan Zhenqing	Tokyo National Museum	Tokyo	16 JAN-24 FEB
5,629	968,200	*Tiffany Chung: Vietnam, Past is Prologue	Smithsonian (SAAM)	Washington, DC	15 MAR-2 SEP
5,589	687,449	Camp: Notes on Fashion	Metropolitan Museum of Art	New York	9 MAY-8 SEP
5,522	337,639	Anniversary Japan-China Cultural Exchange	Tokyo National Museum	Tokyo	9 JUL-16 SEP
5,454	294,538	Miraculous World of Edo Painting	Tokyo Metropolitan Art Museum	Tokyo	9 FEB-7 APR
5,149	378,846	*Jean-Michel Basquiat: Mugarbi Collection	Centro Cultural Banco do Brasil	Rio de Janeiro	12 OCT-7 JAN

FONTE: The Art Newspaper (2020).

LEGENDA: mostrando a média de visitar diárias, o total visitar durante todo o período da apresentação, qual foi a exposição, por qual instituição e em qual cidade, além das datas de início e fim da exposição.

Esses números mostram o forte interesse por arte que os brasileiros têm, a capacidade do setor na região Sudeste e fornece um vislumbre da capacidade de desenvolvimento do setor em outras regiões menos desenvolvidas nesse segmento.

Um dos possíveis motivos para o Rio de Janeiro aparecer tantas vezes entre as exposições e museus mais visitados do mundo pode ser conforme abordado por Porto (2012) devido a:

Historicamente, a classe média carioca sempre foi uma grande consumidora de cultura, diferentemente de outras que se estruturaram posteriormente no Brasil, como a paulistana ou a mineira. Porque, no Rio, não é preciso ser rico para isso. Os cariocas têm essa peculiaridade e sempre participaram de atividades artística e culturais.

Além disso, há um forte movimento turístico na cidade do Rio de Janeiro, que pode explicar a maior demanda por conteúdos culturais.

Dentre todas as atividades culturais, ao buscar pelos proponentes que ainda estão com projetos ativos no ano de 2023, por faixa de valor de aprovação e captação temos então a seguinte tabela:

TABELA 8 – PROPONENTES E SEUS PROJETOS ATIVOS POR FAIXA DE VALOR DE APROVAÇÃO E CAPTAÇÃO

Faixa de Valor Aprovado	Quantidade	Valor Aprovado	Valor Captado	% do VI. Aprovado
Até R\$ 700.000,00	4.534	R\$ 1.329.906.304,68	R\$ 294.077.882,12	22%
De R\$ 700.000,00 a R\$ 5.000.000,00	2.675	R\$ 7.180.191.109,98	R\$ 2.234.179.101,65	31%
De R\$ 5.000.000,00 a R\$ 10.000.000,00	427	R\$ 2.970.742.068,98	R\$ 1.066.029.560,61	36%
De R\$ 10.000.000,00 a R\$ 20.000.000,00	90	R\$ 1.229.630.526,56	R\$ 386.891.670,06	31%
De R\$ 20.000.000,00 a R\$ 30.000.000,00	31	R\$ 733.939.481,67	R\$ 218.433.177,66	30%
Acima de R\$ 30.000.000,00	52	R\$ 3.943.623.332,06	R\$ 1.218.356.933,37	31%
<b>Total Geral</b>	<b>7.809</b>	<b>R\$ 17.388.032.823,95</b>	<b>R\$ 5.417.968.325,49</b>	<b>31%</b>

FONTE: Elaboração própria a partir de dados da SalicNet (2023).

Na última coluna temos o percentual do valor já captado em relação ao valor total aprovado para os projetos de cada faixa de valor. As propostas até R\$700 mil reais são as que possuem maior quantidade, com 4.534 mil propostas. Essas propostas são consideradas de pequeno porte, porém, são as que possuem menor percentual de valor já captado (22%) em relação ao valor aprovado. As demais faixas de valor possuem certa semelhança nos percentuais já captados. Não podendo assim, auferir que existe prevalência de investimento em segmentos maiores ou menores apenas pelo porte do projeto, talvez, o que possa existir é uma questão de maior dificuldade para promover e divulgar projetos menores, o que explicaria a menor porcentagem de arrecadação.

Em 2016 a APTR (Associação de Produtores de Teatro) publicou em julho do mesmo ano uma pesquisa sobre os 25 anos da Lei Rouanet, coordenado pelo ex-secretário de Fomento e Incentivo à Cultura, Henilton Menezes, a partir de dados do Ministério da Cultura. Os dados mostram que 70% dos projetos realizados são de até R\$500 mil reais. Ou seja, a maior parte dos projetos realizados no Brasil é considerado de porte pequeno, o que demonstra também que há algum nível de distribuição dos investimentos nos projetos culturais, possibilitando não apenas a realização de grandes projetos e grandes instituições, mas também a de projetos menores.

### **5.1.3. VERSALIC: PROPONENTES E INCENTIVADORES**

Este trabalho utilizou também o VerSalic (Portal de Visualização do Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura), mantido pelo Governo, o qual disponibiliza todos os projetos, propostas, proponentes, incentivadores e fornecedores relacionados ao Salic (Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura). Segundo informações apresentadas, há um total de 51.105 mil proponentes; 100.573 incentivadores cadastrados; 332.390 mil propostas; 112.929 mil projetos; e 257.882 fornecedores.

As propostas são os requerimentos apresentados pelos proponentes, ou seja, as propostas de projetos culturais. Os proponentes são os artistas ou instituições responsáveis por apresentar, realizar e responder pelo projeto cultural que visa o recurso. As propostas são apresentadas através do portal Salic com o intuito de obter a aprovação do Ministério da Cultura (MinC) para captar os recursos de incentivo fiscal através da Lei Rouanet. Caso as propostas venham a ser aceitas pelo MinC, elas se tornam projetos e recebem um número de registro, PRONAC. Já os incentivadores são os contribuintes do Imposto de Renda, podendo ser uma Pessoa Física ou Jurídica que utilizará do benefício do incentivo fiscal para fazer a doação ou patrocínio do projeto. Os fornecedores cadastrados juntos ao Versalic, são Pessoas Físicas ou Jurídicas que prestam algum serviço ou fornecem algum bem para a realização do projeto cultural, eles são contratados pelos proponentes. O Versalic mostra mais de 250 mil fornecedores, um número relevante de trabalhadores que são impactados pelo segmento da cultura, que também ajudam a gerar renda e emprego a outros setores da economia.

Ao analisar os dados no portal é possível identificar os 12 maiores proponentes (instituições) baseado no valor total captado por eles, ou seja, o total de valor captado considerando todos os projetos já propostos. Dos 51.105 mil proponentes, os que mais captaram em valor arrecadado foram respectivamente:

TABELA 9 – MAIORES PROPONENTES COM BASE NO TOTAL DE VALOR CAPTADO (1992-2023)

<b>Instituição</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Estado</b>	<b>Nº de projetos</b>
OSESP - Orquestra Sinfonica do Estado de São Paulo	R\$ 240.978.349,67	São Paulo	14
Fundação Orquestra Sinfonica Brasileira	R\$ 240.349.501,91	Rio de Janeiro	14
Fundação Bienal de São Paulo	R\$ 226.931.136,54	São Paulo	20
Instituto Cultural Inothim	R\$ 205.201.080,96	Minas Gerais	14
MASP - Museu de Arte de SP Assis Chateaubriand	R\$ 195.686.383,20	São Paulo	23
Fundação de Apoio à Universidade de São Paulo	R\$ 183.440.514,89	São Paulo	23
Instituto Tomie Ohtake	R\$ 161.906.438,57	São Paulo	19
Instituto Itaú Cultural	R\$ 14.473.000,00	São Paulo	7
T4F Entreterimento S.A	R\$ 138.536.405,60	São Paulo	15
Museu de Arte Moderna de São Paulo	R\$ 137.895.537,06	São Paulo	24
Fundação Roberto Marinho	R\$ 131.620.463,41	Rio de Janeiro	12
Fundação Pe Anchieta Centro Paulista Rádio e TV Ed.	R\$ 124.432.477,28	São Paulo	27

FONTE: Elaboração própria a partir de dados do Versalic (2023).

NOTA: T4F Entreterimento S.A é PJ voltada a produção de musicais.

Percebe-se aqui, que há 5 museus que estão entre os maiores proponentes ocupando respectivamente a 4º, 5º, 7º, 8º e 10º posição, seguido do setor musical que engloba a 1º e 2º posições, e a 9º posição, ocupada por uma empresa voltada a produção de musicais, atuando juntamente com o setor de artes cênicas e de música.

Além disso nota-se uma forte concentração de doações no estado de São Paulo e na região Sudeste, sendo 8 dos 12 proponentes com maior arrecadação do estado de São Paulo, e todos os 12 da região Sudeste do Brasil.

A Tabela 10 mostra os 12 maiores incentivadores (doadores) em relação ao valor total doado:

TABELA 10 – MAIORES INCENTIVADORES COM BASE NO TOTAL DE VALOR DOADO (1992-2023)

<b>Instituição</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Estado</b>	<b>Nº de projetos</b>
Petróleo Brasileiro S.A - Petrobrás	R\$ 1.722.873.201,31	Rio de Janeiro	10994
Vale S/A	R\$ 1.285.297.029,54	Rio de Janeiro	1122
BNDES - Banco Nacional de Des. Econômico e Social	R\$ 610.133.828,92	Rio de Janeiro	1567
Banco do Brasil S.A	R\$ 555.902.809,15	Brasília	6956
Centrais Elétricas Brasileiras S/A - Eletrobrás	R\$ 289.503.932,21	Rio de Janeiro	1826
Vibra Energia S.A	R\$ 252.807.997,25	Rio de Janeiro	2219
Bradesco Vida e Previdência S/A	R\$ 242.482.333,23	São Paulo	386
Banco Itaú S.A	R\$ 219.373.433,22	São Paulo	502
Companhia Brasileira de Metalúrgica e Mineração	R\$ 202.558.333,55	São Paulo	687
Cielo S.A	R\$ 201.353.516,39	São Paulo	363
Redecard S/A	R\$ 161.886.556,12	São Paulo	312
Banco Itaucard S.A	R\$ 150.167.043,03	Minas Gerais	196

FONTE: Elaboração própria a partir de dados do Versalic (2023).

Aqui podemos ver novamente uma concentração na região Sudeste do Brasil, 11 dos 12 incentivadores são do Sudeste, e um deles da região Centro Oeste. Porém, a concentração por estado se altera, sendo 5 maiores incentivadores do estado do Rio de Janeiro e 5 do estado de São Paulo. Além disso, vale ressaltar o ponto que foi mencionado, de que, pode haver uma concentração falsa de incentivadores nessa região, pois os investimentos dessas empresas são registrados nos estados onde o endereço da matriz está registrado.

Dentre os incentivadores mostrados, grande parte advém do setor financeiro (7 deles), seguido de fontes energéticas (3) e mineração (2). Cabe ressaltar que, o número de projetos incentivados pela Petrobrás com 10.994 projetos e do Banco do Brasil com 6.956 projetos, somados, representam 16% dos projetos apoiados.

Os dados acima mostram uma concentração de arrecadação em algumas instituições proponentes, dentre as 3 primeiras, a OSESP (Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo) ficou com um valor médio de captação por projeto de R\$17,2 milhões, seguido da Fundação Orquestra Sinfônica Brasileira com captação média por projeto de R\$17,1 milhões e a Fundação Bienal de São Paulo com R\$11,3 milhões.

Porém, quanto aos incentivadores, existe uma maior pulverização das doações. A Petrobrás por exemplo, instituição que doou maior valor, e que mais doou para diferentes projetos, teve um valor médio das doações de R\$156,7 mil. Quanto, a segunda instituição que mais doou para diferentes projetos, o Banco do Brasil, o valor médio foi de R\$79,9 mil. Ao analisar a Vale, segunda instituição em valor doado, tem-se uma média de doação de R\$1,1 milhão, ou seja, aqui vê-se uma média de doação significativamente diferente. Novamente, a única similaridade apresentada foi a concentração regional de propostas e incentivos, todas advindas do Sudeste.

Segundo pesquisa realizada por Menezes (2016), com dados obtidos pelo Ministério da Cultura para a Lei de Incentivo à Cultura, no ano de 2014, “[a lei] recebeu recursos oriundos de 12.941 investidores, sendo 9.469 de pessoas físicas e 3.472 de pessoas jurídicas”. O autor distribuiu os investidores por região brasileira ao longo dos anos de 2010-2014, apresentando a seguinte tabela:

TABELA 11 – QUANTIDADE DE INCENTIVADORES PF E PJ POR REGIÃO (2010-2014)

	2010	2011	2012	2013	2014	Total	%
Pessoas Físicas	19.843	15.955	16.580	7.906	9.469	69.753	100%
Cento Oeste	4.256	2.695	2.973	146	814	10.884	16%
Nordeste	1.460	966	966	104	243	3.739	5%
Norte	226	186	224	20	61	717	1%
Sudeste	10.858	9.994	10.065	6.608	7.204	44.729	64%
Sul	3.043	2.114	2.352	1.028	1.147	9.684	14%
Pessoas Jurídicas	2.933	3.262	3.221	3.458	3.472	16.346	100%
Cento Oeste	106	147	143	133	129	658	4%
Nordeste	180	228	203	208	210	1.029	6%
Norte	45	62	51	54	72	284	2%
Sudeste	1.758	1.789	1.715	1.785	1.768	8.815	54%
Sul	844	1.036	1.109	1.278	1.293	5.560	34%

FONTE: Adaptada de MENEZES (2016).

NOTA: Dados obtidos pelo Ministério da Cultura no portal SalicNet, consultado em 2015.

Nestes dados, nota-se que o número de pessoas físicas (PF) é maior que o de pessoas jurídicas (PJ). Contudo, existe uma queda nos números de incentivadores pessoas físicas, enquanto as pessoas jurídicas apresentam um gradual crescimento. Seria interessante levantar as hipóteses do motivo da queda do número de investimentos da PF, porém os mesmos, quando vemos em valores monetários, representam apenas uma pequena parcela da contribuição em valores absolutos, como veremos na próxima tabela:

TABELA 12 – INVESTIMENTOS EM CULTURA PF E PJ VALORES ABSOLUTOS E PERCENTUAIS (2010-2014)

Ano	PF		PJ		Total	
	Valor (R\$)	%	Valor (R\$)	%	Valor (R\$)	%
2010	R\$ 15.593.647	1,34%	R\$ 1.150.752.408	98,66%	R\$ 1.166.346.054	100%
2011	R\$ 18.564.598	1,40%	R\$ 1.305.782.429	98,60%	R\$ 1.324.347.027	100%
2012	R\$ 22.293.921	1,75%	R\$ 1.254.531.847	98,25%	R\$ 1.276.825.768	100%
2013	R\$ 23.891.739	1,89%	R\$ 1.237.281.663	98,11%	R\$ 1.261.173.402	100%
2014	R\$ 25.082.936	1,88%	R\$ 1.308.979.776	98,12%	R\$ 1.334.062.712	100%

FONTE: Adaptada de MENEZES (2016).

NOTA: Dados obtidos pelo Ministério da Cultura no portal SalicNet, consultado em 2015.

Mesmo que no ano de 2010 a quantidade de doadores PF tenha sido quase sete vezes maior que dos doadores PJ, as pessoas físicas representaram somente 1,34% dos valores doados, enquanto as pessoas jurídicas representaram 98,66%. Outro ponto, é de que mesmo com uma queda de quase metade dos doadores PF em 2014, o valor doado aumentou, passou de R\$15,5 milhões para R\$25 milhões, representando 1,88% das doações, o que indica que mesmo tendo menos doadores, o valor aportado foi maior.

Quanto à região dos incentivadores, vemos um destaque para a região Sudeste que apresenta 64% das pessoas físicas, e 54% das pessoas jurídicas; seguidos pelo Centro Oeste na PF com 16% e o Sul na PJ com 34%. Isso mostra que a maior parte dos aportes no segmento da cultura para o ano de 2010-2014 vieram das regiões Sudeste e Sul, dado que a categoria PJ tem o maior valor absoluto investido. A região que menos investiu, respectivamente, foi a região Norte com 1% na PF e 2% na PJ.

## 5.2.REPRESENTATIVIDADE DA LEI DE INCENTIVOS FISCAIS DENTRO DOS GASTOS TRIBUTÁRIOS

A representatividade percentual dos impostos que são revertidos em investimentos em cultura será analisada utilizando dados do site da Receita Federal dentre os relatórios de Renúncia Fiscal, o quadro de Demonstrativo de Gastos Tributários (Bases Efetivas) que apresenta a estimativa (em bilhões de reais) da renúncia decorrente das medidas de desoneração vigentes.

Na Tabela 13 encontram-se os gastos tributários dos anos de 2017 a 2022. Na linha “Total Função Cultura” apresenta-se o montante total com os gastos em Cultura, e abaixo as suas subcontas. A linha “Total Tributário” apresenta o montante total de todos os gastos tributários que a União renunciou, e por fim, a última linha mostra a porcentagem que os gastos tributários com cultura representam no total de gastos tributários do governo.

Esses dados são apenas projeções de estimativa de renúncia futura, a projeção é feita com base em dados efetivos para períodos anteriores (série de 5 anos). Mesmo os números sendo estimados e não representando o verdadeiro valor renunciado, o objetivo é utilizar a projeção para mensurar a representatividade da cultura dentro do total de gastos tributários.

TABELA 13 – GASTOS TRIBUTÁRIOS BASES EFETIVAS FUNÇÃO CULTURA (2017-2022)

Cultura	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TOTAL FUNÇÃO CULTURA</b>	R\$ 2.635.545	R\$ 2.825.725	R\$ 3.066.667	R\$ 2.943.105	R\$ 3.357.310	R\$ 3.706.812
Atividade Audiovisual	R\$ 281.932	R\$ 292.324	R\$ 272.751	R\$ 195.774	R\$ 247.575	R\$ 258.970
Entidades sem Fins Lucrativos - Cultural	R\$ 110.371	R\$ 127.914	R\$ 196.744	R\$ 195.187	R\$ 221.156	R\$ 245.126
Evento Esportivo, Cultural e Científico	R\$ 181.503	R\$ 434	R\$ 1.067	R\$ 548	R\$ 642	R\$ 711
Indústria Cinematográfica e Radiodifusão	R\$ 5.103	R\$ 4.465	R\$ 10.293	R\$ 10.212	R\$ 11.571	R\$ 12.825
Livros	R\$ 1.119.288	R\$ 1.007.207	R\$ 995.311	R\$ 987.433	R\$ 1.118.807	R\$ 1.240.067
Livros, Jornais e Periódicos	R\$ 17.665	R\$ 18.069	R\$ 15.004	R\$ 14.885	R\$ 16.865	R\$ 18.693
Programa Nacional de Apoio à Cultura	R\$ 1.094.470	R\$ 1.349.549	R\$ 1.537.889	R\$ 1.525.429	R\$ 1.725.276	R\$ 1.914.156
Programação	R\$ 0	R\$ 19.987	R\$ 27.618	R\$ 7.681	R\$ 8.408	R\$ 8.496
RECINE	R\$ 6.533	R\$ 5.772	R\$ 9.985	R\$ 5.952	R\$ 7.006	R\$ 7.763
<b>TOTAL TRIBUTÁRIO</b>	R\$ 287.936.182	R\$ 311.217.477	R\$ 317.636.047	R\$ 312.363.142	R\$ 276.833.123	R\$ 320.113.345
<b>% Função cultura sobre o total tributário</b>	<b>0,92%</b>	<b>0,91%</b>	<b>0,97%</b>	<b>0,94%</b>	<b>1,21%</b>	<b>1,16%</b>

FONTE: Elaboração própria a partir de dados da Receita Federal (2023).

Pode ser observado que a média dos últimos 6 anos representa o percentual gasto com cultura de 1,02%. Sendo assim, dos impostos que o governo deixa de receber diretamente ao fazer renúncia dessa receita, apenas cerca de 1% seria referente a função cultura, representando assim uma pequena fatia de todas as renúncias fiscais do país. A média de valores absolutos nos últimos 6 anos seria de: R\$3,089 bilhões. Para nível de comparação, se pegarmos os números do portal Salic, para analisarmos os valores reais revertidos para o setor da cultura nos anos de 2017 a 2022, temos então uma média de R\$1,619 bilhões, ou seja, o investimento real está bem abaixo do projetado. Contudo, seguiremos a análise dos valores projetados pelo governo, obtendo assim uma tabela com os valores e o percentual estimado de gasto tributário para cada setor econômico no ano de 2022.

TABELA 14 – GASTOS TRIBUTÁRIOS BASES EFETIVAS POR FUNÇÃO (2022)

Função	Valor absoluto	%
Administração	299.517.429	0,09%
Agricultura	56.348.971.646	17,60%
Assistencia Social	22.378.691.440	6,99%
Ciência e Tecnologia	15.704.313.473	4,91%
Comércio e Serviço	29.260.985.010	9,14%
Comunicações	9.105.658	0,00%
<b>Cultura</b>	<b>3.706.812.203</b>	<b>1,16%</b>
Defesa Nacional	141.421.016	0,04%
Desporto e Lazer	2.629.802.802	0,82%
Direitos da Cidadania	1.719.551.784	0,54%
Educação	15.294.831.215	4,78%
Energia	5.713.256.744	1,78%
Habitação	8.812.903.340	2,75%
Indústria	38.371.202.877	11,99%
Títulos de crédito - Imobiliário e Agronegócio	11.826.928.774	3,69%
Saneamento	24.033.247	0,01%
Saúde	60.127.241.298	18,78%
Trabalho e Previdência	40.807.535.952	12,75%
Transporte	6.936.239.923	2,17%
<b>TOTAL</b>	<b>320.113.345.832</b>	<b>100,00%</b>

FONTE: Elaboração própria a partir de dados da Receita Federal (2023).

Para o ano de 2022 foi estimado um total de R\$3,7 bilhões de reais revertidos em incentivos para o setor da cultura, mas o realizado foi de R\$2,1 bilhões. Nesse cenário de projeção o valor investido no setor de cultura representaria pouco mais de 1% dos incentivos. Tendo como maiores arrecadadores a área de saúde (18,78%); seguida pela agricultura (17,60%); e o trabalho e previdência (12,75%). Os gastos tributários no setor da cultura ficam em 13º posição de percentual investido. A cultura não é a que recebe o menor investimento,

mas fica entre os que recebem menos. É possível observar que, após o setor da saúde, os investimentos concentram-se em áreas correlatas ao trabalho e que desempenham um papel significativo na produção comercial do Brasil, como: agricultura (17,60%); trabalho e previdência (12,75%); Indústria (11,99%); e Comércio e Serviços (9,14%).

### **5.3.DESPESAS ORÇAMENTÁRIAS**

Dos dados que foram apresentados, pode ser visto quanto foi investido em cultura através da renúncia fiscal pela Lei de Incentivo à Cultura, popularmente conhecida como Lei Rouanet. Agora, serão analisados os dados de investimento direto do governo no setor cultural.

As despesas orçamentárias governamentais são os gastos realizados pelo governo para financiar suas atividades e programas. Elas fazem parte do orçamento público, abrangem diversas áreas como saúde, educação, segurança e outras. Essas despesas são financiadas por meio da arrecadação de receitas do governo, como impostos, taxas e contribuições sociais.

O governo estabelece as despesas orçamentárias por meio do processo de elaboração e aprovação do orçamento público, que deve ser submetido ao poder legislativo. Esse planejamento orçamentário é conhecido como LOA (Lei Orçamentária Anual) e consiste em uma estimativa das receitas e uma previsão das despesas para o exercício financeiro subsequente.

#### **5.3.1. BSPN**

O Balanço do Setor Público Nacional (BSPN) apresentado pela Secretaria do Tesouro Nacional (STN) traz um balanço consolidado, nacional e por esfera de governo, das contas públicas dos entes da Federação de acordo com o Art. 51 da Lei Complementar nº101, de 04 de maio de 2000 (LRF). A transmissão dessas informações acontece por meio do Sistema de Informações Contábeis e Fiscais do Setor Público Brasileiro (Sisconfi), e o documento completo encontra-se disponível no site do Tesouro Nacional Transparente.

Ao acessar o BSPN, observa-se a abertura das contas das despesas orçamentárias empenhada<sup>3</sup> por função, o documento é um demonstrativo da execução orçamentária, ou seja,

<sup>3</sup> O empenho de uma receita é a etapa na qual é criada uma obrigação de pagamento para uma determinada despesa do governo, sendo assim, é reservado um montante para pagamento do bem ou serviço quando o mesmo for concluído. Após esse processo existem as etapas de liquidação, recebimento do que foi comprado conforme o acordado, e, por fim o pagamento, onde é feito o repasse do valor ao fornecedor dos serviços. Caso o serviço ou bem demandado não seja entregue ainda no mesmo ano, ou seja, cancelado o pagamento por qualquer motivo, o mesmo não é contabilizado nas contas de despesas orçamentárias, assim, a ordem de empenho é cancelada, e caso o serviço seja concluído apenas no ano seguinte a conta é inscrita então, numa classificação orçamentária denominada “Restos a pagar”.

demonstra informações sobre a execução do orçamento público em um determinado período de tempo – nesse caso será analisado o período de 2002-2021. O BSPN permite avaliar o desempenho e a conformidade com o orçamento aprovado pelo governo. As receitas empenhadas não podem ultrapassar o valor orçado para aquele setor no ano.

Os dados de investimento direto em cultura apresentados no BSPN dos anos de 2002-2021 são apresentados na seguinte tabela:

TABELA 15 – DADOS DA DESPESA ORÇAMENTÁRIA NACIONAL NA FUNÇÃO CULTURA (2002-2021)

Ano	União	%	Estado	%	Município	%	Consolidado	Total %	Total D.O*	% da D.O**
2021	R\$ 1.188	13%	R\$ 3.525	40%	R\$ 4.199	47%	R\$ 8.912	100%	R\$ 5.953.374	0,15%
2020	R\$ 1.203	12%	R\$ 3.592	37%	R\$ 4.950	51%	R\$ 9.745	100%	R\$ 5.385.823	0,18%
2019	R\$ 1.751	19%	R\$ 2.371	26%	R\$ 5.131	55%	R\$ 9.253	100%	R\$ 4.422.574	0,21%
2018	R\$ 1.925	21%	R\$ 2.505	27%	R\$ 4.759	52%	R\$ 9.189	100%	R\$ 4.274.950	0,21%
2017	R\$ 1.829	22%	R\$ 2.339	28%	R\$ 4.238	50%	R\$ 8.406	100%	R\$ 3.966.890	0,21%
2016	R\$ 1.864	23%	R\$ 2.247	28%	R\$ 3.910	49%	R\$ 8.021	100%	R\$ 3.963.616	0,20%
2015	R\$ 1.790	21%	R\$ 2.390	28%	R\$ 4.403	51%	R\$ 8.583	100%	R\$ 3.667.849	0,23%
2014	R\$ 1.761	21%	R\$ 2.629	31%	R\$ 4.136	49%	R\$ 8.527	100%	R\$ 3.434.735	0,25%
2013	R\$ 2.349	26%	R\$ 2.540	28%	R\$ 4.062	45%	R\$ 8.951	100%	R\$ 2.986.291	0,30%
2012	R\$ 1.849	24%	R\$ 2.431	31%	R\$ 3.574	46%	R\$ 7.854	100%	R\$ 2.770.764	0,28%
2011	R\$ 1.360	19%	R\$ 2.271	32%	R\$ 3.462	49%	R\$ 7.093	100%	R\$ 2.523.453	0,28%
2010	R\$ 1.339	19%	R\$ 2.533	36%	R\$ 3.152	45%	R\$ 7.024	100%	R\$ 2.311.118	0,30%
2009	R\$ 1.119	19%	R\$ 2.193	38%	R\$ 2.535	43%	R\$ 5.847	100%	R\$ 2.108.127	0,28%
2008	R\$ 862	17%	R\$ 1.775	34%	R\$ 2.513	49%	R\$ 5.149	100%	R\$ 1.874.838	0,27%
2007	R\$ 727	18%	R\$ 1.427	35%	R\$ 1.965	48%	R\$ 4.119	100%	R\$ 1.739.236	0,24%
2006	R\$ 552	16%	R\$ 1.367	40%	R\$ 1.539	45%	R\$ 3.457	100%	R\$ 1.628.086	0,21%
2005	R\$ 494	18%	R\$ 1.142	41%	R\$ 1.156	41%	R\$ 2.792	100%	R\$ 1.497.712	0,19%
2004	R\$ 324	14%	R\$ 836	37%	R\$ 1.083	48%	R\$ 2.244	100%	R\$ 1.264.929	0,18%
2003	R\$ 231	11%	R\$ 747	35%	R\$ 1.157	54%	R\$ 2.135	100%	R\$ 1.201.065	0,18%
2002	R\$ 239	10%	R\$ 1.309	54%	R\$ 873	36%	R\$ 2.422	100%	R\$ 948.647	0,26%

FONTE: Elaboração própria a partir de dados do BSPN (2023).

NOTA: Valores em milhões; D.O – Despesa Orçamentária Total

LEGENDA: A última coluna apresenta o percentual do valor total (Consolidado) investido em Cultura em relação a Despesa Orçamentária Total (Total D.O)

No balanço, “Cultura” abrange as subcontas de: 1. Patrimônio Histórico, Artístico e Arqueológico; 2. Difusão Cultural; 3. Demais Subfunções. Além disso essa conta não inclui os gastos indiretos – como os impostos que o governo deixou de arrecadar com a política de incentivo fiscal –, são considerados somente investimento direto do governo, e que foi efetivamente realizado.

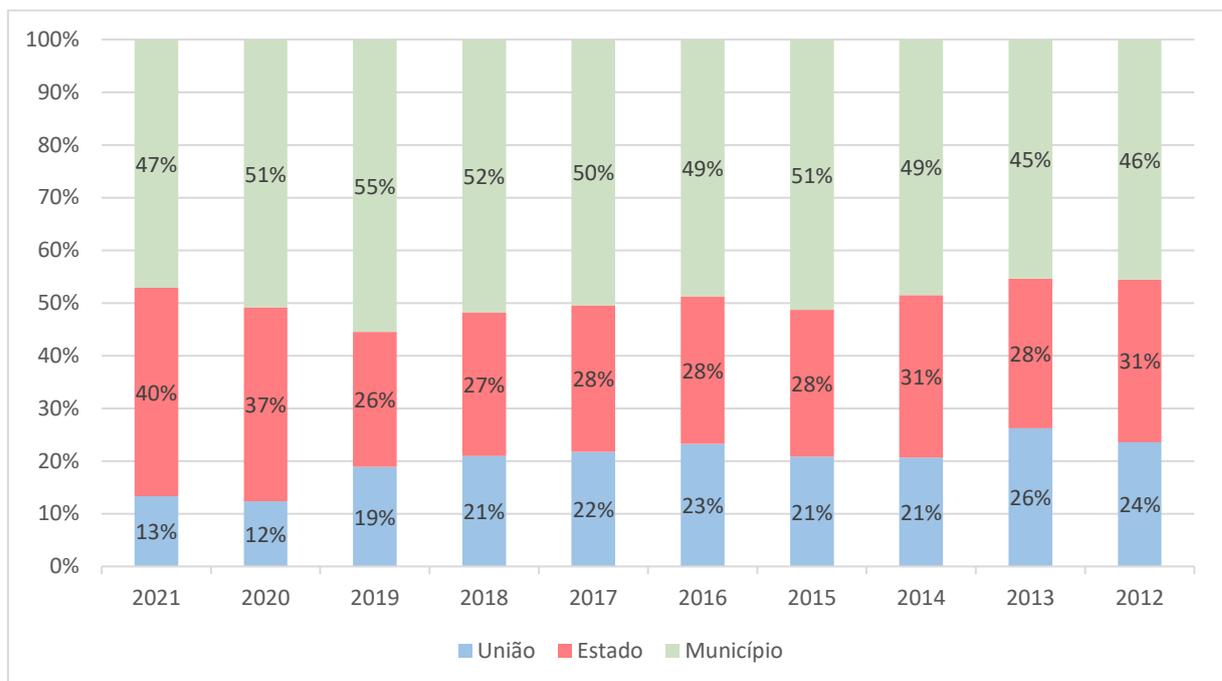
O documento tem dados desde 2000 – ano que foi criada a lei da Lei Complementar nº101/2000 – contudo, apenas passou a contabilizar os valores despendidos pelos estados e

municípios em 2002. A porcentagem média de gasto do governo com a função cultura considerando os anos de 2002-2021 representa 0,23% de gastos diretos no setor.

Através do total gasto com Despesas Orçamentárias apenas 0,15% dos gastos orçamentários foram despendidos com Cultura no Brasil no ano de 2021. Apesar dos anos de 2018-2020 apresentarem o maior nível de investimento em valores absolutos, passando de R\$4 bilhões, ao analisar esse período pelo percentual que foi investido é visto uma queda dos investimentos no setor e, na realidade, o período que mostra maior percentual investido no setor foi de 2008-2013, enquanto o período com menor investimento foi de 2002-2005.

Também é possível analisar os gastos dos últimos 10 anos pelo percentual de participação da União, Estados e Municípios nos dispêndios do setor.

GRÁFICO 5 – PERCENTUAL DE PARTICIPAÇÃO DA UNIÃO, ESTADOS E MUNICÍPIOS NO DISPÊNDIO DO SETOR CULTURAL (2012-2021)



FONTE: Elaboração própria a partir de dados do BSPN (2023).

No ano de 2021, ao analisar a categoria de “Despesas: ‘Função Cultura’” vemos que o valor total gasto com Cultura em 2021 foi de R\$8,9 bilhões, dos quais em 2021: R\$4,2 bilhões foram de Municípios (47,12%), R\$3,5 bilhões foram de Estados (39,55%) e R\$1,1 bilhão foram da União (13,33%).

Para fins de comparação, em 2021 foram revertidos em incentivo fiscal – pela Lei Rouanet – um total de R\$2,1 milhões de reais, esse valor é maior que o investimento da União (R\$1,1 bilhão) em cultura, mas menor que o investimento do Estado (R\$3,5 bilhões) e

município (R\$4,2 bilhões), sendo os municípios os entes que mais investiram em cultura. Esse padrão se repete nos demais anos, o que demonstra a importância da atuação regional. O investimento por parte dos Estados e municípios é vital para os investimentos no setor da cultura, sendo eles que mantêm a maior parte do investimento no setor, possibilitando a realização de projetos locais. À medida que, o governo federal necessitaria de mais investimentos para que fosse atendido adequadamente à demanda do país.

#### **5.4. PIB E MERCADO DE TRABALHO DO SETOR CULTURAL**

O Produto Interno Bruto (PIB) “é a soma de todos os bens e serviços finais produzidos por um país, estado ou cidade, geralmente em um ano” (IBGE, 2023). Usualmente sendo considerado como indicador de crescimento de um país. Ele pode ser calculado de três maneiras diferentes: pela ótica da oferta, da demanda ou da renda. Os dados analisados são a partir da ótica da oferta – ou produção –, onde, calcula-se o PIB somando o valor bruto da produção de todos os bens e serviços produzidos nos setores da economia, menos o consumo intermediário chegando-se no Valor Adicionado Bruto (VAB). Grosso modo, o VAB desconsidera a duplicação na contabilização dos valores, ao retirar o custo dos insumos (matérias-primas e serviços intermediários) do preço final dos produtos, sendo assim, o VAB mede o valor que cada setor econômico adiciona à produção final da economia.

O mercado de trabalho engloba as dinâmicas laborais em uma sociedade, envolvendo a oferta de mão-de-obra para empresas ou empregadores. O mesmo, ainda pode ser dividido entre mercado de trabalho formal e informal. O mercado de trabalho formal refere-se a empregos e relações de trabalho que seguem regulamentações e normas estabelecidas por leis trabalhistas. Por outro lado, o mercado de trabalho informal compreende atividades econômicas e empregos que não seguem as regulamentações formais estabelecidas, não possuindo proteção social legal. Além disso, muitas vezes, esses trabalhadores não participam do sistema de previdência social. Esse mercado de trabalho é dinâmico e sujeito a mudanças que são influenciadas por diversos fatores, como a oferta e demanda, políticas governamentais, avanços tecnológicos e mudanças nas preferências do consumidor. Refletindo assim, as condições econômicas do período.

##### **5.4.1. PIB**

Nos dados obtidos pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) através do Sistema de Contas Regionais (SCR) podemos obter os dados do PIB por setor da economia, os dados são agrupados por segmento de atividade, sendo o da cultura considerado como “Artes,

cultura, esporte e recreação e outras atividades de serviços”, esse agrupamento é feito a partir da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE).

Os números ainda podem estar sub representados, pois na categoria de “Artes, cultura, esportes e recreação” são consideradas as seguintes atividades: 90. Atividades artísticas, criativas e de espetáculos; 91. Atividades ligadas ao patrimônio cultural e ambiental; 92. Atividades de exploração de jogos de azar e apostas; 93. Atividades esportivas e de recreação e lazer. Porém, desconsidera outras atividades – alocando as mesmas em outras categorias – assim não sendo contabilizada como atividades culturais, por exemplo, as seguintes atividades: 74.1. Design e decoração de interiores; 74.2. Atividades fotográficas e similares; 18. Impressão e reprodução de gravações; 32.2. Fabricação de instrumentos musicais; 32.4. Fabricação de brinquedos e jogos recreativos; entre outras.

Ao buscarmos os dados do PIB para o segmento, obtemos a seguinte tabela com dados dos anos de 2011-2020:

TABELA 16 – PERCENTUAL DO VALOR ADICIONADO BRUTO DO PIB NO SETOR DA CULTURA NO BRASIL (2011-2020)

Ano	Total das Atividades			Artes, cultura, esporte e recreação e outras atividades de serviços			% de cultura do total
	Índice de Volume	Índice de Preço	Valor a preço corrente	Índice de Volume	Índice de Preço	Valor a preço corrente	
2011	1,04	1,09	3.720.461,00	1,00	1,08	66.738,00	1,79%
2012	1,02	1,08	4.094.259,00	1,05	1,07	75.092,00	1,83%
2013	1,03	1,08	4.553.760,00	0,98	1,12	82.124,00	1,80%
2014	1,00	1,09	4.972.734,00	1,05	1,06	91.339,00	1,84%
2015	0,97	1,07	5.155.601,00	0,93	1,06	90.170,00	1,75%
2016	0,97	1,08	5.419.822,00	0,93	1,11	92.935,00	1,71%
2017	1,01	1,03	5.671.926,00	1,01	1,06	99.254,00	1,75%
2018	1,02	1,04	6.011.150,00	1,05	1,05	109.383,00	1,82%
2019	1,01	1,05	6.356.684,00	1,04	1,06	119.976,00	1,89%
2020	0,97	1,07	6.594.937,00	0,88	1,01	106.372,00	1,61%

FONTE: Elaboração própria a partir de dados do Sistema de Contas Regionais (IBGE) (2023).

NOTA: Valores em bilhões

Temos então uma média de 1,79% de participação da cultura no PIB durante os dez anos analisados, não há uma mudança muito representativa dessa porcentagem a não ser no ano de 2020, onde o percentual fica em 1,61%. Nesse período o país e principalmente o setor, foram afetados pela crise economia da Covid-19, que será abordada mais à frente na seção 6. A mesma causou forte impacto na produção cultural, assim como nos níveis de emprego.

TABELA 17 – PERCENTUAL DO VALOR ADICIONADO BRUTO DO PIB NO SETOR DA CULTURA POR REGIÃO DO BRASIL (2011-2020)

Ano	Total das Atividades					Artes, cultura, esporte e recreação e outras atividades de serviços				
	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro Oeste	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro Oeste
2011	R\$ 214.003	R\$ 510.714	R\$ 2.056.871	R\$ 592.169	R\$ 346.704	R\$ 2.438	R\$ 8.609	R\$ 38.496	R\$ 10.871	R\$ 6.324
2012	R\$ 228.670	R\$ 569.919	R\$ 2.259.375	R\$ 650.467	R\$ 385.829	R\$ 2.920	R\$ 9.854	R\$ 42.904	R\$ 11.957	R\$ 7.457
2013	R\$ 259.115	R\$ 634.112	R\$ 2.480.879	R\$ 755.315	R\$ 424.338	R\$ 3.184	R\$ 10.779	R\$ 47.180	R\$ 12.899	R\$ 8.082
2014	R\$ 272.739	R\$ 709.014	R\$ 2.696.169	R\$ 815.866	R\$ 478.946	R\$ 3.639	R\$ 12.051	R\$ 52.745	R\$ 14.067	R\$ 8.837
2015	R\$ 284.652	R\$ 748.112	R\$ 2.740.336	R\$ 869.719	R\$ 512.782	R\$ 3.393	R\$ 12.479	R\$ 51.633	R\$ 14.110	R\$ 8.554
2016	R\$ 300.799	R\$ 792.530	R\$ 2.838.141	R\$ 925.268	R\$ 563.084	R\$ 3.431	R\$ 13.033	R\$ 54.062	R\$ 13.702	R\$ 8.708
2017	R\$ 328.770	R\$ 839.599	R\$ 2.950.816	R\$ 967.079	R\$ 585.662	R\$ 3.544	R\$ 13.575	R\$ 58.088	R\$ 14.865	R\$ 9.183
2018	R\$ 345.177	R\$ 881.795	R\$ 3.138.276	R\$ 1.027.010	R\$ 618.893	R\$ 4.001	R\$ 14.242	R\$ 63.891	R\$ 17.215	R\$ 10.034
2019	R\$ 373.470	R\$ 917.020	R\$ 3.322.643	R\$ 1.093.668	R\$ 649.883	R\$ 4.635	R\$ 15.482	R\$ 70.007	R\$ 18.957	R\$ 10.895
2020	R\$ 426.154	R\$ 948.483	R\$ 3.384.924	R\$ 1.125.656	R\$ 709.720	R\$ 4.525	R\$ 14.001	R\$ 61.130	R\$ 16.514	R\$ 10.202
<b>Total</b>	<b>R\$ 3.033.549</b>	<b>R\$ 7.551.297</b>	<b>R\$ 27.868.429</b>	<b>R\$ 8.822.217</b>	<b>R\$ 5.275.841</b>	<b>R\$ 35.710</b>	<b>R\$ 124.105</b>	<b>R\$ 540.135</b>	<b>R\$ 145.157</b>	<b>R\$ 88.276</b>
<b>%</b>	<b>5,77%</b>	<b>14,37%</b>	<b>53,03%</b>	<b>16,79%</b>	<b>10,04%</b>	<b>3,83%</b>	<b>13,30%</b>	<b>57,87%</b>	<b>15,55%</b>	<b>9,46%</b>

FONTE: Elaboração própria a partir de dados do Sistema de Contas Regionais (IBGE) (2023).

NOTA: Valores em bilhões

Ao analisar a contribuição da cultura no PIB por região vemos que a região que apresenta maior contribuição do total do setor cultural é o Sudeste, que corresponde a 58% do valor do PIB do setor cultural. As demais regiões representam: Sul (16%); Nordeste (13%); Centro Oeste (9%); e Norte (4%). Os percentuais da cultura são proporcionais ao mesmo percentual de participação total dos estados no PIB. Assim vemos que há uma disparidade na produção de valor agregado, não apenas no valor cultural, mas também em todos os segmentos econômicos.

Das regiões que mais contribuíram com o PIB no ano de 2020 temos: o estado de São Paulo (35,3%); Rio de Janeiro (10,9%); Minas Gerais (9,9%); Paraná (6,0%); Rio Grande do Sul (5,3%); Santa Catarina (4,2%); Distrito Federal (3,8%); e Bahia (3,6%). As que ficam com menor taxa de produção são: Roraima (0,1%); Amapá (0,1%); Acre (0,2%); e Tocantins (0,4%). Todos os menores PIBs estão concentrados na região Norte. Os três maiores PIBs estão concentrados na região Sudeste, com exceção do estado do Espírito Santo. Todos os estados da região Sul fazem parte do grupo de maior percentual do PIB. A Bahia em todos os anos, com exceção de 2020, apresenta maior percentual de contribuição que o Distrito Federal, sendo assim, com exceção da Bahia, todos os estados mantêm a mesma posição na contribuição percentual do PIB nos demais anos.

Vale comparar o dispêndio governamental feito no setor na cultura, mostrado na Tabela 15, onde vemos o percentual do total de despesas orçamentárias – somando união, estados e municípios – investidas no setor da cultura, e compararmos com a geração de PIB pelo setor cultural:

TABELA 18 – PERCENTUAL DE DESPESAS COM CULTURA E PERCENTUAL DO VALOR GERADO NO PIB COM CULTURA (2011-2020)

Ano	% do D.O.*	% do PIB
2011	0,28%	1,79%
2012	0,28%	1,83%
2013	0,30%	1,80%
2014	0,25%	1,84%
2015	0,23%	1,75%
2016	0,20%	1,71%
2017	0,21%	1,75%
2018	0,21%	1,82%
2019	0,21%	1,89%
2020	0,18%	1,61%

FONTE: Elaboração própria a partir de dados do Sistema de Contas Regionais (SCR-IBGE) e Balanço do Setor Público Nacional (BSPN) (2023).

NOTA: D.O – Despesa Orçamentária Total.

Mesmo não apresentando grande parte do dispêndio do governo no setor, a cultura apresenta percentual de participação no PIB maior que o percentual de dispêndio direto do governo, mostrando o potencial do investimento no segmento.

Conforme mencionado anteriormente, levando em consideração a possibilidade de sub-representação dos números, buscou-se análises adicionais do Produto Interno Bruto (PIB) sob a perspectiva da produção, abrangendo não apenas o setor cultural, mas também as indústrias criativas e outros setores relevantes. Segundo Menezes (2016):

A cadeia produtiva associada com a economia da cultura é formada pelas atividades de audiovisual, música, publicação de livros, mídia (todas as formas), indústria criativa, como moda, arquitetura, publicidade, design gráfico, design de produtos e de interiores, turismo cultural e pelas manifestações artísticas e instituições culturais como artes cênicas, artes visuais, cultura popular, patrimônio material, arquivos, bibliotecas, eventos, festas e exposições.

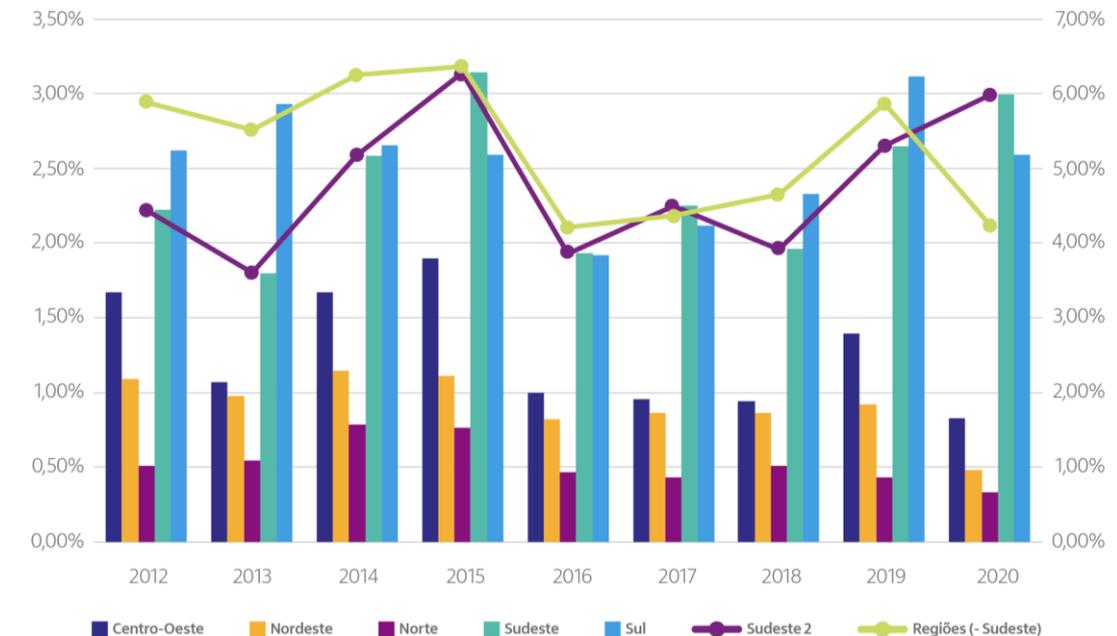
Ainda segundo Howkins *apud* Valiati (2022) também poderíamos incluir as atividades de pesquisa e desenvolvimento (P&D), o software, os brinquedos e os jogos eletrônicos. A indústria criativa é um segmento relativamente mais recente, que faz parte das manifestações e produções culturais, o termo indústria criativa ou economia criativa vem ganhando força ao longo dos anos, segundo a UNCTAD (2012) “A economia criativa é um conceito em evolução baseado em ativos criativos potencialmente geradores de desenvolvimento econômico”.

Deste modo o Observatório Itaú Cultural (OIC) (2023) analisou a participação da Economia da Cultura e das Indústrias Criativas (ECIC) no PIB, os dados são referentes ao período de 2012-2020, obtidos através dos dados da PNAD Contínua (Pesquisa Nacional por Amostra e Domicílios Contínua) do IBGE.

A Região Sudeste tem a maior contribuição da economia criativa ao PIB, variando de 1,80% a 3,14% durante o período analisado. A Região Sul também tem uma contribuição significativa, variando de 2,12% a 3,11%. Já as regiões Centro-Oeste, Nordeste e Norte têm contribuições menores, variando de 0,43% a 1,90%, sendo a Região Norte a que apresenta a menor contribuição. (OIC, 2023)

Além disso em 2020, como já havíamos visto, o setor da cultura apresentou uma queda significativa na participação do PIB.

GRÁFICO 6 – CONTRIBUIÇÃO DA ECIC AO PIB DE CADA REGIÃO (2012-2020)

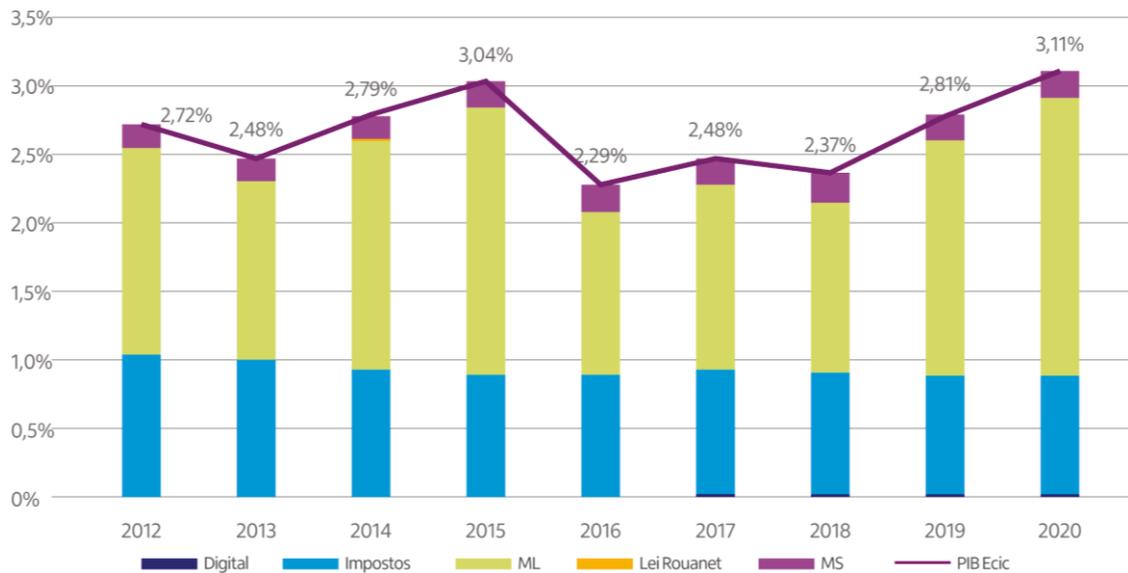


FONTE: Observatório Itaú Cultural (2023).

O OIC procurou também analisar a taxa acumulada de crescimento para cada região em termos reais, ou seja, considerando os efeitos da inflação no período de (2012-2020), mostrando que o maior crescimento foi na região Sudeste (131%); seguido da região Sul (88%); Centro-Oeste (62%); Norte (56%); e Nordeste (0,55%), região onde o crescimento acumulado foi quase inexistente.

Contudo, ao olharmos a participação do ECIC no PIB como um todo vemos que em 2020 a participação de todas as regiões federativas representa 3,11% do PIB produzido na economia brasileira. Os indicadores apresentam certa volatilidade ao longo do período, conforme o Gráfico 7:

GRÁFICO 7 – PIB DA ECIC NO BRASIL DESAGREGADO POR COMPONENTES (2012-2020)



FONTE: Observatório Itaú Cultural (2023).

Aqui vemos uma estimativa de PIB maior do que o calculado através dos dados da SCR apenas para o setor de “Artes, cultura, esportes e recreação”. Vemos que a média para os anos de 2012-2020 é de 2,63%. Dentre os dados, foi estimado um crescimento do setor nos últimos anos, em média 0,26% do setor. Segundo o OIC (2023), o motivo pode estar relacionado “à tendência de valorização do conhecimento, maior demanda por criatividade e alterações no padrão de consumo das famílias”. Dentro do PIB da ECIC as áreas que mais representaram participação para o ano de 2020 foram respectivamente: Desenvolvimento de software e jogos digitais; Arquitetura; Publicidade e serviços empresariais; Moda; Design; Atividades Artesanais; Museus e Patrimônio.

Observa-se que há momentos de crescimento e decréscimo da participação dos setores culturais e criativos no PIB que pode ser explicado pelo contexto conjuntural do país, “observa-se que o PIB da ECIC segue uma tendência cíclica, com seus movimentos de expansão ou contração sendo determinados pelo comportamento dos gastos públicos, contexto externo e, finalmente, pela própria dinâmica do PIB do Brasil” (OIC, 2023). O contexto global e principalmente os gastos do governo influem fortemente em relação a retração e expansão de todo o PIB. Assim como o setor, nos anos de 2012-2015, podemos notar uma expansão no PIB devido a maiores gastos governamentais com o objetivo de diminuir o impacto da crise de 2008. Já no período de 2015-2017, os gastos foram reduzidos, sendo adotada a política de austeridade fiscal, impactando o desempenho da ECIC. (OIC, 2023). Pode-se observar um movimento

similar na Tabela 16 onde vemos que de 2012-2014 há um aumento do percentual de participação do PIB, reduzindo em 2015 e 2016.

A desagregação do PIB a partir de seus componentes mostra que, o mesmo é dividido pela massa de lucros (ML) que representa 58%, sendo a maior parte do PIB da ECIC, e 1,57% do PIB total nacional; seguida pelos impostos que representam (34%); massa salarial (MS) (7,5%); Digital; e por fim, pela Lei Rouanet. As duas últimas categorias juntas, representam 1%. Vemos que a Lei Rouanet representa taxa muito pequena dentro de toda produção do PIB.

A Massa Salarial refere-se ao montante total de dinheiro pago aos empregados, incluindo salários, remunerações e benefícios. A Massa de Lucros, por outro lado, refere-se ao montante total de lucro gerado pelas empresas. A relação entre MS e ML pode variar dependendo de uma série de fatores, incluindo a indústria, condições de mercado e políticas governamentais. (OIC, 2023)

No caso da ECIC, constatou que a ML é 4,5 vezes maior que a MS, logo há certa correlação entre estados que possuem mais empresas também possuem maiores taxas de contribuição com o PIB.

A ECIC ganha destaque ao apresentar um PIB similar em termos de grandeza a setores tradicionais da economia brasileira, como é o caso dos setores de construção civil, indústria extrativa e transporte, que para o ano de 2020 alcançaram 3,6%, 3,1% e 3,6% do PIB nacional respectivamente. (OIC, 2023).

Cabe ressaltar, o fato de que o PIB da cultura é formado em 58% pela massa de lucro, aqui devemos considerar que bens públicos, como bibliotecas públicas, museus, espaços culturais regionais e dentre outros, não tem por objetivo fim o lucro, sendo assim, apesar de não gerarem representativo lucro na ML, os mesmos ainda podem gerar lucro na massa salarial, e representar outros impactos sociais à comunidade que não são somados no PIB.

Como se observa nos dados do PIB, a economia da cultura tem capacidade de criar oportunidades de emprego e aumentar a renda, o que a posiciona como um componente estratégico na dinâmica econômica do país. Além disso, a economia da cultura demonstra efeitos multiplicadores em outros setores da economia e está intrinsecamente relacionada à formação de capital humano que desempenha papel determinante na competitividade de um país ou região.

#### **5.4.2. MERCADO DE TRABALHO**

Os dados para o mercado de trabalho da Economia da Cultura e das Indústrias Criativas (ECIC) são apresentados trimestralmente, onde os dados mais recentes obtidos foram do 2º semestre de 2023 (2T23). Eles podem ser analisados para se ter uma ideia do panorama do

setor, e também, comparar com mesmo período do ano anterior. Quando se compara os períodos é possível observar uma queda total de 142 mil postos de trabalhos, -2% do setor.

TABELA 19 – TRABALHADORES DO BRASIL E DA ECONOMIA CRIATIVA SEGUNDO FORMALIDADE OU INFORMALIDADE (2T22-2T23)

Segmento da economia	Formalidade	2022.2	2022.3	2022.4	2023.1	2023.2	Varição 2023.1 - 2023.2	Varição 2022.2 - 2023.2
<b>Em valores absolutos</b>								
Total de trabalhadores da economia	Formal	58.982.718	60.124.462	60.816.063	59.707.019	60.176.061	1%	2%
	Informal	39.286.259	39.144.725	38.553.709	38.117.948	38.733.504	2%	-1%
Economia criativa	Formal	4.647.174	4.679.456	4.735.826	4.528.614	4.564.966	1%	-2%
	Informal	2.851.491	2.747.080	2.724.455	2.641.583	2.793.293	6%	-2%
<b>Em %</b>								
Total de trabalhadores da economia	Formal	60%	61%	61%	61%	61%		
	Informal	40%	39%	39%	39%	39%		
Economia criativa	Formal	62%	63%	63%	63%	62%		
	Informal	38%	37%	37%	37%	38%		

FONTE: Observatório Itaú Cultural (2023).

No período de 2T23 há um total de 7.358 milhões de ocupados no setor, sendo 62% do setor formal e 38% do setor informal, proporcional a taxa da economia total. Contudo, quanto ao setor informal, conforme cita Coutinho *apud* Seganfredo (2021) “Esses critérios de polivalência e flexibilidade, que são usualmente apresentados como positivos, significam mais intensidade, acúmulo de atividades, insegurança e subjugação do processo criativo”.

Os trabalhadores formais e informais do segmento criativo, são 7,44% dos trabalhadores da economia do Brasil, demonstrando que o setor possui alta capacidade de gerar empregos e renda para uma taxa significativa da economia. Do número total de ocupados, 3.078 milhões possuem ensino superior completo, e 2.864 milhões possuem ensino médio completo ou equivalente. Os demais 1.416 milhões possuem ensino fundamental completo, incompleto ou sem instrução. Apenas 4% desses trabalhadores exercem sua profissão em área rural, sendo 96% deles em área urbana.

Dos trabalhadores formais conseguimos ver os impactos positivos e negativos no número de ocupados no setor. Os maiores impactos positivos foram nas áreas de Museus (+78%); Design (+27%); e Desenvolvimento de Software e Jogos Digitais (+20%). E as maiores baixas foram nos setores de Artes Visuais (-16%); Editorial (-13%); e Atividades Artesanais (-11%). Além disso apenas seis áreas apresentaram crescimento, enquanto oito áreas apresentaram decréscimo.

GRÁFICO 8 – SÉRIE HISTÓRICA TOTAL DE TRABALHADORES NO SETOR CRIATIVO DO BRASIL (2T12-2T23)

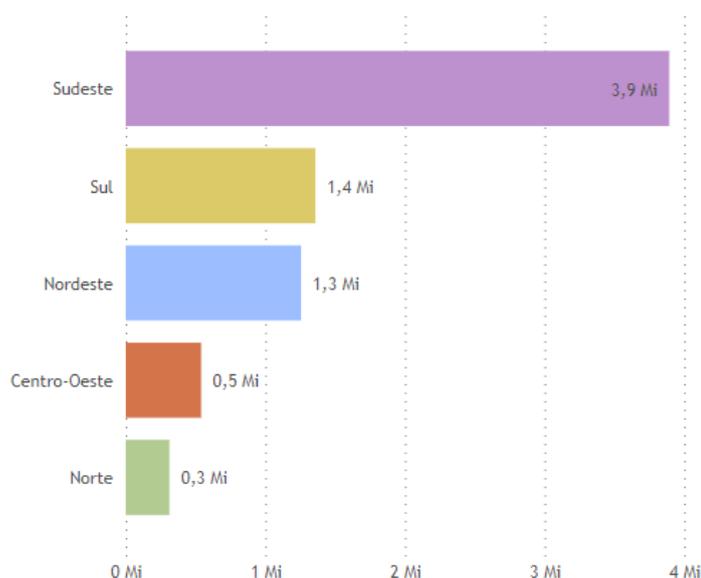


FONTE: Observatório Itaú Cultural (2023).

Na série histórica do número de trabalhadores do ECIC o período de maior baixa foi no 2º trimestre 2020 com 6,0 milhões de ocupados, e o período de maior pico foi no 2º trimestre de 2022 com 7,4 milhões. Isso mostra que a queda e alta dos empregos na área estão relacionadas com o PIB, a produtividade do setor e com o comportamento da economia brasileira.

Analisando o período mais recente o 2º semestre de 2023, ao ver o número de trabalhadores por região percebe-se uma concentração de 53% na região Sudeste; Sul (19%); Nordeste (18%); Centro-Oeste (7%); e Norte (4%).

GRÁFICO 9 – NÚMERO DE TRABALHADORES ECIC POR REGIÃO (2T23)



FONTE: Observatório Itaú Cultural (2023).

Quanto aos estados que mais apresentaram aumento e queda da massa salarial no setor estão em destaque: Alagoas (+24%); Mato Grosso do Sul (+17%); Maranhão e Paraná (+10%); Roraima (-26%); Amazonas (-17%); e Tocantins (-14%). Sendo que houve aumento em 13 estados, além do Distrito Federal, e queda em 13 estados.

### **5.5.RETORNO DO VALOR FINANCIADO**

Com o objetivo de analisar o retorno do investimento feito através da Lei de Incentivo à Cultura e seus impactos econômicos, Gustavo Barbosa (FGV) utilizou a matriz-insumo produto e seu efeito multiplicador. Ele fez duas pesquisas, uma para o estado de São Paulo, e outra para o Brasil.

Os chamados impactos “multiplicadores” ou de “segunda rodada” de um projeto de investimento público representa como as mudanças nos gastos, investimento ou despesa podem ter um impacto multiplicado sobre o Produto Interno Bruto (PIB) assim como na atividade econômica.

A importância da economia da cultura pode ser medida pela dimensão da cadeia produtiva que a compõe, sendo formada por atividades ligadas diretamente aos setores culturais, bem como por outros setores impactados pela produção de bens e serviços não necessariamente culturais. (MENEZES, 2016).

O primeiro estudo, realizado por Gustavo Barbosa, a pedido do MinC em 2018, analisa os dados do Brasil nos anos de 1991-2018, que mostram que a cada R\$1,00 gasto em projetos da Lei de Incentivo Fiscal à Cultura, a sociedade recebe um retorno de R\$1,59, ou seja, um retorno 59% maior em relação ao valor investido, mostrando que a lei impulsiona a economia e gera dividendos ao país.

A pesquisa analisou 53.368 projetos realizados em 27 anos da lei. Os dados foram obtidos pelo portal Salic. A pesquisa procurou identificar a cadeia de valor da área cultural, e seu impacto direto e indireto. Para identificar tal cadeia foram correlacionados os setores que compõem a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), junto às atividades listadas pelos proponentes dentro do portal Salic. A relação das atividades foi obtida analisando o impacto que cada uma possui dentro da economia brasileira, utilizando a Matriz de Insumo Produto (MIP) fornecida pelo IBGE, gerando assim o multiplicador de cada área.

A MIP cruza todas as atividades da economia umas com as outras, de modo a saber o impacto gerado por cada atividade, isoladamente, em todas outras. Ao final, a soma do percentual dos impactos da atividade em todas as demais mostra seu impacto total na economia. (BARBOSA *apud* BRASIL, 2018).

Durante o período foi gerado R\$31,2 bilhões em renúncia fiscal, valor corrigido pelo IPCA, esse dinheiro aplicado na economia gerou um retorno de R\$49,7 bilhões, ou seja, um total de R\$18,5 bilhões positivos à economia, mostrando que o dinheiro investido pelos contribuintes apresentou retorno. “O índice de alavancagem (R\$ 1,59) é obtido por meio da divisão do impacto total (R\$ 49,8 bilhões) pelo impacto direto (R\$ 31,2 bilhões)” (BARBOSA *apud* BRASIL, 2018).

Para o cálculo foi considerado a cadeia de valor pela ótica da oferta, não foram considerados os impactos pela ótica do consumo, que levaria em consideração gastos com hotéis, transporte, alimentação local, que viriam do turismo centrado naquele evento, caso esses dados tivessem sido considerados o impacto poderia ser maior. Segundo a pesquisa de Barbosa, o impacto do setor econômico atinge 68 atividades econômicas diferentes, incluindo turismo, finanças, setor alimentício e transporte.

O estudo também mostrou o impacto por atividade dentro do setor desde 1993. O setor de patrimônio cultural teve maior representatividade com R\$12,1 bilhões; seguido por artes cênicas com R\$11,8 bilhões; e música com R\$10,4 bilhões. Os setores de artes visuais, audiovisual e humanidades representaram R\$5 bilhões cada uma. Sendo que a área de humanidades é a que apresentou a maior alavancagem do setor com um retorno de R\$1,69. Deve ser levado em consideração que a área de humanidades – que contempla o setor editorial – demanda custos menores que, por exemplo, a área de manutenção do patrimônio cultural, porém seu impacto é maior (BARBOSA *apud* BRASIL, 2018). A variação ocorre porque cada setor possui uma cadeia produtiva diferente, com setores relacionados diferentes.

O estudo também apontou que 90% dos investimentos dos projetos foram feitos com serviços que custaram até R\$ 249,9 mil. E 66% com serviços de até R\$ 49,9 mil, o que demonstra o quanto as micro e pequenas empresas estão envolvidas nos projetos. Ou seja, os projetos da Rouanet têm impactado economicamente os pequenos fornecedores (BARBOSA *apud* BRASIL, 2018).

Existe um aumento no impacto do efeito multiplicador pois a área cultural é intensiva em gente, enquanto as áreas como a indústria são intensivas em capital, que possui um efeito multiplicador menor (BARBOSA, 2021)

Os dados mencionados representam os números para o Brasil, porém, Barbosa (2021) também fez uma pesquisa do efeito multiplicador da matriz insumo-produto para o estado de São Paulo a pedido da Associação Paulista dos Amigos da Arte. Nesta pesquisa, Barbosa apresenta que a cada R\$1,00 investido em cultura, a mesma retorna R\$1,67, sendo assim, um retorno 67% maior que o valor investido.

A pesquisa ainda foi feita durante o período de crise econômica gerada pelo coronavírus. Ela mostrou que, mesmo em meio à crise, o setor conseguiu gerar retorno positivo de seu valor investido, proporcionado por uma maior adaptação dos artistas em criarem novos meios de se conectar ao público e realizar seus eventos culturais. “O setor de cultura e economia criativa gera movimentação econômica significativa no Brasil, [...], além de serem grandes influenciadores de cultura, equidade social e diversidade. Além disso, se mostra capaz de reagir mais rapidamente após crises” (BARBOSA, 2021). Para se medir o impacto foram utilizados os dados de três programas de fomento à cultura e economia criativa do estado de São Paulo: Lei Aldir Blanc que é uma lei federal, ProAC (Programa de Ação Cultural) e Juntos pela cultura, que são leis estaduais.

O estudo analisou a dinâmica da cadeia de valor do setor cultural e suas ligações. Os dados estimaram um impacto de R\$688,8 milhões, sendo R\$413,6 milhões de forma direta e R\$275,2 milhões de forma indireta – que corresponde à atividade econômica gerada na cadeia produtiva do setor em análise. Além de R\$110,8 milhões em tributos federais, estaduais e municipais e 9.291 postos de empregos (BARBOSA, 2021).

A identificação dos impactos gerados pelo setor de cultura e economia criativa auxilia no direcionamento e priorização de investimentos, potencializando os resultados positivos, tais como a geração de tributos, emprego e renda, e externalidades como a atração de investimentos, inclusão social e grande participação das micro e pequenas empresas (MPE) na cadeia de valor das atividades do setor. (FGV, 2021).

Além dos estudos de Barbosa, foi realizada a aplicação do modelo insumo-produto também no trabalho de Machado *et al* (2022). Os autores, tratam do setor cultural a partir do PIB gerado pelo setor considerado “atividades artísticas, criativas e de espetáculos e atividades complementares” que “Compreende também as atividades de criação artística, como a de artistas plásticos (pintores, escultores) e escritores, bem como a gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas” (MACHADO *et al*, 2022).

Foram utilizados dados de 2015, numa visão estática dos fluxos que foram estabelecidos na economia brasileira naquele ano. Assim, o trabalho atingiu o multiplicador de 1,6, o que indica que a cada R\$1 gasto no setor, é gerado um retorno de R\$1,60 para a economia.

R\$ 1 é o impacto direto do aumento da produção no setor para atender ao aumento da demanda, R\$ 0,60 é o impacto indireto que decorre do aumento da produção neste setor sobre as demais atividades, dadas as interdependências setoriais. (MACHADO *et al*, 2022)

Também foi obtido o efeito multiplicador para a renda (1,4) e para o emprego (1,2), onde o multiplicador do salário “Representa o efeito da elevação de R\$ 1 na demanda do setor

sobre o pagamento de salários na economia. Assim, cada R\$ 1 de aumento na demanda do setor, gera R\$ 1,4 de salários na economia”. O efeito emprego, relaciona-se aos postos de trabalho gerados, sendo assim, a cada um posto de trabalho criado no setor cultural tem-se 1,2 postos diretos e indiretos na economia.

TABELA 20 – MULTIPLICADORES DA MATRIZ DE INSUMO-PRODUTO DO BRASIL (2015)

Setores	Multiplicadores			
	Produção	Renda	Valor adicionado	Emprego
Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	1,6	1,4	1,6	1,2
Média da agropecuária	1,6	1,9	1,4	1,2
Média da indústria de transformação	2,0	2,6	2,8	4,3
Média do setor de serviços	1,5	1,6	1,6	1,9
Média da economia	1,8	2,2	2,2	3,1

FONTE: Machado, *et al.* (2022).

Os autores também compararam o setor com outros setores como agropecuária, indústria de transformação e setor de serviços. O valor adicionado do setor cultural é menor do que a média da economia (2,2). Contudo, representa uma média maior do que o setor agropecuário e de serviços. A média da indústria da transformação é um caso à parte, ela puxa as médias gerais para cima, dado que os encadeamentos desse setor são maiores. Ainda assim, no aspecto renda, a média do setor cultural representa o mais baixo com 1,4 de efeito multiplicador. No geral, o setor cultural possui médias iguais ou maiores que o setor agropecuário, e se assemelha aos multiplicadores do setor de serviços em geral.

Os estudos voltados ao setor da cultura, as leis e seus impactos, auxiliam na tomada de decisão governamental, para entender a atual situação do setor cultural do Brasil, além de como aplicar e alocar com maior eficiência os recursos.

## 5.6. PERFIL DOS ESTADOS E MUNÍCIPIOS: POLÍTICAS PÚBLICAS DO SETOR CULTURAL

Em 2002, a Unesco junto às autoridades brasileiras firma um acordo para a produção de relatórios e publicações voltadas ao setor cultural, entre eles o relatório “Perfil dos Estados e Municípios” realizado pelo IBGE. Com o objetivo de preservar e monitorar as condições dos patrimônios culturais, a Unesco realiza seminários e capacitações dos municípios e a promoção de atividades que envolvam as comunidades e seus governantes locais na gestão do patrimônio (UNESCO, 2004). O relatório fornece um conjunto amplo de informações para a construção de indicadores culturais, permitindo um maior conhecimento do setor e das atividades culturais no

Brasil. Subsidiando o planejamento e formulação de políticas públicas, afim de promover uma melhora na qualidade de vida da população através do segmento cultural. (IBGE, 2015).

O primeiro relatório foi publicado no ano de 2004, apresenta os resultados do Suplemento de Cultura da Pesquisa de Informações Básicas Estaduais (ESTADIC) que analisa as 27 Unidades da Federação, e também da Pesquisa de Informações Básicas Municipais (MUNIC) que analisa os 5.570 municípios do país. O último relatório – e o qual será objeto de análise – é o do ano de 2014, o mesmo foi descontinuado em 2016.

### **5.6.1. EQUIPAMENTOS CULTURAIS E MEIOS DE COMUNICAÇÃO**

Segundo o IBGE os equipamentos culturais são “estoque fixo ligado à cultura existente no momento de pesquisa no município, aberto ao público, podendo ou não ser mantido pelo poder público de qualquer esfera, seja ele federal, estadual ou municipal” (IBGE, 2015). Esses equipamentos propiciam a veiculação e disseminação dos conteúdos digitais, não sendo exclusivo apenas a estes equipamentos sua disseminação, mas que expressam o potencial de uma cidade, seu potencial criativo, cultural e comercial. Os equipamentos são muitos, abrangem: audiovisual (cinema, televisão, estação de rádio, teatro, galerias de arte), educação (biblioteca, universidades e faculdades, livraria) e espaços (museus e centros culturais). Esses dados não permitem avaliação qualitativa, ou seja, não é possível medir a qualidade do material disponibilizado, seu estado ou sua temática, mas “a simples existência ou não da infraestrutura indica processos de diferenciação entre as áreas geográficas do País, o porte populacional dos municípios, além de [...] novas tecnologias” (IBGE, 2015)

O estado que apresenta menos equipamentos culturais é o Amazonas, e os estados que mais se destacam na presença de equipamentos são o Mato Grosso do Sul, Rio de Janeiro e Espírito Santo.

Se consideramos os municípios com até 20 mil habitantes, que abrigavam 16,1% do total da população, em 2014, a média dos equipamentos e mídia municipal era de 12,8. Obtém-se um aumento expressivo e atinge-se no indicador 31,6 para os municípios com mais de 500 mil habitantes, que concentram cerca de um terço da população brasileira. Se considerarmos apenas as capitais, existiam em média 32,4 equipamentos ou mídias culturais. (IBGE, 2015).

O que indica concentração de produção e bens culturais nas capitais, e menor acesso nos municípios menores.

Quanto ao percentual de municípios com equipamentos culturais e meios de comunicação, temos a seguinte tabela a qual nos apresenta dados de 1999, 2001, 2005, 2006, 2009, 2012 e 2014, anos que ocorreram as pesquisas censitárias no Brasil. A tabela apresenta

diversos equipamentos culturais, porém foram destacados aqueles considerados mais relevantes, tanto por seu papel cultural e existência nos dias de hoje, quanto pela sua representatividade.

TABELA 21 – PERCENTUAL DE MUNICÍPIOS COM EQUIPAMENTOS CULTURAIS E MEIOS DE COMUNICAÇÃO (1999-2014)

Tipo	1999	2001	2005	2006	2009	2012	2014	Variação % 2014/2006	Variação p.p. 2014/2006
Biblioteca pública	76,3	78,7	85,0	89,1	93,2	97,0	97,1	9,0%	8,0
Provedor de internet	16,4	22,7	46,0	45,6	55,6	57,4	65,5	43,6%	19,9
Unidade de Ensino Superior	-	19,6	31,1	39,8	38,3	39,5	39,9	0,3%	0,1
Centro cultural	-	-	-	24,8	29,6	33,9	37,0	49,2%	12,2
Museu	15,5	17,3	20,5	21,9	23,3	25,0	27,2	24,2%	5,3
Teatro ou salas de espetáculo	13,7	18,8	20,9	21,2	21,1	22,4	23,4	10,4%	2,2
Geradora de TV	9,1	8,4	10,7	9,6	10,9	11,6	12,1	26,0%	2,5
Cinema	7,2	7,5	9,1	8,7	9,1	10,7	10,4	19,5%	1,7

FONTE: Adaptada de Perfil dos Estados e Municípios (IBGE) (2014).

A tabela do IBGE nos mostra a coluna “Variação % 2014/2006”, onde apresenta a variação percentual dos valores de 2006 em comparação com 2014. A coluna “Variação p.p. 2014/2006” mostra a variação dos pontos percentuais, ou seja, o ano de 2014 menos o ano de 2006. Na variação dos pontos percentuais conseguimos ver o quanto variou – cresceu ou decresceu – o percentual de equipamentos culturais e meios de comunicação nos municípios, já na variação percentual podemos ver o impacto dessa variação, e o quanto de crescimento ou decréscimo percentual ela representou nos municípios.

Os equipamentos que mais cresceram nos municípios de 2006 para 2014 foram: provedor de internet (19,9p.p); centro cultural (12,2p.p); e as bibliotecas públicas (8 p.p.). Mas quando falamos dos equipamentos que representaram maior impacto com seu crescimento temos: Centro cultural (49,2%), Provedor de internet (43,6%) e Geradora de TV (26%).

As bibliotecas públicas são os equipamentos que apresentam melhor difusão nacional representando 97,1% da abrangência dos municípios em 2014. Além de, 56,3% dos municípios (3.138) apresentarem alguma política pública de incentivo à leitura.

Os provedores de internet possuem uma maior difusão também, em 2014, 65,5% dos municípios possuíam acesso a internet graças ao seu representativo crescimento. Apesar da qualidade do relatório do IBGE temos uma certa defasagem de informação. O mesmo foi descontinuado em 2014, estamos analisando dados de 9 anos atrás, durante esse período já houve um avanço tecnológico muito grande, uma maior difusão dos meios digitais, e o acesso a esses meios e a cultura vem mudando.

Para termos uma ideia mais atual desses dados buscou-se outras fontes de dados referente a disseminação desses equipamentos culturais. Para dados relacionados ao acesso de internet no Brasil, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) com dados de 2021, 90% dos lares brasileiros já tem acesso à internet, o que significa 65,6 milhões de domicílios com acesso a informações por meios digitais. Segundo a PNAD os dados representam “Total de domicílios em que havia acesso à Internet por qualquer meio (microcomputador, de mesa ou portátil; tablet; telefone móvel celular; ou outro equipamento)”.

TABELA 22 – NÚMERO DE DOMICÍLIOS COM ACESSO À INTERNET EM 2021

<b>Região</b>	<b>Nº de domicílios com acesso a internet</b>	<b>% dos domicílios totais</b>
Centro Oeste	5.270	8%
Nordeste	16.073	25%
Norte	4.723	7%
Sudeste	29.499	45%
Sul	10.056	15%
<b>Total</b>	<b>65.621</b>	<b>100%</b>

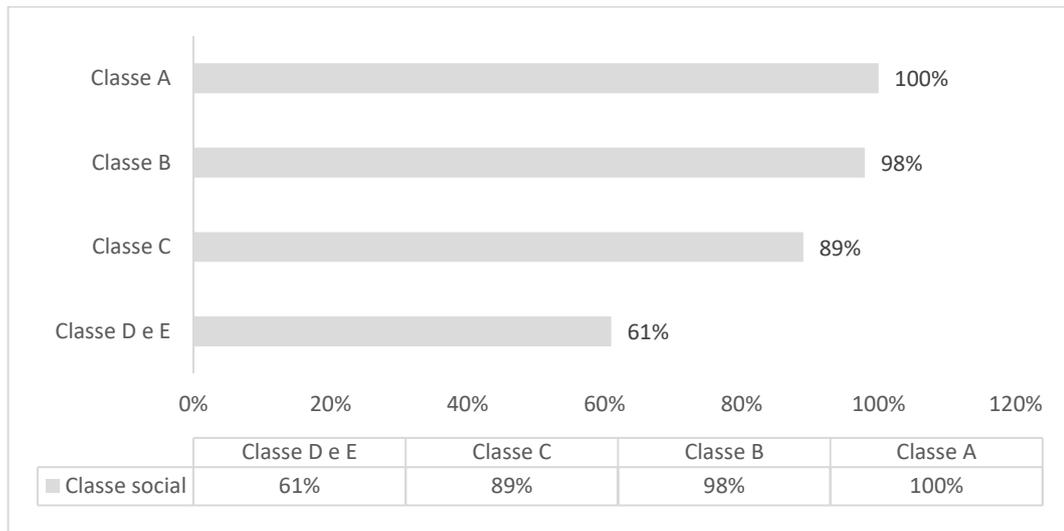
FONTE: Elaboração própria a partir de dados da PNAD Contínua (IBGE) (2023).

NOTA: Valores em milhões

Ao compararmos com o percentual de habitantes por região vê-se que os números possuem certa homogeneidade na distribuição dos equipamentos. Contudo, a região Sul e Sudeste ficam acima da média percentual da população, possuindo mais acesso à internet, e a região Norte e Nordeste ficam abaixo da média, com o Centro-Oeste, extremamente próximo da média.

Além da pesquisa feita pelo PNAD Contínua, temos também a pesquisa feita pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br). A pesquisa se chama TIC Domicílios, seu levantamento é feito anualmente, a pesquisa de 2021 foi feita presencialmente com entrevistas em 23.950 domicílios. Seu objetivo é entender quais domicílios possuem acesso à internet. Na pesquisa da TIC, conseguimos extrair dados não só das regiões, mas também por renda e classe social, como mostra a seguir.

GRÁFICO 10 – NÚMEROS DE DOMICÍLIOS COM ACESSO À INTERNET POR CLASSE ECONÔMICA SOCIAL (2021)



FONTE: Adaptada de Cetic.br (2022).

Há uma diferença no acesso dentre as classes sociais. Enquanto 100% das pessoas da classe A possuem acesso à internet, apenas 61% das pessoas pertencentes à classe social D e E possuem esse acesso. Essa análise é importante, pois, apesar da internet ser classificada como um equipamento cultural diferente dos outros equipamentos listados, ela é um meio de acesso a diferentes atividades culturais. Por exemplo, no caso do cinema, que apresenta baixa difusão nacional (10,4%), os filmes podem ser acessados, algumas vezes até de forma gratuita, pela internet. Assim, a internet possibilita a maior difusão de diferentes temas e culturas, contudo, o acesso não é igual para todos, como podemos ver no gráfico de divisão de acessos por classe social. Além do cinema, obras de arte (que podem ser encontradas em museus) e livros (localizados em bibliotecas) também podem ser vistos na internet, mudando a relação com o consumo de cultura nos dias de hoje.

### 5.6.2. PROGRAMAS E POLÍTICAS CULTURAIS

Referente as políticas públicas relacionadas a área da cultura nos municípios: “a formulação e a execução de uma política pública voltada para a cultura e a inter-relação com as demais políticas, é o que define a importância do tema para um determinado governo” (IBGE, 2015). Do total de municípios, 54,6% deles possuem política para a cultura, totalizando 3.042 municípios. Desse número, apenas 35,4% tem como objetivo uma política que visa preservar o patrimônio histórico artístico e cultural (IBGE, 2015).

Do total de entidade municipais, 26,9% afirmam ter alguma política pública autossustentável de capacitação e qualificação capaz de incentivar competências criativas. O

local que mais se destaca é o Rio de Janeiro, que tem a maior proporção de programas ou ações nesta área (52,5%); seguido por Amapá (43,8%); Acre (40,9%); Roraima (40%); e Mato Grosso do Sul (39,2%). Existem ainda, outros programas de ações pontuais para fomentar as iniciativas culturais na qual ao menos 26,2% dos municípios participam sendo com a oferta de prêmios, convênio, incentivo fiscal, bolsa e/ou fundo de investimento. (IBGE, 2015).

Apenas 20,4% dos municípios possui uma secretaria exclusiva para a área, porém, esse número já representa um crescimento em relação a 2006, que era de apenas 4,3%. Os demais órgãos eram algum setor subordinado a outra secretaria (15,9%); fundação pública (2,3%); e demais entidades (4,2%). Contudo, 61% desenvolveram alguma ação ou programa em turismo cultural, o qual foi mais frequente nas cidades menores (IBGE, 2015).

Os municípios responderam positivamente em relação às iniciativas no campo da diversidade cultural. Foram considerados 13 categorias envolvendo: cultura popular, criança e adolescente, idosos, mulheres, comunidades afro-religiosas, indígenas, quilombola, cigana, LGBTQIA+ e descendentes de nacionalidade estrangeiras. Elas foram divididas por tipo de apoio, no Brasil 59,2% dos municípios declaram desenvolver alguma dessas iniciativas. Quanto ao tipo de apoio, ou seja, a fonte do recurso, em primeiro lugar ficou o uso de recursos próprios do município (66,7% - 3.716 municípios); seguida de parceria com o governo estadual (5,7% - 316 municípios); parceria com governo federal (3,7% - 204 municípios); apoio não financeiro (3,3% - 184 municípios); e renúncia fiscal (0,2% - 10 municípios). (IBGE, 2015).

Observa-se, portanto, que os municípios apresentam maior participação não apenas no financiamento à cultura, mas também no apoio e na formulação de políticas públicas e sociais para o setor cultural.

## 6 A CULTURA DURANTE A CRISE DE COVID-19

A Lei de Incentivo Fiscal à Cultura é recente, contudo, as bases de dados com informações específicas sobre o setor cultural são ainda mais recentes. A maioria delas não inclui períodos de crises econômicas no Brasil, o que dificulta uma análise de longo prazo sobre como a cultura se comporta em tais cenários. Portanto, esta seção pretende abordar de maneira concisa o impacto da Covid-19 no setor cultural e na relação das pessoas com o consumo e acesso à cultura durante esse período.

A crise da Covid-19 foi a mais recente que enfrentamos, trazendo um cenário atípico para a economia e o mundo. Não se limitou apenas a uma crise econômica, mas também se configurou como uma crise sanitária. Iniciada em 2019, perdurou até 2022. Devido à sobrecarga nos sistemas de saúde dos países, implementou-se um período de quarentena, restringindo a movimentação das pessoas e o funcionamento normal dos estabelecimentos comerciais, resultando em uma crise econômica global.

Os principais impactos econômicos incluíram o fechamento de empresas, aumento do desemprego, recessão em alguns países e o aumento do endividamento para investimentos e assistência no setor da saúde. Além disso, a pandemia teve implicações sociais e psicológicas, influenciando o comportamento e as interações humanas. Houve alterações nas relações de trabalho, com o aumento dos teletrabalhos, popularmente conhecido como *home office*, moldando uma nova cultura empregatícia.

Durante o período, vimos uma queda no número de propostas apresentadas junto a Lei Rouanet. Ao analisar os dados da Tabela 1, verifica-se durante o período de 2009-2018 a média do número de propostas era de 5.712, onde nenhum dos anos teve menos de 4 mil propostas. Para o período de 2019-2022 a média cai para 3.431, onde o único ano que apresenta uma melhora nos números é em 2020, considerando que haviam expectativas de retomada da economia e liberação das restrições de circulação. O número de desemprego no setor também aumentou em 2019-2020, conforme o Gráfico 8 mostra. Houve uma queda de 10% da força de trabalho – que correspondeu a uma baixa de 700 mil postos de trabalho. Contudo, em 2021, o setor apresentou uma recuperação. Conforme o OIC (2023), essa recuperação foi impulsionada pelo segmento de tecnologia, que tem registrado crescimento anual.

Em uma pesquisa conduzida por Aguiar e Aguiar (2021), a qual entrevistou moradores do Rio de Janeiro por meio de formulários online, foi constatado que a maioria dos entrevistados (76,4%) passou a utilizar ferramentas online para continuar as atividades profissionais no setor,

sendo que apenas 8,5% deles já o faziam antes do período de Covid-19. No entanto, mesmo adotando novos meios de trabalho remoto, 90,5% não conseguiram monetizar seus trabalhos na internet.

Dentro do formulário, também foi disponibilizado um campo aberto para que os participantes pudessem falar sobre as principais vantagens e desvantagens percebidas durante o período. Dentre as principais vantagens destacadas estão o aumento da visibilidade, a ampliação da divulgação do trabalho, a criação de novas redes de contato e a economia de recursos e tempo devido à eliminação do deslocamento. Quanto às desvantagens, duas se destacaram: a ausência da relação afetiva e tátil associada à falta de contato direto com o público e o excesso de trabalho. Isso ocorreu porque, ao realizar todas as atividades de maneira independente e ser responsável pelo próprio negócio, o número de responsabilidades e competências necessárias aumentou. Em relação ao impacto na renda, 79,2% dos respondentes tiveram sua renda reduzida, sendo que, para 39,6% deles, a redução foi superior a 50%; para 22,6%, foi inferior a 50%; e para 17%, foi de aproximadamente 50%. (AGUIAR; AGUIAR, 2021).

O trabalho artístico e cultural é precário e desprotegido, pois os trabalhadores costumam ser autônomos ou subsidiar seu trabalho por meio de outras receitas [...]. Os impactos econômicos da pandemia, portanto, foram sentidos de forma particularmente grave pelo setor criativo e cultural, cuja força de trabalho autônoma e muitas vezes precarizada não recebe o mesmo apoio financeiro que outros trabalhadores, com potencial de perder importantes habilidades à medida que as pessoas deixam a área e buscam voltar a estudar para conseguir empregos mais estáveis. (FEDER et al. *apud* VALIATI, 2022).

Apesar das restrições impostas pela Covid-19, o Brasil figurou entre os 100 museus mais visitados do mundo de acordo com a The Arts Newspaper, conforme destacado na seção 5.1.2. Isso evidencia a existência de uma demanda para o segmento mesmo durante esse período. Além disso, a renda média por região não apresentou alterações significativas ao comparar os diferentes períodos apresentados na Tabela 5, demonstrando baixas variações desde o ano de 2012.

Para abordar a demanda e o acesso à cultura durante a pandemia, é necessário primeiro compreender um fator importante: a conexão com a internet. Conforme foi visto na seção 5.6.1, houve um aumento no número de domicílios com acesso à internet. Segundo a PNAD (2021) houve também um aumento da proporção da faixa etária de pessoas que utilizam a internet, para o grupo de 60 anos ou mais o acesso passou de 44,8% em 2019 para 57,5% em 2021. Uma possível explicação é que a pandemia, que limitou principalmente os idosos de saírem de casa, motivou o uso de diferentes meios de comunicação e entretenimento.

Durante a crise, as restrições e o isolamento social impulsionaram as atividades culturais para as telas de celulares e computadores. Embora essa experiência tenha sido desafiadora, ela pode ter consequências positivas e duradouras, como a criação de um novo e maior público para teatro, dança, música e aulas de arte em ambientes virtuais. Segundo pesquisa realizada pelo Datafolha em conjunto com o OIC (2021) sobre os hábitos culturais durante a pandemia, foram entrevistadas pessoas de 16 a 65 anos em todo o Brasil, e a parcela da população que participava de alguma atividade cultural online aumentou durante esse período. Além disso, a pesquisa demonstrou interesse por parte dos entrevistados em manter esse hábito. Ainda, conforme é citado na pesquisa:

O percentual de pessoas que via apresentações de teatro, dança e música online passou de 9% para 40%. No entretenimento e espetáculos infantis, foram de 8% para 23%. No caso de atividades oferecidas por centros culturais, de 4% para 15%; aulas e oficinas de arte, de 7% para 21%; seminários, de 8% para 24%. (AGUIAR; AGUIAR, 2021)

Dos entrevistados, cerca de 80% pretendem manter esse hábito. Esse desejo é manifestado com mais frequência na população que reside no interior do que nas regiões metropolitanas e nas capitais, possivelmente devido à questão da dificuldade de acesso presencial. As pessoas que tiveram menos anos de escolaridade também demonstraram maior interesse em continuar com o hábito de consumir cultura online, o que pode estar relacionado com a renda, considerando a facilidade de acesso gratuito ou menores gastos com a cultura através dos meios digitais.

A pesquisa também buscou avaliar outros indicadores, como os efeitos do aumento de consumo de atividades online pelos entrevistados, o que também trouxe resultados positivos, como “melhorou seu relacionamento com as outras pessoas da casa (55%); diminuiu a sensação de tristeza (51%); diminuiu a sensação de solidão (49%); diminuiu estresse e ansiedade (48%); melhorou a qualidade de vida (44%)” (DATAFOLHA, 2021).

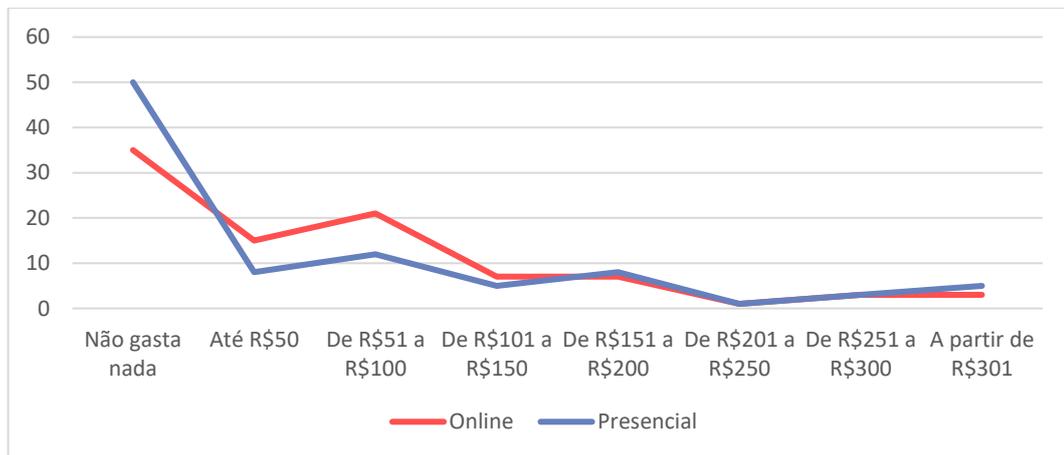
As frases que os entrevistados mais concordaram foram: "A disponibilização de conteúdo online durante a pandemia permitiu que tivesse acesso a atividades culturais que, de outra forma, não teria", na qual 72% dos entrevistados concordaram, seguida pela frase "Seu interesse por atividades culturais online aumentou", com 57% (DATAFOLHA, 2021). O aumento do acesso à internet contribuiu para compensar as deficiências que a política cultural e a atuação governamental não conseguiram suprir.

Há claras evidências e estratégias em diversos países sobre a relação positiva entre arte e saúde mental (estudos indicam que a economia em recursos gastos em atendimento de saúde é expressiva quando práticas artísticas são incluídas no

protocolo de tratamento) e excelência na educação (arte, games, consumo cultural são ferramentas de extrema importância para o conhecimento e educação de qualidade). Ainda, há evidências de que espaços culturais promovem a mudança do perfil de cidades e bairros, diminuindo a violência e ampliando ganhos em serviços e no setor imobiliário. Enfim, cultura e arte irrigam a economia e promovem valores multidimensionais amplos para uma sociedade. (VALIATI, 2021)

Quanto aos gastos com cultura por parte dos consumidores, em uma nova pesquisa realizada pelo Datafolha em conjunto com o Itaú Cultural, esta conduzida no ano de 2022, é estimado que a média de gastos com cultura online seja de R\$128,38. No entanto, entre as pessoas entrevistadas, 35% informaram não gastar nada com cultura, e 8% não souberam informar. No que diz respeito aos gastos com cultura presencial, a média aumenta para R\$178. Entretanto, o número de pessoas entrevistadas que relatam não gastar nada com cultura também cresce, atingindo 50% dos entrevistados, mantendo-se os 8% que não souberam informar.

GRÁFICO 11 – GASTO COM ATIVIDADES CULTURAIS ONLINE E PRESENCIAL (2022)



FONTE: Adaptado de Datafolha e Itaú Cultural (2022).

Demonstrando novamente que há um interesse maior no consumo com cultura online. Além das hipóteses previamente discutidas, é possível teorizar que esse interesse maior pode estar relacionado à redução de gastos adicionais, como deslocamento ou refeições no local. Observa-se, no gráfico, um maior percentual de pessoas alocadas em gastos na faixa de R\$51,00 a R\$100,00, sugerindo a possibilidade de haver mais opções de atrações e bens culturais online com valores mais acessíveis em comparação aos presenciais.

Contudo, existem diversos motivos pelos quais se pode argumentar que a disposição a pagar é um indicador inadequado ou incorreto de valor. "O mais óbvio seria afirmar que o valor cultural é inerente ao objeto ou outros fenômenos culturais, existindo independentemente da resposta do consumidor a eles" (THROSBY, 2022). Além disso, pode-se argumentar que há uma subvalorização dos bens culturais, um problema comum em bens e recursos públicos em geral. Isso ocorre porque, mesmo que muitos os utilizem, muitos não estariam necessariamente

dispostos a pagar por eles, optando por usufruir apenas se forem gratuitos, entendendo que, mesmo sendo de seu interesse, esses bens não deveriam ser pagos, mas sim disponibilizados de maneira gratuita. Outra possibilidade é a falta de conhecimento ou informações suficientes para avaliar adequadamente o valor desses bens.

No que diz respeito ao investimento no setor cultural por parte do governo, considerando os dispêndios diretos e os incentivos proporcionados pela Lei Rouanet, observamos uma distinção entre as duas formas de investimento. No caso do investimento por meio da Lei de Incentivo à Cultura, constata-se que o valor arrecadado ao longo dos anos continua a crescer, conforme a Tabela 3, sem apresentar quedas durante o período de crise.

Quanto ao investimento direto do governo, ao analisar a Tabela 15, na coluna “União” observa-se que há um aumento do dispêndio na função cultura até 2019, porém, nos anos de 2020 e 2021 houve uma queda no investimento. Na coluna “Estados” é possível ver um aumento dos investimentos, sendo que nos anos de 2020 e 2021 os estados atingem pela primeira vez um investimento superior a R\$3 bilhões. No que diz respeito aos municípios, observa-se certa estabilidade nos números, com exceção de 2019, quando há um maior investimento em cultura.

Uma suposição que pode ser considerada como base para explicar o fato dos estados e municípios manterem os investimentos no setor, enquanto a União não o faz, é que, ao examinarmos os responsáveis pela tomada de decisões em cada uma das categorias, evidencia-se que cada uma delas possui seu respectivo governante. Cada município possui um prefeito, e cada estado um governador, além do legislativo estadual. Para a União temos o presidente. É ele, quem fica responsável pelos gastos do governo federal. Sendo assim, as políticas regionais e federais vão depender dos objetivos e posicionamento político de cada um dos seus representantes. E, como mencionado na seção 2, vemos um cenário onde as políticas culturais foram descontinuadas em 2016, no mesmo ano houve a aprovação da PEC do teto de gastos, que resultou na Emenda Constitucional 95/2016 (AGUIAR; AGUIAR, 2021).

Posteriormente, em 2019, o então presidente, rebaixa o Ministério da Cultura para Secretária. Segundo dados do Tesouro Nacional, o Fundo Nacional de Cultura (FNC) o qual tinha um orçamento de R\$218,3 milhões, realizou somente R\$17,1 milhões durante o período (AGUIAR; AGUIAR, 2021). Exemplificando que o setor cultural não seria uma prioridade para o governo. Pode-se observar, que, neste cenário, a redução dos investimentos no setor não resulta da crise econômica de 2019-2022, mas sim, de uma decisão política.

Por fim, em relação aos retornos do PIB, conseguimos ver dois cenários diferentes quando analisamos apenas o setor cultural e o ECIC. O setor cultural apresentou retornos quase que constantes com exceção de 2020 que teve queda significativa de 0,28 p.p.. Entretanto, o ECIC apresentou uma maior volatilidade no PIB, conforme Gráfico 7. Quando analisamos o PIB considerando junto a economia criativa, nota-se que apesar da queda do setor cultural outros setores do ECIC mantiveram o PIB crescendo durante o período de crise. A economia criativa apresenta forte volatilidade a crise e impactos econômicos gerais, enquanto o setor cultural se mantém mais constante, mas foi impactado pela crise, tanto no PIB quanto nos postos de trabalho.

## 7 NOVOS MEIOS DE FINANCIAMENTO À CULTURA

Existe atualmente uma ausência de formatos mais estáveis de captação de recursos para financiamento de cultura no Brasil. Essa falta de financiamento estável e a dependência da liberação de editais dos projetos fazem com que haja um problema para criação de alguns eventos culturais. Esses eventos ficam dependentes de realizar um projeto em datas específicas, ainda que tenham que manter uma equipe o ano todo. “A diversificação das fontes de receitas é uma das medidas indispensáveis para avançar em direção à sustentabilidade financeira das organizações de cultura” (SOMBINI, 2019).

Um dos mais recentes métodos de financiamento à cultura são os *endowments*, conforme já mencionado na seção 2. A Lei nº13.800/19 foi pensada com o objetivo de gerar sustentabilidade financeira para o projeto no longo prazo. Os recursos são gerenciados preservando o capital original investido e utilizando-se apenas dos rendimentos gerados por esse investimento para fazer pagamentos da organização.

Este meio de financiamento é visto com bons olhos pelos investidores, e ajuda a atrair doações, pois mostra que a organização está fazendo um trabalho sério e perene, ajudando também a projetar uma visão de longo prazo dos projetos, aumentando a chance de que o investimento não será mal gerenciado nem desperdiçado caso o projeto venha a encerrar por falta de novos recursos financeiros.

Outros pontos da lei que podem atrair doações são a exigência de que os fundos sigam padrões de transparência e governança, mantendo conselhos para sua administração, por exemplo. Ela também blinda o dinheiro dos *endowments* de eventuais passivos trabalhistas e tributários que a organização que o criou venha a ter no futuro. (OLIVEIRA, 2019).

Dentre as obrigações dispostas na lei, está a obrigatoriedade de apresentar semestralmente informações sobre investimento e anualmente sobre a aplicação dos recursos do fundo patrimonial, além de criar processos de auditoria interna. Assim, por haver regulamentação dos fundos, eles também podem ajudar a atrair até mesmo doadores de fora do país que se interessem pelos projetos culturais. Inclusive, segundo proposta do governo, os fundos voltados à cultura poderiam se enquadrar como passíveis de receber incentivos da Lei Rouanet.

Outra forma de financiamento que vem surgindo é o *crowdfunding*, também conhecido como financiamento coletivo. Voltado para projetos de pequeno e médio porte, o *crowdfunding* são plataformas online de financiamento coletivo, que permitem que pessoas físicas e jurídicas possam fazer doações diretamente ao artista interessado. Algumas das plataformas conhecidas

são: Catarse, a qual concentra projetos de arte, cultura, tecnologia e inovação. Desde 2011, a plataforma já arrecadou mais de R\$100 milhões em doações; Evoé que concentra projetos culturais e criativos, já tendo financiado mais de 400 projetos e arrecadado mais de R\$10 milhões; além desses, existem outros sites com Kickstarter, Indiegogo, GoFundMe e Patreon.

Além disso o BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) lançou o *Matchfunding* de Cultura para projetos de valor máximo de até R\$200 mil. Segundo o próprio site do BNDES (2020):

O projeto adota um modelo de financiamento combinado, unindo o aporte direto do BNDES e o financiamento coletivo (*crowdfunding*). A cada R\$ 1 doado, o BNDES aporta R\$ 2, observando o valor máximo de R\$ 200 mil para cada projeto. Para receber os recursos efetivamente, as iniciativas devem atingir suas metas de arrecadação, que serão informadas ao público [...]. A ideia, com isso, é que sejam efetivamente realizados os projetos que contem com amplo engajamento do público.

Assim, o BNDES já investiu R\$6,1 milhões, além de possuir mais de 11 mil doadores, atingindo 43 projetos, 12 patrimônios imateriais e 31 patrimônios materiais. Onde a maior região apoiada foi o Sudeste com 23 projetos. Os números podem parecer pequenos, contudo, é importante levar em conta que o projeto é relativamente recente, tendo lançado seu primeiro edital em 2019.

Em 2020, período de crise da Covid-19, como forma de auxiliar trabalhadores do setor cultural foi criada a Lei Aldir Blanc. A lei sancionada em 29 de junho de 2020, buscou apoiar profissionais da área cultural que sofreram dos impactos da crise. A medida liberou R\$3 bilhões para os estados e municípios, do qual R\$1,5 bilhão foram aos estados, e R\$1,5 bilhão aos municípios. O auxílio era pago em três parcelas de R\$600 ao mês como uma renda emergencial, além do valor para continuar a manutenção e cuidados dos espaços culturais. Os recursos foram liberados em setembro do mesmo ano (BARBOSA, 2021).

Contudo, em 8 de julho de 2022, a lei foi transformada em Política Nacional Aldir Blanc de Fomento à Cultura (PNAB) através da Lei instituída nº 14.399/22. Deixando de ter caráter emergencial, a lei será um fomento regular, buscando “estruturar o sistema federativo de financiamento à cultura, mediante repasses da União aos demais entes federativos de forma continuada” (MinC, 2023).

A Lei Aldir Blanc apresentou na época resultados relevantes no combate da desigualdade. Ela ajudou projetos de menor porte, conforme cita Moraes (2022) “a média de valor por projeto na Aldir Blanc é de R\$ 24 mil, enquanto a da Lei Rouanet é de R\$ 461 mil”. Além disso, Moraes também observa que a lei apoiou o combate à desigualdade de

investimentos regionais já que a região Norte recebeu 12,4% dos recursos pela lei, e o Nordeste 31,7%. Essa porcentagem como já vimos é de 1,02% para o Norte e 4,96% para o Nordeste, percentuais significativamente mais baixos na participação do recebimento de captações vindas da Lei Rouanet.

Posteriormente a Lei Aldir Blanc, foi criada a Lei Paulo Gustavo, ambas criadas durante o período de pandemia visando o auxílio econômico. A Lei Complementar nº 195/2022, sancionada em 8 de julho de 2022, investiu R\$3,8 bilhões para a execução de projetos em todo território nacional. Houve uma tentativa de vetar a aprovação da lei; no entanto, devido à pressão da população, ela seguiu adiante.

Em 2023, o MinC alterou a lei transformando-a em decreto regular, permitindo que os estados e municípios pleiteiem a verba e o projeto continue dando procedimento aos auxílios dos trabalhadores da cultura (MinC, 2023). Segundo os valores efetivamente liberados para os projetos da lei a partir de dados do MinC apresentados por Moraes (2022), pode-se ver uma distribuição mais equitativa entre as regiões. O Sudeste se mantém como estado com maiores incentivos recebidos (35,61%); seguido desta vez pelo Nordeste (31,28%); Sul (12,38%); e Centro-Oeste (7,81%). Assim, ajudando a equiparar desigualdades projetadas pela Lei Rouanet. Ambas as leis farão a seleção e a inscrição de projetos e artistas por meio de editais próprios.

## 8 CONCLUSÃO

As políticas públicas, assim como as instituições governamentais, passaram por diversas mudanças durante sua história. A Lei de Incentivo Fiscal a Cultura, conhecida como Lei Rouanet ou PRONAC, estabeleceu as bases para diversos projetos de financiamento a cultura, no entanto, ela é cercada de críticas e pontos de possível melhora.

A Lei Rouanet é complexa, há um complicado entendimento da transparência nos critérios para aprovação de projetos e prestação de contas. As instituições maiores acabam tendo mais apelo junto às empresas que decidem para onde serão direcionadas suas doações, o que acaba por concentrar investimentos por meio das leis de incentivo, demandando que o governo desempenhe um papel de auxílio na alocação dos recursos junto ao Fundo Nacional de Cultura. Contudo, são os municípios que acabam por financiar a maior parte dos projetos culturais no Brasil.

Além disso, existe uma dependência da lei e de políticas públicas instáveis como principal e, por vezes, única fonte de mecenato. Muitos artistas, projetos e instituições ficam dependentes do subsídio governamental, sem um planejamento de longo prazo. Outra crítica se relaciona à decisão de quais projetos vão ser financiados estarem a encargo das empresas, e não do governo, ainda que o recurso seja público.

Observou-se também os baixos números de investimento em cultura no país, tanto por parte do financiamento direto do governo, quanto pelo indireto através da renúncia fiscal, expõe ainda mais a fragilidade da cultura no Brasil. Notou-se que a maior parte dos investimentos vem dos recursos dos municípios, cerca de 47%. Há uma concentração dos recursos e da produção na Região Sudeste, que representa mais de 50% da produção cultural, da geração de empregos e do recebimento de financiamento no setor, ficando com os menores indicadores a região Norte. Fato que se dá devido a desigualdade estrutural e histórica do país, não se limitando apenas ao setor cultural, mas representando um desequilíbrio que se consolidou ao longo da trajetória de desenvolvimento das diferentes regiões.

Buscou-se fazer uma análise não apenas do panorama financeiro da cultura no Brasil, mas também, de novos métodos de financiamento que vem surgindo, como é o caso do *endowment*, que pode mudar a maneira como a cultura se financia, projetando uma visão de longo prazo. Ou como o caso da Lei Aldir Blanc que representou uma ferramenta útil na redução da disparidade dos investimentos gerados pela lei de incentivo, possibilitando uma melhor

distribuição de investimentos regionais, e apoiando em maior número a região Norte e Nordeste. Além de outras opções de financiamento.

Pode-se ver através dos dados que há um interesse da população pela cultura no Brasil, e que existe uma possibilidade de expansão da mesma. A desigualdade de acessos aos meios culturais se dá por uma questão de educação e renda, mas os avanços digitais vêm reduzindo a falta de acessos, além de ampliar a faixa etária de pessoas em contato com conteúdo cultural.

A lei de Incentivo à Cultura sofre com a opinião pública e política, porém foi visto um crescimento no uso do incentivo fiscal para financiamento e abatimento do Imposto de Renda. Ela já financiou mais de 50 mil projetos, e já ajudou a financiar os projetos culturais dos mais diversos portes, mantendo vivo o patrimônio histórico e cultural. O setor cultural somado ao setor criativo apresenta significativa participação da geração de emprego, com 7,44% de participação nacional, e gerando 3,11% do PIB. Apenas no sistema VerSalic já contamos com 225 mil fornecedores cadastrados.

É preciso ver o investimento em cultura mais do que um luxo, algo elitizado ou para poucos. A cultura é educação permanente, formação e criação de senso crítico, preservação da identidade e da diversidade, promoção da inclusão e democratização de acessos e preservação da história. A cultura é também um mercado, que gera empregos não só no seu setor, mas em outros através de seu efeito multiplicador. Para além das questões antropológicas da essencialidade da cultura, ela existe como forma de geração de emprego e renda no país.

A compreensão da cultura como recurso necessário para o desenvolvimento de uma nação requer a análise da evolução histórica da construção do valor simbólico das práticas culturais nacionais; reconhecer oportunidades econômicas e transformá-las em iniciativas reais; estudar e organizar estratégias em conjunto ao mercado e setor público; fomentar a pesquisa e estudos para que através deles haja subsídios para a tomada de decisão de formuladores e executores de políticas públicas; e realizar ações transversais entre os demais ministérios a fim de combater a desigualdade não apenas de acessos culturais, mas de todos os acessos básicos necessários ao direito humano.

Ao considerar políticas públicas mais eficazes ou um subsídio destinado à promoção da cultura, é mais sensato pensar não apenas no setor isoladamente, mas sim na interação entre os diversos setores econômicos, na criação de empregos e na renda que podem ser apoiados, e no crescimento potencial de um mercado e da economia.

Por fim, é relevante observar que, durante a pesquisa para este trabalho, foi notada a rápida desatualização das informações relacionadas ao setor cultural. O Ministério da Cultura passa por alterações em sua estrutura várias vezes, assim como as políticas públicas e leis associadas. Naturalmente, os trabalhos acadêmicos e estudos estão sujeitos a variações e defasagens em suas informações. Embora as conclusões dos estudos analisados geralmente coincidam em uma conclusão final, a base dessas conclusões tende a sofrer modificações em um período semelhante ou inferior a 10 anos.

## REFERÊNCIAS

- AGUIAR, M. de A.; AGUIAR L. de A. (2021). **A pandemia de Covid-19 e seus impactos no setor cultural brasileiro**. Revista Sociedade e Cultura, Goiás: v.24, 2021.
- BARBOSA, L. G. M. (2021). **Estudo de Avaliação e Levantamento de Indicadores do Impacto Econômico e Social de Programas de Fomento Direto à Cultura e Economia Criativa**. Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2021.
- BARBOSA, L. G. M.; ROCHA, S. B.; Guimarães, I. L. B. (2022). **The Economic Impact of Brazil's Cultural Incentive Policy**. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, Rio de Janeiro, v.16, n.1, 2022.
- BENHAMOU, F. (2022). **A economia do patrimônio cultural**. VALIATI, L. (org.). Economia da cultura e indústrias criativas: Fundamentos e evidências. 1º edição. São Paulo: Itaú Cultural; Editora WMF Martins Fontes, 2022. Cap. 6, p. 179-192.
- BNDES (2017). **Endowments**. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/onde-atuamos/cultura-e-economia-criativa/patrimonio-cultural-brasileiro/Endowments>. Acesso em: 09 set. 2023.
- BNDES (2020). **Matchfunding BNDES + Patrimônio Cultural**. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/desenvolvimento-sustentavel/parcerias/matchfunding-bndes-mais-patrimonio-cultural>. Acesso em: 11 mar. 2023.
- BOLAÑO, C. *et al.* (2010). **Introdução: desafios às políticas culturais e ao campo artístico e intelectual no Brasil no final da primeira década do século XXI**. In: BOLAÑO, *et al.* (org.). Economia da Arte e da Cultura. São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepos/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS, 2010. p. 10-32.
- BRASIL (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Planalto. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 09 set. 2023.
- BRASIL (1991). **Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991**. Planalto. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8313cons.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8313cons.htm). Acesso em 12 mar. 2023.
- BRASIL (2005). **Emenda Constitucional nº48, de 10 de agosto de 2005**. Planalto. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/Emendas/Emc/emc48.htm#art1](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/Emendas/Emc/emc48.htm#art1). Acesso em: 09 set. 2023.
- BRASIL (2018). **Projetos da Rouanet injetaram R\$49,78 bilhões na economia em 27 anos**. Ministério da Cultura. Disponível em: <https://www.gov.br/cultura/pt-br>. Acesso em: 18 jun. 2023.
- BRASIL (2019). **Instrumento Normativo nº 2, de 23 de abril de 2019**. Diário Oficial da União. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/instru%C3%87%C3%83o-normativa-n%C2%BA-2-de-23-de-abril-de-2019-84797797>. Acesso em: 12 mar. 2023.
- BRASIL (2019). **Lei nº 13.800, de 4 de janeiro de 2019**. Planalto. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Ato2019-2022/2019/Lei/L13800.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Ato2019-2022/2019/Lei/L13800.htm). Acesso em: 11 mar. 2023.

BRASIL (2021). **Gastos Tributários (Bases Efetivas)**. Receita Federal. Disponível em: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/relatorios/renuncia/gastos-tributarios-bases-efetivas>. Acesso em: 12 mar. 2023.

BRASIL (2022). **Casa Civil. 90% dos lares brasileiros já tem acesso a internet no Brasil, aponta pesquisa**. Disponível em: <https://www.gov.br/casacivil/pt-br/assuntos/noticias/2022/setembro/90-dos-lares-brasileiros-ja-tem-acesso-a-internet-no-brasil-aponta-pesquisa#:~:text=A%20Pesquisa%20Nacional%20por%20Amostra%20de%20Domic%C3%ADlios%20%E2%80%9CAcesso%20%C3%A0%20Internet,%2C0%25%20dos%20lares%20brasileiros>. Acesso em: 13 mar. 2023.

BRASIL (2022). **Painéis do Mapa de Empresas**. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/painel-mapa-de-empresas>. Acesso em: 29 out. 2023

BRASIL (2023). **Decreto nº 11.453, de 23 de março de 2023**. Planalto. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2023-2026/2023/Decreto/D11453.htm#art82](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2023-2026/2023/Decreto/D11453.htm#art82). Acesso em: 15 nov. 2023.

BRASIL (2023). **Painel PNAD Contínua**. Disponível em: <https://painel.ibge.gov.br/pnadc/>. Acesso em: 11 jun. 2023.

BRASIL (2023). **PNAD Contínua – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. IBGE. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9173-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-trimestral.html?t=downloads>. Acesso em: 11 jun. 2023.

BRASIL EM MAPAS (2022). **PIB per capita por estados do Brasil**. Disponível em: [https://www.instagram.com/p/CmzhDzru\\_eF/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CmzhDzru_eF/?img_index=1). Acesso em: 3 nov. 2023.

BSPN (2023). **Balanco do Setor Público Nacional (BSPN)**. Disponível em: <https://www.tesourotransparente.gov.br/publicacoes/balanco-do-setor-publico-nacional-bspn/2021/114>. Acesso em: 11 mar. 2023.

CATARSE (20--). **Catarse**. Disponível em: <https://www.catarse.me/>. Acesso em: 11 mar. 2023.

CETIC (2021). **TIC Domicílios 2021: A4 Domicílios com acesso à internet**. Disponível em: <https://www.cetic.br/pt/tics/domicilios/2021/domicilios/A4/>. Acesso em: 11 jun. 2023.

CHAUÍ, M. (2009). **Cultura e Democracia**. Coleção Cultura é o Quê?, vol.1, 2º ed. Salvador: Secretaria de Cultura, Fundação Pedro Calmon, 2009.

CNIC (2020). **Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC)**. Ministério da Cultura. Disponível em: <http://leideincentivoocultura.cultura.gov.br/cnic/>. Acesso em: 12 mar. 2023.

COSTA, C. F. da, *et al.* (2017). **O financiamento da cultura no Brasil no período 2003-15: um caminho para geração de renda monopolista**. Revista de Administração Pública, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, vol. 51, núm. 4, pp. 509-527, 2017.

DONATO, A. (2021). **Trinta Anos da Lei Rouanet**. São Paulo: Observatório Itaú Cultural, 2021.

EVOÉ (2021). **Evoé**. Disponível em: <https://evoe.cc/>. Acesso em: 11 mar. 2023.

FGV (2021). **Estudo da FGV sobre impacto econômico da pandemia na área cultural é indicado para premiação.** Disponível em: <https://fgvprojetos.fgv.br/noticias/fgv-noticias-estudo-da-fgv-sobre-impacto-economico-da-pandemia-na-area-cultural-e-indicado>. Acesso em: 18 jun. 2023.

FREIRE, V. T. (2021). **Experiências online durante pandemia criam público novo para a cultura.** Datafolha. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/seminariosfolha/2021/08/experiencias-online-durante-pandemia-criam-publico-novo-para-a-cultura.shtml>. Acesso em: 10 mar. 2023.

FREIRE, V. T. (2022). **Público mantém hábitos culturais online no pós-pandemia, mostra pesquisa.** Datafolha. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/seminariosfolha/2022/09/publico-mantem-habitos-culturais-online-no-pos-pandemia-mostra-pesquisa.shtml#:~:text=Levantamento%20do%20Datafolha%20mostra%20queda%20na%20frequ%C3%Aancia%20de%20atividades%20culturais%20presenciais&text=Quase%20dois%20de%20cada%20tr%C3%AAs,o%20faziam%20antes%20da%20epidemia>. Acesso em: 13 Mar. 2023.

GADELHA, S. R. de B. (2017). **Introdução ao Estudo da Economia do Setor Público: Módulo 3 – Razões da Intervenção do Estado (Governo) na Economia.** Brasília: Escola Nacional de Administração Pública. 2017.

GILMORE, A. (2022). **Portas giratórias: indústrias criativas, economia e instrumentalismo na política cultural.** VALIATI, L. (org.). Economia da cultura e indústrias criativas: Fundamentos e evidências. 1º edição. São Paulo: Itaú Cultural; Editora WMF Martins Fontes, 2022. Cap. 5, p. 163-178.

GOOGLE (2023). **Circonjecturas.** Google Arts & Culture. Disponível em: [https://artsandculture.google.com/story/pQUB8X\\_TMJB0Lg?hl=pt-BR](https://artsandculture.google.com/story/pQUB8X_TMJB0Lg?hl=pt-BR). Acesso em: 19 nov. 2023.

GOOGLE (2023). **Por Dentro do Museu Nacional.** Google Arts & Culture. Disponível em: <https://artsandculture.google.com/project/museu-nacional-brasil?hl=pt>. Acesso em: 19 nov. 2023.

HEILBRUN, J.; GRAY, C. (2001). **The Economics of Art and Culture.** New York: Cambridge University Press, 2001.

HOHLFELDT, A. (2010). **Prefácio: uma obra verdadeiramente paradigmática. Economia da Arte e da Cultura.** In: BOLAÑO, *et al.* (org.). Economia da Arte e da Cultura. São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepos/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS, 2010. p. 6-9.

IBGE (2015). **Perfil dos estados e dos municípios brasileiros : cultura : 2014.** Coordenação de População e Indicadores Sociais. Rio de Janeiro: IBGE, 2015.

IBGE (2020). **Sistema de Contas Regionais – SCR.** Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/contas-nacionais/9054-contas-regionais-do-brasil.html>. Acesso em: 03 nov. 2023.

IBGE (2022). **Panorama Censo 2022.** Disponível em: <https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/>. Acesso em: 02 nov. 2023.

IBGE (2022). **Síntese de Indicadores Sociais**. PNAD Contínua. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/educacao/9221-sintese-de-indicadores-sociais.html>. Acesso em: 29 out. 2023

IJSN (2023). **Dez milhões saíram de pobreza no Brasil em 2022**. Disponível em: <https://ijsn.es.gov.br/noticias/dez-milhoes-sairam-da-pobreza-no-brasil-em-2022#:~:text=No%20entanto%2C%20o%20n%C3%BAmero%20de,condi%C3%A7%C3%B5es%20de%20mis%C3%A9ria%2C%20em%202022>. Acesso em: 9 set. 2023.

KLAMER, A. (2022). **O valor da cultura**. VALIATI, L. (org.). Economia da cultura e indústrias criativas: Fundamentos e evidências. 1ª edição. São Paulo: Itaú Cultural; Editora WMF Martins Fontes, 2022. Cap. 3, p. 89-112.

LEIVA, J. (2014). **Cultura SP: Hábitos culturais dos paulistas**. 1ª edição. São Paulo: Tuva Editora, 2014.

LEIVA, J. (2014). **Pesquisa: Cultura em SP**. J. Leiva Consultoria. Disponível em: <http://www.pesquisasp.com.br/index.html>. Acesso em: 9 set. 2023.

LISBOA, V. (2022). **Reconstrução do ministério é primeira tarefa na área da cultura**. Agência Brasil. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2022-12/reconstrucao-do-ministerio-e-primeira-tarefa-na-area-da-cultura>. Acesso em: 05 nov. 2023.

LOUVRE (2023). **Ednowments**. Disponível em: <https://www.endowment.louvre.fr/>. Acesso em: 09 set. 2023.

MACHADO, A. F.; *et al.* (2022). **Efeitos da Covid-19 na Economia da Cultura no Brasil**. Revista Econômica NE, Fortaleza: v. 53, n. 1, p. 124-136, jan./mar., 2022.

MENEZES, H. (2016). **A lei Rouanet: Muito além dos fatos**. 1ª edição. Fortaleza, Ceará: Fons Sapientiae, 2016.

MinC (2023). **O que é? – PNAB**. Disponível em: <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/pnab/conteudo/o-que-e>. Acesso em: 05 nov. 2023.

MinC. (2023). **Em 100 dias, investimentos na Cultura ultrapassam R\$ 2 bilhões**. Disponível em: <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/em-100-dias-investimentos-na-cultura-ultrapassam-r-2-bilhoes#:~:text=O%20Instituto%20do%20Patrim%C3%B4nio%20Hist%C3%B3rico,patrim%C3%B4nio%20cultural%20brasileiro%20em%202023>. Acesso em: 05 nov. 2023.

MinC. (2023). **Lei Paulo Gustavo**. Disponível em: <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/lei-paulo-gustavo>. Acesso em: 05 nov. 2023.

MORAES, C. (2022). **Como a Lei Aldir Blanc pode salvar a cultura com Rouanet desmontada por Bolsonaro**. Folha de S. Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2022/08/como-a-lei-aldir-blanc-pode-salvar-a-cultura-com-rouanet-desmontada-por-bolsonaro.shtml>. Acessado em: 05 nov. 2023.

NETO, S. F. (2019). **Aspectos do financiamento da cultura no Brasil**. 2009. 31 páginas. Monografia de Final de Curso, Economia – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

OIC (2023). **Economia Criativa | 2º Trimestre de 2023: Análise do Mercado de Trabalho da Economia Criativa e Nota Sobre o Empregos nos Setores de Tecnologia**. Painel de Dados: Observatório Itaú Cultural. Disponível em:

<https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados/publicacoes/boletins/economia-criativa-2o-trimestre-de-2023-analise-do-mercado-de-trabalho-da-economia-criativa-e-notas-sobre-o-emprego-nos-setores-de-tecnologia>. Acesso em: 03 nov. 2023.

OIC (2023). **Painel de Dados: Trabalhadores da Economia Criativa**. Painel de Dados: Observatório Itaú Cultural. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados/pesquisa/trabalhadores-da-economia-criativa>. Acesso em: 03 nov. 2023.

OIC (2023). **PIB da Economia da Cultura e das Indústrias Criativas: A Perspectiva das Unidades Federativas**. Painel de Dados: Observatório Itaú Cultural. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados/publicacoes/boletins/pib-da-economia-da-cultura-e-das-industrias-criativas-a-perspectiva-das-unidades-federativas>. Acessado em: 03 nov. 2023.

OIC (2023). **PIB da Economia da Cultura e das Indústrias Criativas: A Importância da Cultura e da Criatividade para o Produto Interno Bruto Brasileiro**. Painel de Dados: Observatório Itaú Cultural. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados/publicacoes/boletins/pib-da-economia-da-cultura-e-das-industrias-criativas-a-importancia-da-cultura-e-da-criatividade-para-o-produto-interno-bruto-brasileiro>. Acesso em: 03 nov. 2023.

OLIVEIRA, F. (2019). **Regulação de fundo patrimonial pode elevar doações de fortunas**. Folha de S. Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/05/regulacao-de-fundo-patrimonial-pode-elevar-doacoes-de-fortunas.shtml>. Acesso em: 10 mar. 2023.

ONU (2023). **United Nations Human Settlement Programme (Un-Habitat) Annual Report 2022**. Kenya: 2023.

PORTO, H. (2012). **Brasil tem exposição mais visitada do mundo, e críticos explicam fenômeno**. G1. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2012/03/brasil-tem-exposicao-mais-visitada-do-mundo-e-criticos-explicam-fenomeno.html>. Acesso em: 12 mar. 2023.

PRONAC (2020). **Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac)**. Ministério da Cultura. Disponível em: <https://www.gov.br/iphan/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/programas/programa-nacional-de-apoio-a-cultura-pronac>. Acesso em: 12 mar. 2023.

QUEVEDO, D. M. de; *et al.* (2015). **O Marketing Cultural e as Políticas Públicas Voltadas para a Cultura**. Revista Cesumar Ciências Humanas e Sociais Aplicadas, Maringá, Paraná: v.20, n.2, p. 279-304, jul./dez. 2015.

RUBIM, A. A. C. (2010). **Políticas culturais no Brasil: Itinerários e atualidade**. In: BOLAÑO, *et al.* (org.). Economia da Arte e da Cultura. São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepos/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS, 2010. p. 51-71

SALICNET (2023). **Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura**. Disponível em: <http://aplicacoes.cultura.gov.br/comparar/salicnet/>. Acesso em: 12 mar. 2023.

SARKOVAS, Y. (2005). **O incentivo fiscal no Brasil. Teoria e Debate**. Disponível em: <https://teoriaedebate.org.br/2005/05/18/o-incentivo-fiscal-no-brasil/>. Acesso em: 09 set. 2023.

SECULT (2023). **Economia Criativa**. Secretária da Cultura. Governo do Estado do Espírito Santo. Disponível em: <https://secult.es.gov.br/economiacriativa>. Acesso em: 09 set. 2023.

SEGRANFREDO, T. (2021). **Artistas na corda bamba**. Nonada. Disponível em: <https://www.nonada.com.br/2021/08/artistas-na-corda-bamba/>. Acesso em: 09 abr. 2023.

SILVA, S. C. E.; LUIZ, D. E. C. (2012). **Cultura política, participação e democracia no Brasil: reflexões a partir da perspectiva gramsciana**. Simpósio Nacional Estado e Poder: Sociedade Civil, 7º. Uberlândia: Editora Universidade Federal de Uberlândia, 2012.

SOMBINI, E. (2019). **Setor da cultura precisa diversificar suas fontes de financiamento**. Folha de S. Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/seminariosfolha/2019/08/setor-da-cultura-precisa-diversificar-suas-fontes-de-financiamento.shtml>. Acesso em: 10 mar. 2023.

STN (2023). **Relatórios contábeis e séries históricas – União: Contabilidade e custos**. Tesouro Nacional Transparente. Disponível em: <https://www.tesourotransparente.gov.br/temas/contabilidade-e-custos/relatorios-contabeis-e-series-historicas-uniao>. Acesso em: 03 nov. 2023.

STN (2023). **Tesouro Nacional Transparente**. Secretaria do Tesouro Nacional. Disponível em: [www.tesourotransparente.gov.br](http://www.tesourotransparente.gov.br). Acesso em: 03 nov. 2023.

THE ART NEWSPAPER (2019). **Arts most popular here are 2018 most visited shows and museums**. Disponível em: <https://www.theartnewspaper.com/2019/03/24/arts-most-popular-here-are-2018s-most-visited-shows-and-museums>. Acesso em: 10 mar. 2023.

THE ART NEWSPAPER (2020). **Arts most popular here are 2019 most visited shows and museums**. Disponível em: <https://www.theartnewspaper.com/2020/03/31/arts-most-popular-here-are-2019s-most-visited-shows-and-museums>. Acesso em: 10 mar. 2023.

THE ART NEWSPAPER (2021). **The 100 most popular art museums in the world who has recovered and who is still struggling**. Disponível em: <https://www.theartnewspaper.com/2023/03/27/the-100-most-popular-art-museums-in-the-worldwho-has-recovered-and-who-is-still-struggling>. Acesso 10 de mar. de 2023.

THE ART NEWSPAPER (2021). **Visitor figures 2020: top 100 art museums revealed as attendance drops by 77% worldwide**. Disponível em: <https://www.theartnewspaper.com/2021/03/30/visitor-figures-2020-top-100-art-museums-revealed-as-attendance-drops-by-77percent-worldwide>. Acesso em: 10 de mar. de 2023.

THE ART NEWSPAPER (2022). **Visitor figures 2021 top 100 most popular art museums in the world. In: The Art Newspaper**. Disponível em: <https://www.theartnewspaper.com/2022/03/28/visitor-figures-2021-top-100-most-popular-art-museums-in-the-world>. Acesso em: 10 mar. 2023.

THROSBY, D. (2022). **Teorias do valor**. VALIATI, L. (org.). Economia da cultura e indústrias criativas: Fundamentos e evidências. 1ª edição. São Paulo: Itaú Cultural; Editora WMF Martins Fontes, 2022. Cap. 1, p. 19-50.

TYLOR, E. B. (1920). **Primitive Culture**. London: 6ª edition, vol.1, p.1-25, 1920.

UNCTAD (2012). **Relatório de economia criativa 2010 – Economia Criativa: Uma opção de desenvolvimento viável**. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

UNESCO (2004). **A UNESCO no Brasil: consolidando compromissos**. Brasília: Unesco, 2004.

VALIATI, L, *et al.* (2022). **O marco teórico-conceitual da economia da cultura e da economia criativa: uma revisão de contribuições selecionadas e seus pressupostos**.

VALIATI, L. (org.). Economia da cultura e indústrias criativas: Fundamentos e evidências. 1º edição. São Paulo: Itaú Cultural; Editora WMF Martins Fontes, 2022. Cap. 4, p. 113-162.

VALIATI, L. (2021). Leandro Valiati: “É triste ver que parte da sociedade ataca seus valores culturais”. **Fronteiras**. Disponível em: <https://www.fronteiras.com/leia/exibir/leandro-valiati-e-triste-ver-que-parte-da-sociedade-ataca-seus-valores-culturais>. Acesso em: 10 mar. 2023. Entrevista.

VERSALIC (2017). **Portal de visualização do sistema de apoio às leis de incentivo à cultura**. Disponível em: <http://versalic.cultura.gov.br/#/home>. Acesso em: 12 mar. 2023.