

# **A CULTURA NA ECONOMIA BRASILEIRA**

***THE CULTURE SECTOR  
IN BRAZILIAN ECONOMY***

**2015**

**Nº 23**

# A CULTURA NA ECONOMIA BRASILEIRA

*THE CULTURE SECTOR  
IN BRAZILIAN ECONOMY*

2015

Nº 23

Primeiro Presidente Fundador | Founder and First President  
Luiz Simões Lopes

Presidente | *President*  
Carlos Ivan Simonsen Leal

Vice-Presidentes | *Vice-Presidents*  
Sergio Franklin Quintella, Francisco Oswaldo Neves Dornelles e  
Marcos Cintra Cavalcante de Albuquerque

## CONSELHO DIRETOR | BOARD OF DIRECTORS

Presidente | *President*  
Carlos Ivan Simonsen Leal

Vice-Presidentes | *Vice-Presidents*  
Sergio Franklin Quintella, Francisco Oswaldo Neves Dornelles e  
Marcos Cintra Cavalcanti de Albuquerque

Vogais | *Voting Members*  
Armando Klabin, Carlos Alberto Pires de Carvalho e Albuquerque,  
Cristiano Buarque Franco Neto, Ernane Galvêas, José Luiz Miranda,  
Lindolpho de Carvalho Dias, Marcílio Marques Moreira e Roberto Paulo  
Cezar de Andrade.

Suplentes | *Deputies*  
Aldo Floris, Antonio Monteiro de Castro Filho, Ary Oswaldo Mttos Filho,  
Eduardo Baptista Vianna, Gilberto Duarte Prado, Jacob Palis Júnior,  
José Ermírio de Moraes Neto, Marcelo José Basílio de Souza Marinho e  
Maurício Matos Peixoto.

## CONSELHO CURADOR | BOARD OF TRUSTEES

Presidente | *President*  
Carlos Alberto Lenz César Protásio

Vice-Presidente | *Vice-Presidents*  
João Alfredo Dias Lins (Klabin Irmãos e Cia)

Vogais | *Voting Members*  
Alexandre Koch Torres de Assis, Antonio Alberto Gouvêa Vieira, Banco BBM S.A. (Pedro Henrique Mariani Bittencourt, Tomas Brizola e Alexandre Lovenkron), Carlos Alberto Lenz Cesar Protásio, Eduardo M. Krieger, Estado da Bahia (Governador Rui Costa), Estado do Rio Grande do Sul (José Ivo Satori), Federação Brasileira de Bancos (Angélica Moreira da Silva), Heitor Chagas de Oliveira, IRB - Brasil Resseguros S.A (Leonardo André Paixão e Rodrigo de Valnísio Pires Azevedo), Klabin Irmãos & Cia (João Alfredo Dias Lins), Luiz Choro, Marcelo Serfaty, Márcio João de Andrade Fortes, Marcus Antonio de Souza Faver, Publicis Brasil Comunicação Ltda. (Orlando dos Santos Marques), Sandoval Carneiro Junior, Sindicato das Empresas de Seguros Privados, de Previdência complementar e de Capitalização nos Estado do Rio de Janeiro e do Espírito Santo (Ronaldo Mendonça Vilela), Souza Cruz S/A (Andrea Martini), Votorantim Participações S.A (Raul Calfat) e Willy Otto Jorden Neto.

Suplentes | *Deputies*  
Banco de Investimentos Crédit Suisse S.A. (Nilson Teixeira), Brookfield Brasil Ltda. (Luiz Ildefonso Simões Lopes e Emerson Furtado Lima), Cesar Camacho, José Carlos Schmidt Murta Ribeiro, Luiz Roberto Nascimento Silva, Manoel Fernando Thompson Motta Filho, Monteiro Aranha Participações S.A. (Olavo Monteiro de Carvalho), Rui Barreto, Sérgio Andrade, Sul América Companhia Nacional de Seguros (Patrick de Larragoiti Lucas), Vale S.A (Clóvis Torres) e Victório Carlos de Marchi.

Sede | *Headquarters*  
Praia de Botafogo, 190, Rio de Janeiro – RJ, CEP 22250-900 ou Caixa Postal 62.591  
CEP 22257-970, Tel: (21) 3799-5498, [www.fgv.br](http://www.fgv.br)

Instituição de caráter técnico-científico, educativo e filantrópico, criada em 20 de dezembro de 1944 como pessoa jurídica de direito privado, tem por finalidade atuar, de forma ampla, em todas as matérias de caráter científico, com ênfase no campo das ciências sociais: administração, direito e economia, contribuindo para o desenvolvimento econômico-social do país.

*Institution of technical-scientific, educational and philanthropic character, created on December 20, 1944, as a legal entity of private law with the objective to act, broadly, in all subjects of scientific character, with emphasis on social sciences: administration, law and economics, contributing for the socioeconomical development of the country.*

Diretor | *Director*  
Cesar Cunha Campos

Diretor Técnico | *Technical Director*  
Ricardo Simonsen

Diretor de Controle | *Director of Control*  
Antônio Carlos Kfourir Aidar

Diretor de Qualidade | *Director of Quality*  
Francisco Eduardo Torres de Sá

Diretor de Mercado | *Market Director*  
Sidnei Gonzalez

Diretores-Adjuntos de Mercado | *Market Deputy Directors*  
Carlos Augusto Lopes da Costa  
José Bento Carlos Amaral

## CRÉDITOS | CREDITS

Coordenação do Estudo | *Coordination*  
Sílvia Finguerut

Orientação Técnica | *Technical Guidance*  
Fernando Naves Blumenschein

Equipe Técnica | *Technical Team*  
Baiana Souto  
Conrado Parreiras Horta de Vieira Leal  
Maria Margarete da Rocha Mohelsky  
Vinicius Silvestrin Pantoja

Coordenação Editorial | *Editorial Coordination*  
Manuela Fantinato

Projeto Gráfico | *Graphic Design*  
Patricia Werner  
Fernanda Macedo

Colaboração | *Collaboration*  
Sara Amaro Pais  
Caroline Steinfeld  
Mirella Toledo  
Andrea Camargo

Produção Editorial | *Editorial Production*  
Marianna Jardim

Tradução | *Translation*  
Annie Sapucaia  
Victoria Broadus  
Fidelity Translations

Fotos | *Photos*  
[www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com)  
[www.corbis.com](http://www.corbis.com)

Esta edição está disponível para  
download no site da FGV Projetos:  
*This issue is available for download at  
FGV Projetos website:*  
[fgvprojetos.fgv.br](http://fgvprojetos.fgv.br)

# SUMÁRIO *CONTENT*

APRESENTAÇÃO.....	05
<i>PRESENTATION</i>	
INTRODUÇÃO.....	09
<i>INTRODUCTION</i>	
CAPÍTULO 1 - ESTRUTURA ANALÍTICA.....	23
<i>CHAPTER 1 - ANALYTIC STRUCTURE</i>	
CAPÍTULO 2 - CARACTERIZANDO O BRASIL.....	33
<i>CHAPTER 2 - CHARACTERISING BRAZIL</i>	
CAPÍTULO 3 - GASTOS PÚBLICOS.....	43
<i>CHAPTER 3 - PUBLIC SPENDING</i>	
CAPÍTULO 4 - MERCADO DE TRABALHO.....	53
<i>CHAPTER 4 - LABOUR MARKET</i>	
CAPÍTULO 5 - CONSUMO FAMILIAR.....	67
<i>CHAPTER 5 - HOUSEHOLD CONSUMPTION</i>	
CAPÍTULO 6 - ESTUDOS SETORIAIS.....	81
<i>CHAPTER 6 - SECTORAL STUDIES</i>	
CONCLUSÃO.....	123
<i>CONCLUDING REMARKS</i>	
BIBLIOGRAFIA.....	129
<i>BIBLIOGRAPHY</i>	
ANEXO - METODOLOGIA.....	133
<i>ANNEX - METHODOLOGY</i>	



## APRESENTAÇÃO PRESENTATION

A FGV Projetos, unidade de assessoria técnica da Fundação Getúlio Vargas, reconhecida Think Tank mundial por conciliar produção e aplicação de conhecimento para o desenvolvimento de políticas públicas, tem dado especial atenção ao setor cultural. Além de realizar estudos setorializados, prestar assessoria para a modernização de gestão cultural, conceituação e customização de projetos, possui uma série de livros dedicados ao tema. Ultimamente, a instituição tem se voltado ao desenvolvimento de metodologias para mensurar os impactos socioeconômicos de diversas atividades e manifestações inseridas no âmbito da cultura.

Como diz o ministro da Cultura, Juca Ferreira, é necessário compreender as leis de funcionamento para que consigamos projetar uma política arrojada no âmbito da economia da cultura. A partir de então, é possível gerar indicadores precisos e medir a eficiência de ações de fomento. Este estudo objetiva justamente traçar esses indicadores para que a cultura seja cada vez mais valorizada, atraindo investimentos e fomentando a economia brasileira.

Para além de seu valor simbólico e intangível, o setor cultural é constituído de diversas atividades econômicas, que possuem cadeias produtivas próprias e influenciam nos gastos e receitas públicas e privadas. A compreensão de sua

*FGV Projetos is Fundação Getúlio Vargas' technical advisory unit, a world-class think tank known for its production of applied knowledge for public policy. As of lately, the unit has been giving special attention to the cultural sector, conducting sectoral studies and providing advice for the modernization of cultural management as well as for the conception and customization of cultural programs. Publishing a number of books devoted to the subject FGV Projetos is focusing on the development of impact metrics to assess the socio-economic influence of culture activities and events inserted in the sphere of culture.*

*In the words of our Minister of Culture, Juca Ferreira, the execution of bold policies in the cultural sphere is only possible after acquiring deep knowledge of the system and laws currently in operation. Only after this careful analysis it is possible to generate coherent indicators to measure the efficiency of new public policies. The present study aims precisely at defining these indicators so as to foster the recognition of the economic value of cultural activities, attracting investments and projecting Brazil's economy.*

*In addition to its symbolic and intangible value, the cultural sector is made up of various economic activities, each possessing its own production chain, and all of them influencing both*

dinâmica e de seus resultados na economia e na sociedade é fundamental não apenas para o desenvolvimento do país, mas também para auxiliar a tomada de decisões no sentido de valorizar o caráter estratégico do setor.

Esta publicação é o resultado de um estudo desenvolvido a partir de um desafio proposto pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) de sistematizar dados públicos e setoriais relacionados à cultura. As análises apresentadas neste levantamento abrem caminho para aprofundar uma série de questões e chamam atenção para o desafio de determinar critérios que possibilitem análises comparativas com outros países. Em um mundo globalizado, a cultura tem potencial de ligar nações e economias.

*private and public expenditure and revenue. Understanding the dynamics of the cultural industry and its socio-economic impact is essential not only for the country's development, but also in order to enhance the strategic nature of the decision-making process in sector itself.*

*This publication is the result of a study developed in response to a challenge proposed by the Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) to systematize public and industry data related to culture. The present set of data opens the way to new and deeper questions, drawing attention to the challenge of determining criteria that enable comparative analyses with other countries. In world increasingly interconnected and globalized, culture has the potential to connect nations and economies.*

Boa leitura! Enjoy!

**Cesar Cunha Campos**

Diretor *Director*

FGV Projetos









## INTRODUÇÃO INTRODUCTION

*A cultura é constituída pelo conjunto dos saberes, fazeres, normas, proibições, estratégias, crenças, ideias, valores, mitos, que se transmite de geração em geração, se reproduz em cada indivíduo, controla a existência da sociedade e mantém a complexidade psicológica e social. Não há ser humano ou sociedade arcaica ou moderna desprovidos da cultura, mas cada cultura é única. Deste modo, há sempre a cultura dentro da cultura, e cultura apenas pode existir através das culturas. (Morin, 2000.)*

Cultura relaciona-se com identidade, memória e expressões humanas no âmbito de um grupo social ou nação. É desafiador buscar quantificar o impacto das manifestações culturais na economia, uma vez que as definições de cultura são sempre muito amplas e abrangentes, além de diferirem bastante de uma sociedade para outra.

Este estudo se propõe a uma análise socioeconômica do setor cultural brasileiro a partir de três dimensões consideradas fundamentais para sua compreensão: o orçamento público, o mercado de trabalho e o consumo das famílias. Afim de complementar uma análise desse tipo, é fundamental incluir o impacto da cultura nos diversos setores aos quais ela se relaciona. Para tanto é preciso buscar metodologias econômicas, bem como trabalhar com

*Culture is made up of all the knowledge, doings, standards, prohibitions, strategies, beliefs, ideas, values and myths transmitted from generation to generation and reproduced in each individual; it controls society's existence and maintains psychological and social complexity. There is no human being, nor archaic or modern society devoid of culture, but each culture is unique. Thus, there is always culture within the culture, and culture can only exist across cultures. (Morin, 2000.)\**

*Culture relates to the identity, memory and human expressions of a given social group or nation. Attempting to quantify the economic impact of cultural manifestations is a challenging task since the definitions of culture are very broad and comprehensive, and differ greatly from one society to another.*

*This study proposes a socio-economic analysis of the Brazilian cultural sector from three of its fundamental dimensions: public spending, labour market, and household consumption. It is also vital to complement the analysis with the assessment of cultural impact in its various related sectors. Attempting to define to which sectors to include in this particular study is challenging, and it is tempting to include unrelated activities. It is therefore necessary work with caution, using rigorous economic methodologies (Tolila, 2007).*

\* Free translation from the Portuguese version.

cautela, na medida em que pode ser tentador incluir atividades que estão mais relacionadas a outros setores. (Tolila, 2007).

As atividades culturais, como qualquer outra atividade econômica, dependem de esforços e investimentos públicos e privados, que ampliam a capacidade de o país gerar bens e serviços que, por um lado, serão apropriados pela sociedade, e, por outro, geram emprego e renda durante seu processo produtivo. Além de sua finalidade econômica, o orçamento público cumpre função social, apoiando o desenvolvimento do setor cultural por meio de políticas públicas e programas. Estas subsidiam o mercado de trabalho, notadamente na implantação e modernização de espaços e equipamentos culturais, que, consequentemente, aumentam a demanda por trabalhadores ligados direta ou indiretamente às atividades do setor. Em contrapartida, programas de incentivo e promoção ao acesso à cultura impulsionam o consumo de produtos e serviços das famílias. Nesse ciclo virtuoso, a dinâmica positiva do mercado de trabalho, com o aumento do emprego, pode, também, impulsionar a elevação do consumo. O desenvolvimento individual de cada uma das dimensões analisadas neste estudo, portanto, possui efeitos nas demais.

Desta forma, é tarefa de grande complexidade a missão de definir indicadores para permitir uma correta coleta de dados e sua análise do ponto de vista da sua contribuição à economia do país, que é o objetivo deste trabalho.

*Cultural activities, like any other economic activity, depend on public and private efforts and investments that enhance the country's ability to produce goods and services which will be appropriated by society, and will generate employment and income during their production process. In addition to its economic purpose, public budgeting also fulfils a social function by supporting the development of the cultural sector through public policies and programmes. These public measures can be aimed at creating and modernizing cultural spaces and facilities, which in turn subsidize the labour market and consequently increase the demand for workers directly or indirectly related to activities in the sector. Another set of public measures are incentive and promotion programmes which promote access to culture, to upraise household consumption of cultural products and services. These two complementary dynamics work in a virtuous cycle, within which increases in employment stimulates increases consumption and vice-versa. Individual development of each of the dimensions analysed in this study – public spending, labour market, and household consumption – thus inevitably affects the other two.*

*It is then possible to contemplate the complexity of the task at hand when given the mission to define appropriate indicators that will allow for proper data collection as well as an accurate analysis from the viewpoint of each indicator's contribution to the country's economy – a task which is the purpose of this work.*

*The spectrum of activities to be analysed is broad; it includes activities such as Carnival,*

É amplo o espectro de atividades a serem analisadas, como o Carnaval, Festas Juninas, Réveillon, Rock in Rio, peças de teatro, cinema, exposições, museus, produtos literários. Trata-se de manifestações culturais que devem ser analisadas a partir da sua contribuição e do impacto que geram para a economia brasileira, demonstrando a sua relevância a partir dos seus reflexos na geração de empregos, no turismo, no lazer e na educação da população brasileira.

Este estudo busca, portanto, identificar indicadores que possam traçar paralelos com outros países. O intuito é verificar se, apesar do pequeno percentual dos orçamentos públicos destinado à cultura, os investimentos são suficientes para dinamizar os diversos segmentos a ela relacionados, e ainda contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos brasileiros.

## ECONOMIA CRIATIVA E CULTURA

A Organização das Nações Unidas (ONU), por meio da Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), seu o braço voltado ao mercado e ao desenvolvimento, vem colhendo informações preciosas para a análise das finanças, dos investimentos e do desenvolvimento sustentável dos 194 países-membros da ONU. Esse esforço de unificação de dados resulta em um agrupamento de nove setores, entre os quais a cultura, que se insere no âmbito da economia criativa, com eventuais atividades inseridas na Economia do Conhecimento.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> A Economia do Conhecimento entende o conhecimento como inovação, dependendo fundamentalmente de cada indivíduo, não se apoiando em bens ou serviços. Ressalte-se que tem enorme contribuição econômica nas indústrias da mídia e da internet e nos demais campos da inovação e criação.

*June Festivals, New Year's Eve, Rock in Rio, theatre performances, film screenings, literary products, exhibitions, museums. They are cultural events that should be analysed from the perspective of their contribution and impact on the Brazilian economy, demonstrating their relevance by measuring their effects on job creation, on tourism, leisure and education of the Brazilian population.*

*This study therefore aims at identifying indicators that will enable us to compare our results with other countries. Our intention is to determine whether the public investments currently allotted to culture, despite representing a small percentage of total public spending reduced, are enough to invigorate the various sectors related to it, and also to contribute to improving Brazilians' quality of life.*

## CREATIVE ECONOMY AND CULTURE

*The United Nations (UN), through the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), its market and development-oriented branch is gathering valuable information for the analysis of the finances, the investments and the sustainable development of 194 UN member countries. This data unifying effort results in a grouping of 9 sectors, among which is culture, inserted in the sphere of the creative economy, with some eventual activities belonging in the Knowledge Economy.<sup>1</sup>*

<sup>1</sup> The Knowledge Economy understands knowledge as innovation, mainly depending on each individual, not relying on goods or services. It should be noted that it has huge economic contribution to the industries of media and internet, and to other fields of innovation and creation.

Para a UNCTAD, a economia criativa assim se estrutura:

- Artes Visuais (pintura, escultura, fotografia),
- Literatura e publicações (livros, jornais e periódicos),
- Design (arquitetura, moda, interiores, objeto e joias),
- Tradições e festas (artesanato, festivais e atividades culturais),
- Música (concertos, CDs, gravações e música digital),
- Artes Cênicas (teatro, dança, opera, circo e bonecos),
- Audiovisual (cinema, TV e rádio),
- Animação digital e Multimídia (software, games e publicidade).

Nesses campos, a UNCTAD propõe-se a analisar dados relativos a bens e serviços, compreendendo que o componente humano tem enorme participação na cultura. Já segundo o Plano da Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura:

*For UNCTAD, the creative economy is structured as follows:*

- *Visual arts (painting, sculpture, photography),*
- *Literature and publications (books, newspapers and periodicals),*
- *Design (architecture, fashion, interior design, objects and jewellery),*
- *Traditions and festivities (handicraft, festivals and cultural activities),*
- *Music (concerts, CDs, recordings and digital music),*
- *Performing Arts (theatre, dance, the opera, circus and puppets),*
- *Audio-visual (films, TV and radio),*
- *Digital animation and Multimedia (software, games and advertising).*

*Within these fields UNCTAD proposes to analyse data related to goods and services, understanding that the human component has a huge participation in culture. In contrast, the Plan of the Secretariat for the Creative Economy of the Ministry of Culture have a different definition for creative industries:*

*Os setores criativos são aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social (Minc, 2011).*

*Creative industries are those which productive activities have as their main process the creative act generating a product, good or service, which symbolic dimension is determinant of its value, resulting in the production of cultural, economic and social wealth (Minc, 2011).*

Os países anglo-saxões se utilizam dos conceitos de *cultural industries*<sup>2</sup> e *creative industries*<sup>3</sup> compreendendo também setores mais amplos do que aqueles definidos como culturais. Trata-se de interpretações e agrupamentos de setores que convêm a outros estudos e organizações de atividades.

*Anglo-Saxon countries' concepts of "cultural industries"<sup>2</sup> and "creative industries"<sup>3</sup> comprise broader sectors than those defined as cultural. These interpretations and groupings that are appropriate in the context of other studies and organization of activities.*

Este estudo trabalha com o conceito de economia da cultura, como campo no qual se entrecruzam setores da economia criativa com outros setores culturais que não necessariamente envolvam atos criativos. Para isso, é preciso definir claramente as atividades e os setores analisados.

*This particular study focuses on the concept of the economy of culture as a field in which sectors of the creative economy are interwoven with other cultural sectors that do not necessarily involve creative acts and It is necessary to clearly define the activities and sectors that will be included in this analysis.*

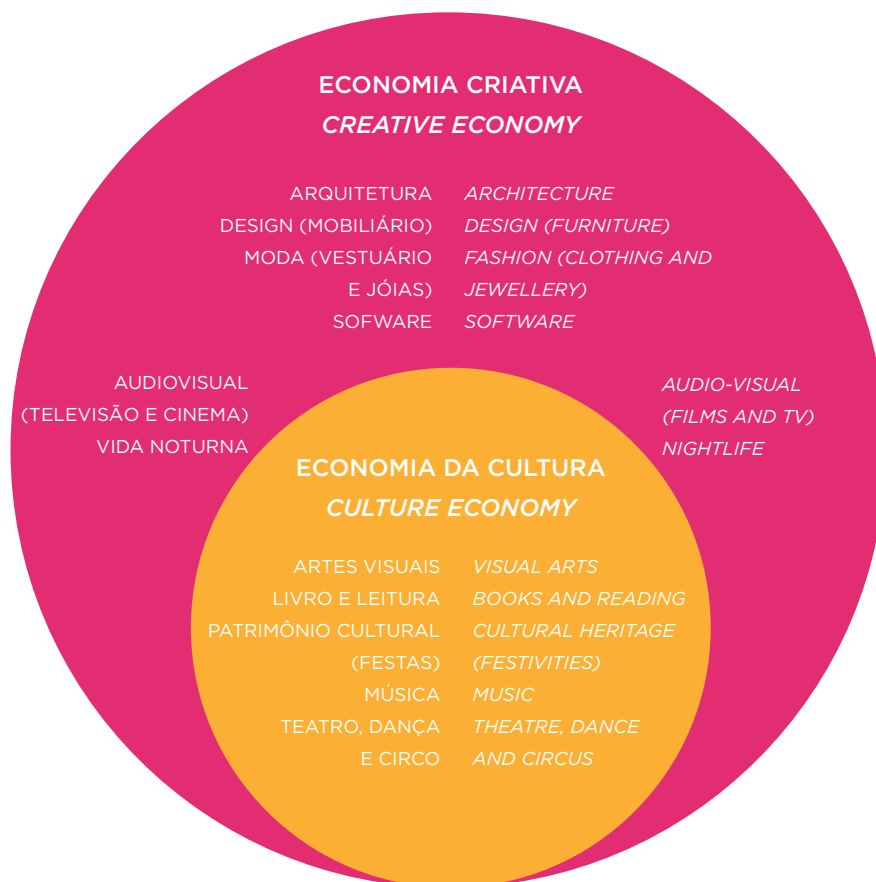
<sup>2</sup> *Cultural Industries* - combinação de criação, produção e comercialização dos conteúdos culturais e intangíveis por sua natureza. Esses conteúdos são tipicamente protegidos por copyright e podem assumir a forma de bens ou serviços.

<sup>2</sup> *Cultural Industries* - combination of creation, production and marketing of cultural contents and intangible by nature. These contents are typically protected by copyright and may take the form of goods or services.

<sup>3</sup> Segundo o Departamento de Cultura, Mídia e Esporte da Grã Bretanha (DCMS) *creative industries* são aquelas que exigem criatividade, habilidade e talento, com o potencial de gerar empregos e riqueza através da exploração de suas propriedades intelectuais.

<sup>3</sup> According to the Great Britain Department for Culture, Media and Sport (DCMS) *creative industries* are those that require creativity, skill and talent with the potential to generate jobs and wealth by exploring their intellectual property.





Por outro lado, a cultura também influencia atividades não culturais, especialmente os campos da Economia Criativa. Por exemplo, tome-se o design, uma das chaves para a diferenciação dos produtos e que dialoga de forma muito próxima com a cultura. Em outro contexto, também devemos levar em conta a forma como um conteúdo cultural é apresentado nas diversas plataformas tecnológicas, algo interligado às formas de consumo cultural. Ainda que de forma indireta, a análise desse impacto é relevante para a compreensão da Economia da Cultura.

*Culture also influences non-cultural activities, especially in fields of the Creative Economy. Take the discipline of design, for instance, a key element in the differentiation of products, and which dialogues very closely with culture. In a different context, we must also take into account, for example, of how cultural content is presented by different technological platforms, a theme which is closely connected to cultural consumption. The analysis of this type of impact is relevant to understanding the Economy of Culture, albeit indirectly.*



Segundo a Unesco, a cultura é fundamento da identidade, da energia e das ideias criativas dos povos, em toda sua diversidade, sendo, portanto, fator de desenvolvimento e coexistência. No mundo globalizado, a noção de cultura amplia-se ainda mais em vista da interculturalidade. Apoiando-se fundamentalmente na velocidade, no alcance dos meios de comunicação e nos deslocamentos humanos, a interculturalidade se refere às relações e ao intercâmbio entre culturas e civilizações que se traduz em uma troca jamais vista, capaz de levar manifestações culturais a todo o planeta e de provocar um permanente processo de transformação. A cultura contemporânea é marcada por esse traço, e a cultura brasileira, por sua vez, é multicultural. Isso significa que ela está relacionada ao território e à diversidade das culturas que ambienta, seja a partir da migração de povos, ou de processos históricos que trazem consigo tradições populares, gastronomia e modos de fazer.

## ENTRETENIMENTO E CULTURA

Ao se analisar o alcance das atividades culturais também nos deparamos com suas interseções com a enorme indústria do entretenimento. Algumas atividades de entretenimento são definitivamente vinculadas a processos criativos e de formação e consolidação da identidade. Basta citar os shows de música, as festas tradicionais no interior do país, as Festas Juninas ou o Carnaval, realizados em diversas cidades. Entretanto, há outras atividades de entretenimento que não podem ser conside-

*According to Unesco, culture is the foundation of a people's identity, of its energy and its creative ideas in all its diversity, and therefore factors in issues of development and coexistence. In the globalized world, the notion of culture further widens in view of interculturality. Relying mainly on the speed, on the reach of media as well as on human displacements, interculturality refers to the relations and interchanges between cultures and civilizations, which today reach a breath and a depth until now unseen capable of bringing cultural events to the entire planet and inducing a permanent process of transformation. Contemporary culture is marked by this trait, and Brazilian culture is in itself multicultural, referring to the range of its territory and to the diversity of cultures that it holds, a trait resulting either from the migration of peoples or from historical processes that bring with them popular traditions, gastronomy and customs.*

## CULTURE AND ENTERTAINMENT

*When analysing the comprehensiveness of cultural activities we also come across their intersections with the colossal entertainment industry. Some entertainment activities are definitely linked to creative processes, and to processes of formation and consolidation of identity. Suffice to music concerts, traditional festivals from inland areas, the June Festivals or Carnival, held in several cities. However, there are other entertainment activities which cannot be considered as cultural. This field includes some sport-related activities, such as going to sta-*

radas culturais. Nesse campo inserem-se algumas atividades relacionadas ao esporte, como a ida aos estádios para assistir a jogos de futebol, vôlei, entre outros, ou ao esporte como lazer, como participação em corridas ou jogos. Trata-se de atividades que não devem ser incluídas num estudo que pretende delimitar a contribuição da cultura na economia.

*diiums to watch football or volleyball matches, among others, or such a as practicing sports as a leisure activity, or such as participating in races or games. These are examples of the types of activities that should not be considered in a study aimed at defining the contribution of culture to the economy.*



Da mesma forma, se na programação televisiva estão inseridos elementos culturais, como telenovelas e outros produtos de ficção, não se pode esquecer que o entretenimento inclui os investimentos em produção e patrocínio da cadeia do esporte profissional e de alta performance, bem como o jornalismo, que pode ter interseções com a economia criativa ou com a economia do conhecimento, mas não com a cultura. Também a vida noturna está prioritariamente inserida no campo do entretenimento, mas contém elementos que movimentam a economia da cultura, em especial a música. Nesse sentido, cabe delimitar esses impactos, retirando as atividades em que o peso maior está em outros campos.

A partir dessas delimitações, deve-se ressaltar que nem a economia do entretenimento nem a economia criativa se configuram como setores, mas constituem apenas combinações de atividades que foram identificadas a partir de uma dada coerência e que possuem reflexos importantes no campo da economia e da cultura.

As escolhas conceituais empreendidas para este estudo foram, portanto, orientadas no sentido de estabelecer os campos em que prevalecem as atividades que possibilitam a construção da identidade, das expressões dos brasileiros e da construção da memória. Essa delimitação leva em conta a inserção do país em uma economia global, na qual recebemos e exportamos atividades culturais que também contribuem para a nossa formação.

*Similarly, if cultural elements such as soap operas and other fictional products are inserted in TV programming we cannot discard the fact that this type of entertainment also benefits from investments and sponsorships coming from the productive chain of the diffusion of professional and high performance sports, as well as journalism, which can have intersections with the creative economy or economy of knowledge, but not with culture itself. Nightlife is also primarily inserted in the entertainment field, but contains elements that move the economy of culture, especially its music. In this sense, it is necessary to define these impacts and to discard from our definition those activities which have their greatest weight in other fields.*

*Starting with the setting of these boundaries, a place where the bibliography diverges, it should be noted that neither the entertainment economy nor the creative economy are configured as sectors, being both rather merely an amalgamation identified to uphold a given consistency and presenting important reflections in both the economic and cultural fields..*

*The direction guiding the conceptual choices committed to in this study is the establishment of the fields where prevail activities that enable the construction of identity the expressions of Brazilians, and the construction of memory. This definition takes into account the inclusion of the country in a global economy from which we receive and export cultural activities that also contribute to the construction of our own knowledge.*

## CULTURA: LAZER E CONHECIMENTO

A participação da cultura na economia está diretamente vinculada ao consumo dos brasileiros. Para tanto, um ponto de partida são as pesquisas do consumo domiciliar, nas quais pode-se identificar os hábitos de consumo e como os brasileiros compreendem a cultura. A recente publicação da pesquisa quantitativa “Panorama Setorial da Cultura Brasileira”<sup>4</sup> trouxe uma importante contribuição nesse sentido, trazendo a percepção de que, para diversos grupos, “a cultura é para poucos”. Segundo o estudo, este argumento está presente não apenas entre consumidores mas também entre agentes e operadores culturais. “Cultura é, para o brasileiro, diferente de informação e diferente de diversão.”

A publicação, realizada pelo Ministério da Cultura em parceria com a Vale em 2014, conta com dados relativos a 2013 e analisa os resultados de uma ampla pesquisa quantitativa distribuída por todo o território (foram recolhidos dados de 74 municípios com população acima de 100.000 habitantes com entrevistados entre 16 e 75 anos, oriundos das classes A, B, C e D. Esse estudo permite complementar e confrontar os resultados dos dados socioeconômicos apresentados nos estudos elaborados pela FGV apresentados no capítulo relativo ao Consumo das Famílias.

## CULTURE: LEISURE AND KNOWLEDGE

*The participation of culture in the economy is directly connected to Brazilians' consumption habits. For this purpose, a valid starting point are household consumption surveys, with which one can identify consumer habits and understand how Brazilians perceive culture. The recent quantitative research paper “Panorama Setorial da Cultura Brasileira”<sup>4</sup> (Sectoral Panorama of Brazilian Culture) brought an important contribution in this direction, exposing a common perception among many groups that “culture is for the few.” According to the study, this idea is predominant not only among consumers but also among cultural agents and operators. “For Brazilians, culture is perceived as distinct from information and distinct from amusement.”*

*This research, realized by the Ministry of Culture in partnership with Vale in 2014 is based on data from 2013 and analyses the results of an extensive quantitative survey distributed throughout the whole territory (the data collected came from 74 municipalities with a population of more than 100,000 inhabitants, with respondents ranging between 16 and 75 years of age, from all economic backgrounds) Our present study serves as a relevant complement to the socioeconomic data collected in previous FGV studies, allowing for a comparison that will be further exposed in the chapter relative to Household Consumption.*

<sup>4</sup> Jordão, Gisele e Allucci, Renata R. – Panorama Setorial da Cultura Brasileira, 2013-2014 – Allucci & Associados Comunicações, São Paulo, 2014

<sup>4</sup> Jordão, Gisele and Allucci, Renata R. – Panorama Setorial da Cultura Brasileira [Brazilian Culture Sector Panorama], 2013-2014 – Allucci & Associados Comunicações, São Paulo, 2014

No estudo do Ministério da Cultura, foi utilizado o conceito de Pierre Bordieu,<sup>5</sup> por meio do qual o autor apresenta uma correspondência direta entre o consumo das artes e a classe sociocultural. O panorama apoia-se também nos estudos antropológicos que avançam nessa mesma linha de Garcia Canclini, que entende que os produtos culturais devem ser apropriados como quaisquer outras mercadorias, que entretanto são “as mercadorias que servem para pensar”. Segundo esses autores, a apropriação e o consumo cultural são tão heterogêneos como seus espectadores. Desta forma, as políticas culturais devem conhecer seu público de maneira aprofundada, afim de oferecer produtos culturais para seu consumo. Nessa equação devem ser consideradas a escolaridade, a renda e o ambiente social. Daí a necessidade de uma oferta ampla de programas que atendam à diversidade da população, buscando oferecer espetáculos e produtos que atendam às maiorias identificadas.

Por possuir melhores índices de escolaridade, renda e qualidade de vida, a Região Sudeste acaba por atrair maiores investimentos na área cultural, aspecto que contribui para a geração de um círculo virtuoso de consumo e investimento. A região Nordeste vem logo atrás da região Sudeste na captação desses investimentos, uma vez que possui forte tradição de festas populares e religiosas.

*The Ministry of Culture's research paper bases itself on Pierre Bordieu's<sup>5</sup> concept in which there is a direct correspondence between arts consumption and socio-cultural class. The panorama is also underpinned by anthropological studies that lean toward Garcia Canclini's theoretical direction, which understands that a cultural product should be appropriated just as any other good, but which, however, is a good “that caters to fostering thinking.” According to these authors, appropriation and cultural consumption are as heterogeneous as their consumers are, so much so that cultural policies should know their audience in great depth in order to offer cultural products for consumption. Education rates, income levels and social environment should also be considered in this equation, hence the need for a wide range of programmes that satisfy the population's diversity population, seeking to offer shows and products satisfying the needs of the majorities that were identified.*

*Due to higher rates in education, income and quality of life, the Southeast Region ends up attracting greater cultural investments, an aspect which contributes to the creation of a virtuous circle of consumption and investment. In terms of attracting these investments, the Northeast region, with its strong tradition of popular and religious festivals comes in second right after the Southeast region.*

<sup>5</sup> Sociologia do Consumo Cultural in Panorama Setorial da Cultura Brasileira

<sup>5</sup> Sociologia do Consumo Cultural in Panorama Setorial da Cultura Brasileira [Sociology of Cultural Consumption in Brazilian Culture Sector Panorama]

A concepção da prática religiosa como uma prática cultural é bastante comum. Cerca de 67% dos entrevistados fazem essa associação. Mais de metade das pessoas, 52% que responderam à pesquisa, frequentam festas religiosas ou populares, que aparece como terceira colocada, ao passo que ler e ir ao cinema corresponde aos hábitos de 32% e 28% dos entrevistados, respectivamente. Visitas à exposições/museus (16%) e ao teatro (13%) ficaram em última posição na pesquisa. A maioria dessas atividades foi realizada no âmbito familiar, ou seja, acompanhados pelos pais.

Deve-se ressaltar também que o brasileiro consome produtos culturais prioritariamente em sua própria casa – ao ouvir música, rádio e assistir à TV e a filmes. Segundo a pesquisa, a atividade cultural que o brasileiro mais pratica é escutar música em casa. Além dos limites da própria casa, o cinema, a religião (ou as festas religiosas) e os shows de música popular são as principais atividades por todo o país, com pequenas variações percentuais nas diversas regiões geográficas, com exceção do Nordeste. Nessa região, as atividades ligadas à religião, a comer fora e ir ao cinema foram apontadas como sendo as preferidas pela pesquisa.

Outro dado a ser notado é o fato de 81% dessas práticas serem realizadas com a companhia de outrem. No entanto a companhia se torna dispensável na hora de se fazer a visitas a lojas de CDs e DVDs e a bibliotecas, atividades realizadas individualmente. Assim, as práticas culturais podem ser consideradas atividades gregárias, de fortalecimento de laços comunitários.

*The conception of religious practices as a cultural practices is also quite common. About 67% of respondents in the survey made this association. Frequency of attendance at religious or popular festivals placed third in the survey, with 52% of those who responded claiming attendance at one of these events, while reading and going to the movies corresponded to the habits of 32% and 28% of respondents, respectively. Visits to exhibitions/museums (16%) and theatre (13%) came in the last positions in the survey. Most of these activities took place within the family, or with the company of parents.*

*It should also be pointed out that Brazilians consume cultural products primarily in their own home – while listening to music, to the radio, or watching TV and movies. According to the survey, the cultural activity that Brazilians most enjoy is listening to music at home. Beyond the confines of their own home, the main activities nationwide include going to the movies, attending religious services (or religious festivals) and going to popular music concerts, with minor percentage variations in the different geographical regions except the Northeast. In this region, activities related to religion, eating out and going to the movies were identified by the survey as the population's preference.*

*Another relevant fact is that 81% of these practices are carried out in company of another person. However, company becomes dispensable in visits to CDs and DVDs stores and libraries, such activities being carried out individually. Thus, cultural practices may be considered gregarious activities used for strengthening community ties.*

Em outra vertente, deve-se levar em conta o papel do uso da internet no consumo de produtos culturais. Em 2013, 105 milhões de internautas brasileiros faziam com que o Brasil estivesse na 5ª colocação na lista dos países mais conectados. 52,5 milhões de pessoas acessavam a internet pelo celular. Em 2015 já eram 68,4 milhões. De acordo com a Fecomércio-RJ/Ipsos, o percentual de brasileiros conectados à internet aumentou de 27% para 48%, entre 2007 e 2011. O principal local de acesso é a lan house (31%), seguido da própria casa (27%) e da casa de parentes ou de amigos, com 25%. Em 2015, o Brasil deve ser o 4º país mais conectado.

Os brasileiros associam as práticas culturais prioritariamente ao lazer. Outra motivação comum para a realização dessas atividades é a vontade de agradar a seus acompanhantes, em segundo lugar na pesquisa. O crescimento cultural e eventualmente intelectual, por sua vez, é a terceira razão pela qual o brasileiro se engaja em uma dessas práticas. Há ainda um percentual que se utiliza dessas práticas como forma de fugir do próprio cotidiano. Inovação e conteúdo participam com 4% cada.

*In yet another aspect, one should take into account the role of internet use in the consumption of cultural products. In 2013, with 105 million of Internet users, Brazil came in 5th place in the list of the most internet connected countries. That year, 52.5 million people accessed the Internet by mobile phones; in 2015 there were already 68.4 million. According to Fecomércio-RJ/Ipsos, the percentage of Brazilians connected to the Internet increased from 27% to 48% between 2007 and 2011. LAN centres (31%) are the main place of access, followed by homes (27%), and the house of relatives or friends with 25%. In 2015, Brazil will probably be the 4<sup>th</sup> most connected country in the world.*

*Brazilians associate cultural practices primarily with leisure. Another common motivation for carrying out these activities, according to the survey, is the desire to please their peers. Cultural growth and eventually intellectual growth, in turn, comes in third place among the reasons why Brazilians engage in these activities. There is yet another percentage that sees them as a way to escape their own daily routine. Innovation and content are also mentioned, with 4% each.*





## ESTRUTURA ANALÍTICA ANALYTIC STRUCTURE

A cultura recebe massivos investimentos da área pública, não apenas de recursos humanos, mas principalmente para a manutenção de equipamentos culturais, organizações e apoio a festas populares e eventos, além da gestão e proteção do patrimônio cultural. Mensurar os investimentos de todos os níveis de governo nestas áreas de maneira equalizada é um desafio no caso de um país continental como o Brasil.

Uma das referências utilizadas para esta tarefa foi o estudo realizado pela cidade de Londres e atualizado anualmente através do World Cities Culture Forum. Reunindo dados de 21 cidades que apresentam características de grande vitalidade cultural em todo o mundo, o estudo utiliza indicadores propostos pela Organização das Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura (Unesco)<sup>6</sup> e pela OCDE.<sup>7</sup> São levados em consideração a produção dessas cidades e sua infraestrutura cultural, dados de consumo e participação do público e elementos que permitem mensurar a cultura informal. Este último aspecto é extremamente relevante para a economia dos setores culturais, não obstante as dificuldades de obtenção de dados estatísticos.

*Culture receives massive investments from the public sector, not only in human capital, but also in the maintenance of cultural facilities and organizations; in support for popular festivals and events; and in management and protection of cultural heritage. In a country of continental dimensions such as Brazil, it is a real challenge to correctly value these investments which come from all levels of government.*

*One of the references used for this task was the study conducted by the City of London and updated annually through the World Cities Culture Forum. Gathering data from 21 cities worldwide presenting characteristics of great cultural vitality, the study uses the indicators proposed by the United Nations Organization for education, science and culture (Unesco)<sup>6</sup> and by the OECD.<sup>7</sup> The study takes into consideration input about the production of these cities and their cultural infrastructure, consumer data and public participation, as well as elements that allow for the measurement of informal culture. Despite the difficulties in obtaining statistical data, the latter is extremely important for the economy of cultural sectors, despite the difficulties in obtaining statistical data.*

<sup>6</sup> Unesco Framework for Cultural Statistics, 2009

<sup>7</sup> Culture Satellite Account Framework - OECD (2006)

<sup>6</sup> Unesco Framework for Cultural Statistics, 2009

<sup>7</sup> Culture Satellite Account Framework - OECD (2006)

De acordo com o Plano Nacional de Cultura, proposto pelo Ministério de Cultura (Minc) em 2012, a cultura pode ser compreendida em três perspectivas: a simbólica, que se expressa através das práticas culturais; a cidadã (que entende a cultura como um direito básico e de amplo) e a econômica, que tem a cultura como potencial de emprego e geração de lucro no âmbito das cadeias produtivas da economia criativa. Para analisar esta última, a FGV Projetos se baseou nas abordagens da OECD, da Unesco e do trabalho desenvolvido pelo *UK Department for Culture, Media & Sport, World Cities Culture Report*. Assim, foram definidas cinco áreas de atividades, consideradas a partir de sua importância econômica para as três dimensões de análise:

**1. Patrimônio e Instituições Culturais:** como as instituições culturais consistem em espaços nos quais ocorrem as mais diversas manifestações, essa área trata de atividades como visitação a bens tombados, museus, centros culturais, galerias de arte, exposições, parques nacionais.

**2. Livro e leitura:** essa área leva em conta a produção literária e consumo de livros, incluindo, ainda, instituições relacionadas, como bibliotecas públicas e privadas.

**3. Artes Cênicas, Dança e Música:** nessa área estão incluídas salas de teatros e de concerto, espetáculos de dança, circo e shows, com respectivos números de apresentações e ingressos vendidos. Estão incluídas também a edição de CDs, DVDs, a quantidade e os valores rela-

*According to the National Culture Plan proposed by the Ministry of Culture (Minc) in 2012, culture can be understood from three different angles: its symbolic angle, which is expressed through cultural practices; its civic angle which understands culture as a basic right and its economic angle, which addresses culture as a potential for job creation and profit generation. In order to analyse the latter, FGV Projetos based its study on the approaches adopted by the OECD and Unesco, as well as on work developed by the UK Department for Culture, Media & Sport called World Cities Culture Report. Thus, FGV Projetos defined five areas of activities, chosen for their economic importance to the three dimensions of analysis::*

**1. Cultural Heritage and Institutions:** *Since cultural institutions consist of spaces in which the most diverse events take place, this area includes activities such as visits to listed buildings, museums, cultural centres, art galleries, exhibitions, and national parks.*

**2. Literary Culture and Publishing:** *This area takes into account the literary production and consumption of books, and also includes related institutions such as public and private libraries.*

**3. Performing Arts and Music:** *This area includes theatres and concert halls, dance, music shows and concerts, and the respective number of plays, performances, and tickets sold. It also includes the release of CDs, DVDs; the quantity and relative value of downloaded songs, courses and music schools, with numbers of students; and music, dance, and theatre festivals.*



tivos a download de músicas, cursos e escolas de música, com números de alunos; além de festivais de música, dança, circo e teatro.

**4. Audiovisual:** nesta área são considerados os aspectos culturais e criativos da produção audiovisual. O número de salas de cinema, com ingressos vendidos, e o número de produções nacionais e internacionais, além de festivais de cinema, também são incluídos. Foram consideradas ainda as produções independentes (curtas, média e longa metragens) para a TV paga e os projetos incentivados através das leis de fomento disponíveis no âmbito federal e em alguns estados.

**5. Vitalidade e diversidade cultural:** a partir dessas áreas propõe-se analisar a vida noturna nas cidades por meio de suas manifestações culturais e a quantidade de festas populares e religiosas, além do público participante e do número de turistas brasileiros e estrangeiros.

Estão excluídas desse estudo as áreas de arquitetura e design em seu sentido mais amplo, que inclui a moda, o design de produtos, o design gráfico, a publicidade, e o desenvolvimento de softwares e mídias digitais. Essas atividades podem ser consideradas negócios criativos que se organizam em cadeias produtivas bastante complexas, resultando em verdadeiras indústrias nas quais apenas parte dos produtos gerados diz respeito à cultura.

Cabe ressaltar a ausência do setor de Games, considerado um importante componente das indústrias culturais em alguns países, e que

**4. Audiovisual:** This area contemplates the “cultural” and “creative” concepts. It includes the number of movie theatres, along with the number of tickets sold; the number of national and international productions; and film festivals.

**5. Cultural Vitality and Diversity:** Here we analyse nightlife in cities by evaluating bars and nightclubs; the number of popular and religious parties and festivals, the number of people who take part in these events as well as, in particular, the number of foreign tourists.

Due to the complexity of their supply chain that result in veritable industries where only part of the products generated are culture-related, this study doesn't consider the fields of architecture and design in their broadest definitions—including fashion, design, publicity, and software development.

It is worth noting the absence of the Gaming sector which is considered an important component of cultural industries in some countries, and which is beginning to consolidate in Brazil, both in terms of the so called “serious games” (dealing with themes such as education, health, professional background, defence, or games used as marketing tools), and in terms of their mobile applications or research in new technologies. Brazil is the world's fourth largest consumer of games: according to a survey conducted by the National Development Bank (BNDES) and University of São Paulo (USP) in 2012, about 60 million people use games in Brazil, 17 million of them referring specifically to online games. Despite

vem se consolidando no Brasil tanto na área do Serious Games (educação, saúde, formação profissional, defesa ou como instrumento de marketing) bem como para aplicativos para dispositivos móveis ou ainda de pesquisa em novas tecnologias. O país é o quarto consumidor mundial de games. Segundo uma pesquisa realizada pelo Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES) e pela Universidade de São Paulo (USP), em 2012, no Brasil, cerca de 60 milhões de pessoas usam games, sendo 17 milhões através de jogos online. Entretanto a produção nacional é bastante reduzida, não havendo dados disponíveis da contribuição brasileira para o setor.

*high numbers of game consumption, domestic game production is still very low, and there is no data available on the Brazilian industry's contribution in this sector.*

*The present study is based on the analysis of the evolution of public expenditures in the sector, published in the Annual Budget and approved by the Annual Budget Law (LOA). This analysis was complemented by a close evaluation of regional differences and geographic idiosyncrasies. Gathered data was also compared with demographic data demonstrating the per capita distribution of the budget dedicated to Culture.*

## ESTRUTURA DE ANÁLISE DA CULTURA

### ANALYSIS STRUCTURE OF CULTURE



#### GASTOS PÚBLICOS

PUBLIC SPENDING



#### MERCADO DE TRABALHO

LABOUR MARKET



#### CONSUMO FAMILIAR

HOUSEHOLD CONSUMPTION

Fonte | Source

FGV Projetos

Para o desenvolvimento da análise, procurou-se levantar o Orçamento Anual aprovado pela Lei Orçamentária Anual (LOA) de modo a observar a evolução dos gastos públicos no setor, com recortes geográficos para analisar diferenças regionais. As informações utilizadas também foram comparadas com dados demográficos, demonstrando a distribuição *per capita* do orçamento da cultura.

No que diz respeito ao mercado de trabalho, foram usados dados estatísticos da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), elaborada pelo Ministério do Trabalho e Emprego, e dos indicadores da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Para a análise do consumo, foi utilizada a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF-IBGE), que possui informações sobre o consumo da população brasileira.

*In what concerns the labour market, this study employs statistical data from the Annual Report of Social Information (RAIS), released by the Ministry of Labour and Employment, and from the indicators from the National Household Sample Survey (PNAD), published by the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE). For the analysis of consumption, two public databases were used: the Household Expenditure Survey (POF-IBGE), and micro-data from the Ministry of Tourism. The former compiles information on Brazilian population's consumption.*

## ESTRUTURA METODOLÓGICA

### METHODOLOGY

#### GASTOS PÚBLICOS PUBLIC SPENDING

##### BASE DE DADOS DATA BASES

SENADO FEDERAL:

1. SIGA BRASIL (2003-2013)  
FEDERAL SENATE:  
1. SIGA BRASIL (2003-2013)

TESOURO NACIONAL:

1. EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA  
DOS ESTADOS (2003-2013)  
NATIONAL TREASURY:  
1. STATE BUDGET EXECUTION  
(2003-2013)
2. FINANÇAS DO BRASIL/FINBRA  
(2003/2013)  
2. BRAZIL'S FINANCE/FINBRA  
(2003/2013)

##### INFORMAÇÕES INFORMATIONS

GASTOS PÚBLICOS POR ENTES:  
UNIÃO, ESTADOS E MUNICÍPIOS  
PUBLIC SPENDING: FEDERAL,  
STATE AND MUNICIPALITIES

FUNÇÕES ORÇAMENTÁRIAS  
BUDGETARY FUNCTIONS

PROGRAMAS E AÇÕES  
DE CULTURA  
PROGRAMS AND  
CULTURE ACTIONS

#### MERCADO DE TRABALHO LABOUR MARKET

##### BASE DE DADOS DATA BASES

MINISTÉRIO DO TRABALHO

1. RAIS: RELAÇÃO ANUAL DE  
INFORMAÇÕES SOCIAIS (2007-2013):  
MINISTRY OF LABOUR  
AND EMPLOYMENT  
1. RAIS: ANNUAL REPORT OF SOCIAL  
INFORMATION

INSTITUTO BRASILEIRO DE  
GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE:  
1. PESQUISA NACIONAL POR  
AMOSTRA DE DOMICÍLIOS - PNAD  
(2007-2013)  
BRAZILIAN INSTITUTE OF  
GEOGRAPHY AND STATISTICS - IBGE:  
1. HOUSEHOLD EXPENDITURE SUR-  
VEY - PNAD (2007-2013)

##### INFORMAÇÕES INFORMATIONS

ESTABELECIMENTOS  
E TRABALHADORES  
ESTABLISHMENTS  
AND WORKERS

DADOS  
DATA

ESTATÍSTICAS SOBRE  
MERCADO DE TRABALHO  
FORMAL E INFORMAL  
STATISTICS ABOUT THE FORMAL  
AND INFORMAL LABOUR MARKET

#### CONSUMO FAMILIAR HOUSEHOLD CONSUMPTION

##### BASE DE DADOS DATA BASES

INSTITUTO BRASILEIRO DE  
GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE:  
1. PESQUISA SOBRE  
CONSUMO FAMILIAR  
BRAZILIAN INSTITUTE OF  
GEOGRAPHY AND STATISTICS - IBGE:  
1. HOUSEHOLD EXPENDITURE  
SURVEY

##### INFORMAÇÕES INFORMATIONS

ESCOLARIDADE DO  
CHEFE DE FAMÍLIA  
YEARS OF EDUCATION OF  
THE HEAD OF THE FAMILY

RENDA DO DOMICÍLIO  
HOUSEHOLD INCOME

TIPO DE CONSUMO:  
MONETÁRIO E NÃO MONETÁRIO  
CONSUMPTION TYPE:  
MONETARY AND NO-MONETARY

Fonte | Source

FGV Projetos



O período analisado neste estudo foi diferente para cada uma das três dimensões em função dos dados disponíveis nos diferentes bancos de dados. No geral, procurou-se abarcar dez anos, de 2003 a 2013. Nesse período, o Brasil se posicionou como a 7ª economia do mundo, com um PIB de US\$ 2,2 trilhões, aproximando-se do pleno emprego, com aumento de escolaridade e significativa redução das desigualdades sociais. O papel da cultura nesse processo não tem recebido a merecida atenção dos pesquisadores.

Assim, este estudo representa um importante passo para a compreensão da importância do setor cultural no Brasil e de seu papel e potencial para o desenvolvimento socioeconômico. Trata-se de um primeiro esforço de levantamento, cuja publicação abre caminho para o aprofundamento de várias questões e para o estabelecimento de relações entre áreas, instituições interessadas no tema e países.

## PREMISSAS METODOLÓGICAS PARA A ANÁLISE<sup>8</sup>

No Anexo deste documento está detalhada a metodologia utilizada para desenvolver cada uma das três dimensões analisadas neste estudo. No entanto, algumas premissas merecem destaque:

**Classificação:** uma das principais dificuldades em pesquisas que, como esta, pretendem medir a importância socioeconômica de um setor

*The period analysed in this study was different for each of the three dimensions, due to differences in the data available in their respective databases. Broadly, we aimed to cover ten years, from 2003 to 2013 – the period in which Brazil became the seventh largest economy in the world, with a GDP of US\$ 2.2 trillion, and came close to full employment, with increases in average levels of education and significant reductions in social inequalities. The role that Culture played in this process has not yet received due attention from researchers.*

*This study therefore represents an important step towards understanding the importance of the Culture sector in Brazil, its role and potential for socioeconomic development. As a first attempt at compiling and analysing this information, the paper's publication clears the way for a more in-depth look into various questions, and for the establishment of relations with other economic sectors, institutions and countries interested in the matter.*

## METHODOLOGICAL LIMITATIONS<sup>8</sup>

*In the Annexes of this document we detail the methodology utilised to develop each of the three dimensions analysed in the study. Nonetheless, some observations deserve special attention:*

**Classification:** One of the main challenges with studies like this one, which draw upon different statistical databases is the heterogeneity of

<sup>8</sup> Para mais informações detalhadas sobre a metodologia, consultar Anexo 1

<sup>8</sup> For more detailed information on the methodology see Annex 1.

específico na economia por meio de dados estatísticos, diz respeito aos diferentes padrões de classificação adotados nas diversas bases de dados. Tal fato, não exclusivo ao Brasil, dificulta a análise e o cruzamento dos dados entre as bases.

**Delimitação:** embora alguns sistemas de classificação tenham um nível de detalhe considerável, a delimitação do setor da cultura dentro de tais classificações é um aspecto bastante complexo desta pesquisa. O setor estudado não é precisamente capturado pelas classificações existentes, forçando a adoção de critérios para a aproximação daquilo que se define aqui como o setor da cultura, mas não a delimitação exata, o que causa a incorporação de “resíduos” nos resultados das análises.

**Confiabilidade dos dados:** vale ressaltar que, em relação à confiabilidade das informações, não foi realizado nenhum teste específico, sendo os dados disponibilizados nas bases de inteira responsabilidade dos órgãos das quais são originadas. Observa-se que todas as análises realizadas pelos pesquisadores, a partir das bases, pressupõem a veracidade e confiabilidade das informações públicas.

**Atualização e conversão monetária:** os dados monetários apresentados nesta pesquisa foram inflacionados até agosto de 2014 de acordo com o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), elaborado pelo IBGE, e convertidos de real (R\$) para dólar americano (US\$) utilizando a cotação da taxa de câmbio do dólar comercial do Banco Central do Brasil do último dia útil de agosto, 29/08/2014 (R\$ 2,239).

*classifications standards. This problem, which is not exclusive to Brazil, makes it difficult to analyse and compare data from different databases.*

**Definition:** *While certain classification systems go into a considerable level of detail, the definition of the Culture sector within these classifications is a particularly complex aspect of this study. The sector analysed cannot be precisely captured by existing classifications, which forces the adoption of new criteria to approximate what is defined here as the Culture sector. This does not, however, represent an exact definition, and “residuals” must therefore be accounted for in the results of the analysis.*

**Data Reliability:** *It is worth emphasizing that no extra measures were taken to test the reliability of data. All data were drawn from databases that are of the total responsibility of the organisations that compile them. We note that all analyses that rely upon these databases assume the veracity and reliability of public data.*

**Updates and Monetary Conversion:** *The monetary data presented in this study were inflated to August 2014 in accordance with IBGE’s Extended National Consumer Price Index (IPCA), and converted from real BRL to U.S. dollar (US\$) using the commercial exchange rate quote from the Brazilian Central Bank from the last working day of August: August 29, 2014 (BRL 2.239).*











## CARACTERIZANDO O BRASIL CHARACTERISING BRAZIL

### BRASIL, UM PAÍS DE GRANDE DIVERSIDADE SOCIAL, ECONÔMICA E CULTURAL

Segundo dados da Organização das Nações Unidas (ONU),<sup>9</sup> o Brasil ocupa a quinta posição no Planeta tanto em extensão territorial quanto em população. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apontam que, em 2014, a população brasileira superou 202 milhões de habitantes, distribuídos por um território de cerca de 8,5 milhões de Km<sup>2</sup>.

Dividido em cinco Regiões - Norte, Nordeste, Sudeste, Sul e Centro-Oeste -, o país possui 27 unidades federativas ou estados e 5.570 municípios. Sua dimensão continental, aliada ao processo histórico de ocupação do território, se traduz em uma enorme diversidade ambiental, demográfica e socioeconômica, o que também se verifica em âmbito cultural. Saliente-se que o Brasil, além de toda riqueza cultural reconhecida pelos brasileiros, dispõe de 26 patrimônios culturais considerados Patrimônio Mundial pela Unesco - dos quais seis são Imateriais/Intangíveis; sete, naturais e 12 sítios considerados patrimônios culturais mundiais.

### BRAZIL, A COUNTRY OF VAST SOCIAL, ECONOMIC, AND CULTURAL DIVERSITY

*According to data from the United Nations (UN),<sup>9</sup> Brazil occupies the fifth position in the world both in territorial area and population. IBGE data show that in 2014, the Brazilian population rose above 202 million distributed over a territory of nearly 8.5 million square kilometres.*

*Divided into five regions - the North, Northeast, Southeast, South and Midwest, the country has twenty-seven states, and 5.570 municipalities. Its continental dimension - combined with the historical process of land occupation - translates into vast environmental, demographic and socioeconomic diversity, which can also be observed in the cultural realm. On top of twenty-six cultural heritage assets recognised by Unesco<sup>2</sup> - of which six are immaterial/intangible; seven are natural, and twelve are world cultural heritage sites - there are also a number of cultural heritage assets recognised by the Institute of National Historical and Artistic Heritage (Iphan) at the national level.*

<sup>9</sup> United Nations, United Nations Statistics Division, National Accounts Main Aggregates Database, Basic Data Selection, New York, 2013. Acesso em: mar.2014. Nota: Esta variável já apresenta os dados de Sudão e Sudão do Sul de forma individualizada.

<sup>9</sup> United Nations, United Nations Statistics Division, National Accounts Main Aggregates Database, Basic Data Selection, New York, 2013. Accessed in: March 2014. Note: This variable already presented data from Sudan and South Sudan separately.

## BRASIL E SUAS REGIÕES<sup>10</sup>

A diversidade brasileira pode ser observada analisando-se alguns aspectos demográficos e socioeconômicos de suas Regiões.

**Região Norte:** é a Região geograficamente mais extensa do território nacional, ocupando cerca de 45% (3,9 milhões de Km<sup>2</sup>), distribuída em sete estados. Possui a segunda menor população, com cerca de 17 milhões de pessoas, e a menor densidade demográfica, em torno de 4 habitantes por Km<sup>2</sup>. Segundo dados de 2011,<sup>11</sup> é a Região com menor participação no PIB nacional, contribuindo com cerca de 5%, com PIB de US\$ 124 bilhões. Contudo, o PIB *per capita* do Norte é maior do que o do Nordeste, tendo em vista o reduzido tamanho de sua população.

Majoritariamente coberta pela Floresta Amazônica<sup>12</sup> (Patrimônio da Humanidade – Unesco) e historicamente ocupada por povos indígenas, a região passou por várias tentativas de povoamento, especialmente por meio da exploração da atividade extrativista. Entretanto, as questões

## BRAZIL AND ITS REGIONS<sup>10</sup>

*Brazil's diversity can be observed by analysing some demographic and socioeconomic aspects of its regions.*

**The North:** *This is the most extensive geographic region, occupying nearly 45% of the national territory (3.9 million square kilometres) across seven states. It has the second smallest population, at around 17 million people, and the lowest population density, at around four inhabitants per square kilometre. According to data from 2011,<sup>11</sup> it is the region with the lowest participation in the GDP, contributing with approximately 5%, with a GDP of US\$ 124 billion. Because of its small population, however, the GDP per capita of the North is greater than that of the Northeast.*

*Largely covered by the Amazon rainforest<sup>12</sup> (Unesco Natural World Heritage Site) and historically occupied by indigenous peoples, the region suffered a number of settlement attempts, especially for the exploration of mining activities. However, the region's geography*

<sup>10</sup> Parte das Informações históricas das Regiões foi extraída da Publicação “Brasil 500 anos” do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

<sup>11</sup> Os dados das Contas Regionais publicadas pelo IBGE estão disponíveis até o ano de 2011. Dados mais recentes para 2013 são disponíveis apenas em âmbito nacional. Contudo, os dados selecionados para 2011 foram inflacionados conforme metodologia descrita pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) de 2014 e convertido em dólar pela cotação de agosto de 2014.

<sup>12</sup> Cerca de 49% da Amazônia (Floresta Tropical da América do Sul encontrada em nove países) se localiza no Brasil, distribuída em nove estados – sete na Região Norte, um na Região Centro-Oeste e um Região Nordeste. A Amazônia é Patrimônio Mundial tombado pela UNESCO, e foi considerada em 2009 como uma das sete maravilhas do mundo moderno.

<sup>10</sup> Part of the historical information on the regions was taken from the IBGE publication “Brasil 500 anos”.

<sup>11</sup> Data from the Regional Accounts published by IBGE are available up until 2011. More recent data, for 2013, are available only at the national level. Nonetheless, the data selected for 2011 were inflated according to the methodology described by the IBGE's Extended National Consumer Price Index (IPCA) from 2014 and converted into USD using the exchange rate quote from August 2014.

<sup>12</sup> Nearly 49 per cent of the Amazon (tropical rainforest in South America, in nine countries) is in Brazil, distributed over nine states: seven in the North, one in the Midwest, and one in the Northeast. The Amazon is a Unesco Natural World Heritage Site, and in 2009 was listed as one of the seven wonders of the modern world.



geográficas dificultaram a expansão demográfica, que só se intensificou na segunda metade do século XX, a partir da década de 1970.

**Região Nordeste:** terceira maior Região em extensão, ocupa 18% do território brasileiro (1,8 milhão de Km<sup>2</sup>) e possui nove estados. Com população em torno de 56 milhões de habitantes, possui densidade demográfica de 36 habitantes por Km<sup>2</sup>. Responde pelo terceiro menor PIB (US\$ 308 bilhões), que representa cerca de 13% do PIB total do Brasil, com o mais baixo PIB *per capita* (US\$ 4,5 mil por habitante).

A Região Nordeste possui características ambientais bastante diversas. Por um lado, possui a maior faixa litorânea do país, o que a tornou nacional e internacionalmente reconhecida por seu potencial turístico. Por outro lado, abriga a maior área de clima semiárido do Brasil, caracterizada por solo raso e chuvas irregulares, com longos períodos de seca, o que representa um entrave para o desenvolvimento econômico, com graves impactos sociais.

**Região Sudeste:** é a Região brasileira mais populosa, com 85 milhões de habitantes distribuídos por quatro estados, entre eles São Paulo, cuja capital é a 7ª cidade mais populosa do mundo. Com extensão geográfica de 0,9 milhão de Km<sup>2</sup>, é a penúltima Região em dimensão, ocupando cerca de 11% do território nacional, o que significa ter a maior densidade demográfica, 92 habitantes por Km<sup>2</sup>. Possui o maior PIB do País (US\$ 1.273 bilhões), com participação superior a 55% do valor total do PIB nacional, e também o maior PIB *per capita*, chegando a US\$ 12,3 mil por habitante.

*hindered population growth, and the population of the area only began to increase significantly in the 1970s.*

**The Northeast:** The third largest region in terms of territorial area, the Northeast occupies 18% of Brazil's territory (1.8 million square kilometres) and comprises nine states. With a population of around 56 million, its density is thirty-six inhabitants per square kilometre. The Northeast has the third smallest regional GDP (US\$ 308 billion), which represents around 13% of Brazil's total GDP; the region's GDP per capita is the lowest in the country, at US\$ 4,5 thousand.

*This region is quite environmentally diverse: on the one hand, it brags the longest coastline in the country, earning national and international recognition for its potential for tourism. On the other hand, it comprises the largest semi-arid area in Brazil, characterised by flatlands and sporadic rains, with long periods of draught; this represents a hurdle to economic development, with severe social impacts. In spite of this situation, the Northeast is one of the most culturally rich regions in terms of material and immaterial heritage expressions, home of the historic towns of "Olinda" and the district of "Pelourinho" in Salvador, considered world heritage sites by Unesco.*

**The Southeast:** The most populous region in Brazil, the Southeast has a population of 85 million distributed over four states, including São Paulo, whose capital is the seventh most populous city in the world. With a geographic area of 0.9 million square kilometres, it is second-to-last in terms of dimension, occupying only 11% of the national territory; this means the region has the high-

Sediou a capital do país até a década de 1960, quando a sede foi transferida para a Região Centro-Oeste. Tanto por condições ambientais quanto pelo longo histórico como sede do poder central do país, a Região possui uma base econômica diversificada, o que contribuiu para o seu desenvolvimento. Capitaneou a industrialização brasileira e até hoje concentra a maior parte das indústrias, destacando-se a petrolífera e siderúrgica.

**Região Sul:** embora seja a menor das Regiões brasileiras em extensão territorial, ocupando apenas 7% da área total do Brasil e apenas três estados, tem a terceira maior população, com 29 milhões de habitantes (14% do total), e ocupa o segundo lugar em relação à densidade demográfica, 50 habitantes por Km<sup>2</sup>. É a segunda Região em participação no PIB nacional, contribuindo com 16%, e a terceira em relação ao PIB *per capita*, com US\$ 10,6 mil por habitante.

O histórico de povoamento dessa Região difere das demais regiões. Para conquistar e manter território, especialmente nas áreas hoje fronteiriças com o Uruguai e Argentina, o governo estimulou aí o assentamento de pequenos agricultores que trabalhavam pela imigração de trabalhadores italianos e alemães. A influência desses europeus caracterizou o desenvolvimento da economia regional, que até hoje possui forte presença das atividades de agricultura e pecuária, além de representar grande impacto social e cultural, inclusive na estrutura fundiária, menos concentrada que as demais regiões.

*est population density, at ninety-two inhabitants per square kilometre. The Southeast also has the largest GDP in the country (US\$ 1.273 billion), accounting for over 55% of the total national GDP. It also has the highest GDP per capita, at US\$ 12,3.*

*Brazil's federal capital was in the Southeast region until 1960, when it was transferred to the Midwest region. Because of both environmental conditions and the region's long history as the national seat of government, the Southeast appreciates a diversified economic base, which fosters its development. The region led Brazilian industrialisation and to this day the majority of industry – particularly petroleum and steel – is concentrated here.*

*It deserved the recognition of Unesco of the historic towns of the state of Minas Gerais, founded during the period of colonization and the existence for gold and precious stones.*

**The South:** *Although it is the smallest of Brazil's regions in terms of territory – occupying only 7% of Brazil's total area, with just three states – this region has the third highest population, with 29 million inhabitants (14% of the national population) and comes in second place in terms of population density, with fifty inhabitants per square kilometre. It also comes in second regarding the national GDP – contributing 16% – and in third place for GDP per capita, at US\$ 10,6 thousand.*

*The history of the settlement of this region is different from other regions of Brazil: to conquer and hold territory, especially in the areas that now form the borders with Uruguay and*

**Região Centro-Oeste:** Segunda maior Região em extensão territorial, ocupando 1,6 milhão de km<sup>2</sup> e 19% do território nacional, com três estados e o Distrito Federal, a Região Centro-Oeste possui a menor população, cerca de 15 milhões de habitantes, que corresponde a uma densidade demográfica de 9 habitantes por Km<sup>2</sup>, a segunda menor do País. Seu PIB é o segundo menor do país, cerca de 9,6% no PIB nacional. Em função da pequena população, no entanto, detém o segundo maior PIB *per capita* do país, US\$ 12,1 mil por habitante.

Embora, em função da abundância de minérios, a Região tenha sido bastante explorada desde o século XVII, sua expansão demográfica é recente, se fortalecendo especialmente a partir da década de 1960, com a construção da cidade de Brasília para servir de nova capital nacional. Bastante diversa geograficamente, é caracterizada pela predominância de planaltos, abrigando grande extensão de área de Cerrado, mas também áreas de floresta amazônica ao norte e, a oeste, uma área alagadiça no verão denominada de complexo do Pantanal. Graças à grande extensão territorial e a menores dificuldades geográficas, em comparação à Região Norte, a Região desenvolveu importantes atividades de agricultura e pecuária.

## OUTROS INDICADORES

Para melhor compreensão da diversidade regional brasileira e de suas várias relações com o desenvolvimento socioeconômico do país como um todo, faz-se necessário apresentar outros indicadores.

*Argentina, the government encouraged the settlement of small farmers who worked for their own consumption. Population growth came mainly through workers of Italian and German descent. These immigrants and their offspring had a powerful influence over the economic development of the region, which is still largely dominated by agriculture and livestock. They also had important social and cultural impacts: for example, the region's agrarian structure remains less concentrated than in other regions.*

*Besides its numerous locally and nationally recognised assets, the South also gathers a monumental ensemble recognised as Unesco World Heritage sites - The Jesuit Missions -, which span other Southern Cone countries.*

**The Midwest:** *This is the second largest region in terms of territorial area, occupying 1.6 square kilometres and 19% of the national territory, with three states and the federal district (Brasília). The Midwest region has the lowest population, at just around 15 million people, which corresponds to a population density of nine inhabitants per square kilometre - the second lowest in the country. The region's GDP is also the second smallest in the country, coming to 9.6% of national GDP. Still, given its small population, the region has the second highest GDP per capita in the country, at US\$ 12,1 thousand.*

*The Midwest has been exploited for its mineral resources since the eighteenth century, but its population growth is a more recent phenomenon, booming particularly after the 1960s with the construction of Brasília as*

## IDH

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) brasileiro atingiu 0,744<sup>13</sup> em 2013, um crescimento de quase 40% desde os anos 1980, e vem se aproximando cada vez mais do índice médio dos países com alto desenvolvimento. O país está na 79ª posição no ranking, alcançando maior valor que a média dos BRICS em todos os indicadores que fazem parte do IDH.

Entre as regiões brasileiras, há uma disparidade de quase 15% entre a região com o maior e menor IDH do país, as regiões Sul e Nordeste, respectivamente. As regiões Sudeste e Centro-oeste apresentam números iguais, de 0,75, enquanto a região Norte, 0,68.

## Anos de Estudo

Segundo dados de 2013, o brasileiro tem, em média, 7,6 anos de estudo, um enorme avanço em relação à média de 3,8 anos observada em 1990. No entanto, a média ainda é baixa se comparada a outros países da América Latina ou aos EUA – primeiro do ranking, que ultrapassa a média de 13 anos.

No âmbito regional, a região Sudeste, que abriga o centro financeiro do país, apresenta média de 8,3 anos, maior do país, seguida pelas regiões Sul e Centro-Oeste, com 8,0 e 7,9 anos, respectivamente.

*the new federal capital. Brasília was the first modern city recognised as Unesco World Heritage site and the region still has many parks and conservation areas.*

*This region is quite geographically diverse, characterised by a predominance of plateaus, vast expanses of “Cerrado” (wooded grasslands), areas of Amazon forest in the north, and a region that is swampland in the summer, known as the “Pantanal”. Thanks to its vast territorial expanse and only minor geographic difficulties, as compared to the North, the Midwest developed significant agricultural and livestock activities*

## OTHER INDICATORS

*To better understand Brazil’s regional diversity and its myriad relations with the country’s socioeconomic development, it is necessary to consider other indicators, as well.*

### Human Development Index (HDI)

*Brazil’s HDI reached 0.744<sup>13</sup> in 2013, representing a growth of nearly 40% since the 1980s, and it has come steadily closer to the average index for highly developed countries. The country places seventy-nine in the overall ranking, with scores that surpass the Brics average in all of the HDI indicators.*

*Among the Brazilian regions, there’s a disparity of nearly 15% between the regions with the*

<sup>13</sup> PNUD – Atlas do Desenvolvimento Humano, 2014.

<sup>13</sup> United Nations Development Programme (UNDP) – Human Development Report, 2014.

## Renda Média

Analisando dados de 2012 inflacionados até 2014, a renda média mensal do brasileiro foi de US\$ 547,64. A disparidade entre as regiões é muito significativa. Enquanto a região com maior renda média, a Centro-Oeste, atinge US\$ 678,03 ao mês, a região Nordeste apresenta US\$ 361,16. As regiões Sudeste e Sul ficaram perto de US\$ 640, enquanto a região Norte apresenta US\$ 402.

## Expectativa de Vida

A expectativa de vida é uma taxa que reflete as condições de vida e saúde da população. No Brasil, este indicador atingiu 74,2 anos em 2013. A disparidade regional é pouco significativa, sendo a Região Nordeste aquela que apresenta a menor expectativa de vida, 71,7 anos.

O orçamento federal brasileiro em 2013 foi de cerca de US\$ 677 bilhões, distribuídos pelas 28 funções governamentais. A cultura ocupou o 21º lugar na distribuição entre as funções, com US\$ 1,1 bilhão, o que representa 0,16% do orçamento total.

O orçamento da cultura representa apenas 3% do orçamento das principais funções do gasto público social, como saúde e educação, e aproximadamente 33% do orçamento destinado à segurança, por exemplo. Embora, a cultura esteja entre as funções com menor orçamento em âmbito federal, seu valor é superior a áreas como esporte e lazer (US\$ 1,09 bilhão) e comunicação (US\$ 0,62 bilhão).

*highest (South) and lowest (Northeast) HDIs. The Southeast and Midwest have the same HDI, 0.75, and the North scores 0.68.*

## Years of Education

*According to data from 2013, Brazilians have an average of 7.6 years of schooling, a major advance in relation to the 1990 average of 3.8 years. Still, this average is low compared to other Latin American countries and the United States, which takes first place with an average of over thirteen years of schooling.*

*At the regional level, the Southeast, the country's financial centre, presents an average of 8.3 years, the highest in the country, followed by the South and Midwest, with averages of 8.0 and 7.9 years, respectively.*

## Average Income

*Analysing data from 2012 inflated to 2014, the Brazilian average monthly income was US\$ 547.64. The disparity among regions is significant: While the region with the highest average income, the Midwest, reached US\$ 678.03 per month, the Northeast came to just US\$ 361.16. The Southeast and South both had averages of around US\$ 640, and the North, US\$ 402.*

## Life Expectancy

*Life expectancy is an indicator that reflects the living conditions and health of the population. In Brazil, this indicator reached 74.2 years in 2013. Regional disparities are small; the Northeast has the lowest life expectancy, at 71.7 years.*

## REGIÕES DO BRASIL

## BRAZIL'S REGIONS

## NORTE

## NORTH



IDH

HDI

0.68

ANOS DE ESTUDO  
YEARS OF EDUCATION

7

RENDIA MÉDIA  
AVERAGE INCOME

US\$ 402

EXPECTATIVA DE VIDA  
LIFE EXPECTANCY  
(ANOS/YEARS)

73

## NORDESTE

## NORTHEAST



IDH

HDI

0.66

ANOS DE ESTUDO  
YEARS OF EDUCATION

6.6

RENDIA MÉDIA  
AVERAGE INCOME

US\$ 361

EXPECTATIVA DE VIDA  
LIFE EXPECTANCY  
(ANOS/YEARS)

72

## CENTROESTE

## MIDWEST



IDH

HDI

0.75

ANOS DE ESTUDO  
YEARS OF EDUCATION

8

RENDIA MÉDIA  
AVERAGE INCOME

US\$ 678

EXPECTATIVA DE VIDA  
LIFE EXPECTANCY  
(ANOS/YEARS)

75

Fonte | Source

PNUD; IBGE



**SUDESTE**  
**SOUTHEAST**



IDH  
HDI

**0.75**

ANOS DE ESTUDO  
YEARS OF EDUCATION

**8.3**

RENDÁ MÉDIA  
AVERAGE INCOME

**US\$ 638**

EXPECTATIVA DE VIDA  
LIFE EXPECTANCY  
(ANOS/YEARS)

**75**

**SUL**  
**SOUTH**



IDH  
HDI

**0.76**

ANOS DE ESTUDO  
YEARS OF EDUCATION

**7.9**

RENDÁ MÉDIA  
AVERAGE INCOME

**US\$ 639**

EXPECTATIVA DE VIDA  
LIFE EXPECTANCY  
(ANOS/YEARS)

**76**



## GASTOS PÚBLICOS *PUBLIC SPENDING*

*“O Orçamento Público é um instrumento que reflete a estratégia de alocação das despesas do governo, bem como as expectativas de receitas que permitirão seu atendimento, ambos alinhados ao planejamento em cada exercício financeiro.”<sup>14</sup> (Ministério da Fazenda - Tesouro Nacional).*

No Brasil, o orçamento público, em âmbito federal, estadual ou municipal, inclui diversas áreas de despesas, agregadas segundo 28 Funções Orçamentárias, instituídas por lei desde 1999,<sup>15</sup> sendo a cultura uma delas.

Trata-se de um importante instrumento para as sociedades contemporâneas, constituindo-se como “uma ferramenta que codifica em valores as escolhas alocativas, consequência de um processo de negociação entre os poderes constituídos” (Silva, 2012). A distribuição dos recursos pelas áreas ou funções em programas e ações concretos alimentam políticas públicas que, por sua vez, traduzem as agendas governamentais e permitem observar a importância dada a setores específicos. Neste estudo serão analisados os gastos do governo brasileiro no setor cultural, sua evolução e seu comportamento em relação a outros setores e demais características do país.

*“Public budget is an instrument that reflects the strategy of allocation of government expenditures, as well as the expectations of revenue in conformity with the planning for each fiscal year.”<sup>14</sup> (Ministry of Finance - National Treasury).*

*In Brazil, public budget, whether in federal, state or municipal levels, includes several areas of expenditures, which are aggregated in accordance with 28 budget functions, established by law since 1999,<sup>15</sup> and Culture is one of them. It is an important instrument for contemporary societies, and consists of “a tool that encodes allocative choices into monetary costs. It is the result of a negotiation process between the constituted powers” (Silva, 2012). The distribution of funds among the functions in concrete programmes and actions feed public policies that, in turn, reflect government agendas and allow the observance of the importance given to specific sectors. In this study, we will analyse the Brazilian government’s expenditures on the Culture sector, as well as its evolution and behaviour in relation with other sectors and considering Brazil’s national characteristics.*

*The data and information about the national*

<sup>14</sup> Disponível em: [http://www3.tesouro.gov.br/divida\\_publica/downloads/Parte%202\\_4.pdf](http://www3.tesouro.gov.br/divida_publica/downloads/Parte%202_4.pdf).

<sup>15</sup> Portaria nº 42, de 14 de abril de 1999, do mog - dou de 15.4.99

<sup>14</sup> Available at: [http://www3.tesouro.gov.br/divida\\_publica/downloads/Parte%202\\_4.pdf](http://www3.tesouro.gov.br/divida_publica/downloads/Parte%202_4.pdf).

<sup>15</sup> Ministerial ordinance no.42, April 14, 1999 from the Ministry of Planning, Budget and Management - published in the official gazette of April 15, 1999 (portaria nº 42, de 14 de Abril de 1999, do mog - dou de 15.4.99).

Os dados e informações sobre o orçamento no Brasil são públicos e devem ser divulgados a toda sociedade de acordo com o compromisso com a transparência, garantido pela Lei de Acesso à Informação (LAI), nº12.527/2011, de 18 de novembro de 2011, promulgada a partir da participação do Brasil na *Open Government Partnership* (OGP).

Esses dados são encontrados em sites de órgãos públicos e podem ser acessados também em plataformas específicas criadas para a produção e divulgação de estatísticas e análises sobre o tema. Para a análise da economia da cultura foram utilizadas três bases de dados:

- Siga Brasil - Senado Federal/ Portal do Orçamento;
- Execução Orçamentária dos Estados - Ministério da Fazenda/Tesouro Nacional; e
- Finanças do Brasil - FINBRA - Ministério da Fazenda/Tesouro Nacional.

*budget are public and must be disclosed to the population in accordance with the commitment to transparency, which is guaranteed by the Brazilian Access to Information Law (LAI), No. 12,527/2011, November 18, 2011 enacted after Brazil's participation in the Open Government Partnership (OGP).*

*This information can be found in governmental agencies websites and can also be accessed on specific platforms created for the production and dissemination of statistics and analysis on the subject. Three databases were used:*

- *Siga Brasil - Federal Senate/Budget Portal;*
- *State Budget Execution - Ministry of Finance/National Treasury;*
- *Finanças do Brasil - FINBRA (Brazilian Finance) - Ministry of Finance/National Treasury.*

**EM 2013 O ORÇAMENTO PARA A CULTURA NO BRASIL FOI DE US\$ 4,8 BILHÕES, 0,2% DO ORÇAMENTO TOTAL**

O orçamento das três esferas de governo – federal, estadual e municipal – para a cultura chegou a aproximadamente US\$ 4,8 bilhões em 2013. A maior parcela do orçamento vem dos estados, que destinou cerca de US\$ 1,9 bilhão para a cultura, seguida pelos municípios, com US\$ 1,8 bilhão. Em âmbito federal, a União empenhou cerca de US\$ 1,1 bilhão.

**IN 2013, THE PUBLIC BUDGET ALLOCATED TO CULTURE IN BRAZIL AMOUNTED TO US\$ 4.8 BILLION, WHICH REPRESENTS 0.2% OF THE TOTAL NATIONAL BUDGET**

The public budget at the three levels of government – federal, state and municipal – for Culture amounted to approximately US\$ 4.8 billion in 2013. The largest portion of the budget, US\$ 1.9 billion, comes from the states, followed by municipalities, with US\$ 1.8 billion. At the federal level, it was allocated US\$ 1.1 billion.



Fonte | Source

Siga Brasil; Tesouro Nacional e FINBRA

Siga Brasil; National Treasury and FINBRA



## CULTURA É A 21º FUNÇÃO NA DISTRIBUIÇÃO DAS 28 FUNÇÕES DO ORÇAMENTO

O orçamento federal brasileiro em 2013 foi de cerca de US\$ 677 bilhões, distribuídos pelas 28 funções governamentais. A cultura ocupou o 21º lugar na distribuição entre as funções, com US\$ 1,1 bilhão, o que representa 0,16% do orçamento total.

O orçamento da cultura representa apenas 3% do orçamento das principais funções do gasto público social, como saúde e educação, e aproximadamente 33% do orçamento destinado à segurança, por exemplo. Embora a cultura esteja entre as funções com menor orçamento em âmbito federal, seu valor é superior a áreas como esporte e lazer (US\$ 1,09 bilhão) e comunicação (US\$ 0,62 bilhão).

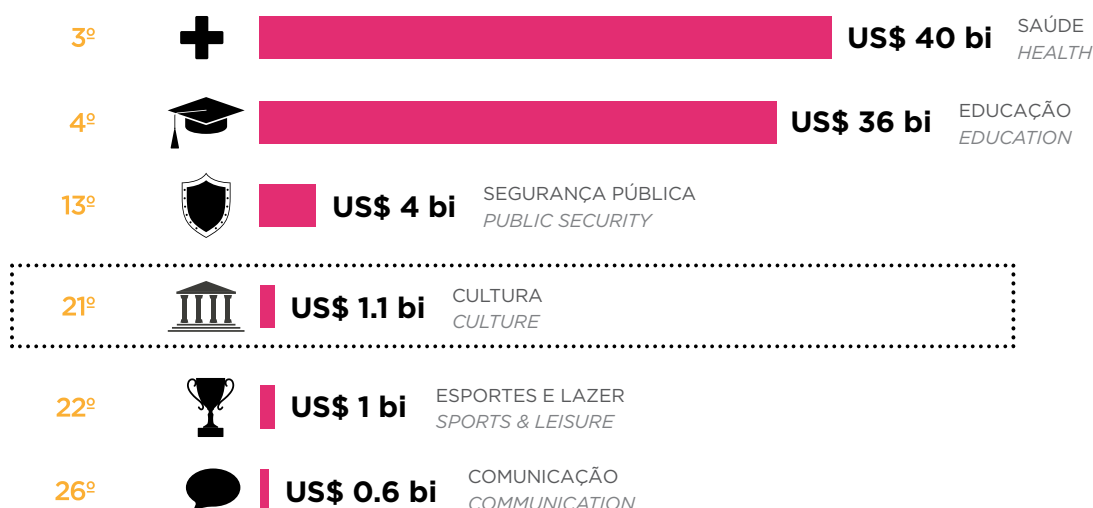
## CULTURE OCCUPIES THE 21<sup>ST</sup> POSITION IN THE TOTAL OF THE 28 BUDGET FUNCTIONS

The Brazilian federal budget in 2013 was about US\$ 677 billion, distributed over 28 budget functions. The Culture sector held the 21<sup>th</sup> position in that distribution, with US\$ 1.1 billion, which represents 0.16% of the total federal budget.

The public budget for Culture represents only 3% of the budget for the main functions of the social public spending, such as health and education, and approximately 33% of the budget allocated to security, for example. Although Culture is among the functions with smaller budget at the federal level, its value is higher than the value allocated to functions such as sports and recreation (US\$ 1.09 billion) and communication (US\$ 0.62 billion).

RANKING DE FUNÇÕES  
DO ORÇAMENTO

RANKING OF BUDGET  
FUNCTION



Fonte | Source

Siga Brasil e Tesouro Nacional

Siga Brasil and National Treasury



**US\$ 677 bi**

ORÇAMENTO FEDERAL TOTAL  
TOTAL FEDERAL BUDGET

**28**

FUNÇÕES DO GOVERNO  
GOVERNMENT FUNCTIONS

**0.16%**

FUNÇÕES DA CULTURA  
CULTURE FUNCTION

**EM 2013, A CULTURA POSSUÍA 21 PROGRAMAS DE ALCANCE FEDERAL. 76% DO ORÇAMENTO PARA A CULTURA DESTINOU-SE A “PRESERVAÇÃO, PROMOÇÃO E ACESSO”**

Em 2013, a função cultura no orçamento federal distribuiu-se em 21 programas de governo, sendo que os cinco programas para os quais mais se destinaram recursos concentravam cerca de 97% do orçamento. Somente o programa “Cultura: Preservação, Promoção e Acesso” representava 76%, seguido de “Brasil, Som e Imagem”, com 12%.

Outra consideração importante está na aplicação desses recursos. De US\$ 1,1 bilhão do orçamento federal para a cultura, 94% foram de fato aplicados em programas de âmbito nacional e os 6% restantes destinaram-se a transferências para estados e municípios. Agregando-se os dados por grandes regiões, quase 56% desses recursos foram para a Região Sudeste. A Região Nordeste está em segundo lugar com 16% das transferências, e a Região Centro-Oeste foi a que recebeu o menor volume, cerca de 8%.

**IN 2013, THE CULTURE SECTOR HAD 21 PROGRAMMES WITH FEDERAL REACH: 76% OF THE BUDGET FOR THE CULTURE SECTOR WAS ALLOCATED FOR “PRESERVATION, PROMOTION AND ACCESS”**

*In 2013, the Culture function in the federal budget was distributed over 21 government programmes, and the five programmes which received the most resources concentrated about 97% of the budget. For example, the programme “Culture: Preservation, Promotion and Access” alone represented 76% of the resources, followed by the programme “Brazil, Sound and Image”, accounting for 12% of the budget. A significant portion of the funds reserved for the 21 programmes in 2013 was destined to management actions and maintenance of agencies of the sector.*

*Another important consideration is the use of these resources. 94% of the total federal budget for Culture of US\$ 1.1 billion was used in nationwide programmes and the remaining 6% was allocated to transfers to states and municipalities. Looking closer at the regional transfers, almost 56% of these funds were destined*

**21**

PROGRAMAS FEDERAIS DENTRO DA  
FUNÇÃO NA CULTURA  
FEDERAL PROGRAMMES WITHIN THE  
CULTURE FUNCTION

**94%**

GASTOS FEDERAIS  
FEDERAL SPENDING

**6%**

TRANSFERÊNCIAS REGIONAIS  
REGIONAL TRANSFERS

Uma parcela significativa dos recursos reservados para os 21 programas em 2013 destinou-se a ações de gestão e manutenção dos órgãos do setor.

Além de ações voltadas para o fomento de projetos nas cinco áreas analisadas neste estudo - Patrimônio e instituições culturais, Livro e leitura, Artes cênicas e música, Audiovisual, Vitalidade e Diversidade cultural - há, ainda, ações conjugadas com a área de educação. Trata-se de ações de difusão no âmbito escolar com objetivo de desenvolver uma Política Nacional de Integração entre Educação e Cultura, ou ainda ações que se voltam à implantação e modernização dos “Pontos de Cultura” - iniciativas culturais da sociedade civil em convênio com os entes governamentais e geralmente destinadas à inclusão social.

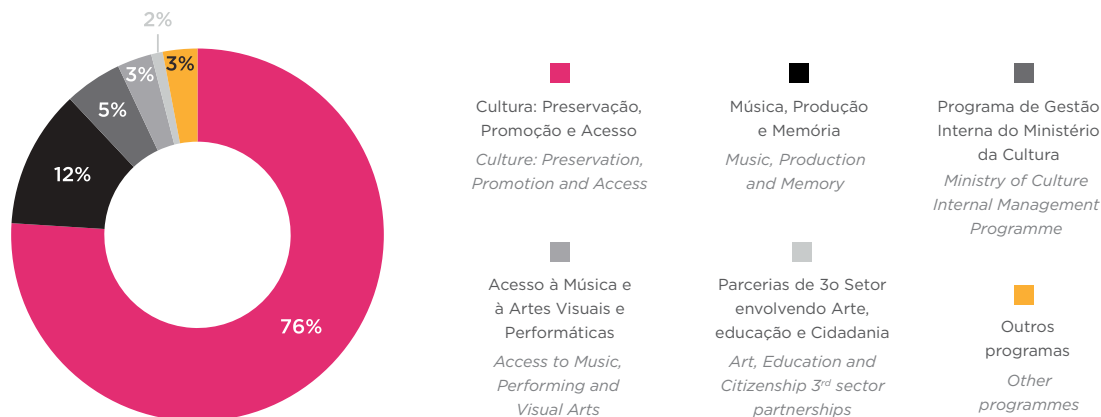
Destacam-se também programas e ações voltados para a preservação e manutenção da cultura de grupos específicos, como indígenas e afrodescendentes, que têm expressiva participação na formação da sociedade brasileira.

*to the Southeast region. The Northeast region comes in second, with 16% of the transfers, and the Midwest region has received the smallest amount, with about 8%.*

*In addition to the actions focused on the promotion of projects in the five areas analysed in this study - Cultural Heritage and Institutions, Literary Culture and Publishing, Performing Arts and Music, Audiovisual, Cultural Vitality and Diversity - there are also actions coordinated with the Education sector. Those are dissemination actions in schools, aiming to develop a National Policy on Integration of Culture and Education, or actions that focused on the implementation and modernization of the “Pontos de Cultura” (“Culture Points”) - described as a civil society’s cultural initiative for social inclusion in partnership with government entities.*

*It is noteworthy to mention the programmes and actions aimed at preserving and maintaining the Culture of specific groups, such as indigenous peoples and afro-descendant, who have significant participation in the constitution of the Brazilian society.*

#### PROGRAMAS DO MINISTÉRIO DA CULTURA MINISTRY OF CULTURE PROGRAMMES



## REGIÃO SUDESTE POSSUI O MAIOR GASTO PER CAPITA COM CULTURA NO BRASIL

Tendo em vista que os programas orçamentários se refletem principalmente em ações voltadas para a sociedade, é interessante observar a distribuição *per capita* do orçamento. No âmbito federal, em 2013, esse orçamento foi de US\$ 5,34 por pessoa. O orçamento *per capita* dos estados e municípios é um pouco mais alto, respectivamente US\$ 9,58 e US\$ 8,83.

Em um país de grande diversidade e dimensões continentais como o Brasil, a análise segmentada das regiões também permite importantes conclusões. A Região Sudeste possui o maior orçamento *per capita*, cerca de US\$ 15 para os estados e US\$ 23 para municípios. No âmbito estadual, a Região Sul é a que possui o menor valor *per capita* – US\$ 3,31 – enquanto no municipal, a Região Centro-Oeste ocupa a última posição – US\$ 4,39.

As Regiões Norte e Nordeste ocupam a segunda colocação no orçamento dos estados e municípios respectivamente, embora sejam as regiões com os menores indicadores sociais. O orçamento mais elevado na área de cultura pode ser explicado pelas manifestações culturais tradicionais que são reconhecidas como patrimônio imaterial<sup>16</sup> do país, por exemplo, o Carnaval (Nordeste), São João (Nordeste), Festa do Boi (Norte) e o Círio de Nazaré (Norte), que atraem turistas nacionais e internacionais, além da população local.

## THE SOUTHEAST REGION HAS THE LARGEST PER CAPITA EXPENDITURE ON CULTURE IN BRAZIL

*Given that government programmes are designed to benefit the society at large, it is interesting to observe the per capita distribution of national public spending. At the federal level, in 2013, it corresponded to a per capita of US\$ 5.34. In the case of the states and municipalities is somewhat higher, US\$ 9.58 and US\$ 8.83, respectively.*

*In a country with such diversity and continental dimension as Brazil, a segmented analysis of the regions also leads to important conclusions. The Southeast region has the highest per capita distribution, of about US\$ 15 at state level and US\$ 23 at municipal level. At the state level, the South region presents the lowest per capita amount – US\$ 3.31 – whereas at the municipal level, the Midwest Region ranks last – US\$ 4.39.*

*The North and Northeast regions rank second in the states and municipalities budget, respectively, even though those are the regions with the lowest social indicators. The highest budget in the Culture sector can be explained by the traditional cultural expressions that are recognized as Brazil's intangible heritage assets,<sup>16</sup> namely: Carnival (Northeast), "São João" (Northeast), "Festa do Boi" (North) and the "Círio de Nazaré" (North), all of which attract both national and international tourists, as well as local population.*

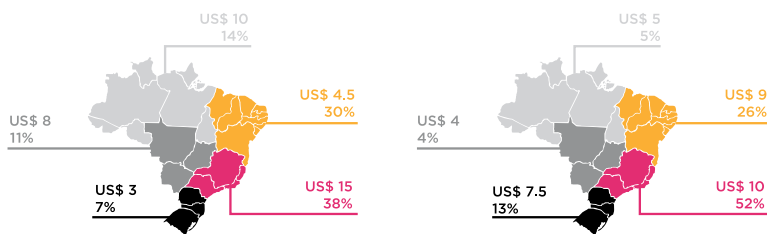
<sup>16</sup> Patrimônio Imaterial IPHAN

<sup>16</sup> Intangible Heritage – IPHAN

## ORÇAMENTO DOS ESTADOS E MUNICÍPIOS PER CAPITA STATES AND MUNICIPALITIES BUDGET PER CAPITA

**US\$  
5,34**

ORÇAMENTO FEDERAL  
PER CAPITA  
FEDERAL  
PER CAPITA



**US\$  
9,6**

ORÇAMENTO ESTADUAL  
PER CAPITA  
STATES  
PER CAPITA

**US\$  
8,8**

ORÇAMENTO MUNICIPAL  
PER CAPITA  
MUNICIPALITIES  
PER CAPITA

Fonte | Source

Siga Brasil; Tesouro Nacional e FINBRA

Siga Brasil; National Treasury and FINBRA

### O ORÇAMENTO ANUAL DA CULTURA CRESCIU O DOBRO DO ORÇAMENTO TOTAL DE 2003 A 2013

Houve um crescimento bastante elevado para a cultura no orçamento brasileiro ao longo dos anos 2000. No âmbito federal, houve um aumento de 18,7% ao ano, de 2003 a 2013, enquanto para os estados e municípios esse aumento foi de 19,2% e 12,5%, respectivamente. No orçamento municipal houve uma pequena redução de 2012 para 2013, e, por conseguinte, a taxa anual diminuiu.

O orçamento do setor cultural brasileiro cresceu cerca de 16,1% ao ano de 2003 a 2013, chegando a US\$ 4,8 bilhões, o dobro do crescimento anual do orçamento total (8,02%). A cultura cresceu 346% frente a 87% do orçamento total. Cabe destacar que a proporção dessa função no orçamento total passou de 0,1% em 2003 para 0,2% em 2013, continuando a possuir baixa participação.

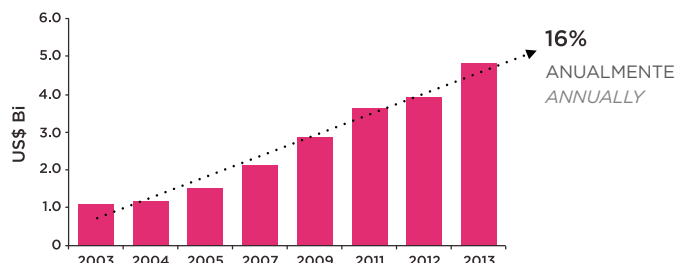
### THE ANNUAL CULTURE SECTOR PUBLIC SPENDING HAS GROWN TWICE AS MUCH AS THE TOTAL NATIONAL BUDGET FROM 2003-2013

There was a remarkable increase in the Brazilian budget for Culture over the 2000s. At the federal level, there was an increase of 18.8% per year from 2003 to 2013, while for states and municipalities the increase amounted to 19.2 % and 12.5%, respectively. At the municipal level, there was a slight reduction between 2012 and 2013, and therefore, the annual growth rate decelerated.

The Brazilian Culture sector public spending increased about 16.1% per year from 2003 to 2013, amounting to US\$ 4.8 billion, twice as much the annual growth of the total budget (8.02%). It is noteworthy to mention that the proportion of this function in the total budget increased from 0.1% in 2003 to 0.2% in 2013, still presenting a low participation.

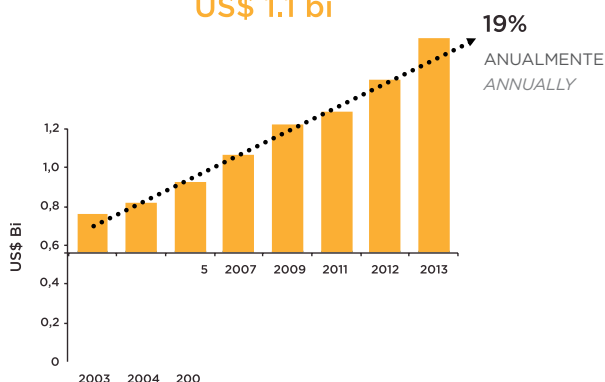
## ORÇAMENTO TOTAL NACIONAL TOTAL NATIONAL BUDGET

US\$ 4.8 bi



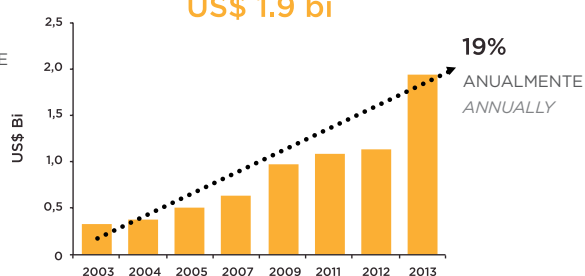
## ORÇAMENTO FEDERAL FEDERAL BUDGET

US\$ 1.1 bi



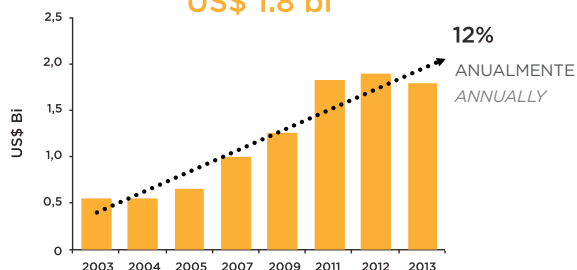
## ORÇAMENTO DOS ESTADOS STATE BUDGET

US\$ 1.9 bi



## ORÇAMENTO DOS MUNICIPIOS MUNICIPALITIES BUDGET

US\$ 1.8 bi



Fonte | Source

Siga Brasil; Tesouro Nacional e FINBRA

Siga Brasil; National Treasury and FINBRA







## MERCADO DE TRABALHO LABOUR MARKET

*“O trabalho é um dos principais vínculos entre o desenvolvimento econômico e o social, uma vez que representa um dos principais mecanismos por intermédio dos quais os seus benefícios podem efetivamente chegar às pessoas e, portanto, serem melhor distribuídos. Parte significativa da renda das famílias latino-americanas, ou seja, grande parte da renda familiar e, por conseguinte, das condições de vida dos indivíduos, depende primordialmente dos rendimentos gerados no mercado de trabalho”.<sup>17</sup>*

No sentido clássico da economia, preconizado por Adam Smith, o mercado de trabalho é representado por duas forças dicotômicas: os trabalhadores, que atuam como vendedores; e os empregadores, que atuam como compradores, sendo o trabalho o produto comercializado. Dessa forma, essa dimensão se caracteriza pela demanda por trabalhos e oferta de empregos, e sua estrutura é variável, possuindo fortes contrastes de acordo com países, regiões, dinâmica econômica, setores, entre outros. Aspectos como condições educacionais da população, formação de profissionais, manutenção da empregabilidade, atendimento da demanda produtiva e fluxo migratório de mão de obra especializada estão vinculados à dinâmica territorial da economia. Nessa complexidade de relações, a força de trabalho representa fator de produção da riqueza econômica.

*“The labour market is one of the most important links between economic and social development, since it is one of the main mechanisms for ensuring effective distribution of the benefits of such development among people. A significant part of the total income of Latin American families, i.e., a major portion of family incomes and the livelihoods of individuals depends essentially on earnings generated in the labour market”.<sup>17</sup>*

*In the classical sense of economy, advocated by Adam Smith, labour market is represented by two dichotomous forces: workers, who act as sellers, and employers, who act as buyers, being the work the marketed product. Thus, this dimension is characterised by the labour demand and the job availability supply, and its structure is variable, having strong contrasts according to countries, regions, economic dynamics, and sectors, among others. Aspects such as education of the population, professional training, employability maintenance, meeting the production demand, and migration of skilled workforce, are linked to territorial dynamics of the economy. In this myriad of relationships the national workforce represents a production factor of economic wealth.*

<sup>17</sup> Perfil do trabalho decente no Brasil / Escritório da Organização Internacional do Trabalho – Brasília e Genebra: OIT, 2009.

<sup>17</sup> Work profile, Brazil/International Labour Organisation Office – Geneva and Brasília: International Labour Organisation (ILO), 2009.

Esta seção apresenta um panorama geral do mercado de trabalho no setor cultural brasileiro de 2007 a 2013, confrontando-o com a evolução do mercado de trabalho brasileiro como um todo e buscando identificar características, similaridades e diferenças entre as cinco áreas analisadas. Para isso, recorreu-se a dados estatísticos da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), elaborada pelo Ministério do Trabalho e Emprego, e aos indicadores da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

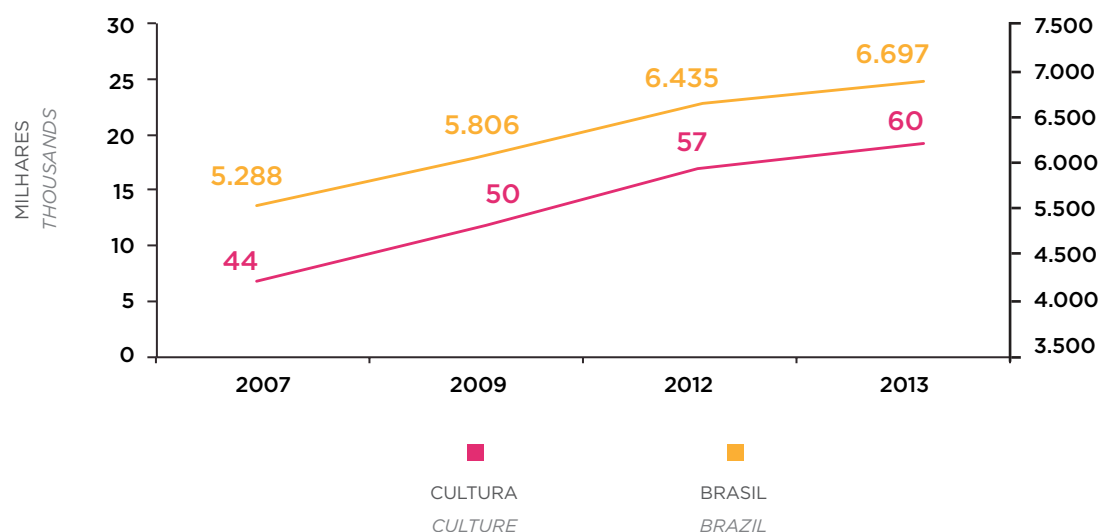
*This section presents an overview of the labour market in the Brazilian Culture sector from 2007 to 2013, comparing with the evolution of the Brazilian labour market as a whole and attempting to characterise and identify similarities and differences between the five analysed areas. For this purpose, this study used statistical data from the Annual Report on Social Information (RAIS), from the Ministry of Labour and Employment, and indicators of the National Household Sample Survey (PNAD), released by the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE).*

**OS ESTABELECIMENTOS DE CULTURA NO BRASIL CRESCERAM A UMA TAXA SUPERIOR AOS OUTROS SEGMENTOS ECONÔMICOS (36% X 27%)**

**CULTURE FIRMS IN BRAZIL INCREASED AT A HIGHER RATE THAN THE TOTAL BRAZIL (36% X 27%)**

#### EVOLUÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS DE CULTURA (MILHARES) X BRASIL

#### EVOLUTION OF THE CULTURE FIRMS (THOUSANDS) X BRAZIL



Fonte | Source  
RAIS

Apesar de ainda representar um pequeno percentual de todos os estabelecimentos formais do país, 0,9% em 2013, os estabelecimentos de cultura no Brasil cresceram a uma taxa superior a todos os segmentos econômicos (36% x 27%) ao longo dos últimos seis anos. Enquanto o total de estabelecimentos em todos os setores da economia, incluindo a cultura, somava 6.697 em 2013, o número de estabelecimentos culturais chegou a um total de 60 mil. Isso aumentou a relevância relativa do setor no panorama nacional.

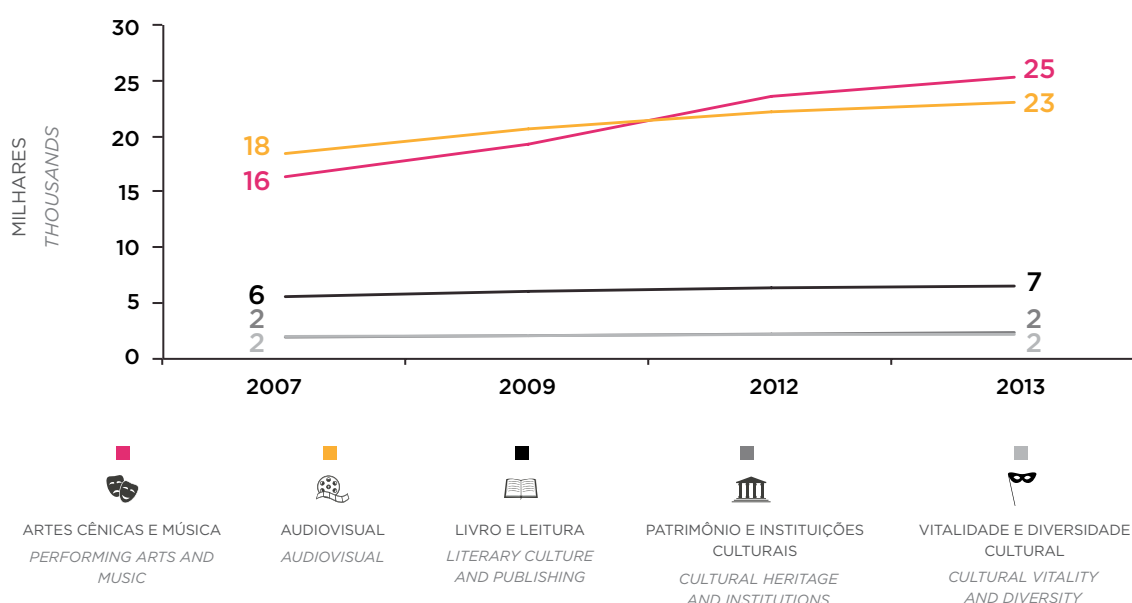
Although they still represent a small percentage of all formal firms and venues in the country, 0.9% in 2013, the Culture firms in Brazil increased at a rate of 36%, higher than the growth rate of total Brazilian firms and venue of 27%, from 2007-2013. While the total number of firms and venues in all sectors of the economy, including Culture, added up to 6,697 in 2013, the number of Culture firms and venues amounted to a total of 60,000. This has increased the relative importance of the Culture sector in the national economy.

**HOUVE AUMENTO NO NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS DE CULTURA EM TODAS AS ÁREAS ANALISADAS.**

**THERE WAS AN INCREASE IN THE NUMBER OF CULTURE FIRMS IN ALL AREAS ANALYSED**

## EVOLUÇÃO DE ESTABELECIMENTOS DE CULTURA POR ÁREA

### EVOLUTION OF THE CULTURE FIRMS PER AREA



Fonte | Source  
RAIS

A partir de 2012, houve uma pequena mudança no padrão do setor cultural, quando o número de estabelecimentos de Artes Cênicas e Música ultrapassou o de Audiovisual (a primeira categoria cresceu 56,2% no período de 2007 a 2013, enquanto que a segunda aumentou em 27,8% no mesmo período).

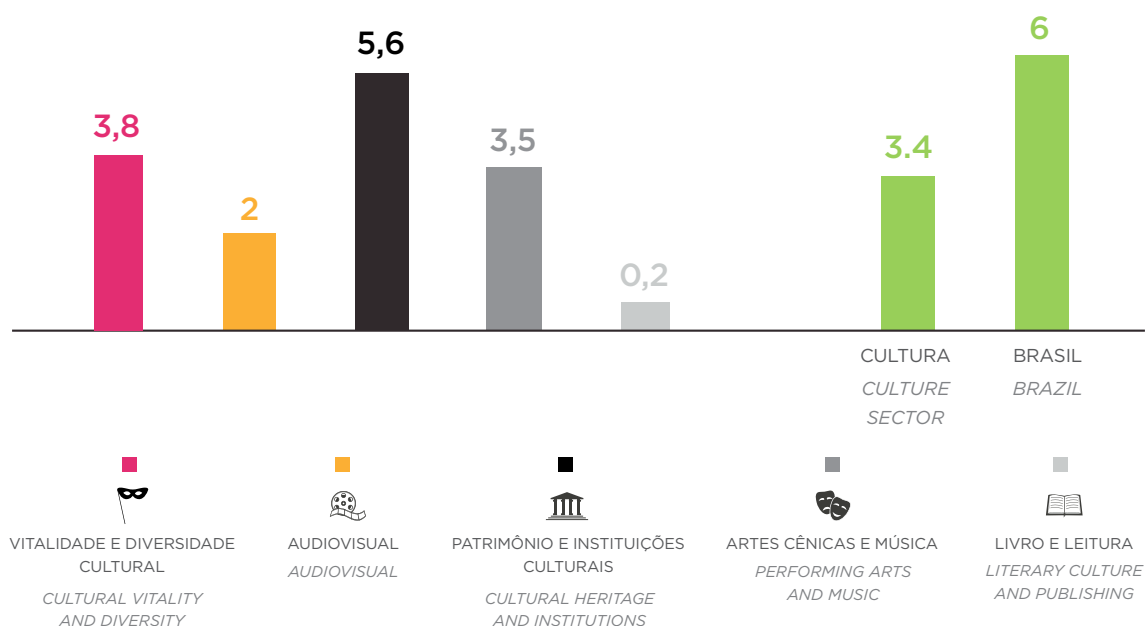
### O POTENCIAL EMPREGATÍCIO DO SETOR DE CULTURA AINDA É SIGNIFICATIVAMENTE MENOR DO QUE A MÉDIA DE TODOS OS SETORES DO PAÍS

*From 2012 onwards one can observe that there was a small changes among the five areas of study. The number of firms and venues in the Performing Arts and Music area exceeded that of the Audiovisual. The Performing Arts and Music's firms and venues presented a high growth rate of 56.2% between 2007 and 2013, exceeding the growth of the Audiovisual, which increased 27.8% in the same period.*

### THE EMPLOYMENT POTENTIAL OF THE CULTURE SECTOR IS STILL SIGNIFICANTLY LOWER THAN THE AVERAGE OF ALL THE COUNTRY'S SECTORS

#### MÉDIA DE TRABALHADORES FORMAIS POR ESTABELECIMENTOS DE CULTURA X SETOR DE CULTURA X BRASIL (2013)

#### AVERAGE FORMAL WORKERS PER CULTURAL FIRM X CULTURE SECTOR X BRAZIL (2013)



Os estabelecimentos de cultura possuem, em média, 3,4 trabalhadores, em contraponto à média de 6,0 trabalhadores nos outros setores da economia, o que representa uma diferença de 76,5%. A área Livro e Leitura apresenta a maior média de vínculos formais por estabelecimento (5,6), enquanto Vitalidade e Diversidade Cultural, possui a menor delas (0,5). Admite-se, no entanto, que os dados da RAIS não sejam totalmente representativos para esta última área, que abarca atividades como produção de espetáculos, em que parece existir um elevado número de trabalhadores temporários informais.

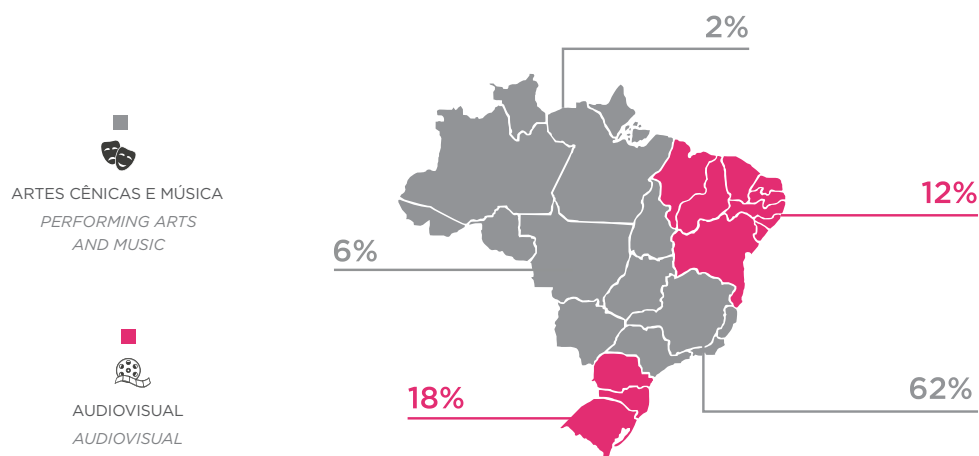
*The total Culture Firms have, on average, 3.4 workers, in contrast to the average of 6 workers in the total Brazil's firms and venues, representing a difference of 76.5%. The Literary Culture and Publishing area present the highest average of formal workers per establishment (5.6), whereas Cultural Vitality and Diversity has the lowest average (0.5). It is admitted, however, that the data from RAIS are not fully representative for the latter area, given that it includes activities such as production of concerts that could possibly involve a high number of informal temporary workers.*

## A DISTRIBUIÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS DE CULTURA ACOMPANHA A IMPORTÂNCIA ECONÔMICA DAS REGIÕES

## THE DISTRIBUTION OF CULTURE FIRMS FOLLOWS THE ECONOMIC IMPORTANCE OF THE REGIONS

### DISTRIBUIÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS DE CULTURA X REGIÃO E PRINCIPAIS ÁREAS DE CULTURA POR REGIÃO (2013)

### DISTRIBUTION OF CULTURE FIRMS X REGION AND MAIN CULTURE AREAS PER REGION (2013)



A Região de maior PIB no Brasil, o Sudeste, apresenta o maior número de estabelecimentos de cultura, seguida pela Região Sul. O número de estabelecimentos acompanha a importância econômica das regiões, porém há, em cada região, peculiaridades em relação à representatividade do conjunto de atividades. Enquanto as regiões Nordeste e Sul possuem mais estabelecimentos da área Audiovisual, nas outras regiões, os de Artes Cênicas e Música são em maior número. Todas as regiões apresentam grande número de estabelecimentos nessas duas áreas, sempre somando mais de 60% do total de cada Região.

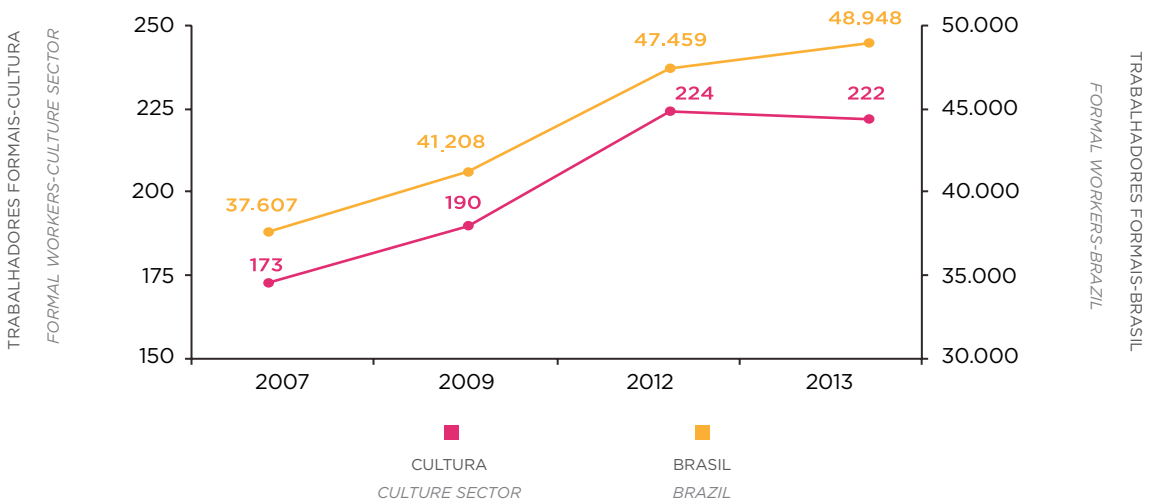
*The number of firms and venues follows the economic importance of the regions (GDP of the region), however, there are peculiarities in each region regarding the significance of each area. The Southeast is the region with the largest GDP in Brazil, and it has the highest number of Culture firms and venues, followed by the South region. While the Northeast and South regions have more firms and venues in the Audiovisual area, in other regions there are more firms and venues in the Performing Arts and Music area. All regions have large number of firms and venues in these two areas, always amounting to more than 60% of the total for each region.*

### O CRESCIMENTO DO NÚMERO DE TRABALHADORES FORMAIS NO SETOR CULTURAL ACOMPANHA ÀQUELE OBSERVADO NO BRASIL

### THE INCREASING NUMBER OF FORMAL WORKERS IN THE CULTURE SECTOR FOLLOWS THE SAME TREND OBSERVED AT NATIONAL LEVEL

#### EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE TRABALHADORES NO SETOR DE CULTURA (MILHARES) X BRASIL

#### EVOLUTION OF THE NUMBER OF CULTURE WORKERS (THOUSANDS) X BRAZIL



Fonte | Source  
RAIS



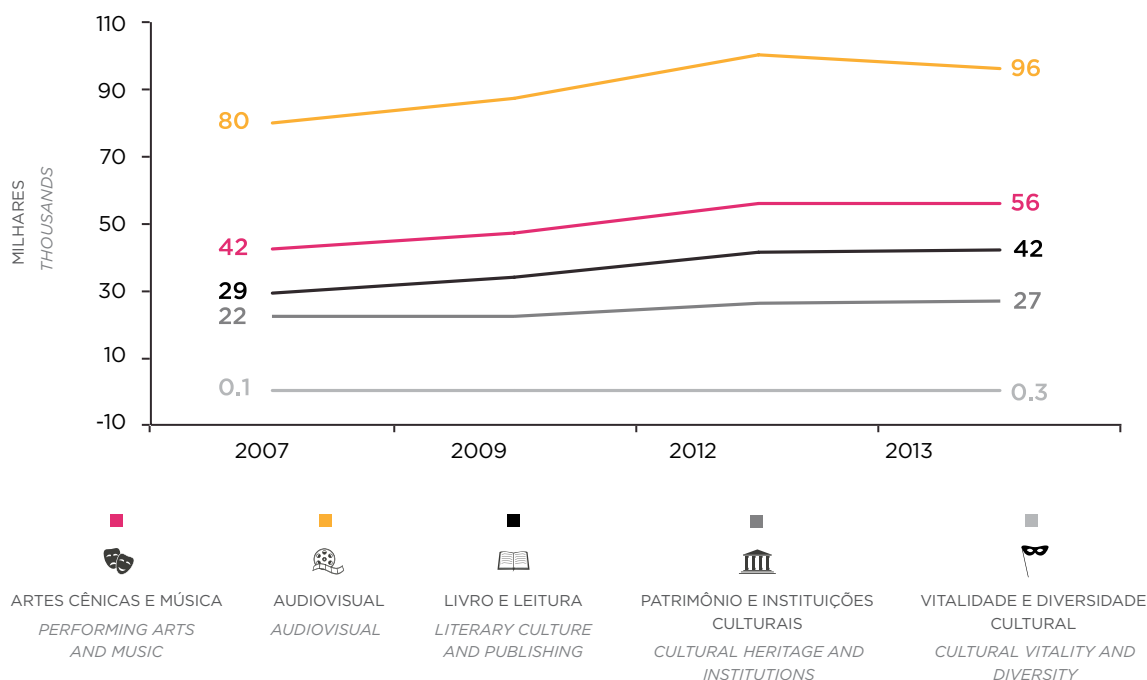
O crescimento do número de trabalhadores formais no setor cultural foi muito próximo àquele observado no Brasil ao longo dos últimos seis anos – 29% e 30%, respectivamente. De 2012 a 2013, no entanto, a cultura apresentou uma pequena redução na quantidade de vínculos, apesar do crescimento da quantidade de estabelecimentos.

*The increase in the number of formal workers in the Culture sector, 29%, was very close to that observed in Brazil from 2007 to 2013, 30%. During that same period, however, Culture presented a decrease in the amount of formal workers, despite the increase in the number of cultural firms and venues.*

**HOUE AUMENTO DO NÚMERO DE TRABALHADORES FORMAIS EM TODAS AS ÁREAS ANALISADAS, DE 2007 A 2013**

**THERE WAS AN INCREASE IN THE NUMBER OF FORMAL WORKERS IN ALL AREAS ANALYSED, FROM 2007 TO 2013**

## EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE TRABALHADORES FORMAIS NO SETOR DE CULTURA POR ÁREA EVOLUTION OF THE NUMBER OF FORMAL CULTURE WORKERS PER AREA



O número de trabalhadores formais aumentou em todas as áreas analisadas neste estudo, no período de 2007 a 2013. Contudo, a área Artes Cênicas e Música apresentou uma pequena redução na quantidade de vínculos formais de 2012 a 2013, o que explica a queda no total de vínculos no período. Algumas atividades em cada uma das áreas também experimentaram reduções na quantidade de vínculos formais neste período, sem que isso afetasse o número total de cada uma delas.

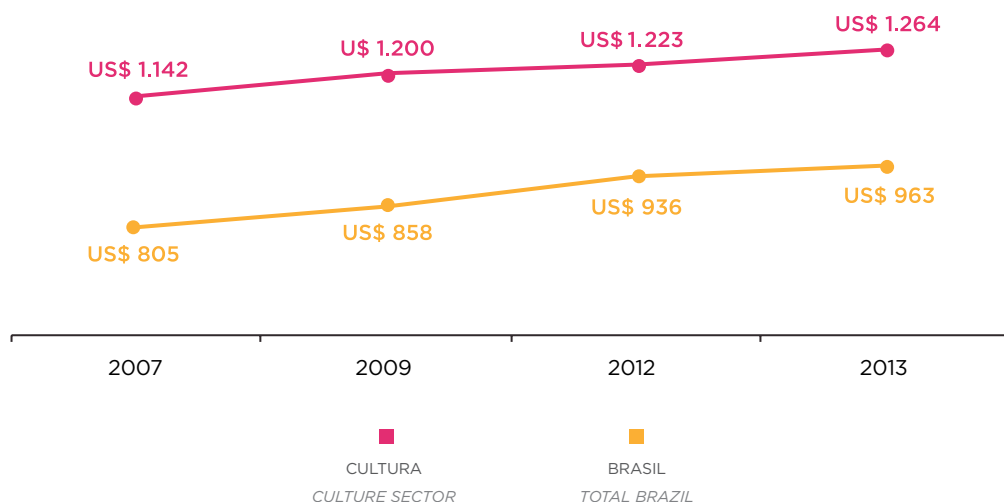
*The number of formal workers increased in all analysed areas in this study, from 2007 to 2013. However, the Performing Arts and Music area presented a small decline in the number of formal workers from 2012 to 2013, which explains the decrease in the total number of formal workers for the period.*

**THE AVERAGE INCOME OF THE CULTURE SECTOR REMAINS AT HIGHER LEVELS THAN THE NATIONAL AVERAGE**

## O SALÁRIO MÉDIO DA CULTURA SE MANTÉM A NÍVEIS SUPERIORES À MÉDIA GERAL DO BRASIL

### EVOLUÇÃO DO SALÁRIO MÉDIO MENSAL REAL DOS TRABALHADORES FORMAIS NA CULTURA X BRASIL

*EVOLUTION OF THE REAL MONTHLY AVERAGE WAGE OF FORMAL WORKERS IN CULTURE X BRAZIL*



Fonte | Source

RAIS

Conversão: Ago/14: US\$ 1,00 = R\$ 2,239

Currency: Aug/14: US\$ 1.00 = BRL 2.239

O salário médio mensal do setor cultural foi mantido em níveis bem superiores à média geral. Apesar disso, o crescimento do salário médio para os trabalhadores da cultura foi bem menos significativo do que o observado para o salário médio de trabalhadores brasileiros. Enquanto o salário médio mensal no setor cultural aumentou 11% de 2007 para 2013, o total para o Brasil aumentou 20% no mesmo período, representando uma diferença negativa de 9 p.p.

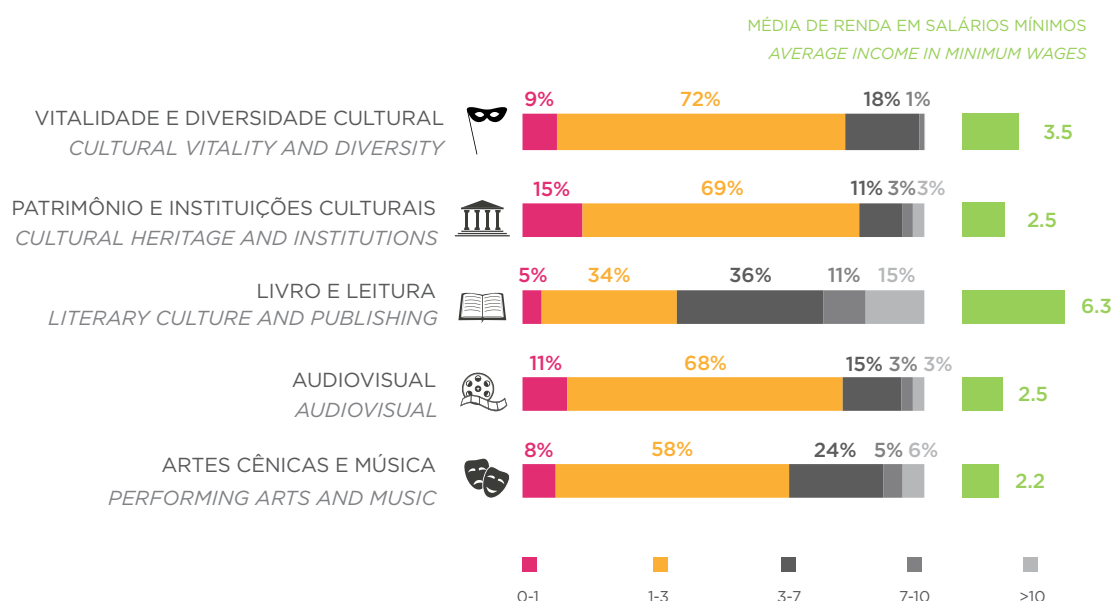
*The monthly average income of the Culture sector was kept at levels well above the national average. Nevertheless, the increase in the average income for Culture workers was much less significant than that observed at national level. Whereas the monthly average salary in the Culture sector increased 11% from 2007 to 2013, at national level it increased 20% in the same period, representing a gap of 9 p.p.*

**A ÁREA DE LIVRO E LEITURA É A QUE POSSUI O MAIOR PERCENTUAL DE TRABALHADORES GANHANDO DEZ OU MAIS SALÁRIOS MÍNIMOS, E 60% DOS TRABALHADORES GANHAM ACIMA DE TRÊS SALÁRIOS MÍNIMOS.**

**THE LITERARY CULTURE AND PUBLISHING HAS THE HIGHEST PERCENTAGE OF WORKERS EARNING 10 OR MORE MINIMUM WAGES, AND 60% OF WORKERS EARN OVER 3 MINIMUM WAGES.**

## PERCENTUAL DE TRABALHADORES FORMAIS X FAIXAS DE RENDA X ÁREA (2013)

### PERCENTAGE OF FORMAL WORKERS X INCOME GROUPS X AREA (2013)



Fonte | Source

RAIS

Conversão: Ago/14 | Currency: Aug/14

Note: \*One minimum wage is equivalent to US\$ 325

Ao cruzar o número de trabalhadores formais em cada uma das áreas analisadas com a faixa de renda de cada trabalhador, nota-se que o setor de Livro e Leitura é o que possui o maior percentual de trabalhadores ganhando dez ou mais salários mínimos e mais de 60% dos trabalhadores ganhando mais de três salários. Na área de Patrimônio e Instituições Culturais há o maior percentual de trabalhadores ganhando até um salário mínimo, com 84% do total ganhando até três salários.

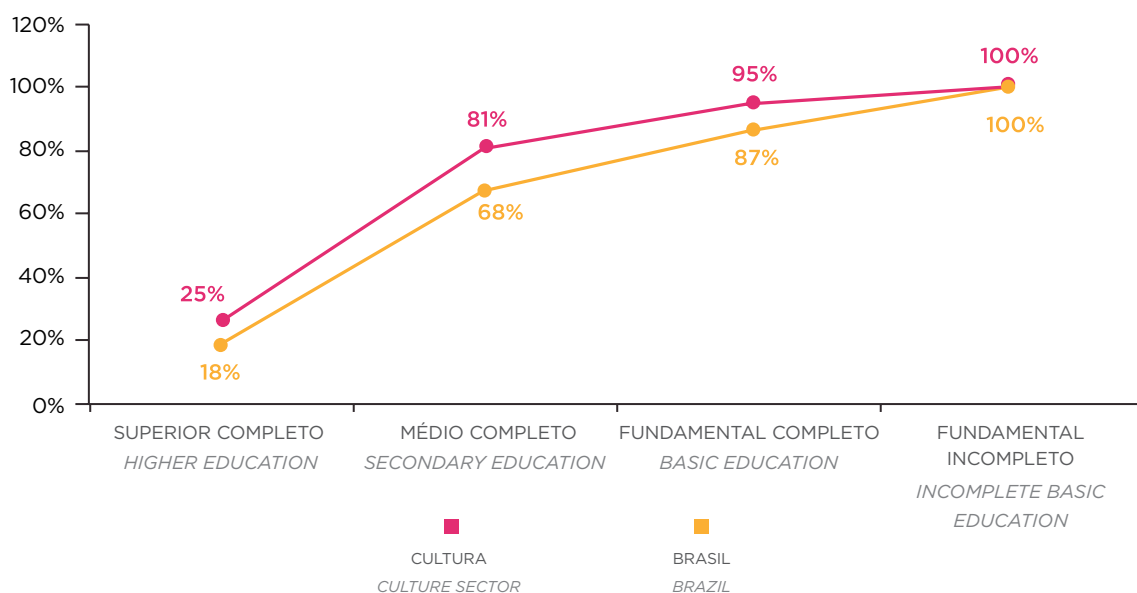
*When cross-referencing the number of formal workers, in each of the analysed areas, with the income group of each worker, one can note that the sector of Literary Culture and Publishing is the one with the highest percentage of workers earning ten or more minimum wages and more than 60% of workers earning more than three salaries. The Cultural Heritage and Institutions area presents the highest percentage of workers earning up to one minimum wage, with 84% of the total number earning up to three salaries.*

### TRABALHADORES DA CULTURA POSSUEM UM GRAU DE QUALIFICAÇÃO SUPERIOR À MÉDIA DO BRASIL

### CULTURE SECTOR WORKERS HAVE A HIGHER LEVEL OF QUALIFICATION THAN THE NATIONAL AVERAGE

#### PERCENTUAL ACUMULADO DE VÍNCULOS FORMAIS POR GRAU DE ESCOLARIDADE NO SETOR DE CULTURA X BRASIL (2013)

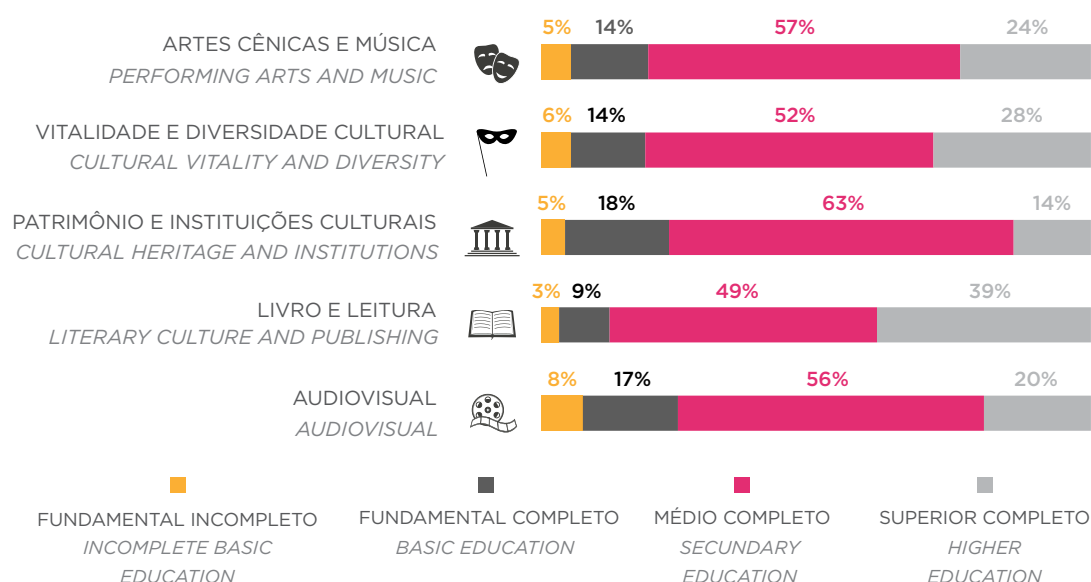
*CUMULATIVE PERCENTAGE OF FORMAL WORKERS BY EDUCATION DEGREE IN CULTURE X BRAZIL (2013)*



Os trabalhadores do setor cultural possuem um grau de qualificação superior à média geral brasileira – 81% possuem pelo menos o ensino médio completo, contra 68% em outros setores. Entende-se que esse seja um dos fatores que expliquem a diferença de renda observada anteriormente.

*Culture sector workers have a higher level of qualification than the overall Brazilian average – 81% have completed at least higher and secondary education, against 68%. It is presumed that this is one of the factors explaining the income gap previously observed.*

## PERCENTUAL DE TRABALHADORES FORMAIS X NÍVEL DE ESCOLARIDADE X ÁREA (2013) PERCENTAGE OF FORMAL WORKERS X EDUCATION DEGREE X AREA (2013)



Fonte | Source  
RAIS

A área Livro e Leitura se destaca positivamente, com 88% dos trabalhadores possuindo ao menos o ensino médio completo, enquanto as áreas Audiovisual e Patrimônio e Instituições Culturais apresentam os menores níveis de escolaridade, com 76% e 77%, respectivamente. Também no setor cultural, a escolaridade está proporcionalmente ligada à renda média.

*The Literary Culture and Publishing area stands out positively, with 88% of workers having at least completed higher and secondary education, whereas the Audiovisual and the Cultural Heritage and Institutions areas have the lowest levels of higher and secondary education, with 76% and 77%, respectively. Also in the cultural sector the level of education is proportionally linked to the average income.*

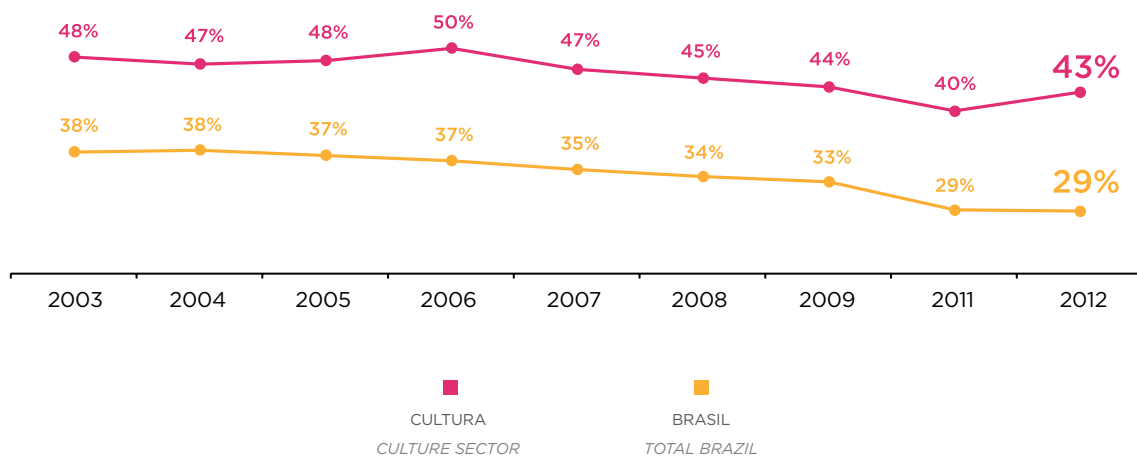


O PERCENTUAL DE TRABALHADORES SEM CARTEIRA ASSINADA NO SETOR CULTURAL AINDA É MUITO SUPERIOR À MÉDIA BRASILEIRA

THE PERCENTAGE OF INFORMAL WORKERS IN THE CULTURAL SECTOR IS MUCH HIGHER THAN THE NATIONAL AVERAGE

EVOLUÇÃO DO PERCENTUAL DE TRABALHADORES DA CULTURA SEM CARTEIRA ASSINADA X BRASIL

PERCENTAGE EVOLUTION OF INFORMAL WORKERS IN THE CULTURE SECTOR X BRAZIL



Fonte | Source  
PNAD

Com base nos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), embora se observe crescimento do número de vínculos formais do setor cultural, o percentual de trabalhadores sem carteira assinada ainda é bastante superior à média brasileira, tendo, inclusive, aumentado em 3 p.p. de 2012 a 2013. De 2003 a 2013, enquanto o Brasil reduziu em 9 p.p. o percentual de trabalhadores sem carteira assinada, a variação foi de apenas 5 p.p. para o setor.

Parte disso decorre do caráter temporário algumas das atividades englobadas nesta análise, como as relacionadas à produção de eventos e espetáculos.

*Based on data from the National Household Sample Survey (PNAD), even though it is observed a growth on the number of formal workers in the Culture sector, the percentage of informal workers is well above the national average, and has also increased by 3 p.p. from 2012 to 2013. While at national level the percentage of informal workers reduced by 9 p.p., from 2003 to 2013, the variation was only 5 p.p. for the Culture sector.*

*This dynamics is partly explained by the temporary nature of some of the activities comprised in this analysis, such as those related to event production and concerts.*



## CONSUMO FAMILIAR *HOUSEHOLD CONSUMPTION*

*“Dito como marca da nossa sociedade e cultura, o consumo emerge como campo de estudo a partir de mudanças históricas desde o século XVI, quando aparece todo um conjunto de novas mercadorias no cotidiano”.<sup>18</sup>*

A cultura também se manifesta por meio do consumo, seja de produtos ou de serviços. Todo o desenho da economia da cultura, com suas esferas governamentais e privadas, trabalhadores e empresas, possui como objetivo final o consumo dos bens culturais pela população. É na interação entre o produto cultural e seu demandante que o bem se torna completo, transmitindo a mensagem criada pelo autor para o seu público. Nesse sentido, esta seção analisa o consumo cultural brasileiro, a evolução de seu padrão ao longo do tempo, medida nos níveis nacional e regional, e, ainda, a demanda de turistas internacionais por esse setor.

Para a análise do consumo de produtos<sup>19</sup> de cultura a partir das despesas das famílias, foi utilizada a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF-IBGE), que possui informações sobre o consumo da população brasileira.

*“Known as a mark of our society, consumption emerges as a field of study from historical changes since the 16<sup>th</sup> century, when a whole set of new merchandise in daily life appears”.<sup>18</sup>*

*Culture is also manifested through consumption, whether of products or services. The entire design of the cultural economy, with its governmental and private spheres, workers and companies, has an ultimate goal of stimulating the consumption of cultural products by the population. It is in the interaction between the cultural product and its consumer that it becomes complete, conveying the message created by the author to his audience. In this sense, this section assesses the Brazilian cultural consumption, the evolution of its pattern over time, measured in both national and regional levels, and also the demand of international tourists for this sector.*

*For the analysis of the consumption of cultural products<sup>19</sup> from household expenditures will be used the Household Expenditure Survey (POF-IBGE), that brings information about the consumption of the Brazilian families.*

<sup>18</sup> Piedras, 2007.

<sup>19</sup> Produtos culturais incluem bens e serviços nas áreas definidas neste estudo

<sup>18</sup> Piedras, 2007.

<sup>19</sup> Cultural products include goods and services in the areas defined in this study.

## O BRASILEIRO CONSUME MAIS CULTURA, PORÉM ESSE AUMENTO FOI CONSIDERAVELMENTE MENOR DO QUE O AUMENTO DO CONSUMO TOTAL DAS FAMÍLIAS

Em 2009, 46,7 milhões das 57,8 milhões de famílias consultadas no universo da pesquisa POF - ou seja, cerca de 81% - registraram ter consumido algum produto de cultura. Esse dado representa um aumento relativo de quase 10% frente ao resultado de 2003, quando 34,7 milhões dos 48,6 milhões de famílias registraram o consumo de bens culturais, representando cerca de 71%.

A despesa com produtos culturais cresceu pouco mais de 10% de 2003 a 2009, passando de US\$ 9.613 milhões para US\$ 10.601 milhões. O aumento ficou abaixo da taxa de crescimento das despesas totais das famílias no Brasil, que ficou em cerca de 27%.

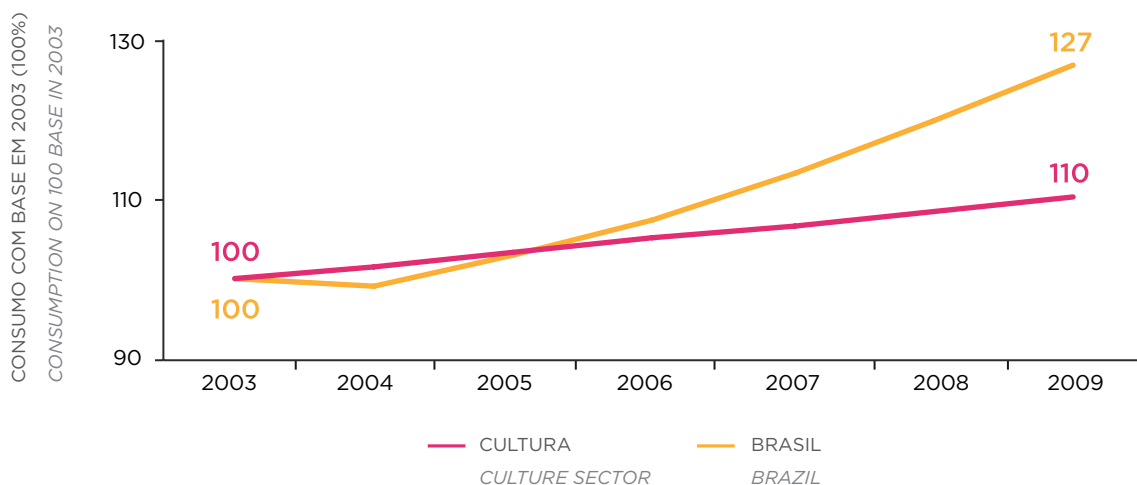
## BRAZILIANS CONSUME MORE CULTURE PRODUCTS, BUT THIS INCREASE WAS CONSIDERABLY LOWER THAN THE INCREASE OF TOTAL HOUSEHOLD CONSUMPTION

In 2009, 46.7 million out of the 57.8 million households interviewed in the universe of the Household Expenditure Survey, i.e., about 81%, reported having consumed some kind of cultural product. It represents a relative increase of almost 10% when compared with the results from 2003, when 34.7 million out of the 48.6 million households reported the consumption of a cultural product, accounting for about 71%.

Expenditure on cultural products grew just over 10% from 2003 to 2009, moving from US\$ 9.613 million to US\$ 10.601 million. The increase remained below the growth rate of the total household expenditure in Brazil, which was around 27%.

## EVOLUÇÃO DO CONSUMO FAMILIAR NO SETOR DE CULTURA X BRASIL

### EVOLUTION OF HOUSEHOLD CONSUMPTION IN THE CULTURE SECTOR X BRAZIL





## NO BRASIL, CERCA DE 0,9% DA RENDA FAMILIAR É GASTA EM PRODUTOS CULTURAIS, COM DIFERENÇAS ENTRE OS DECIS DE RENDA

Para compreender o comportamento desse tipo de consumo por renda em 2009, as famílias foram divididas por decis de renda. Estes intervalos medem, em ordem crescente, a renda das famílias pesquisadas pela POF no período de 2003 a 2004 e de 2008 a 2009. A amostra leva em conta um total de 56,091 famílias, divididas em 10 grupos, cada um contendo 5,609 famílias.

O primeiro fato expressivo se refere à proporção da renda gasta em cultura. Famílias mais ricas e mais pobres possuem despesas proporcionais mais altas, em cultura, do que famílias localizadas em decis medianos da renda, o que explica o padrão de curva em "U". Para o decil mais baixo, essa despesa foi de 1,2% da renda. Para o decil mais alto, esse valor chegou a cerca de 1%, enquanto para todos os outros decis a despesa foi abaixo desse valor. O valor mínimo observado foi de cerca de 0,65% para o quarto, quinto e sexto decis.

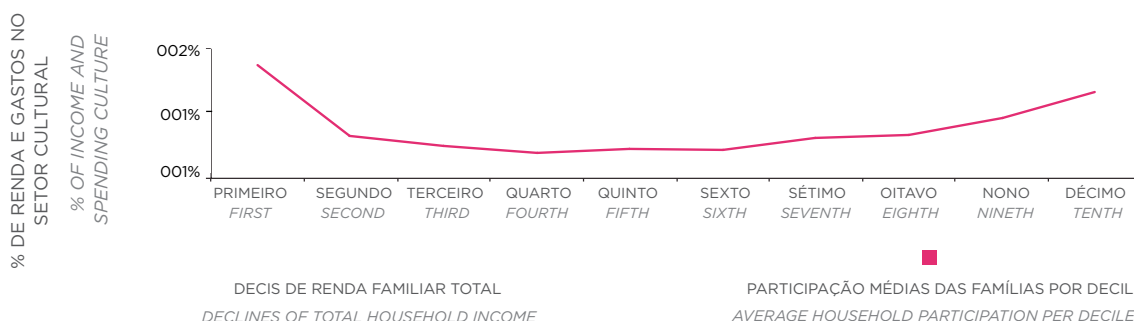
## IN BRAZIL, ABOUT 0.9% OF HOUSEHOLD INCOME IS SPENT ON CULTURAL PRODUCTS, WITH DIFFERENCES BETWEEN THE INCOME DECILES

In order to understand the pattern of this type of consumption by income in 2009, families were divided into income deciles. These ranges were constructed by sorting, in ascending order, the income of the families surveyed in the Household Expenditure Survey's sample in 2003 to 2004 and 2008 to 2009. There was a total of 56,091 families divided into 10 groups of equal size; each group containing 5,609 families.

The first significant fact refers to the proportion of income that was spent on Culture. On average, Brazilian families spend 0.9% of their income. Higher and lower income families have higher proportional expenditures on Culture than families located in median income deciles, resulting in the U-curve pattern for the consumption behaviour. For the lowest decile, this expenditure was 1.2% of the income. For the highest decile, this amount reached to 1%, while for all other deciles the expenditure was below this value. The minimum value observed was of about 0.65% for the fourth, fifth and sixth deciles.

## PARTICIPAÇÃO RELATIVA DE CONSUMO FAMILIAR EM PRODUTOS DE CULTURA

### RELATIVE PARTICIPATION OF HOUSEHOLD EXPENDITURES IN CULTURE PRODUCTS



## O CONSUMO DE BENS CULTURAIS ENTRE OS MAIS RICOS E OS MAIS POBRES POSSUI CARACTERÍSTICAS DIFERENTES

O consumo cultural no país divide-se em monetário, quando foi adquirido por meio de cartão, dinheiro ou cheque, ou não monetário, representado por doações, retirada no próprio negócio, elaboração própria ou escambo.

Essa variável é importante, pois eventos gratuitos ou cujo ingresso é adquirido mediante uma contrapartida não monetária (como alimento não perecível) estão representados como consumo não monetário. O governo tem uma grande importância nessa oferta de bens não monetários.

No que diz respeito ao consumo monetário, à exceção dos decis mais baixo e mais alto de renda, as famílias brasileiras gastam em torno de 0,6% de sua renda em cultura. O valor atinge quase 1% na faixa mais baixa de renda, enquanto para as famílias mais abastadas, esse valor é de quase 0,7%.

A evolução da despesa das famílias em cultura de 2003 a 2009 possui uma característica interessante: para as famílias mais pobres, com menores decis de renda, o consumo monetário aumentou. Nos decis intermediários, o comportamento permaneceu o mesmo, enquanto para as famílias mais ricas a despesa monetária em produtos culturais caiu.

No consumo não monetário, percebe-se um deslocamento quase homogêneo, em proporção da renda, mantendo o padrão de curva em “U” existente em 2003.

## THE HOUSEHOLD CONSUMPTION OF CULTURE PRODUCTS PRESENTS DIFFERENT CHARACTERISTICS

*The cultural consumption is divided into monetary – when it was acquired by credit card, cash or check – and non-monetary consumption, made through exchanges or donations.*

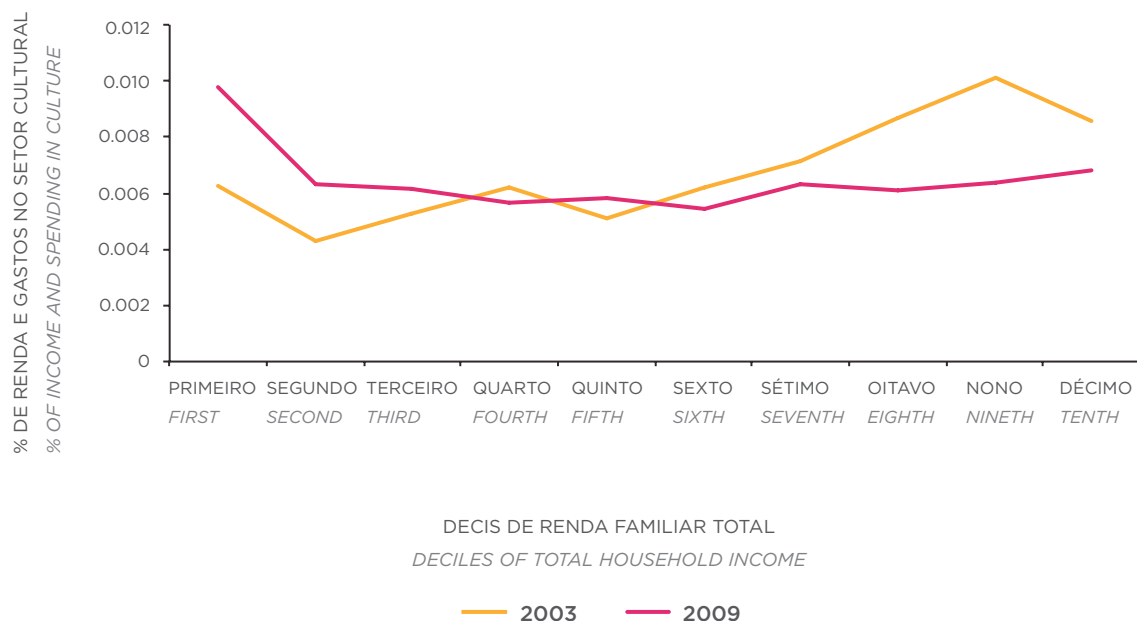
*This is an important feature because free events or events which tickets are purchased by means of a non-monetary compensation (such as non-perishable food) are considered non-monetary consumption. The government has a strong influence on the supply of non-monetary goods.*

*Regarding the monetary consumption, except for the lowest and highest income deciles, Brazilian families spend about 0.6% of their income on Culture. The number amounts to nearly 1% in the lowest income group, while for the more affluent families this number amounts to almost 0.7%.*

*The evolution of household expenditure on Culture from 2003 to 2009 has an interesting feature: for the lower income deciles families, the monetary consumption increased. In the intermediate deciles, the behavior remained the same, whereas for the higher income deciles families, monetary expenditure in cultural products has decreased.*

*In non-monetary consumption, an almost homogeneous shift in proportion of income is observed, keeping the standard U-curve pattern that existed in 2003.*

## CONSUMO MONETÁRIO DE PRODUTOS CULTURAIS MONETARY CONSUMPTION OF CULTURE PRODUCTS



Fonte | Source  
IBGE

Interessante notar que esse tipo de despesa é maior, em proporção à renda, para os dois decis mais ricos da população e para o decil mais baixo – 0,035%, 0,025%, e 0,023% em 2009, respectivamente. A despesa permaneceu homogênea para as outras faixas, em torno de 0,012%.

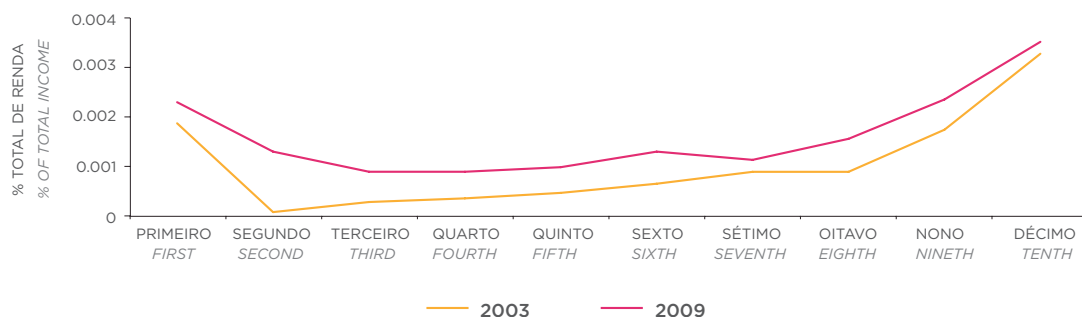
As faixas mais baixas e mais altas de renda apresentaram grande consumo de bens culturais, proporcionalmente à renda, em 2009. O motivo dessa alta, porém, é diferente entre esses grupos. Para a faixa de renda mais baixa, seu

*It is interesting to notice that this type of expenditure is higher, in proportion to income, for the wealthiest two deciles of the population and for the lowest decile – 0.035%, 0.025% and 0.023% in 2009, respectively. Expenditure remained homogeneous for the other groups, with about 0.012%.*

*The lowest and highest income groups presented large consumption of cultural products, in proportion to income, in 2009. But the reason for this increase is different between these groups. For the lowest income group, its prom-*

## CONSUMO NÃO MONETÁRIO DE PRODUTOS DE CULTURA

### NON-MONETARY CONSUMPTION OF CULTURE PRODUCTS



Fonte | Source

IBGE

Nota: Decis de Renda Familiar Total

Note: Deciles of Total Household Income

destaque é devido a aquisições monetárias, enquanto para a faixa de renda mais alta, se deve à despesa não monetária. Para as outras faixas de renda intermediárias não foram identificadas alterações significativas, tanto no que se refere à despesa monetária quanto à não monetária.

inence is mainly due to monetary acquisitions, while for the higher income group it is predominantly due to non-monetary expenditure. For the other intermediate income groups, no significant changes were identified, regarding both monetary and non-monetary expenditure.

### NOVAS FORMAS DE CONSUMO DE CULTURA: O BRASILEIRO LÊ MAIS, ASSISTE A FILMES EM CASA E VAI MAIS A SHOWS

### NEW FORMS OF CULTURE CONSUMPTION: BRAZILIANS READ MORE, WATCH MOVIES AT HOME AND ATTEND MORE CONCERTS

De 2003 a 2009, proporcionalmente, não houve mudanças significativas da despesa total das famílias com cultura na agregação por áreas, exceto para Audiovisual que aumentou em valores reais de US\$ 5 bilhões para US\$ 6 milhões. Em valores absolutos, os produtos mais consumidos pertencem a essa área. Vitalidade Cultural e Diversidade ocupa a segunda colo-

From 2003 to 2009, proportionally, there were no significant changes in the total household expenditure in Culture aggregated by areas, except for Audiovisual, which increased in real values from US\$ 5 billion to US\$ 6 million. In absolute values, the most consumed products belong to the Audiovisual area, with a total expenditure of nearly US\$ 6 billion in 2009. Cultural Vitality and Diversity

cação, com aproximadamente US\$ 2 bilhões. Em terceiro lugar está Livro e Leitura, com US\$ 1,5 bilhão. Por fim, a quarta maior área foi Artes Cênicas e Música, com uma despesa total das famílias de US\$ 1 bilhão. Patrimônio Cultural e Instituições possui uma despesa bem menos expressiva, de US\$ 75 milhões.

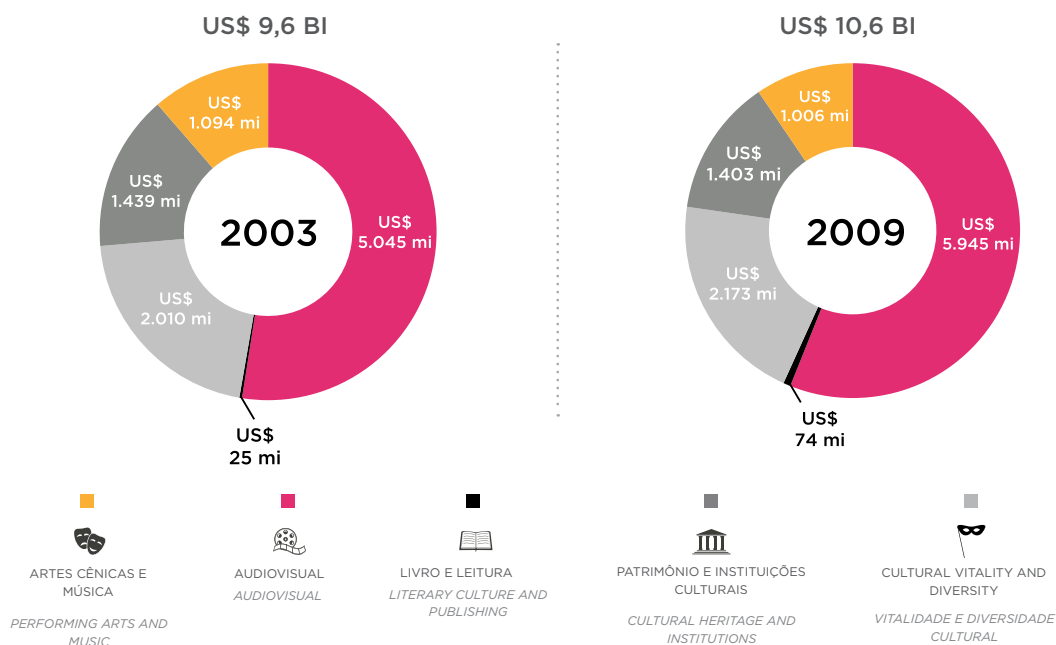
O perfil de consumo do brasileiro entre as grandes áreas não apresentou alterações em relação à média de anos de estudo do responsável pela família. No entanto, ocorreram mudanças na estrutura de consumo intra-áreas, ou seja, a partir dos produtos que as constituem. Houve um aumento no valor absoluto do consumo na

*ranks in second, with approximately US\$ 2 billion. Literary Culture and Publishing ranks in third, with US\$ 1.5 billion. Finally, the fourth largest area was Performing Arts and Music, with a total household expenditure of US\$ 1 billion. Cultural Heritage and Institutions has a much less significant expenditure, of US\$ 75 million.*

*There have been small changes within in the consumption in all areas, i.e., from the products that constitute them. There was an increase in the absolute value of consumption in the Audiovisual area, with changes in the share of each product. In 2009, the Brazilian went less to the cinema, which decreased 5%*

## CONSUMO DE ÁREAS DE CULTURA

### CONSUMPTION OF CULTURE AREAS



Fonte | Source

IBGE



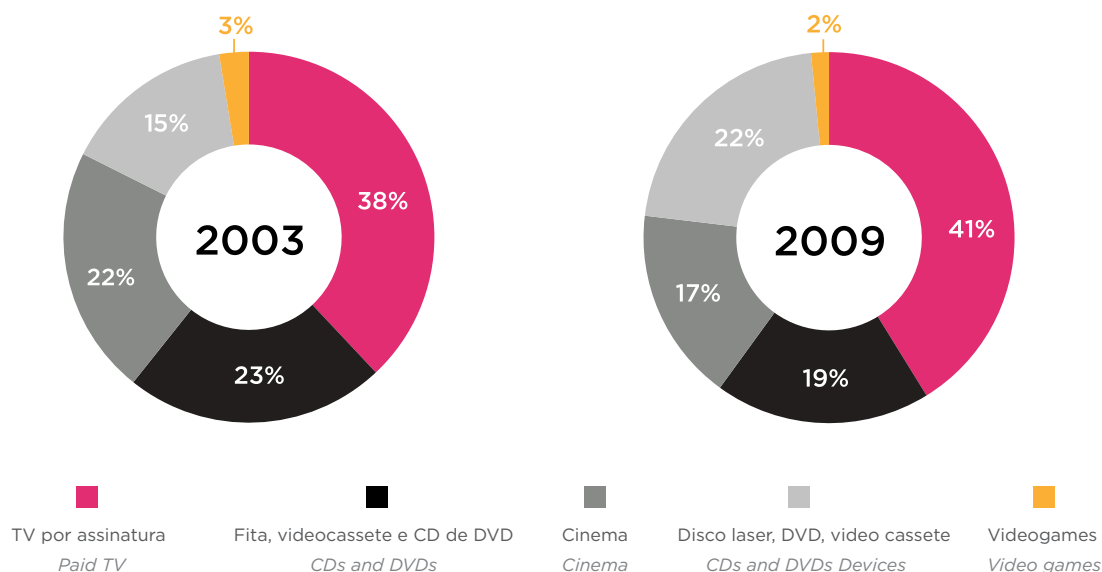
área Audiovisual, com alterações na participação de cada produto. Em 2009, o brasileiro foi menos ao cinema, que sofreu queda de 5% na proporção entre produtos. Esse tipo de consumo concorre com a televisão por assinatura e com o DVD, que cresceram no período 3% e 7%, respectivamente, no período.

Em 2003, Clubes e Danceterias representavam o produto dominante com 90% do total despesa na área Vitalidade e Diversidade cultural, tornando a representatividade dos outros muito baixa. Em 2009, Clubes e Danceterias continuaram sendo o produto de maior consumo,

*in the ratio between products. This type of consumption competes with Paid cable TV and DVD, which grew 3% and 7%, respectively, in the period.*

*Regarding Cultural Vitality and Diversity area, in 2003, Nightclubs represented the dominant product, with 90% of total expenditure in the Cultural Vitality and Diversity area, lowering the significance of other products. In 2009, Nightclubs continued to be the most consumed product, with 76% of total consumption in the area. However, there was a great diversification on the type of consumption, making*

#### PERFIL DE CONSUMO DA ÁREA AUDIOVISUAL AUDIOVISUAL CONSUMPTION PROFILE



Fonte | Source  
IBGE

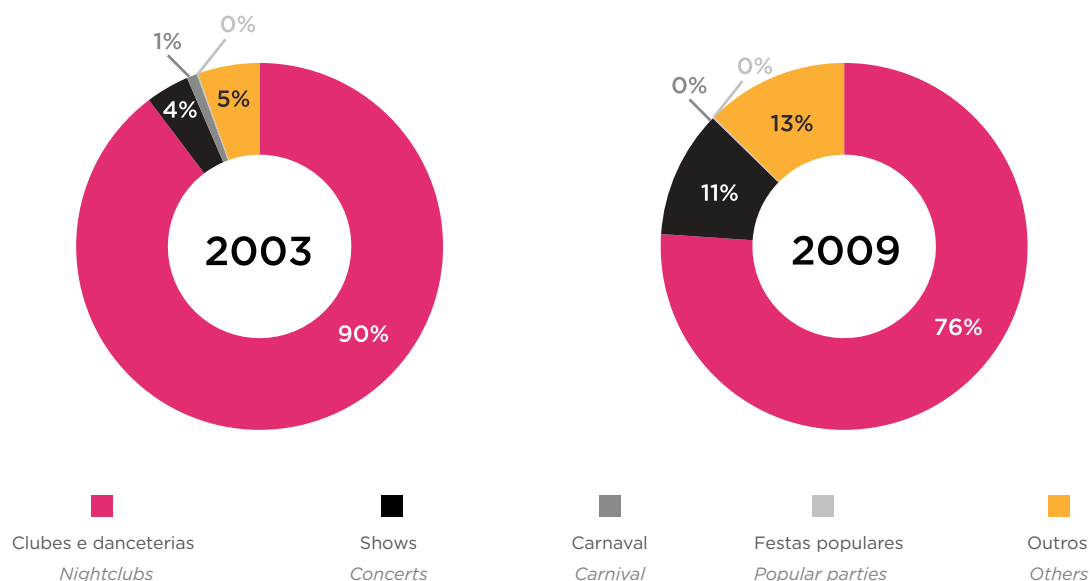
com 76% do total consumido na área. Porém houve uma grande diversificação do tipo de consumo, tornando o Brasil mais propício para shows e outras formas de consumo, como aluguel de espaços para festas, que passaram a representar 11% e 13% do total consumido na área, respectivamente.

Na área Livro e Literatura o consumo manteve despesa total de US\$ 1,4 bilhão de 2003 para 2009. O número de assinaturas de revistas caiu sensivelmente, reduzindo seu valor a um pouco menos de 10% daquele observado em 2003. O resultado da área foi compen-

*Brazil more suitable for concerts and other forms of consumption, such as rental of venues for parties, which accounted for 11% and 13% of total consumption in the area, respectively.*

*In the Literary Culture and Publishing area, consumption kept a total expenditure of US\$ 1.4 billion from 2003 to 2009. The number of magazine subscriptions fell significantly, reducing its value to just under 10% of the value observed in 2003. The result of the area was compensated by the non-didactic books product, whose consumption increased 180%, going from US\$ 480 million in 2003 to US\$ 1.35*

## PERFIL DE CONSUMO DA ÁREA VITALIDADE E DIVERSIDADE CULTURAL CULTURAL VITALITY AND DIVERSITY CONSUMPTION PROFILE



Fonte | Source  
IBGE

sado pelo produto Livros Não Didáticos, cujo consumo cresceu 180%, passando de US\$ 480 milhões para US\$ 1,35 bilhão. Assim, é possível afirmar que hoje o brasileiro lê mais.

Também é importante ressaltar que o consumo não monetário de livros, inexistente em 2003, passou a representar 17% do consumo total, o que acompanha o aumento de políticas de incentivo à leitura.

Não houve grandes mudanças na área Artes Cênicas e Música, que manteve o valor real de consumo em US\$ 1 bilhão em 2003 e em 2009. A divisão entre os produtos permaneceu semelhante, sendo Teatro o mais expressivo, com um total de despesa em ingressos

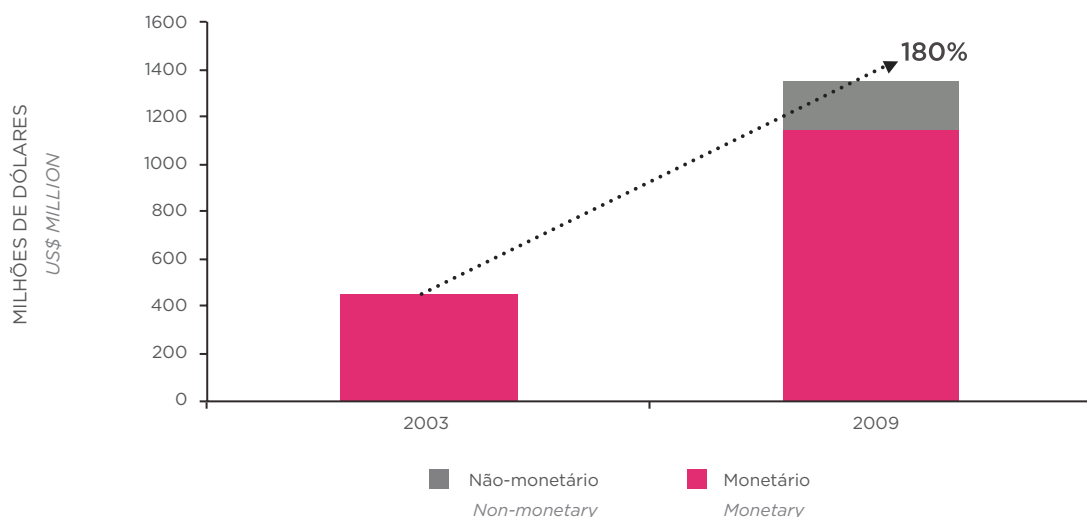
*billion in 2009. It can be argued that Brazilians are reading more.*

*It is also noteworthy to mention that the non-monetary consumption of books, which was nonexistent in 2003, now represents 17% of total consumption, which follows the increase of national public policy programmes to encourage reading.*

*There were no major changes in the Performing Arts and Music area, which maintained the real value of consumption in US\$ 1 billion in 2003 and in 2009. The division between products remained similar, with Theatre being the most expressive, with a total expenditure on tickets of about US\$ 342 million. Guitar comes in sec-*

## CONSUMO TOTAL DE LIVROS (EXCETO DIDÁTICOS) - MONETÁRIO E NÃO MONETÁRIO

### TOTAL CONSUMPTION OF BOOKS (EXCEPT DIDATICS) - MONETARY AND NON MONETARY



Fonte | Source  
IBGE

na ordem de US\$ 342 milhões. Em segundo lugar aparece Violão, seguido de Curso de Música e Teclado, com US\$ 133, US\$ 117 e US\$ 100 milhões, respectivamente. Essa área possui uma grande variedade de produtos importantes em relação à despesa, o que ilustra seu dinamismo no país.

A área Patrimônio Cultural, na qual predominam exposições, não apresentou mudanças.

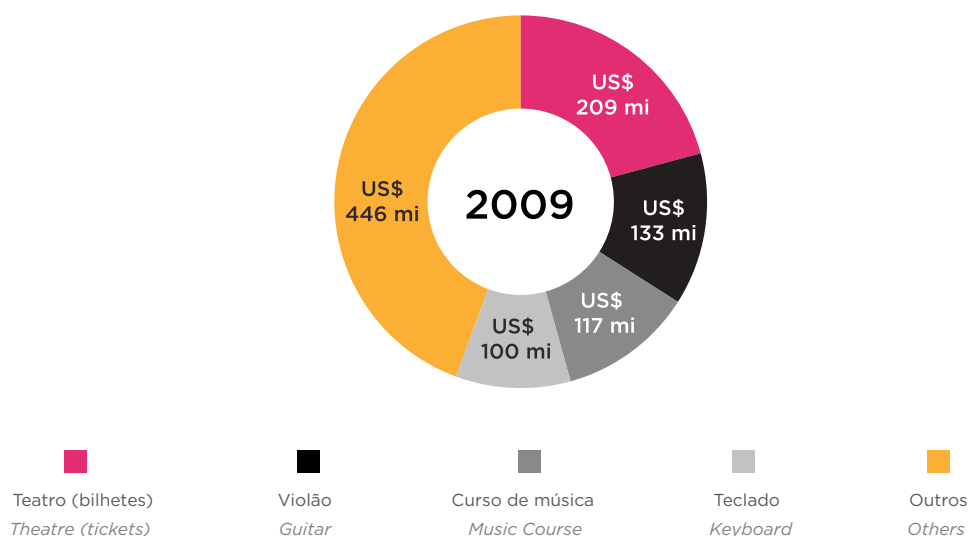
*and, followed by Keyboard and Music Courses, with US\$ 133, US\$ 117 and US\$ 100 million, respectively. This area has a great variety of important products regarding expenditure, which illustrates its dynamism in the country.*

*The Cultural Heritage area, in which exhibitions prevail, has presented no changes. This can be explained by the several free access government programmes existing in this area.*

**A MELHOR DISTRIBUIÇÃO DE RENDA E OFERTAS PÚBLICAS E PRIVADAS NO SETOR, O CONSUMO DE CULTURA SE EQUALIZOU NO PAÍS.**

**WITH BETTER INCOME DISTRIBUTION AND PUBLIC AND PRIVATE OFFERINGS IN THE SECTOR, THE CONSUMPTION OF CULTURE IN THE COUNTRY HAS EQUALIZED**

## PERFIL DE CONSUMO CONSUMO DA ÁREA ARTES CÊNICAS E MÚSICA PERFORMING ARTS AND MUSIC CONSUMPTION PROFILE



Fonte | Source  
IBGE

O consumo de cultura cresceu em todas as regiões. As maiores taxas ocorreram nas regiões Norte e Nordeste, com crescimento de 28% e 20% respectivamente. A região Sul cresceu 16,5% e as regiões Sudeste e Centro-Oeste, apenas 5%.

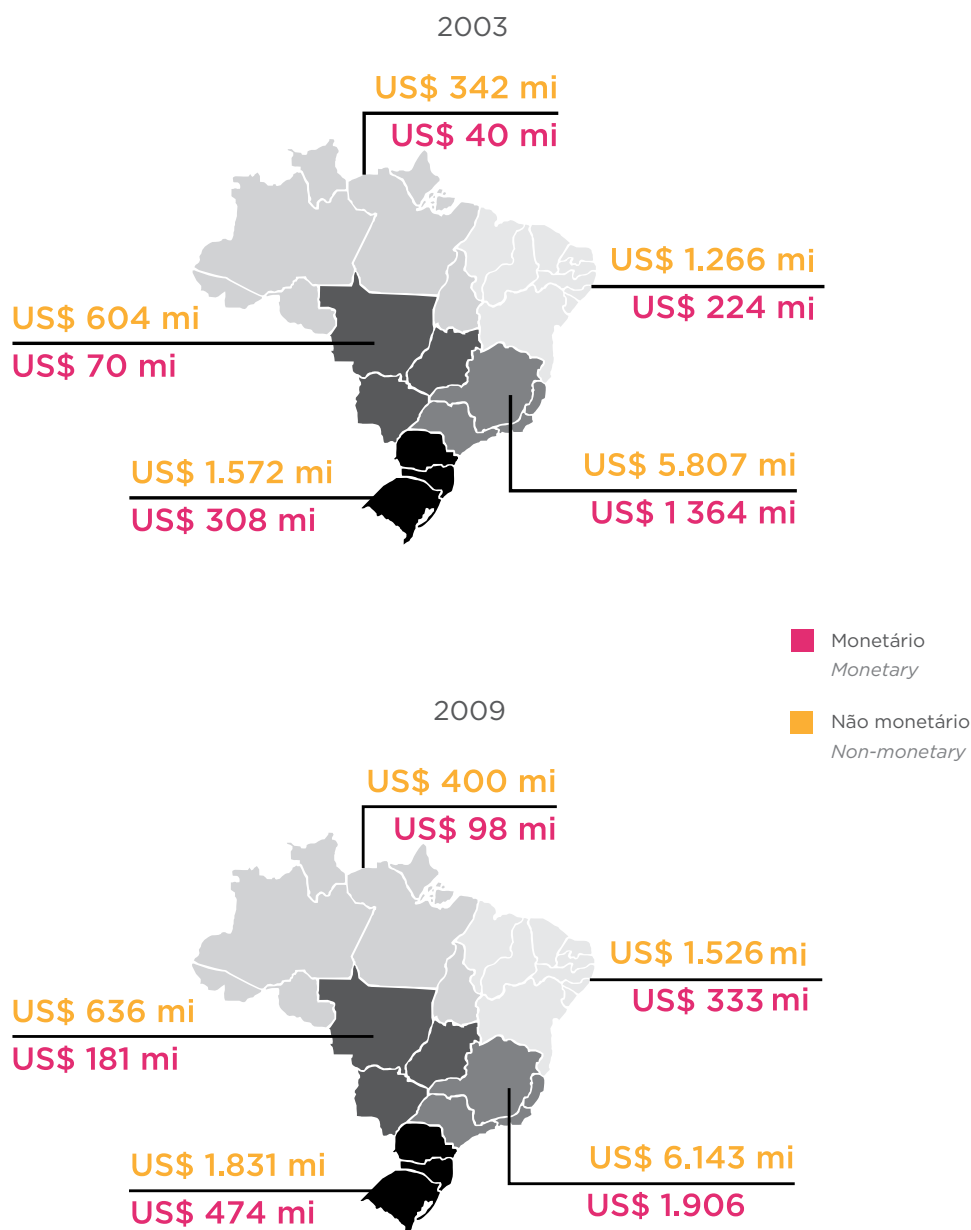
O consumo não monetário aumentou em todas as regiões de maneira intensa, porém dada a sua pequena representatividade, isso não se refletiu em grandes alterações entre estados.

*The consumption of Culture increased in all Regions. The highest rates occurred in the North and Northeast regions, with an increase of 28% and 20%, respectively. The South Region increased by 16.5% and the Southeast and Midwest regions, only 5%.*

*Non-monetary consumption increased in all regions intensely, but given its small significance, it didn't suffer major changes among the regions.*



## CONSUMO MONETÁRIO E NÃO-MONETÁRIO POR REGIÃO MONETARY AND NON-MONETARY CONSUMPTION PER REGION





## ESTUDOS SETORIAIS *SECTORAL STUDIES*

Para a realização desse estudo foram analisados diversos estudos setoriais, que auxiliaram tanto no desenvolvimento da metodologia, quanto na aferição de dados inexistentes nas bases oficiais. Destaca-se, a seguir, alguns apontamentos advindos do contato com esses estudos.

### PATRIMÔNIO E INSTITUIÇÕES CULTURAIS

Investimentos e demais dados econômicos relativos à restauração de monumentos, construção de equipamentos culturais, conservação e manutenção desses bens, bem como de centros culturais e parques, não foram incluídos neste estudo. Essas atividades não são passíveis de segmentação, dado que boa parte do tipo de investimento e de despesas relacionados a elas inserem-se no campo da construção civil, e os dados disponíveis não apresentam segmentação, de forma permitir apurar os dados econômicos e seu impacto.

Por outro lado, no caso do Restauo e da Conservação Arquitetônica, é inegável que a cultura contribui economicamente, ainda que de maneira tímida, através da geração de empregos. Os níveis básico e técnico são os mais beneficiados, uma vez que a atividade exige mão de obra qualificada. Hoje o setor de preservação de bens culturais arquitetônicos tem

*Several sectoral studies were conducted to prepare this study, studies which were useful both in the development of methodology and in the assessment of non-existing data in official databases. The following chapter presents the most relevant notes resulting from this research.*

### *CULTURAL HERITAGE AND INSTITUTIONS*

*This study does not include investments and other economic data related to the restoration of monuments, construction of cultural facilities, conservation and maintenance of these assets, as well as cultural centers and parks. Most types of investments and expenses related to them fit into the civil construction field and data available do segment them in a way that would allow assessment of economic data and of their impact.*

*It is undeniable, however, in the case of Architectural Restoration and Conservation that culture contributes to the economy by generating employment, although in a small quantity. Basic and technical levels are the most benefited since the activity requires a qualified workforce. Today, a number of companies in the Southeast. Northeast and South regions specialize in the preservation of architectural cultural heritage and increasingly,*

um conjunto de empresas especializadas na região Sudeste e algumas no Nordeste e Sul, além de cursos de formação para mão de obra nos níveis fundamental, técnico, superior e de especialização. Já o investimento na conservação de parques e bens arquitetônicos está diluído em diversos setores da economia.

O Brasil hoje já se constitui como um promissor Mercado de Arte. Segundo o estudo empreendido pela Latitude, realizado a partir de uma pesquisa com 45 galerias de arte, o setor movimenta um montante considerável com galerias faturando mais de R\$ 10 milhões ao ano. Nos últimos anos as feiras de arte vêm se consolidando nas principais cidades brasileiras, atraindo públicos significativos para visitação e para os negócios. Trata-se, no entanto, de um mercado de poucos, não se refletindo de forma expressiva no setor cultural como um todo. Assim, os dados relacionados ao mercado da arte não foram incluídos neste estudo senão no tópico Patrimônio e Instituições Culturais, associados à visitação a museus e exposições.

A cada ano, o país assiste à ampliação da oferta de exposições de arte. Segundo estudo elaborado pela The Art Newspaper em 2013, dentre as 12 exposições temporárias mais populares no mundo, o Brasil teve 4 dentre aqueles que tiveram as maiores visitas diárias. Apenas essas exposições levaram quase 1,5 milhão de pessoas aos museus. A Pinacoteca do Estado de São Paulo recebe cerca de 400.000 visitantes/ano, enquanto no Rio de Janeiro, o Centro

*one finds the existence of labor qualification courses in elementary, technical, higher education and specialization levels. Conversely, investments in the conservation of parks and architectural heritage is diluted in several sectors of the economy.*

*Brazil already constitutes a promising Art market. According to a survey study undertaken by Latitude with 45 art galleries, this sector moves a considerable amount of capital, with galleries earning over BRL 10 million per year. In the last few years, art fairs have been consolidating themselves in most Brazilian cities, attracting significant numbers of visitors and of and business audiences. This is, however, a market for the few, and does not reflected significantly in the cultural sector as a whole. Thus, data related to the art market was not included in this study, except in the topic of Heritage and Cultural Institutions, when associated to visits to museums and exhibits.*

*Each year the offer of art exhibits in the country is increasing. According to a study published by The Art Newspaper in 2013, among the 12 most popular temporary exhibits worldwide, Brazil had four exhibits ranked amongst the highest number of daily visits. These exhibits alone took nearly 1.5 million people to museums. Pinacoteca do Estado de São Paulo receives about 400,000 visitors/year, while in Rio de Janeiro, the Bank of Brazil Cultural Center is the country's most visited, with over 2 million visitors/year.*

Cultural do Banco do Brasil é o mais visitado do Brasil, com mais de 2 milhões de visitantes/ano.

Por outro lado, apenas na cidade do Rio de Janeiro, no que diz respeito a visitação a bens culturais e parques, o monumento do Cristo Redentor, localizado no Parque Nacional da Tijuca registra a visitação de 2 milhões de visitantes/ano, o Pão de Açúcar recebe cerca de 1 milhão, e o estádio do Maracanã recebe entre 500 e 600 mil/ano. Já o Parque Nacional do Iguaçu, na divisa com o Paraguai e a Argentina recebe 1,5 milhão/ano. Todos esses dados têm evidentes reflexos na economia das cidades e do país como um todo, com contribuições importantes para o mercado do trabalho, do turismo, da alimentação. A visitação a outros monumentos históricos e naturais, como igrejas por exemplo, é normalmente gratuita e portanto de difícil mensuração. Entretanto, avaliar o impacto dessas contribuições requer metodologias diferenciadas para cada segmento, que não são objeto do presente estudo.

Em 2011 o Brasil tinha 3.118 museus, incluindo 23 museus<sup>20</sup> nacionais. São museus de natureza diversificada e classificados segundo os critérios do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM) segundo a seguinte tipologia:

*In what regards visits to cultural cities and parks, in Rio de Janeiro, Christ the Redeemer monument located in Tijuca National Park registers a visitation of 2 million visitors/year, Pão de Açúcar (the Sugarloaf Mountain) receives approximately 1 million visitors/year and the Maracanã Stadium receives between 500 and 600 thousand visitors/year. The Iguaçu National Park, on the border with Paraguay and Argentina receives 1.5 million visitors/year. This volume of visitors has evident effects on these cities and on the country's economies as a whole, generating important contributions to the labor, tourism and food markets. Visits to other historical and natural monuments, such as churches, for instance, is usually free of charge and therefore hard to assess. Assessing the impact of such contributions requires different methodologies depending on which segment they belong to, and are not the object of the present study.*

*In 2011, Brazil had 3,118 museums, including 23 national<sup>20</sup> museums. These are diversified museums classified according to Brazilian Institute of Museums (IBRAM) following the typology:*

<sup>20</sup> Cadastro Nacional de Museus do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), conforme publicação do guia Nacional de Museus em 2011

<sup>20</sup> National Register of Museums of the Brazilian Institute of Museums (IBRAM), as published by the National Museums guide in 2011.

- Antropologia e Etnografia: coleções relacionadas às diversas etnias, voltadas para o estudo antropológico e social das diferentes culturas.
  - Arqueologia: coleções de bens culturais portadores de valor histórico e artístico, procedentes de escavações, prospecções e achados arqueológicos.
  - Artes Visuais: coleções de pinturas, esculturas, gravuras, desenhos, incluindo a produção relacionada à Arte Sacra.
  - Ciências Naturais e História Natural: bens culturais relacionados às Ciências Biológicas (Biologia, Botânica, Genética, Zootecnia, Ecologia etc.), às GeoCiências (Geologia, Mineralogia etc.) e à Oceanografia. Ciência e Tecnologia: bens culturais representativos da evolução da História da Ciência e da Técnica.
  - História: bens culturais que ilustram acontecimentos ou períodos da História.
  - Imagem e Som: documentos sonoros, videográficos, filmográficos e fotográficos.
  - Virtual: bens culturais que se apresentam mediados pela tecnologia de interação cibernética (internet).
  - Biblioteconômico: publicações impressas, tais como livros, periódicos, monografias, teses, etc.
  - Documental: pequeno número de documentos manuscritos, impressos ou eletrônicos reunidos intencionalmente a partir de uma temática.
  - Arquivístico: conjunto de documentos acumulados por pessoas ou instituições, públicas ou privadas, durante o exercício de suas atividades, independentemente do suporte.
- *Anthropology and Ethnography: collections related to different ethnic groups for the social and anthropological study of different cultures.*
  - *Archaeology: cultural assets collections carrying historical and artistic value from excavations, prospections and archaeological findings.*
  - *Visual Arts: collection of paintings, sculptures, engraving, drawings, including production related to Sacred Art.*
  - *Natural Sciences and Natural History: cultural assets related to Biological Sciences (Biology, Botanic, Genetics, Zoology, Ecology, etc.), Geosciences (Geology, Mineralogy, etc.) and Oceanography. Science and Technology: cultural assets representing the evolution of Science and Technical History.*
  - *History: cultural assets illustrating historical events or periods.*
  - *Image and Sound: sound, videographic documents, filmography and photographic documents.*
  - *Virtual: cultural assets presented through cyber-interaction technology (internet).*
  - *Library technology: printed publications, such as books, journals, monographs, dissertations, etc.*
  - *Documents: small number of handwritten, printed or electronic documents intentionally gathered around a specific theme.*
  - *Archives: set of documents accumulated by people or private or public institutions during the exercise of their activities, regardless of support type.*



O quadro a seguir apresenta a distribuição geográfica dos museus pelas diversas regiões e as populações atendidas.

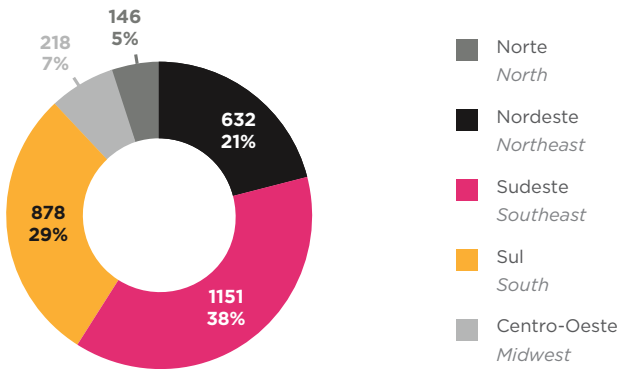
The table below contains the geographic distribution of museums throughout the various regions and populations served.

**DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DE MUSEUS POR REGIÃO DO BRASIL**  
**GEOGRAPHICAL DISTRIBUTION OF MUSEUMS PER BRAZILIAN REGION**

REGIÕES REGIONS	Nº. DE MUNICÍ- PIOS COM MUSEUS Nº. OF CITIES WITH MUSEUMS	Nº. DE MUNICÍPIOS Nº. OF CITIES	% DE MUNICÍPIOS COM MUSEUS/ TOTAL DE MUNICÍPIO % OF CITIES WITH MU- SEUMS/TOTAL OF CITIES	POPULAÇÃO POPULATION	Nº. DE MUSEUS Nº. OF MUSEUMS	POPULAÇÃO/Nº. DE MUSEUS POPULATION/ Nº. OF MUSEUMS
NORTE NORTH	49	449	10,9	4,623,316	146	100,160
NORDESTE NORTHEAST	246	1793	13.7	51,534,406	632	81,542
CENTRO OESTE MIDWEST	70	466	15	13,222,854	218	60655
SUDESTE SOUTHEAST	432	1668	25.9	77,873,120	1,151	67657
SUL SOUTH	377	1188	31.7	26,733,595	878	30,448
BRASIL BRAZIL	1174	5564	21.1	183,987,291	3025	60822

Fonte | Source  
IBRAM

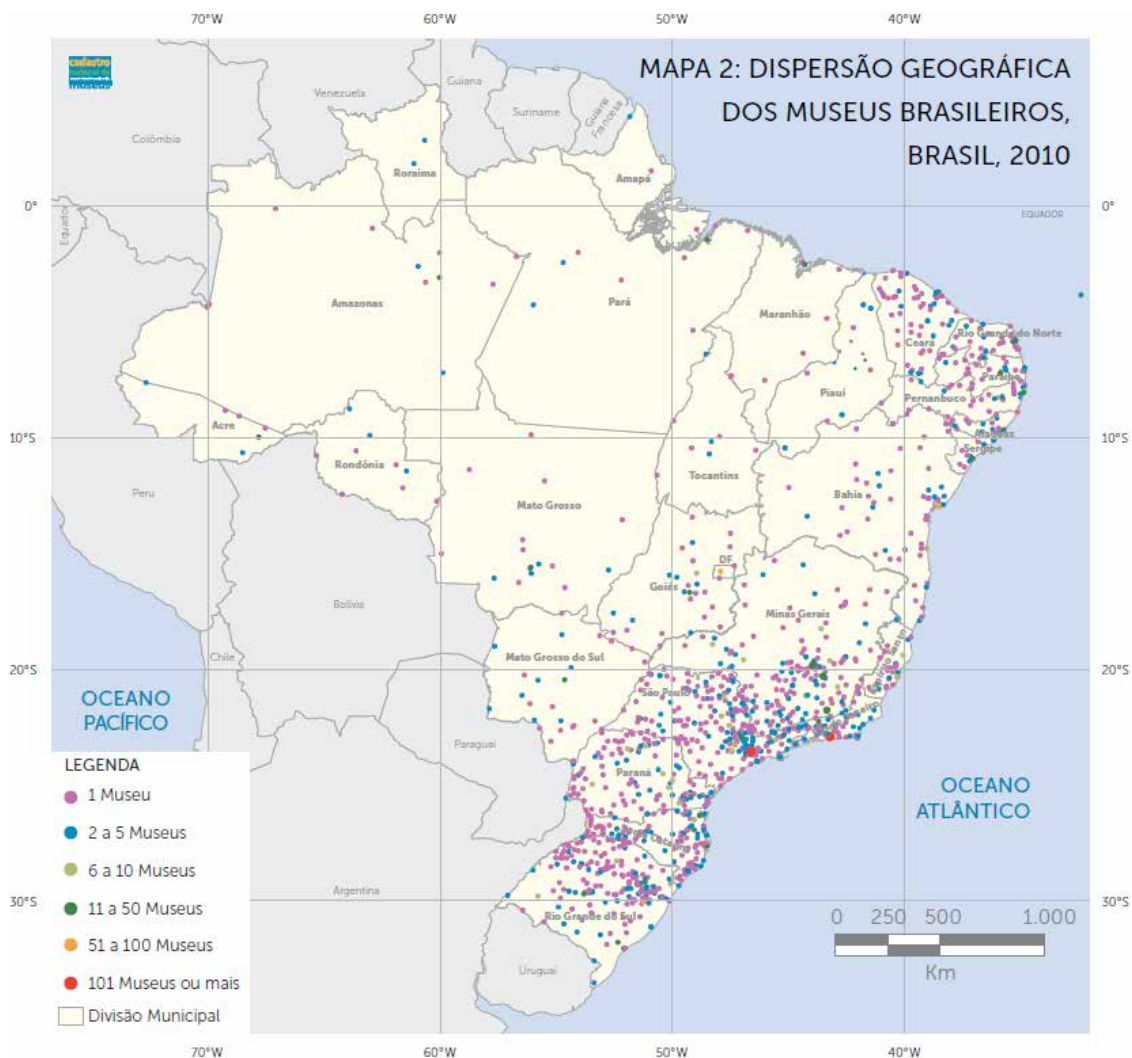
**NÚMERO DE MUSEUS POR REGIÃO DO BRASIL**  
**NUMBER OF MUSEUMS PER BRAZILIAN REGION**



Fonte | Source  
IBRAM

## DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DOS MUSEUS BRASILEIROS

### GEOGRAPHICAL DISTRIBUTION OF BRAZILIAN MUSEUMS



Fonte | Source  
IBRAM

## LIVRO E LEITURA

Em termos de dados econômicos, essa é a mais organizada área da cultura dentre as analisadas que foram analisadas. Há um conjunto de estudos setoriais disponíveis que permitem compreender a sua contribuição para a economia do país.

Hoje no Brasil existem 6.069 bibliotecas públicas, além de bibliotecas escolares e comunitárias, e 3.481 livrarias. Inúmeros eventos voltados à valorização do livro são oferecidos em todo o país contribuem para a dinamização do mercado editorial. Uma forma de avaliar o crescimento desse setor cultural é o depósito legal que todas as editoras são obrigadas a fazer à Biblioteca Nacional. Um estudo elaborado pela FGV, estima que a Biblioteca Nacional recebe em média 21.920 livros (obras gerais) ao ano, além de quase 40.000 periódicos e 805 publicações na área de Iconografia (imagens em geral - fotografias, gravuras e livros de arte). São essas publicações que são comercializadas com tiragens variadas nas livrarias, bancas de jornal e distribuídas às bibliotecas.

Segundo informações da Biblioteca Nacional, que é a responsável no Brasil pelo sistema de registro ISBN, existe um total de 42185 editoras cadastradas sendo que 39,8%, (ou seja, 16.773) são representadas por pessoas físicas e 60,2%, (25.412, em números) são representadas por pessoas jurídicas.

## LITERARY CULTURE AND PUBLISHING

*In terms of economic data, Literary Culture and Publishing is the most organized area among the ones analyzed. There is a set of sectoral studies already detailing the scope of its contribution to the country's economy.*

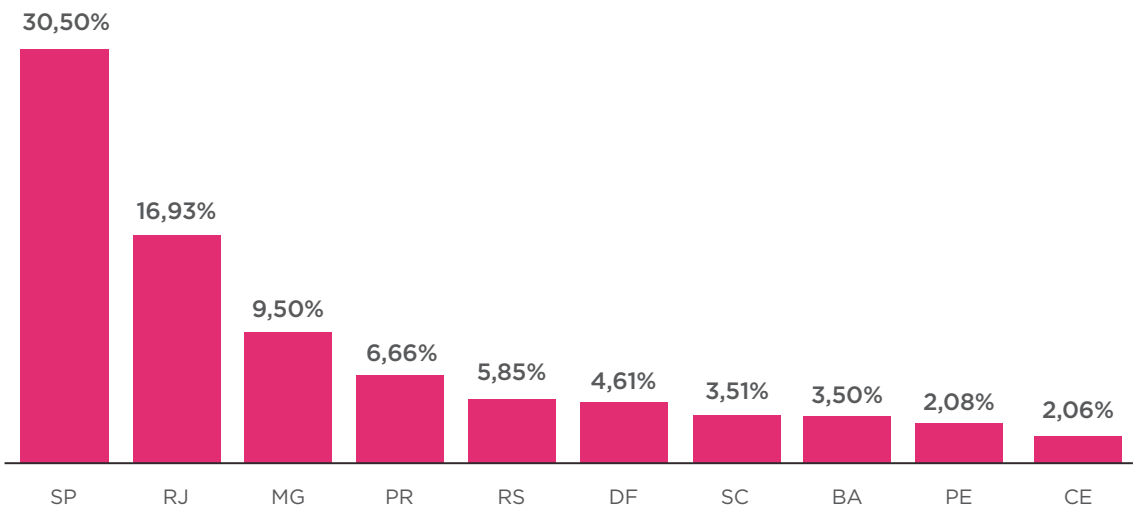
*Today, Brazil has 6,069 public libraries (not including school and community libraries)-- and 3,481 bookstores. Several events aimed at valuing books are offered countrywide and contribute to developing the publishing market. Copyright deposit filed mandatorily by all publishing houses at the National Library is one way of assessing the growth of this cultural sector. A research project by FGV estimated that the National Library receives an average of 21,920 books (general works) per year, in addition to 40,000 journals and 805 Iconography publications (images in general - photographs, engravings and art books). These publications are marketed with various printing runs in bookstores, newspaper stands and distributed to libraries.*

*According to information provided by the National Library, which is in charge of the ISBN register in Brazil, out of the total of 42,185 publishing houses registered, 39.8% (that is, 16,773) are represented by individuals and 60.2% (25,412 in figures) are represented by legal entities).*

Geograficamente, a grande maioria destas editoras estão situadas na região Sudeste. Os estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais concentram mais de 56% dessas editoras. A figura abaixo apresenta os estados com os 10 maiores percentuais de concentração de editoras registradas.

*Geographically, most of these publishing houses are located in the Southeast region: the states of São Paulo, Rio de Janeiro and Minas Gerais account for 56% of these publishing houses. The chart below depicts the states with the 10 highest percentages accounting registered publishing houses.*

**PERCENTUAL DE EDITORAS REGISTRADAS POR ESTADO BRASILEIRO**  
*PERCENTAGE OF REGISTERED PUBLISHING HOUSES PER BRAZILIAN STATE*



Fonte | Source  
ISBN

A pesquisa de “Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro” da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) é feita em parceria com a Câmara Brasileira do Livro (CBN) e o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e apresenta resultados do desempenho do setor editorial e de seus subsetores em determinado ano.

Em 2014, comparando-o ao ano de 2013, houve uma redução de 0,81% no total de livros vendidos no Brasil e um crescimento nominal de 0,92% no faturamento do mercado livreiro. Incluindo a variação de 6,41% registrada pelo IPCA na análise, temos que, na realidade, ocorreu um decréscimo de 5,16% no faturamento do mercado livreiro.

Quando são desconsiderados os investimentos dos órgãos governamentais na compra de livros, com redução de 15,98%, o crescimento nominal passa para 7,33% o que significa um aumento de 0,86% nas vendas de livros ao mercado privado.

Entretanto, uma análise dos últimos 10 anos destes dados mostra que houve crescimento nas vendas de livros ao governo, com crescimento acumulado de 38,35% no faturamento deflacionado. O setor privado, no entanto, se mostrou estagnado, com decréscimo de 1,13% no faturamento deflacionado. O gráfico abaixo apresenta a série de faturamento deflacionado entre 2005 e 2014.

*The Survey “Production and Sales of the Brazilian Publishing Sector” from the Economic Research Institute Foundation (FIPE) undertaken in partnership with the Brazilian Book Chamber (CBN) and the National Union of Book Publishers (SNEL) presents results of the publishing sector and of its subsectors in a given year.*

*Comparing the year of 2014 in relation to 2013, it was observed a 0.81% reduction in the total of books sold in Brazil and a nominal growth of 0.92% in the book market revenue. In actuality, with the inclusion of the 6.41% variation rate registered by the IPCA, the comparison results in a decrease of 5.16% in book market revenue.*

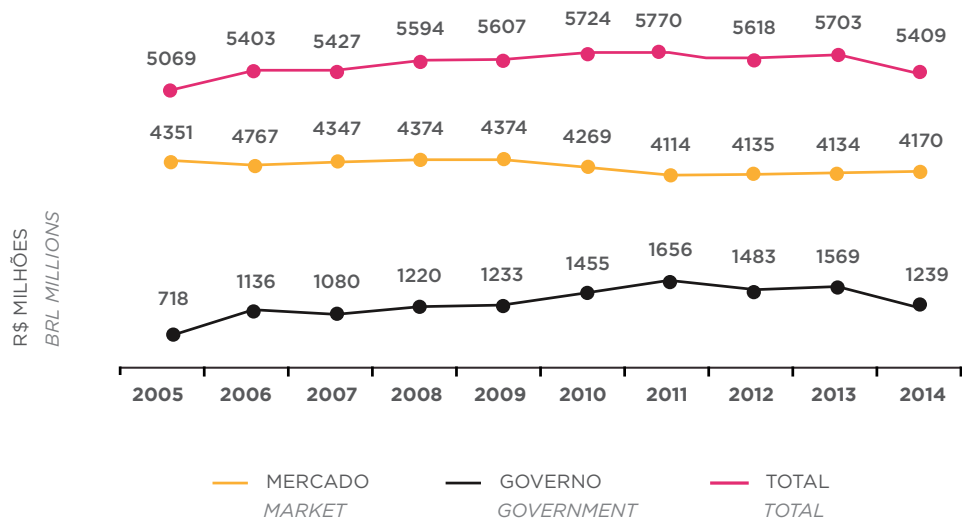
*If investments in books purchases from government agencies, which suffered a reduction of 15.98%, are disregarded, nominal growth grows to 7.33%, resulting in a 0.86% increase in books sales to the private market.*

*Nevertheless, an analysis of data from the last 10 years shows a significant increase in book sales to the government, with a cumulative growth of 38.35% in deflated turnover. The private sector, however, was stagnant with a 1.13% decrease in deflated turnover. The chart below shows a series of deflated turnover between the years of 2005 and 2014.*

*The next chart shows the total number of copies sold by publishers between 2005 and 2014. Growth is evident both in private market and governmental purchases. It is observed that*

## VALOR DE VENDAS DE LIVROS AO MERCADO E AO GOVERNO

### BOOKSALES VALUE TO THE MARKET AND TO THE GOVERNMENT



Fonte | Source

FIPE

O próximo gráfico apresenta os totais de exemplares vendidos pelos editores entre 2005 e 2014. Tanto no mercado privado quanto nas compras governamentais, crescimento é evidente. Nele observa-se que o total de exemplares vendidos passou de 278,5 milhões em 2005 para 435,7 milhões em 2014, um aumento de aproximadamente 47,45%.

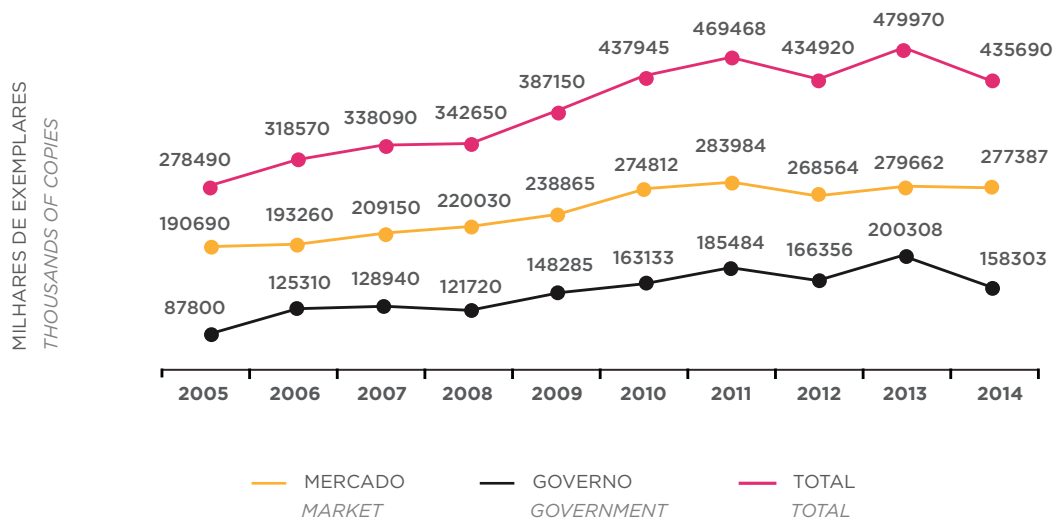
*total copies sold increased from 278.5 million in 2005 to 435.7 million in 2014, representing, approximately, a 47.45% increase.*

*Sales for the year of 2014 by subsector (specific categories) are presented in the next two charts( with the exception of teaching books). The largest share of total revenues comes from*



## QUANTIDADE DE LIVROS VENDIDOS AO MERCADO E AO GOVERNO

### AMOUNT OF BOOKS SOLD TO THE MARKET AND TO THE GOVERNMENT



Fonte | Source

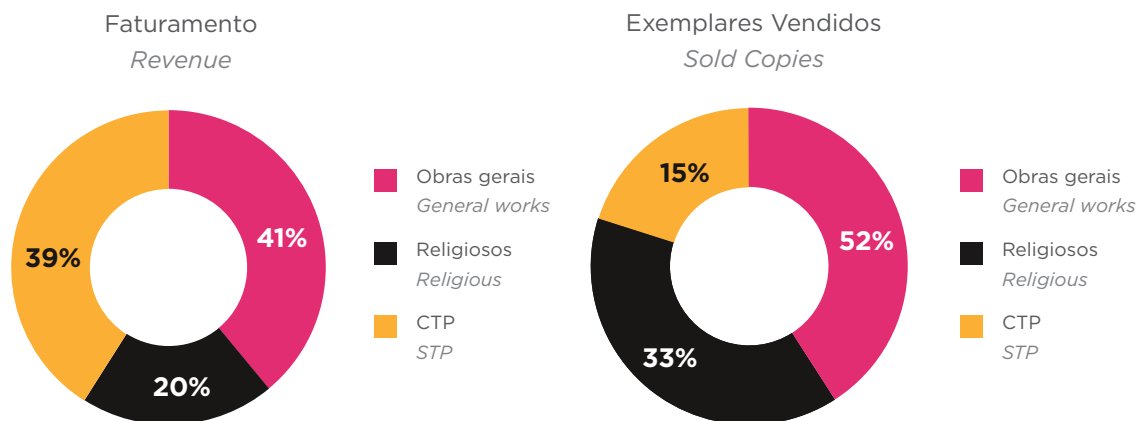
FIPE

As vendas por subsetor ou categorias específicas são apresentadas nos dois próximos gráficos representando o ano de 2014, com exceção dos livros didáticos. A maior parcela do faturamento total é representada por obras gerais (41%), Científicos, Técnicos e Profissionais (CTPs, com 39%), e religiosos (20%). O total de exemplares vendidos se distribui com obras gerais (52%), religiosos (33%), e CTP (15%). É importante observar que a categoria CTP, apesar de representar apenas 15% dos exemplares vendidos, tem parte considerável do faturamento geral.

general works (41%), Scientific, Technical and Professional works (STPs with 39%) and religious works (20%). The total number of copies sold is distributed between general works (52%), religious works (33%) and STP works (15%). It is worth noting that although the STP category represents only 15% of copies sold, it is an important one since it represents a considerable share of general revenue.

## RECEITA E QUANTIDADE DE VENDAS DE LIVROS (2014)

### REVENUE AND AMOUNT OF BOOKSALES (2014)



Fonte | Source

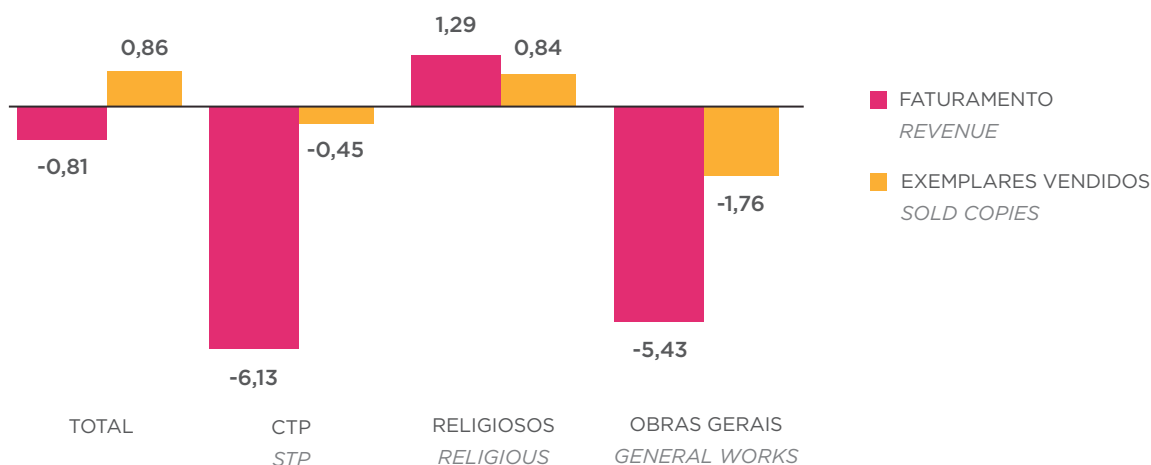
FIPE

Entre 2013 e 2014, a categoria de livros religiosos apresentou a maior taxa de crescimento, tanto em faturamento quanto em exemplares vendidos. As categorias Obras Gerais e CTP apresentaram taxas negativa elevadas, por volta de 6% para o total de exemplares vendidos e de 1% para o faturamento. O gráfico abaixo apresenta as taxas de crescimento do faturamento e de exemplares vendidos para cada categoria.

*The category of religious books showed a higher growth rate between 2013 and 2014, both in revenue and copies sold. The General Works and STP categories showed significantly negative rates, approximately -6% for the total of copies sold and -1% for revenue. The chart below shows revenue growth rates and number of copies sold in each category.*

## VARIAÇÃO DO VALOR VENDIDO E DA QUANTIDADE DE LIVROS (2013 - 2014)

### FLUCTUATION OF THE SOLD VALUE AND QUANTITY OF BOOKS (2013 - 2014)



Fonte | Source

FIPE

Mesmo representando apenas 0,3% do mercado, o crescimento e a alta das vendas de livros digitais chama a atenção. Estima-se que exista um acervo de 35 mil títulos virtuais e que, em 2014, o faturamento desse segmento foi de R\$ 17 milhões, representando R\$ 4 milhões a mais do que o observado em 2013. No entanto, o principal canal de comercialização pelo mercado privado ainda são as livrarias. São nessas lojas que 49,5% do total de exemplares são vendidos e da onde vem 60,14% do faturamento.

A Associação Nacional de Livrarias (ANL) realiza e disponibiliza o Diagnóstico do Setor Livreiro. Neste estudo, a ANL tem como objetivo entender quais os serviços que são fornecidos pelas livrarias, quais os principais temas e seg-

*Even though it represents only 0.3% of the market, a rapid growth in digital books sales draws attention. Virtual libraries are estimated to reach 35 thousand titles and total revenue of this segment was of BRL 17 million in 2014, representing BRL 4 million above what was reported in 2013. Despite these positive results, the main private market sales channel is still the bookstore. Bookstores carry 49.5% of total of copies sold and account for 60.14% of revenue.*

*The National Association of Bookstores (Associação Nacional de Livrarias - ANL) publishes a diagnostic of the bookselling sector, "Diagnóstico do Setor Livreiro" ANL aims at understanding what services are provided by book-*

mentos vendidos, as oportunidades geográficas, a importância e crescimento de novas tecnologias, entre outras questões fiscais e estruturais.

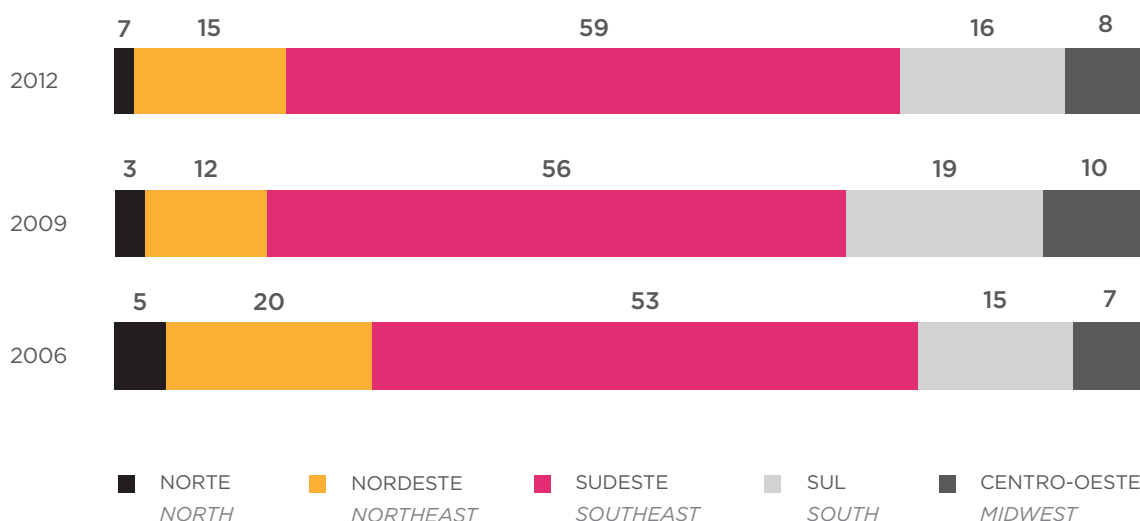
O gráfico abaixo apresenta a distribuição regional das livrarias nos anos de 2006, 2009 e 2012. Além da maior concentração populacional, os níveis educacionais e econômicos mais elevados fazem com que a região Sudeste concentre a maior parte das livrarias que participaram do estudo. Pode-se observar também que, em 2012, a região Nordeste apresentou índices de crescimento que representam uma recuperação em relação ao patamar obtido em 2006. Já a região Sul apresenta índices de decréscimo, retornando ao patamar observado em 2006.

*stores, what are the main themes sold, what geographic opportunities exist, and how new technologies are growing, among other tax and structural matters.*

*The chart below shows the regional distribution of bookstores in 2006, 2009 and 2012. Overall highest population density and educational and economic levels contribute to the Southeast concentrating most bookstores considered in the study. Nevertheless, it may be noted that while on the one hand, in 2012, the Northeast region had growth rates that represent a recovery compared to the level achieved in 2006, on the other hand, the South region shows degrowth rates, returning to the level observed in 2006.*

## DISTRIBUIÇÃO REGIONAL DE LIVRARIAS

### REGIONAL DISTRIBUTION OF BOOKSTORES



Fonte | Source  
ANL

Até o momento foram descritas as características principais do setor editorial. Em seguida, apresentamos o perfil do leitor e de leitura no Brasil. A pesquisa “Retratos da Leitura no Brasil”, realizada em 2011 e 2007 pelo Instituto Pró-Livro, nos fornece esse perfil e o tipo de leitura realizada pelo leitor.

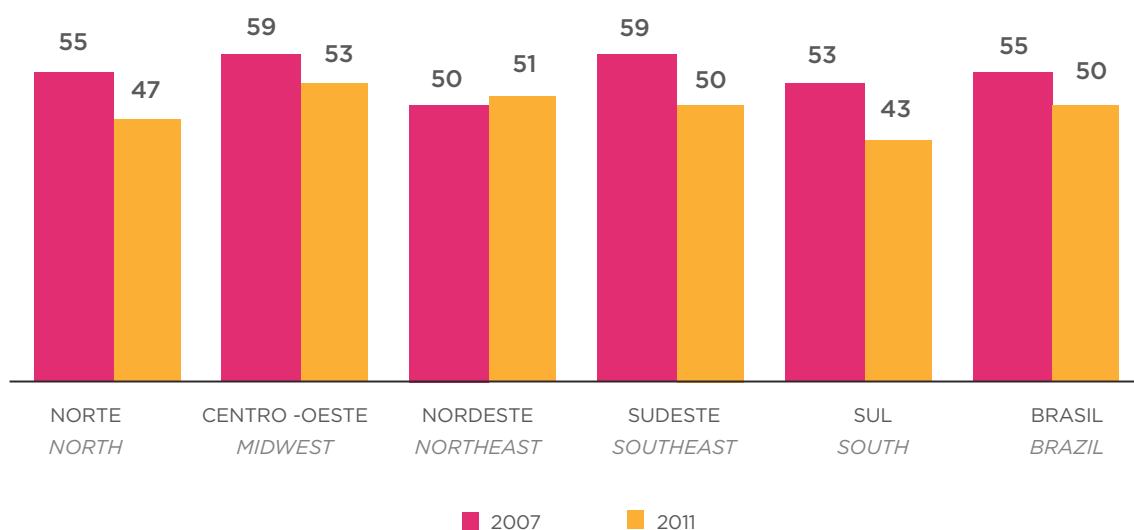
Esta pesquisa mostrou que entre 2007 e 2011, o percentual de leitores no Brasil caiu de 55% para 50% entre a população de 5 anos ou mais. Entre as grandes regiões, com exceção do Nordeste, houve uma queda considerável no percentual de leitores entre 2007 e 2011. O gráfico abaixo apresenta estes dados.

*Until now, the main characteristics of the publishing sector have been described. Next, we will introduce readers and reading profiles in Brazil. The survey “Portraits of Readership in Brazil” conducted in 2011 and 2007 by Instituto Pró-Livro provided us with this profile and the type of reading.*

*This survey showed that between 2007 and 2011, the percentage of readers in Brazil dropped from 55% to 50% among the population of 5 years old or up. A considerable reduction in readers percentage was noted among the largest regions, except for the Northeast, between 2007 and 2011. The chart below shows this data.*

## PERCENTUAL DE LEITORES POR REGIÃO

### PERCENTAGE OF READERS PER REGION



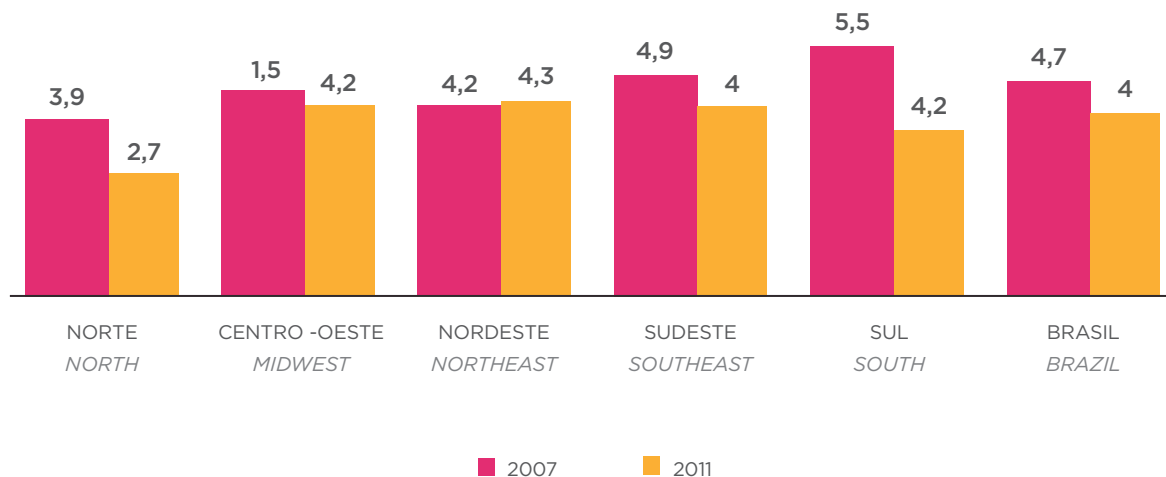
Fonte | Source  
IPL

Dentre aqueles que foram considerados leitores, houve uma queda de 4,7 para quatro no total de livros lidos durante um ano. Em relação às regiões, as maiores quedas foram encontradas no Norte e no Sul. A região Nordeste foi a única que apresentou aumento neste indicador, de apenas 0,1. O gráfico a seguir apresenta os totais de livros lidos por leitores durante um ano.

*Among those considered readers, there was a drop of 4.7 to 4.0 in the total of books read during one year. Regarding regions, most drops took place in the North and South regions. The Northeast region was the only one that showed an increase in this indicator, of only 0.1. The chart below shows total number of books read by readers during one year.*

## NÚMERO DE LIVROS LIDOS POR LEITORES

### NUMBER OF BOOKS READ BY READERS



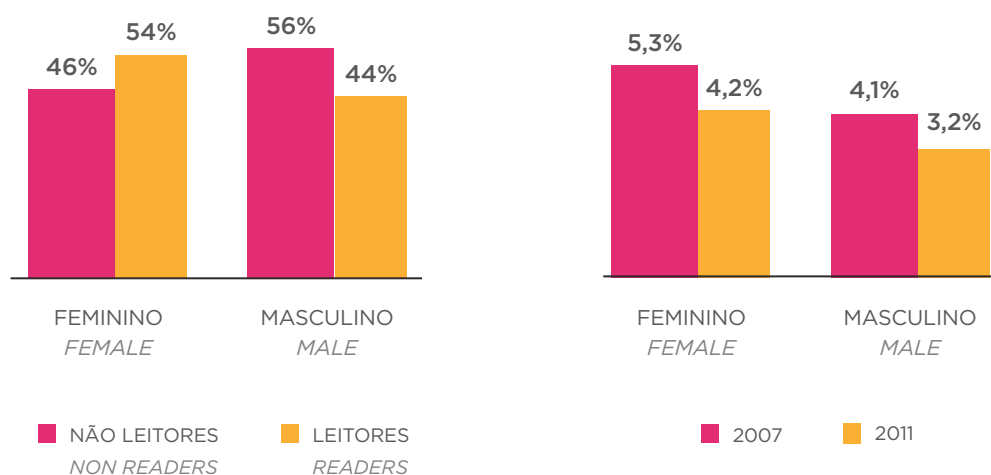
Fonte | Source  
IPL



A análise por sexo demonstra que, em 2011, o percentual de leitores e o total de livros lidos em um ano entre as mulheres eram superiores aos dos homens. No geral, temos que 54% das mulheres eram consideradas leitoras contra 44% dos homens e que elas liam em média 5,3 livros, em 2007, e 4,2 livros, em 2011, por ano, enquanto os homens liam 4,1 e 3,2 livros por ano, respectivamente. O gráfico abaixo apresenta o percentual de leitores por gênero em 2011 e o total de livros lidos no último ano, em 2007 e 2011, por gênero.

*Analysis by gender shows that, in 2011, the percentage of books and total number of books read in one year among women were higher than among men. In general, 54% of women considered themselves readers as opposed to 44% of men, and women read on average 5.3 books per year in 2007 and 4.2 books per year in 2011 while men read 4.1 and 3.2 books per year, respectively. The chart below shows the percentage of readers by gender in 2011 and the total number of books read in 2007 and in 2011, by gender.*

#### PERCENTUAL DE LEITORES E NÚMERO DE LIVROS LIDOS POR GÊNERO PERCENTAGE OF READERS AND NUMBER OF BOOKS READ PER GENDER



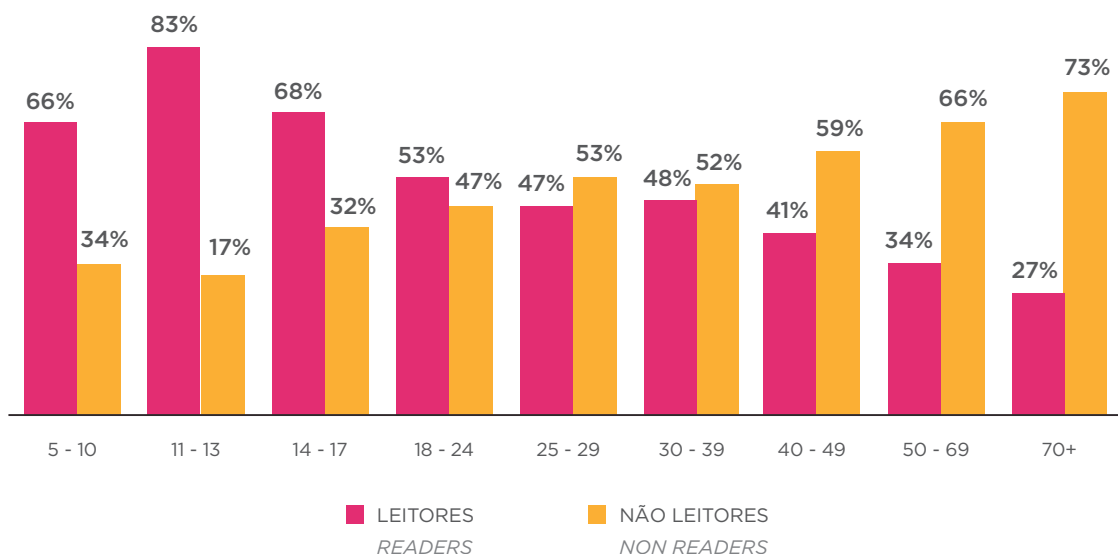
Fonte | Source  
IPL

O gráfico abaixo apresenta o percentual de leitores por grupos de idade no ano de 2011. Os maiores percentuais de leitores estão na faixa de idade que varia entre 5 até 18 anos de idade. Isto é reflexo do fato de que esta faixa etária corresponde à idade escolar. Entre os estudantes, por exemplo, o número médio de livros lidos nos últimos três meses é de 3,41 livros. Destes, 2,21 foram lidos por indicação escolar e 1,2 foram lidos por iniciativa própria. Por outro lado, o total de livros lidos nos últimos três meses por iniciativa própria possui maiores concentrações nos grupos de idade entre 18 anos de 29 anos.

*The chart below shows the percentage of readers by age group in 2011. The highest percentage of readers are in the age group ranging from 5 to 18 years old. This reflects the fact that this age group corresponds to young people of school age. Among students, for instance, the average number of books read in the three months preceding their response was 3.41 books. Out of these, 2.21 were read to meet a school requirement and 1.2 by choice. On the other hand, total number of books read in the last three months by choice shows higher concentrations in age groups ranging from 18 to 29 years old.*

## PERCENTUAL DE LEITORES POR GRUPO DE IDADE

### PERCENTAGE OF READERS BY GROUP OF AGE



Fonte | Source

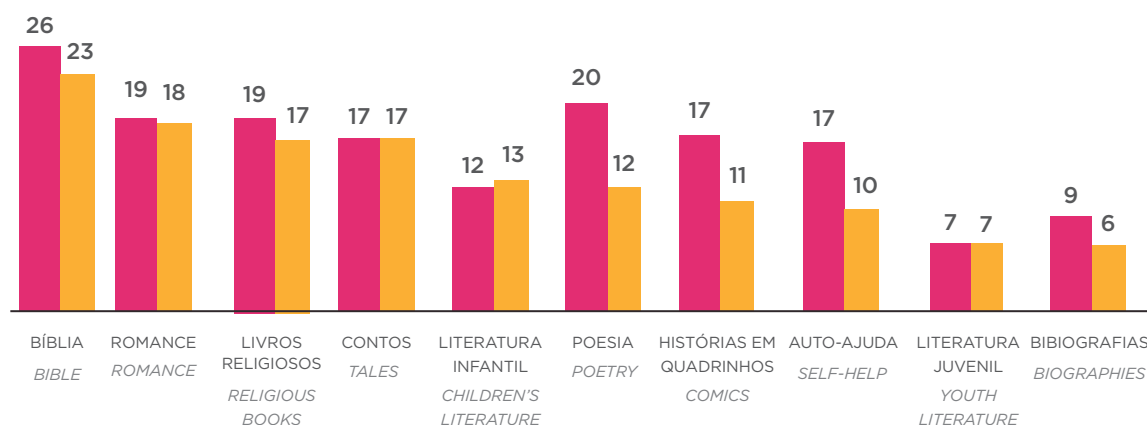
IPL

Quanto à opção de gênero ou temas de leitura, foi observado que, entre as categorias mais lidas, estão as voltadas para temas religiosos (Bíblia e Livros Religiosos). Essas publicações obtiveram aproximadamente 45 milhões de leitores em 2007 e 40 milhões em 2011. Categorias como Poesia, Autoajuda e Histórias em Quadrinhos tiveram grande queda. O único segmento que apresentou aumento no número de leitores foi o de literatura infantil, com acréscimo de 1 milhão de leitores. O gráfico abaixo apresenta estes dados.

*As for the option of genre or reading theme, it was noted that religion (the Bible and religious books) was among the most read categories. These publications had approximately 45 million readers in 2007 and 40 million readers in 2011. In 2011, categories such as Poetry, Self-Help and Comics suffered a large drop in popularity in comparison with 2007. The only segment presenting an increase in the number of readers was children's literature, with an additional of 1 million readers in 2011. The chart below summarizes the data.*

## NÚMERO DE LIVROS LIDOS POR SEGMENTO (MILHÕES)

### NUMBER OF BOOKS READ BY SEGMENT (MILLION)



Base: Leitores, com 95,6 milhões em 2007 e 28,2 milhões em 2011

Basis: Readers, with 95.6 million in 2007 and 88.2 million in 2011.

■ 2007 ■ 2011

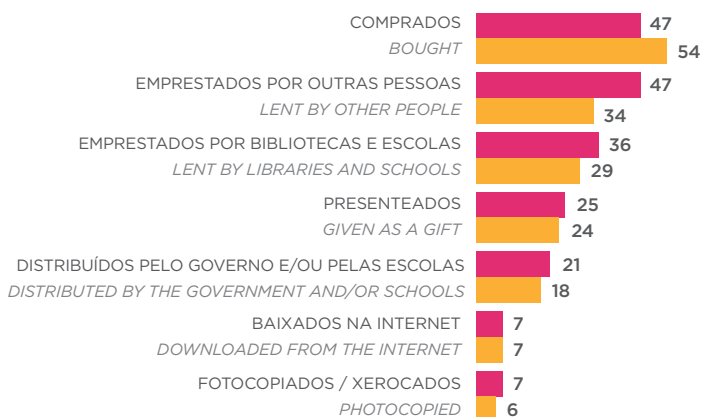
Fonte | Source

IPL

Para concluir, as principais formas de acesso aos livros pelos leitores é através da compra direta. Entre 2007 e 2011 houve um aumento de 6 milhões de leitores, passando de 47 milhões para 54 milhões o número de pessoas que tiveram acesso ao livro através da compra. Deve-se ressaltar que o acesso de livros através de bibliotecas e escolas reduziu em cerca de 8 milhões, passando de 34 milhões para 26 milhões o número de leitores que optaram por esta forma de acesso aos seus livros.

To conclude, there was an increase of 6 million readers between 2007 and 2011. The main form of access to books is through direct purchase - 47 million readers in 2007 and 54 million readers in 2011 obtained access to books through this channel. It must be emphasized that the number of people that had access to books through libraries and schools decreased approximately 8 million between 2007 and 2011, falling from 34 million to 26 million.

### PRINCIPAIS MEIOS DE ACESSO À LEITURA (MILHÕES) MAIN READING ACCESS MEANS (MILLIONS)



Base: Leitores, com 95,6 milhões em 2007 e 28,2 milhões em 2011

Basis: Readers, with 95.6 million in 2007 and 88.2 million in 2011.

Fonte | Source  
IPL

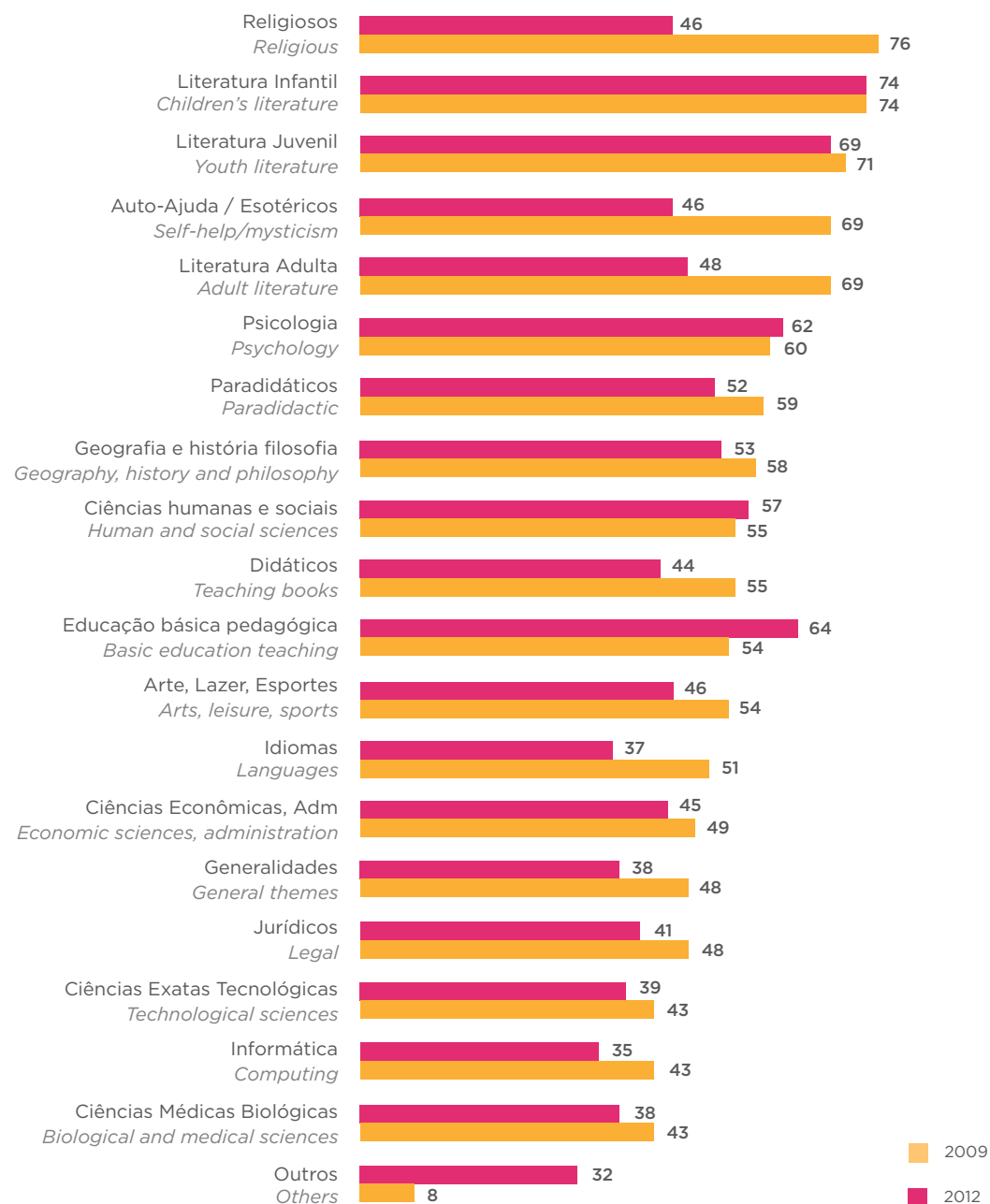
### DISTRIBUIÇÃO DE ASSUNTOS E TEMAS DO ISBN ISBN SUBJECTS AND THEMES DISTRIBUTION



Fonte | Source  
ISBN

## TIPOS DE LIVROS COMERCIALIZADOS

### TYPES OF BOOKS SOLD

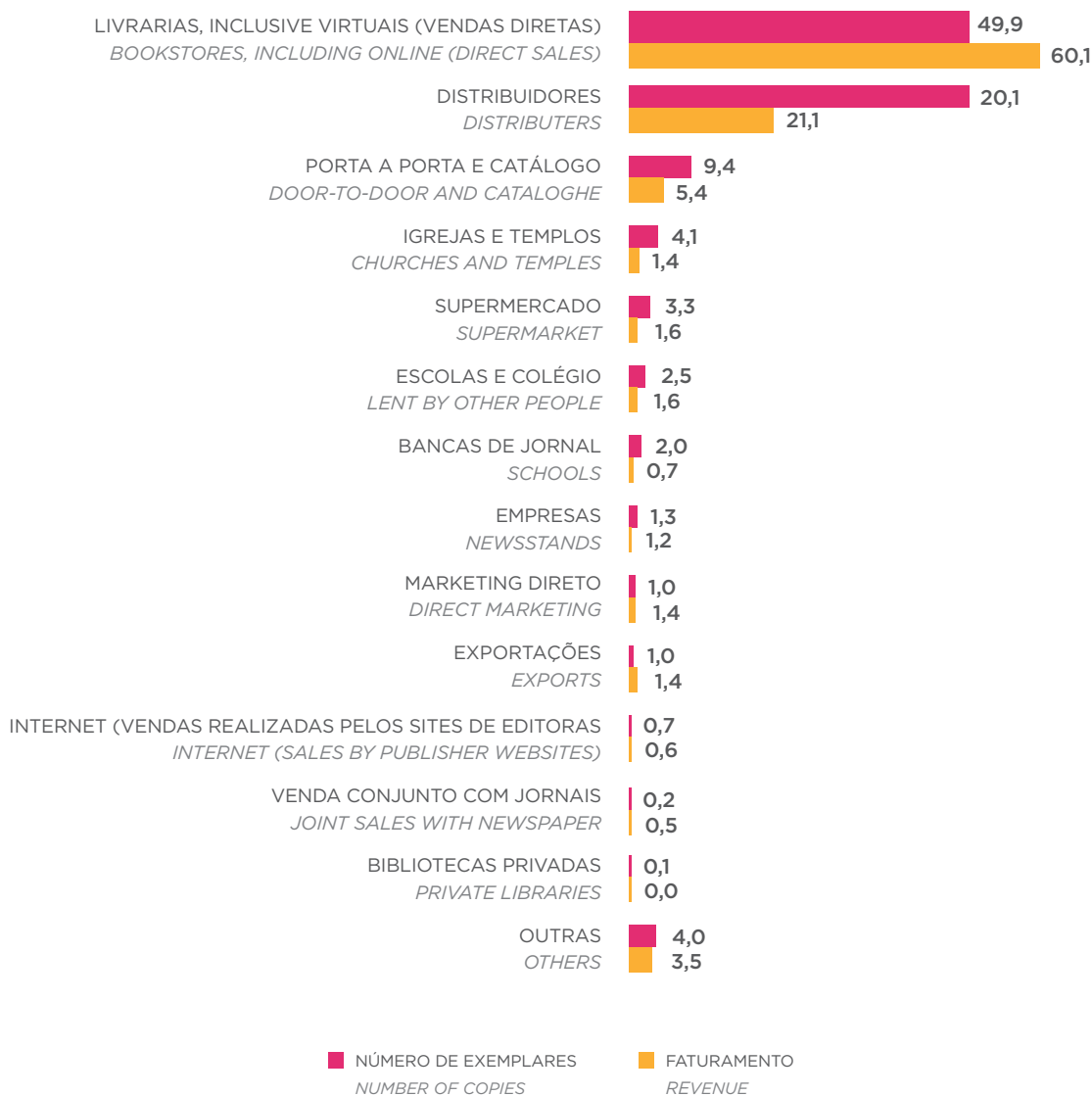


Fonte | Source

ANL

## DISTRIBUIÇÃO DOS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO DE EXEMPLARES VENDIDOS E FATURAMENTO

### DISTRIBUTION OF CHANNELS TO MARKET COPIES SOLD AND REVENUE



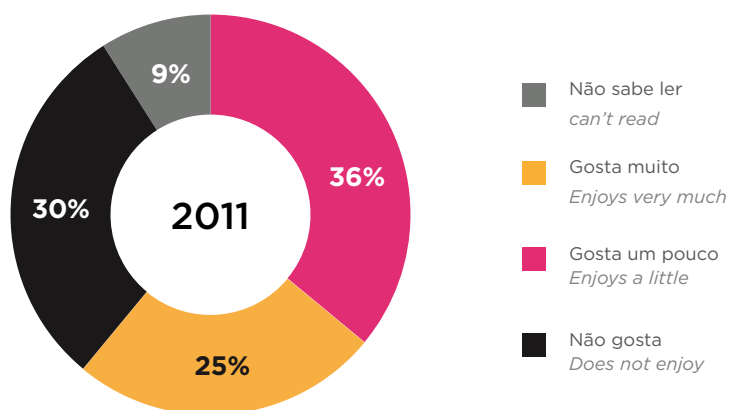
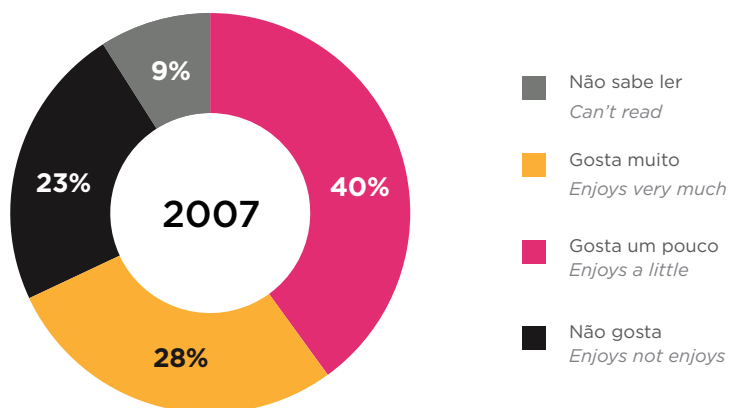
Fonte | Source

FIPE



## GOSTO PELA LEITURA

### APPRECIATION FOR READING

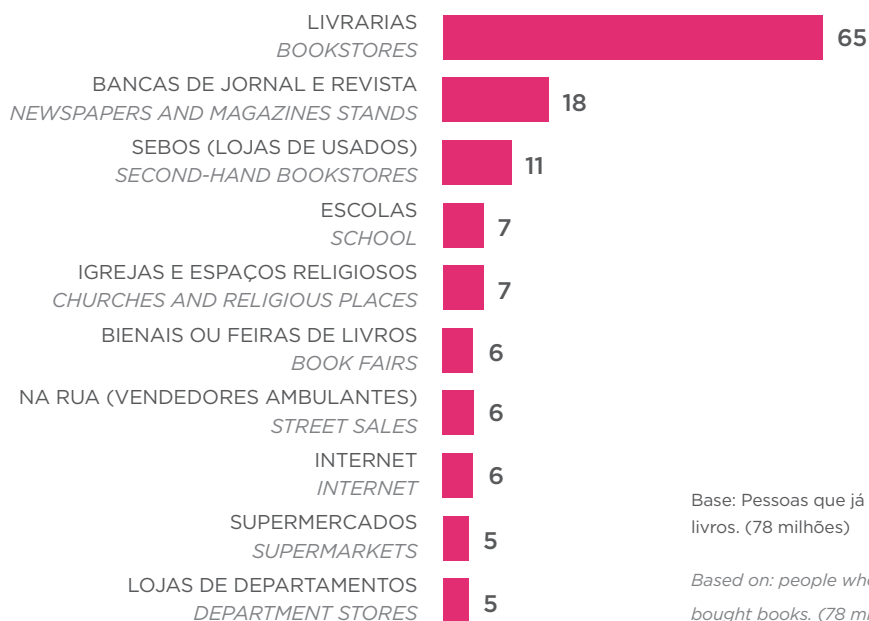


Fonte | Source

IPL

## CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO DE QUEM JÁ COMPROU LIVRO (2011)

### TRADE CHANNELS OF THOSE WHO ALREADY BOUGHT BOOKS (2011)

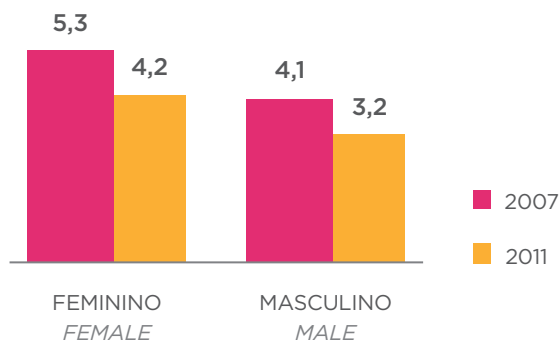


Fonte | Source

IPL

## LIVROS LIDOS NO ÚLTIMO ANO POR GÊNERO

### BOOKS READ IN THE LAST YEAR PER GENDER

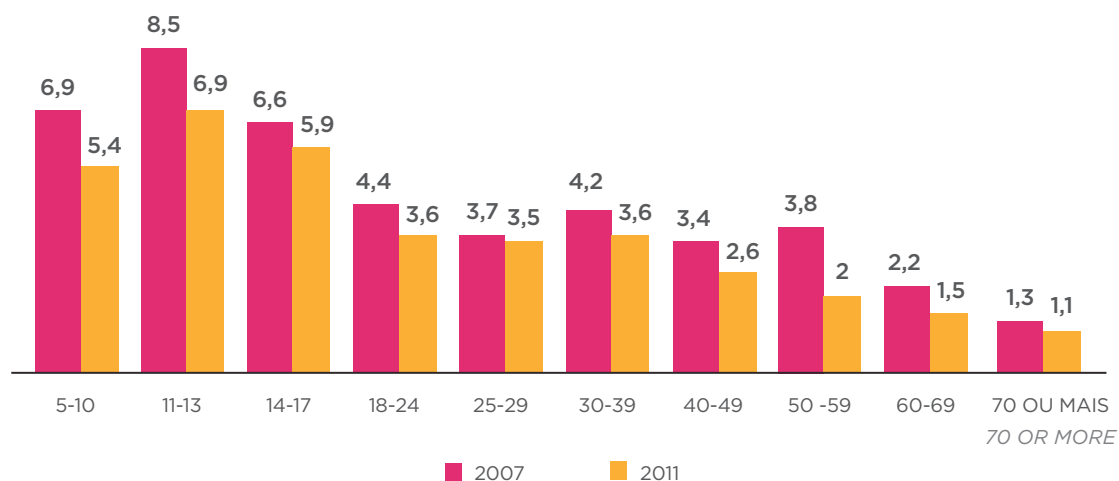


Fonte | Source

IPL

## LIVROS LIDOS NO ÚLTIMO ANO POR GRUPOS DE IDADE

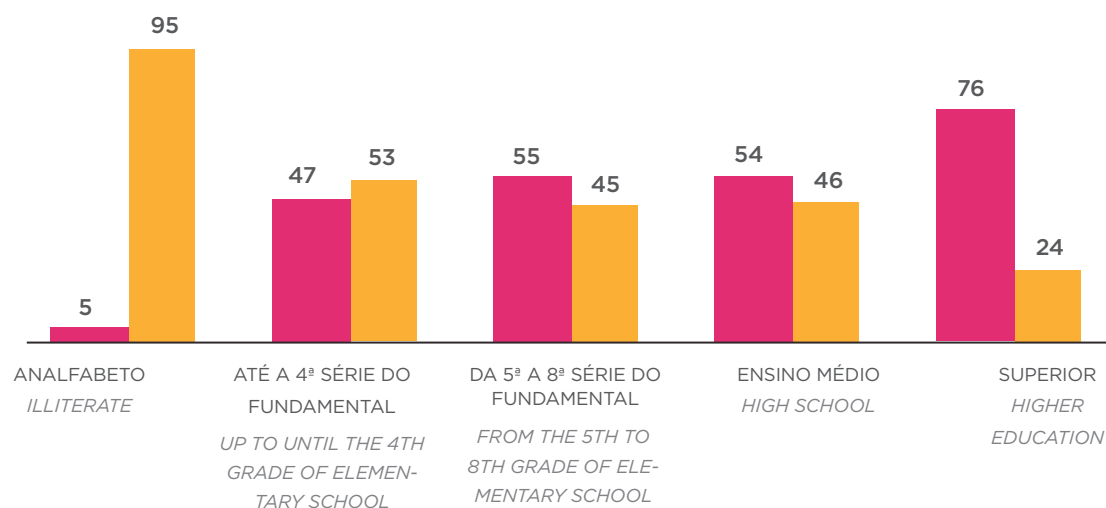
### BOOKS READ IN THE LAST YEAR PER AGE GROUP



Fonte | Source  
IPL

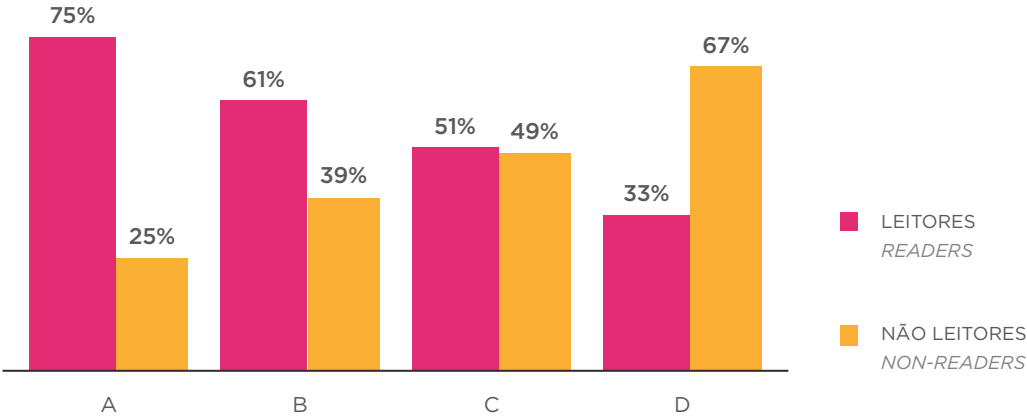
## DISTRIBUIÇÃO DE LEITORES E NÃO LEITORES POR NÍVEL DE ESCOLARIDADE (2011)

### DISTRIBUTION OF READERS AND NON-READERS PER EDUCATION (2011)



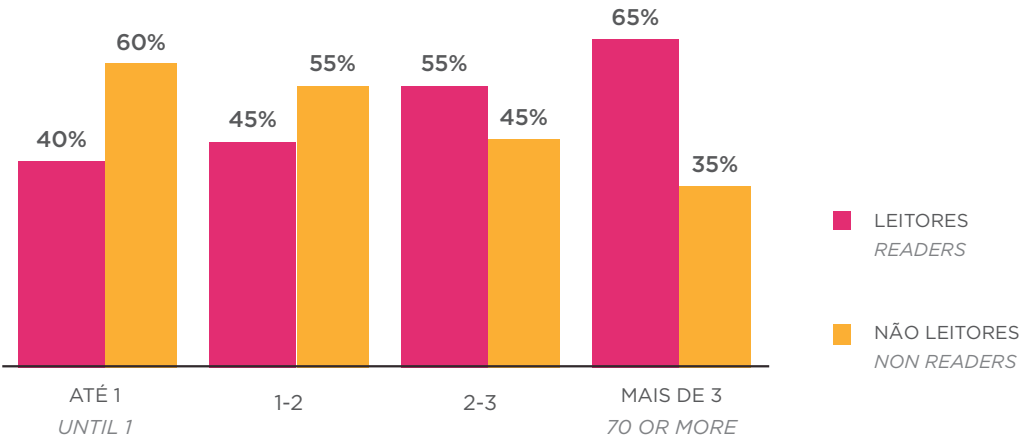
Fonte | Source  
IPL

DISTRIBUIÇÃO DE LEITORES E NÃO LEITORES POR CLASSE SOCIAL (2011)  
*DISTRIBUTION OF READERS AND NON-READERS BY SOCIAL CLASS (2011)*



Fonte | Source  
IPL

DISTRIBUIÇÃO DE LEITORES E NÃO LEITORES POR CLASSE DE SALÁRIO MÍNIMO (2011)  
*DISTRIBUTION OF READERS AND NON-READERS BY MINIMUM WAGE CLASS (2011)*



Fonte | Source  
IPL

## ARTES CÊNICAS E MÚSICA

Esse segmento reúne a indústria fonográfica. Segundo estudos setoriais, esta pode ser considerada a principal componente da Economia da Cultura brasileira. A indústria fonográfica tem se atualizado a partir das inovações tecnológicas. Em 2012, o mercado se apoiou em três plataformas: cerca de 40% em áudio, 28% digital e 28% em vídeo, movimentando cerca de R\$ 281 milhões no mercado de suportes físicos e R\$ 111,43 milhões no mercado digital. Ressalte-se que, desse mercado, 80% apoia-se sobre a música brasileira e o restante da música internacional.

Por outro lado, essa indústria também depende do crescente volume de shows e festivais nacionais e internacionais para a promoção de seus artistas. O mercado fonográfico envolve um conjunto enorme de artistas e profissionais que possuem níveis muito distintos de profissionalização, desde aqueles muito especializados que lidam com tecnologias de alta complexidade, àqueles amadores espalhados por todo país. Essa cadeia produtiva envolve muitos profissionais independentes de alta qualificação técnica, mas que trabalham muitas vezes na informalidade, não sendo possível dimensionar essa força de trabalho que abrange músicos, afinadores, sonoplastas, DJs, iluminadores, técnicos diversos, ajudantes, instrumentos musicais, equipamentos de sonorização, transporte, alimentação e hospedagem. Essa mesma cadeia repete-se com pequenas variações no campo das artes cênicas que, por sua vez, enfrenta maiores dificuldades por não

## PERFORMING ARTS AND MUSIC

*This segment addresses music industry. According to sectoral studies, this may be considered the most important component of the Brazilian Culture Economy. Highly impacted by technological innovations, the music industry has been modernizing itself. In 2012, the market was supported by three platforms: about 40% in audio, 28% digital and 28% video, with the market of physical media moving approximately BRL 281 million and the digital market moving BRL 111.43 million. It should be noted that 80% of this market relies on Brazilian music and the rest of it in international music.*

*That being said, this industry also relies on the growing volume of national and international concerts and festivals for the promotion of its artists. The music industry involves an ample set of artists and professionals with very different levels of professional training, ranging from those who are highly specialized and work with highly complex technologies to those who are amateurs. This production chain involves many independent professionals with high technical qualification. However, many work informally, making it impossible to precisely measure the workforce involved in the activities of musicians, tuners, foley artists, DJs, lighting operators, technicians, assistants, musical instruments, sound equipment, transportation, food and lodging. This same chain exists in the field of performing arts with subtle variations, and facing major difficulties due to the lack of a consumer base as broad as that of the the music market. The field of performing arts de-*

dispor de um mercado consumidor tão amplo quanto o da música. Esse campo depende, em maior grau, de patrocínios, contrapartidas em produtos e serviços (alimentação, hospedagem, etc.) e leis de incentivo à cultura.

O Brasil é um país de grandes eventos, como o Rock in Rio, presentemente sendo trabalhado em sua quinta edição brasileira, além de suas outras cinco outras edições internacionais já realizadas. O último Rock in Rio no Rio de Janeiro gerou um impacto de cerca de um bilhão de reais, segundo a Prefeitura da cidade, movimentando a rede hoteleira, a indústria de bebidas e de alimentação, além, é claro, da música. Em outra vertente, a música sertaneja, oriunda das áreas da agropecuária e de todo o interior do país, realiza centenas de shows e movimenta volumes de recursos consideráveis. Também o funk, com forte presença nas favelas e subúrbios das regiões metropolitanas tem influência na moda, inspirando-se em estilos norte americanos.

## AUDIOVISUAL

Em 2013, as salas de cinema venderam cerca de 150 milhões de ingressos, sendo 28 milhões para filmes brasileiros. Esses filmes geraram uma renda de cerca de R\$ 300 milhões, diante de um mercado total de R\$ 1,7 bilhão, em 2.678 salas de cinema.

O mercado cinematográfico brasileiro ocupa a 10ª posição, segundo o Observatório Europeu do Audiovisual, em número de ingressos.

*pends mostly on sponsorships, counterparts in products and services (food, lodging, etc.) and incentive laws to culture.*

*Brazil hosts large events, such as Rock in Rio, currently in its fifth Brazilian edition, in addition to five other international editions already held. The last edition of Rock in Rio, held in Rio de Janeiro, generated an impact of BRL 1 billion, according to the city's official data, stimulating, in addition to the music industry itself, the hotel, beverage and food industries. Another type of popular events are Brazilian country music concerts. Originating from agricultural regions from the entire countryside Brazilian country music fosters hundreds of concerts each year, generating considerable resources volumes. Finally, one has to mention funk music, strongly present in slums and poorer suburbs in metropolitan regions and which, inspired by North American styles, also influences popular trends and fashion.*

## AUDIOVISUAL

*In 2013, movie theaters sold approximately 150 million tickets, 28 milion of them to Brazilian movies. These movies generated a turnover of approximately BRL 300 million, in a total market of BRL 1.7 billion in 2,678 projection rooms .*

*According to the European Audiovisual Observatory in number of tickets, the Brazilian movie market ranks 10<sup>th</sup> worldwide in number of tickets.*

## SALAS OCUPADAS POR LANÇAMENTOS BRASILEIROS E ESTRANGEIROS (2013)

### MOVIE THEATRE ROOMS WITH BRAZILIAN AND FOREIGN PREMIERES (2013)

	TÍTULOS LANÇADOS TITLES RELEASED	SUM OF ROOMS WEEKLY OCCUPIED BY RELEASES	PÚBLICO AUDIENCE	SALAS OCUPADAS POR TÍTULO ROOMS OCCUPIED BY TITLE	PÚBLICO POR SALA OCUPADA SEMANALMENTE AUDIENCE BY ROOM OCCUPIED WEEKLY
TÍTULOS BRASILEIROS BRAZILIAN TITLES	129	31,134	23,624,704	241.35	758.81
TÍTULOS ESTRANGEIROS FOREIGN TITLES	268	161,622	118,633,000	603.07	734.02

Fonte: Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro

Source: *Brazilian Film Statistical Yearbook*

Ainda em 2013, o Brasil tinha cerca de 18 milhões de assinantes da TV paga e 271 milhões de celulares. Segundo a Ancine, nesse ano as produtoras brasileiras captaram cerca de R\$ 155 milhões e alavancaram receitas de R\$ 253 milhões. Essa programação alimenta prioritariamente a TV paga, que por sua vez tem obrigação de exibir programação brasileira em vista de legislação específica. O setor do audiovisual emprega cerca de 50.600 profissionais.

No entanto, é importante ressaltar a contribuição da TV aberta na produção audiovisual brasileira. A Rede Globo, maior emissora do país, se configura não apenas como grande difusora da cultura, com programas jornalísticos ou de variedades, mas sobretudo como importante produtora de conteúdo.

*Also in 2013, there were approximately 18 million cable TV subscribers and 271 million cellphones in Brazil. According to Ancine, Brazilian TV producers earned approximately BRL 155 million and leveraged an income of BRL 253 million this year. These listings are mainly for Cable TV which, in turn, has to include Brazilian programs, as required by law. The audiovisual sector employs approximately 50,600 professionals.*

*Nevertheless, broadcast TV also contributes largely to Brazilian audiovisual production. Rede Globo, the largest open TV channel in the country, not only disseminates Brazilian culture by broadcasting news and varieties shows, at home and abroad, but is also a major content producer.*



## VITALIDADE E DIVERSIDADE CULTURAL

A área de vitalidade e diversidade cultural apresenta as maiores dificuldade de mensuração do impacto na economia, justamente por envolver festas populares e religiosas que são parte importante da expressão cultural brasileira.

Em cada uma das regiões brasileiras podem ser listadas festas que envolvem milhares de pessoas trabalhando para o consumo de milhões de brasileiros e de turistas. São festas religiosas, folclóricas ou ainda de inspiração regional que a cada ano atualizam tradições introduzidas no país desde a colonização e que constituem forte marca da cultura brasileira. Além do Carnaval, há um enorme conjunto de festas populares, como as Festas Juninas que atraem público em inúmeras cidades do Norte e do Nordeste. As celebrações da Páscoa e de diversas datas do calendário religioso, como Corpus Christi, também geram impacto econômico relevante para inúmeras localidades.

A cadeia produtiva dessas festas, pode ser explicitada na figura abaixo. Dentre esses eventos, o destaque vai para o Carnaval, festa anual tradicional que é preparada ao longo de quase todo o ano em diversas cidades brasileiras. Uma grande quantidade de profissionais criativos e sem vínculos formais de trabalho atuam pontualmente em diversos momentos da produção desses acontecimentos.

## CULTURAL VITALITY AND DIVERSITY

*The impact of the area of cultural vitality and diversity's impact on the economy is difficult to measure, precisely because it involves popular and religious festivals that are an important part of the Brazilian cultural expression.*

*Festivities involving thousands of people working for the consumption of millions of Brazilians and tourists can be listed in every region of the country. These are religious, folk or regionally inspired festivities that, each year, update traditions introduced in the country since colonization and which are an important part of Brazilian culture. Besides Carnival, there is a huge range of popular festivals, such as June Festivals, which attract people from several cities in the North and Northeast regions. Easter celebrations and various other religious calendar celebrations, such as Corpus Christi, also generate relevant economic impact in numerous locations.*

*The production chain of such festivities is detailed in the picture below. Carnival stands out among these events, a traditional festivity prepared nearly all year long in several cities in Brazil. A lot of creative professionals without formal labour bonds act in several moments of the production of these events.*

## CADEIA PRODUTIVA DO CARNAVAL - CONTRIBUIÇÕES DIRETAS E INDIRETAS

### CARNIVAL - DIRECT PRODUCTION CHAIN

CARNAVAL - CADEIA PRODUTIVA CARNIVAL - PRODUCTION CHAIN	CARNAVAL - SERVIÇOS CARNIVAL - SERVICES	CONTRIBUIÇÃO INDIRETA DO CARNAVAL INDIRECT CONTRIBUTION OF CARNIVAL
<p><b>INSUMOS</b> INPUTS</p> <p>PLÁSTICO, FERRAGENS, ISOPOR, TECIDOS, TINTAS, FANTASIAS E ADEREÇOS, (TECIDOS TÍPICOS PARA USO NO CARNAVAL, FANTASIAS, MÁSCARAS, CONFETE, SERPENTINA), INSTRUMENTOS MUSICAIS.</p> <p>PLASTIC, HARDWARE, STYROFOAM, FABRICS, PAINTS, FANTASIES AND ACCESSORIES (FABRICS SPECIFIC FOR USE IN CARNIVAL, FANTASIES, MASKS, CONFETTI, SERPENTINE), MUSICAL INSTRUMENTS.</p> <p><b>EMPREGOS E SERVIÇOS</b> EMPLOYMENT AND SERVICES</p> <p>MODELADORES, COSTUREIRAS, MARCEINEIROS, COREÓGRAFOS, CARREGADORES, EMPURRADORES, OPERADOR DE GUINCHO, SOLDADORES, MÚSICOS, ETC.</p> <p>MODELERS, SEAMSTRESSES, CABINETMAKERS, CHOREOGRAPHERS, ASSISTANTS, PUSHERS, WINCH OPERATOR, WELDERS, MUSICIANS, ETC.</p>	<p><b>MARKETING E COMUNICAÇÃO</b> MARKETING AND COMMUNICATION</p> <p>PATROCÍNIOS, ANÚNCIOS, PEÇAS PROMOCIONAIS, CAMISETAS, ETC.</p> <p>SPONSORSHIP, ADS, PROMOTION MATERIALS, T-SHIRTS, ETC.</p> <p><b>TRANSPORTE</b> TRANSPORTATION</p> <p>DESLOCAMENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS, TAXIS, LOCAÇÃO DE VANS</p> <p>NATIONAL AND INTERNATIONAL TRAVELS, TAXIS, VANS RENTAL.</p> <p><b>INDÚSTRIA TURÍSTICA</b> TOURISM INDUSTRY</p> <p>ALOJAMENTO, ALIMENTAÇÃO, ATRAÇÕES TURÍSTICAS.</p> <p>LODGING, FOOD, TOURISTIC ATTRACTIONS.</p>	<p><b>INDÚSTRIA DO AUDIOVISUAL</b> AUDIOVISUAL INDUSTRY</p> <p>TELEVISÃO, CINEMA, DVD'S</p> <p>TELEVISION, MOVIE, DVDS.</p> <p><b>INDÚSTRIA FONOGRÁFICA</b> MUSIC INDUSTRY</p> <p>CDS</p> <p><b>INDÚSTRIA EDITORIAL E GRÁFICA</b> PUBLISHING AND GRAPHIC INDUSTRY</p> <p>LIVROS, JORNAIS, REVISTAS, POSTERS, FOLHETOS, ARTIGOS GRÁFICOS</p> <p>BOOKS, NEWSPAPERS, MAGAZINES, POSTERS, FLYERS, GRAPHIC ARTICLES.</p> <p><b>ENTRETENIMENTO</b> ENTERTAINMENT</p> <p>BAILES, ESPETÁCULOS, BARES, INSTRUMENTOS DE PERCUSSÃO.</p> <p>DANCES, SHOWS, BARS, PERCUSSION INSTRUMENTS.</p> <p><b>BEBIDAS E SERVIÇOS DO COMÉRCIO</b> BEVERAGES AND TRADE SERVICES</p> <p>FORMAL E INFORMAL.</p> <p>FORMAL AND INFORMAL.</p> <p><b>SITES DA INTERNET</b> INTERNET WEBSITES</p> <p>CULTURAIS, INFORMATIVOS E COMERCIAIS.</p> <p>CULTURAL, INFORMATIVE AND COMMERCIAL</p> <p><b>ATIVIDADES INFORMAIS</b> INFORMAL ACTIVITIES</p> <p><b>DIREITOS AUTORAIS</b> COPYRIGHTS</p>

O Carnaval da cidade do Rio de Janeiro gera cerca de 250 mil novos empregos a cada ano, movimentando cerca de US\$ 1 bilhão e atraindo 900 mil turistas. O impacto indireto do Carnaval em todo o país ativa não apenas o setor do Turismo, como também o âmbito da hotelaria; os mercados de bebidas e alimentação, de música e de audiovisual.

Além do Rio, Salvador, Recife, Olinda e São Paulo são as cidades que exigem os maiores investimentos das áreas públicas para realizar o evento. Com uma procura cada vez maior, o Carnaval configura hoje nessas cidades um mercado próprio, com o poder de atrair patrocinadores e investidores, o que movimenta negócios ao longo de todo o ano em locais como a Cidade do Samba, no Rio de Janeiro. Apresentações de grupos itinerantes por inúmeras cidades do país e do exterior são também exemplo dessa movimentação econômica e de pessoas.

## **PARTICIPAÇÃO DA CULTURA NA ECONOMIA** **PARTICIPAÇÃO DA CULTURA NO VALOR** **ADICIONADO DO PAÍS**

Para estimar o tamanho do setor de Cultura no Brasil em termos de participação no Valor Adicionado do país, utilizou-se como base o Sistema de Contas Nacionais (SCN), que apresenta, entre outras informações, o Valor Adicionado Bruto (VAB) para grupos de atividades econômicas.

O VAB corresponde ao valor que uma atividade agrega aos bens e serviços consumidos no

*Carnival in the city of Rio de Janeiro generates approximately 250 thousand new jobs every year, moving about US\$ 1 billion and attracting 900 thousand tourists. Indirect impact of Carnival countrywide activates not only the tourism sector, but also the hotel, beverage and food, music, and audiovisual markets.*

*In addition to Rio, the cities of Salvador, Recife, Olinda and São Paulo require the highest public sector investments to host the event. With an ever increasing demand, Carnival has its own market in these cities today, and possesses the power to attract investors to move businesses during the year in places such as Cidade do Samba, in Rio de Janeiro. Performances of itinerant groups in several cities in the country and abroad are also an example of this movement of people and of capital.*

## **CULTURE'S PARTICIPATION IN THE ECONOMY** **CULTURE'S PARTICIPATION IN THE COUNTRY'S** **ADDED VALUE**

*The System of National Accounts (SNC) that provides Gross Added Value (VAB) among other information for groups of economic activities was used as a basis to estimate the size of Brazil's cultural sector, in terms of its participation Cultural sector in the country's added value.*

*VAB corresponds to the value one activity adds to goods and services consumed in its production process, obtained by the difference between the Production Gross Value (VBP) and*

seu processo produtivo, sendo obtido pela diferença entre o Valor Bruto da Produção (VBP) e o total do Consumo Intermediário. O VAB é usualmente utilizado como forma de mensurar a contribuição direta de um determinado setor econômico ao Produto Interno Bruto (PIB).<sup>21</sup>

O SCN apresenta o VAB para 68 grupos de atividades econômicas que representam a economia brasileira como um todo. Contudo, esses 68 grupos de atividades não espelham exatamente as cinco áreas de atividades culturais definidas no presente estudo. Assim, foi necessário traduzir a definição de cultura aqui adotada em termos de atividades econômicas que pudessem ser localizadas dentro do SCN.<sup>22</sup> Os agrupamentos do SCN nos quais existem atividades econômicas do setor de Cultura são:

- Impressão e reprodução de gravações;
- Edição e edição integrada à impressão;
- Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem;
- Educação pública;
- Educação privada;
- Atividades artísticas, criativas e de espetáculos.

Para a estimativa do cálculo do VAB do setor cultural, foram utilizadas bases de dados auxiliares, como Pesquisa Industrial Anual (PIA) – Empresa, Pesquisa Industrial Anual (PIA) – Produto, Pesquisa Anual de Serviços (PAS), ambas publicadas pelo IBGE, e diversos dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS).

*the total of Intermediate Consumption. VAB is generally used as a way of measuring the direct contribution of a certain economic sector to the Gross Domestic Product (GDP).<sup>21</sup>*

*SNC shows the VAB for 68 economic activities groups that represent the Brazilian economy as a whole. However, these 68 activities groups are not exactly based on the five areas of cultural activities defined in this study. Therefore, it was necessary to translate the definition of culture adopted herein in terms of economic activities that could be located inside SNC.<sup>22</sup> SNC groupings with economic activities in the Cultural sector are:*

- *Printing and reproduction of recorded media;*
- *Editing and integrated editing for printing;*
- *Television, radio, movie and sound and image recording/edition activities;*
- *Public education;*
- *Private education;*
- *Artistic, creative and performance activities.*

*To estimate calculation of VAB in the cultural sector, several auxiliary databases were used, such as the Annual Industrial Research (PIA) - Company, Annual Industrial Research (PIA) - Product, Annual Survey of Services (PAS), both published by IBGE (Brazilian Institute of Geography and Statistics) and several data from the Annual Social Information Report (RAIS).*

<sup>21</sup> Para compreender a diferença entre Valor Adicionado Bruto (VAB) e Produto Interno Bruto (PIB), vide Nota Técnica (anexo).

<sup>22</sup> Para maiores detalhes sobre a metodologia empregada, vide Nota Técnica (anexo).

<sup>21</sup> For further details on the methodology adopted, please refer to the Technical Note (attached).

<sup>22</sup> To understand the difference between Gross Added Value (VAB) and Gross Domestic Product (GDP), please refer to the Technical Note (attached).

Com base na metodologia descrita na Nota Técnica (Anexo) e nas bases citadas, estimou-se que o VAB do setor de Cultura foi responsável, em 2011,<sup>23</sup> por movimentar R\$ 25,5 bilhões (valores em moeda de dezembro de 2014). Esse valor representou 0,6% do VAB total do país no mesmo ano. A seguir, apresenta-se a composição desse valor por cada um dos grupos econômicos do SCN nos quais existem atividades do setor de Cultura:

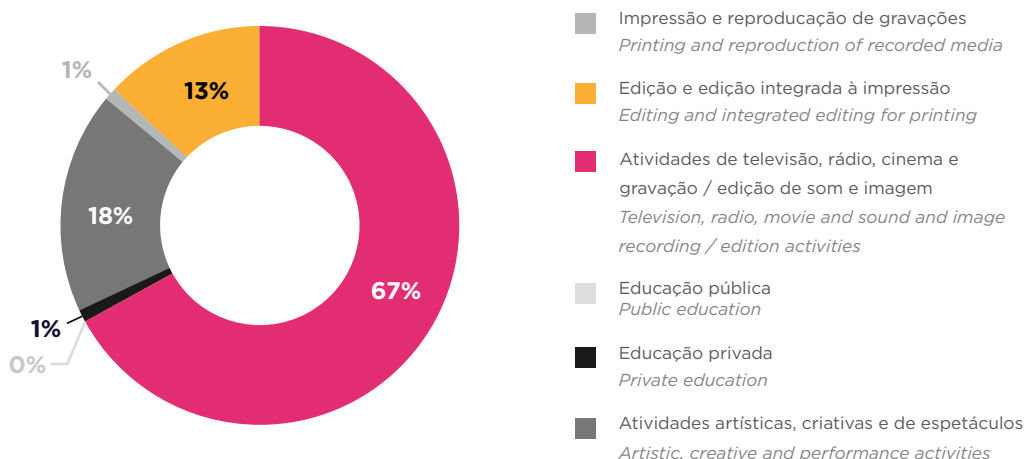
Observa-se que as atividades econômicas do setor de Cultura que têm maior representatividade no VAB são aquelas relacionadas às atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/

*Based on the methodology described in the Technical Note (Annex) and abovementioned databases, the VAB of the cultural sector was estimated to amount to BRL 25.5 billion (currency amount in December, 2014) in 2011.<sup>23</sup> This amount accounts for 0.6% of the country's total VAB in the same year. Below is the formation of this amount by each SNC economic group with activities in the Cultural sector:*

*Television, radio, movie and sound and image recording/edition activities are the economic activities in the cultural sector with greatest representativeness in the VAB. This group alone accounts for 0.4% of the country's VAB.*

#### VALOR ADICIONADO BRUTO POR GRUPO DE ATIVIDADE ECONÔMICA RELATIVA AO SETOR DE CULTURA (2011)

#### GROSS ADDED VALUE PER GROUP OF ECONOMIC ACTIVITY IN THE CULTURE SECTOR (2011)



Fonte | Source  
IBGE

<sup>23</sup> Os últimos dados disponíveis no SCN para esses 68 grupos de atividades econômicas referem-se ao ano de 2011.

<sup>23</sup> The last data available in SNC for these 68 economic activities groups are dated 2011.

edição de som e imagem. Apenas esse grupo responde por 0,4% do VAB do país. O restante - 0,2% - é gerado pelos demais grupos de atividades culturais, em particular, aquelas relacionadas à impressão e/ou edição de livros e à produção cultural (produção teatral, produção musical, produção de espetáculos de dança, entre outros).

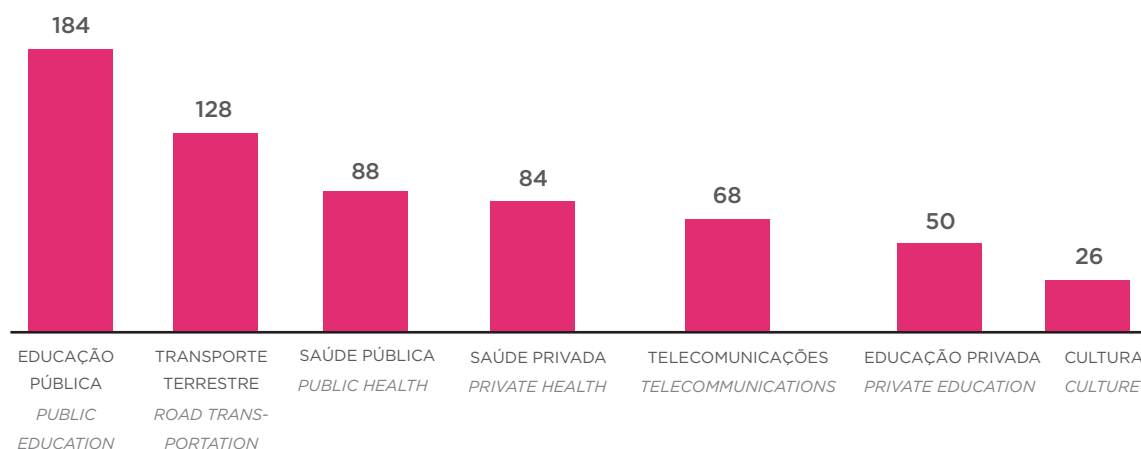
A seguir, apresenta-se uma comparação da participação do setor de Cultura com outros setores econômicos.

*The rest - 0.2% - is generated by other cultural activities groups, especially, the ones related to printing and/or the edition of books and cultural production (theater, musicals, dance presentations, among others).*

*Below is a comparison of the cultural sector participation among other economic sectors.*

*Public education is one of the sectors with the highest participation in the Brazilian economy's VAB.<sup>24</sup> Therefore, it is natural that the cultural sector's VAB represents only slightly*

## VALOR ADICIONADO BRUTO DE SETORES SELECIONADOS DA ECONOMIA BRASILEIRA (2011) GROSS ADDED VALUE OF SELECTED SECTORS FROM THE BRAZILIAN ECONOMY (2011)



Fonte | Source

IBGE

Nota: Valores em R\$ bilhões em dezembro de 2014

Note: Amounts in BRL billions in December, 2014

<sup>24</sup> It's the sixth largest VAB from a total of 68.

A educação pública é um dos setores com maior participação no VAB da economia brasileira.<sup>24</sup> Assim, é natural que o VAB do setor de Cultura seja apenas um pouco mais de 10% do VAB da educação pública. Quando se compara a participação do setor de Cultura com a educação privada, a distância reduz-se de forma expressiva: o VAB do setor de Cultura corresponde a cerca da metade do VAB da educação privada no Brasil. Por quê? Poderia ser mais aprofundado.

### EFEITOS INDIRETOS E INDUZIDOS

Como exposto na Nota Técnica anexa a esse estudo, a contribuição econômica de um setor pode ser mensurada como a soma de três componentes. O primeiro deles é o efeito direto, que corresponde aos empregos, salários e valor adicionado gerado pelo setor objeto da análise. O segundo – efeito indireto – refere-se ao impacto econômico gerado pela compra de matérias-primas e insumos pelo setor cuja contribuição está sendo mensurada. Por fim, a cadeia de produção no qual o setor objeto da análise está incluído paga salários aos seus funcionários, que gastam parte deles em consumo de bens e serviços. Este consumo gera impactos econômicos no restante da economia, que correspondem ao efeito induzido. A figura a seguir ilustra de forma esquemática esses três efeitos.

*more than 10% of the public education VAB. Comparing the participations of the cultural sector and private education sector, this difference is drastically reduced: the VAB of the cultural sector corresponds to approximately half of the private education VAB in Brazil. The reason why could be further explored.*

### INDIRECT AND INDUCED EFFECTS

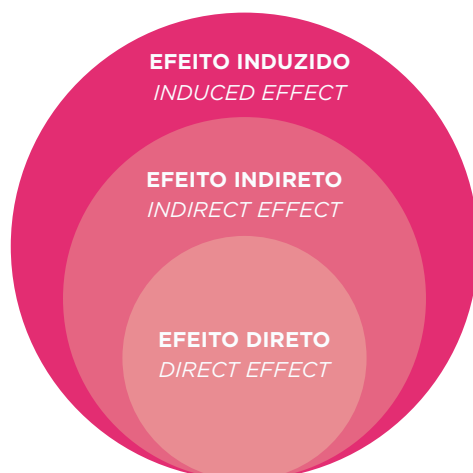
*As explained in the Technical Note attached to this study, the economic contribution of a given sector can be measured as the sum of three components. The first one is the direct effect, which corresponds to jobs, salaries and added value generated by the sector object of analysis. The second one - indirect effects - refers to the economic impact generated by raw materials and inputs purchase by the sector whose contribution is being measured. Lastly, the production chain in which the sector object of analysis is included pays salaries to its employees, who spent part of it consuming goods and services. This consumption generates economic impacts in the rest of the economy, corresponding in turn to the induced effect. The following figure illustrates these three effects schematically.*

<sup>24</sup> É o sexto maior VAB de um total de 68.



## EFEITO DIRETO, INDIRETO E INDUZIDO

### *DIRECT, INDIRECT AND INDUCED EFFECT*



Fonte | Source

FGV

A mensuração desses três impactos é realizada com base em informações do Sistema de Contas Nacionais relativas ao ano de 2011 e é representada por meio de multiplicadores, conforme descrito na nota técnica anexa a esse estudo.

Ao se calcular a participação do setor de cultura no VAB do país, o grupo “Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem” foi o mais expressivo, representando 0,4% do VAB da economia brasileira. Para esse grupo, o multiplicador que capta todos os três efeitos foi de 4,30 em 2011. A composição desse multiplicador em termos de efeito direto, indireto e induzido é a seguinte:<sup>25</sup>

*Measurement of these three impacts is made based on information provided by the System of National Accounts from 2011 and is represented by multipliers, as described in the technical note attached to this study.*

*By calculating the participation of the cultural sector in the country's VAB, the group “television, radio, movie and sound and image recording/edition activities” was more expressive, representing 0.4% of the Brazilian economy's VAB. For this group, the multiplier that captures all three events was 4.30 in 2011. This multiplier is comprised by the following in terms of direct, indirect and induced effect:<sup>25</sup>*

<sup>25</sup> Foi adotada a metodologia de Guilhoto e outros (2010)

<sup>25</sup> Guilhoto et al (2010) methodology was adopted

MULTIPLICADORES DOS EFEITOS DIRETO, INDIRETO E INDUZIDO  
MULTIPLIERS FOR DIRECT, INDIRECT AND INDUCED EFFECTS

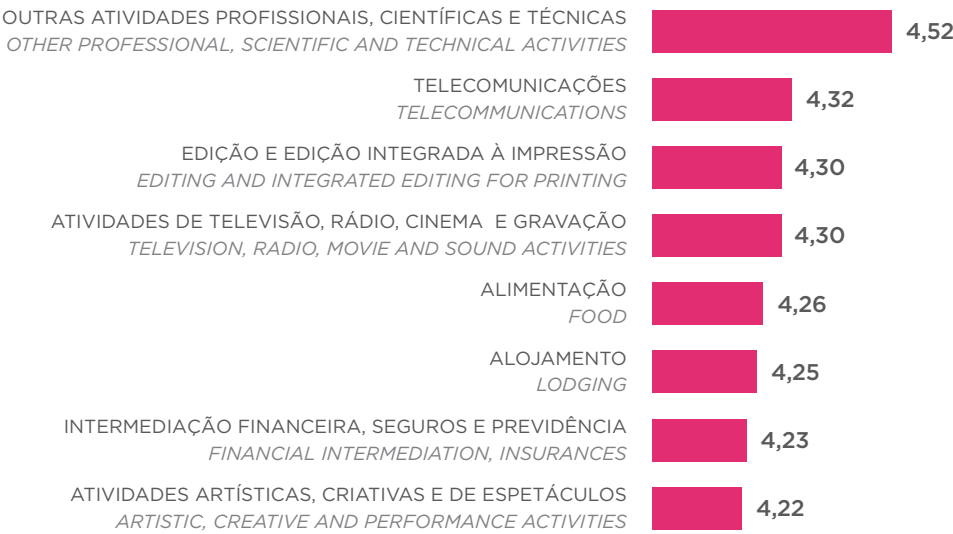
TIPO DE EFEITO TYPE OF EFFECT	MULTIPLICADOR DE PRODUÇÃO PRODUCTION MULTIPLIER
DIRETO DIRECT	1,00
INDIRETO INDIRECT	0,77
INDUZIDO INDUCED	2,53
TOTAL TOTAL	4,30

Fonte | Source  
IBGE; FGV

Entre os setores de serviços, esse é o quarto maior multiplicador em um total de 25 setores, como se observa no gráfico a seguir:

*This is the fourth largest multiplier from a total of 25 services sectors, as it can be observed in the chart below:*

OITO MAIORES MULTIPLICADORES PARA SETORES DE SERVIÇOS  
EIGHT LARGEST MULTIPLIERS FOR SERVICES SECTORS



Fonte | Source  
IBGE; FGV

Observa-se que, entre os setores de serviço com os maiores multiplicadores, estão os grupos “Edição e edição integrada à impressão” e “Atividades artísticas, criativas e de espetáculos”, grupos nos quais existem atividades culturais.

*Among service sectors with the largest multipliers, one should note the presence of the “Editing and integrated editing for printing” and “Artistic, creative and performance activities” groups, which comprise culture activities.*

Como comentado na nota técnica anexa, outros multiplicadores podem ser calculados, como o de emprego e de salário. No caso de “Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem”, o multiplicador de emprego foi 48 e o de salário (incluindo pagamento de encargos) foi 0,90. A composição desses multiplicadores é mostrada a seguir:<sup>26</sup>

*As mentioned in the technical note attached to this study, other multipliers may be calculated, such as employment and salary. In the case of “Television, radio, movie and sound and image recording/edition activities”, the employment multiplier was 48 and the wage one, (including payment of charges) 0.90. The composition of these multipliers is shown below:<sup>26</sup>*

## COMPOSIÇÃO DOS EFEITOS DIRETO, INDIRETO E INDUZIDO

### COMPOSITION OF DIRECT, INDIRECT AND INDUCED EFFECTS

TIPO DE EFEITO TYPE OF EFFECT	MULTIPLICADOR DE EMPREGO EMPLOYMENT MULTIPLIER	MULTIPLICADOR DE SALÁRIO SALARY
DIRETO DIRECT	5	0,25
INDIRETO INDIRECT	10	0,18
INDUZIDO INDUCED	33	0,47
TOTAL TOTAL	48	0,90

Fonte | Source

IBGE; FGV

<sup>26</sup> Foi adotada a metodologia de Guilhoto et al (2010).

<sup>26</sup> Guilhoto et al (2010) methodology was adopted

No caso do multiplicador de emprego, a leitura deve ser realizada da seguinte forma: no ano de 2011, para cada um milhão de reais da produção de “Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem” foram gerados 5 empregos diretos no próprio setor, 10 empregos indiretos em outros setores produtivos e 33 empregos induzidos pelo aumento da renda e do consumo da classe trabalhadora. Isto gerou o total de 48 postos de trabalho na economia como um todo.

No caso do multiplicador de salário, o incremento de 1 milhão de reais na produção corresponde diretamente a R\$ 250 mil de aumento direto das remunerações. Ao se considerar a relação desse setor com os outros setores da economia, o aumento das remunerações seria de R\$ 650 mil, em termos de efeitos indiretos e induzidos.

*In the case of the employment multiplier, it should be read as follows: in 2011, for every BRL 1 million, of the “Television, radio, movie and sound and image recording/edition activities” production, there was the generation of 5 direct employments in this sector, 10 indirect employments in other production sectors and 33 employments induced by increased income and working class consumption. In total, it generated 48 jobs in the economy as a whole.*

*In the case of the wage multiplier, the increase of BRL 1 million in production corresponds directly to BRL 250 thousand in direct increase of remuneration. Considering the relation of this sector with other sectors of the economy, the increase in pay would be BRL 650 thousand in terms of indirect and induced effects.*

Ressalta-se que talvez o maior benefício no uso dos multiplicadores não seja propriamente o de calcular em termos monetários o impacto de um setor na economia. Com efeito, existem críticas ao uso da matriz insumo-produto como instrumento para mensurar efeitos econômicos em função de suas hipóteses simplificadoras.<sup>27</sup> Não obstante, trata-se de instrumento largamente utilizado para tal finalidade.<sup>28</sup> Ademais, esse modelo permite uma comparação entre setores no sentido de verificar quais têm maior poder de estimular a economia. Certamente essa informação não pode ser a única a orientar uma decisão de política pública, mas pode auxiliar nessa tarefa.

Nesse contexto, o presente estudo aponta que o setor de cultura, comparativamente aos demais setores de serviços, possui significativa capacidade de estimular a economia, em que pese sua participação relativamente modesta no VAB da economia como um todo.

*Perhaps the largest benefit of using multipliers is not exactly to calculate the impact of a given sector in the economy in monetary terms. In fact, criticisms are made on the input-product matrix use as an instrument to measure economic effects due to its simplifying assumptions.<sup>27</sup> Notwithstanding, it is still an instrument widely used for this purpose<sup>28</sup> as it allows for comparison among sectors. Although this information cannot serve as the sole basis for a decision related to public policy, it can help in this task.*

*In this context, this study shows that the cultural sector, compared to other services sectors, has a significant capacity to stimulate the economy, despite its relatively modest share in the VAB of the economy as a whole.*

<sup>27</sup> As principais são: oferta perfeitamente elástica e retorno constante de escala.

<sup>28</sup> Diniz (2008), Ministério da Cultura (2012), Motion Picture Association (2014)

<sup>27</sup> The main ones are: perfectly elastic supply and constant scale return.

<sup>28</sup> Diniz (2008), Ministério da Cultura (2012), Motion Picture Association (2014)





## CONCLUSÃO CONCLUDING REMARKS

O orçamento público dedicado à cultura cresceu aproximadamente 16% ao ano de 2003 a 2013. A taxa é bastante superior ao crescimento do orçamento total brasileiro no mesmo período: US\$ 4,8 bilhões, 0,2% do orçamento nacional. Ainda representa uma proporção muito pequena do volume total de recursos do orçamento, ocupando o 21º lugar entre as 28 funções de orçamento. O valor é distribuído em 21 programas, sendo o maior montante, 96%, direcionado ao acesso dos cidadãos.

Paralelamente, tanto o número de estabelecimentos culturais quanto a quantidade de trabalhadores formais também cresceram, evidenciando que os gastos públicos tiveram impactos positivos no desenvolvimento socioeconômico do setor. Isso vem contribuindo para aumentar sua representatividade frente aos números nacionais. O perfil do trabalhador cultural e a organização de seu trabalho apresentam particularidades. A média salarial do setor é muito superior à média brasileira, o que também reflete o nível de escolaridade. Observa-se, ainda, um alto índice de vínculos e arranjos informais de trabalho, decorrentes da sazonalidade de algumas atividades, como espetáculos, e da expressiva participação do trabalho autônomo.

O consumo de bens e produtos culturais também tem aumentado, embora bem abaixo da

*Public budget for culture increased approximately 16% per year from 2003 to 2013. This rate is much higher than the growth of total Brazilian budget in the same period: US\$ 4.8 billion, 0.2% of the national budget. It also represents a very small portion of the total volume of budget resources, ranking 21<sup>st</sup> among all 28 budget functions. This amount is distributed among 21 programs, and the largest amount, 96% is directed to citizens access.*

*At the same time, both the number of cultural establishments and the quantity of formal workers have also grown, showing that public expenditures had positive impacts in the social and economic development of the sector. This has been contributing to increase its representativeness compared to national figures. Cultural workers' profile and the organization of their work have particularities. Sector's average wage is much higher than Brazilian average, which also reflects the level of education. High level of bonds and informal work arrangements resulting from the seasonality of some activities such as concerts, and a significant share of self-employment is also observed.*

*Consumption of goods and cultural products has also increased, although well below the national consumption average, representing an expenditure of 1% of the total Brazilian income. In this sense, it is emphasized that the poor*



média nacional de consumo, representando uma despesa de 1% da renda total do brasileiro. Nesse sentido, destaca-se que os mais pobres gastam proporcionalmente mais com cultura do que o mais ricos, o que não necessariamente se reflete em um maior consumo. Se empiricamente pode-se verificar que maior renda está associada a maior consumo de produtos culturais, curiosamente, as despesas monetárias das famílias no setor aumentaram para os pobres, enquanto as não-monetárias, para os mais ricos, refletindo a desigualdade da sociedade brasileira. Atualmente, o brasileiro lê mais e assiste a mais shows, mas o que aparece como destaque nessa dimensão, ao menos até 2009, é a TV por assinatura e os DVDs. Não obstante a enorme diversidade cultural do Brasil, o país não parece ser um grande destino cultural internacional.

A análise do comportamento das três dimensões analisadas neste estudo no âmbito das regiões brasileiras parece acompanhar seu desenvolvimento socioeconômico. A Região Sudeste, que possui a maior participação no PIB brasileiro e também os melhores indicadores sociais, detém o maior orçamento público, a maior distribuição *per capita* do setor e também a maior quantidade de estabelecimentos e vínculos formais de trabalho. Contudo, o consumo das famílias teve maior crescimento nas regiões Norte e Nordeste, de 28% e 20%, respectivamente, que possuem os menores indicadores socioeconômicos, o que aponta para uma diminuição das disparidades regionais e a ampliação do acesso.

*spend proportionally more with culture than the richest, which is not necessarily reflected in higher consumption. If it can be empirically noted that higher income is associated to higher consumption of cultural products, interestingly, monetary families expenses in the sector increase for the poor, while non-monetary expenses increase for the richest, reflecting inequality in the Brazilian society. Brazilians read more and go to more concerts nowadays, however at least until 2009, cable TV and DVDs stood out in this sense. Notwithstanding the enormous cultural diversity of Brazil, the country does not seem to be a major international cultural destination.*

*Behavior analysis of the three dimensions assessed in this study in the scope of Brazilian regions seems to accompany its social and economic development. The Southeast region, which has the largest share in the Brazilian GDP and also the best social indexes, holds the highest public budget, the highest distribution per capita of the sector and also the highest number of establishments and formal employment bonds. However, families consumption grew more in the North and Northeast regions, 28% and 20%, respectively, and these regions have the lowest social and economic indexes, which indicates a reduction of regional disparities and increased access. This expansion precisely has been the priority of the Government programs in this sector. These regions that have important intangible cultural heritage of the country also presented significant GDP per capita growth in the sector.*

É justamente essa ampliação que tem sido a prioridade dos programas de governo do setor. Essas regiões que detêm parte importante do patrimônio cultural imaterial do país também apresentaram crescimento expressivo no PIBs *per capita* no setor.

Este estudo propõe uma análise socioeconômica pautada em aspectos considerados fundamentais para a compreensão do setor cultural no Brasil, dos gastos públicos, do mercado de trabalho e do consumo das famílias. Trata-se de um primeiro esforço em compreender de que forma é possível mensurar a participação do setor cultural na economia brasileira. Nesse sentido, é possível sugerir várias direções para o aprofundamento destas análises.

Há ainda um longo caminho a se percorrer para que se conheça os impactos da cultura sobre a economia brasileira, sua inter-relação com outros setores e atividades, além de seus efeitos nos mais diversos âmbitos da vida social. O campo de análises voltadas para mensuração de efeitos quantitativos e

*This study proposes a social and economic analysis guided by aspects considered essential to understand the cultural sector in Brazil, public expenses, labor market and families consumption. It represents a first effort to understand how it is possible to measure cultural sector's participation in the Brazilian economy. In this sense, it is possible to suggest several directions for further development of these analyzes.*

*There is still a long way to go in order to learn the impacts of culture on the Brazilian economy, its interrelationship with other sectors and activities, as well as its effects in the most different spheres of social life. Field of analysis to measure quantitative and qualitative effects of culture is still little explored in Brazil. Therefore, it would be interesting to include other variables capable of qualifying the relationship between culture and other sectors. Another important contribution in this sense is to invest in researches focused on monitoring and assessing<sup>29</sup> public policies that allow understanding culture as an input inside a dynamic cause and effect process.*

<sup>29</sup> Analytical monitoring widely used to monitor and assess social policies consisting in the "systematic exercise of an analysis of efforts and key processes indicators time series [...] and indicators that enable infer effects [...] programs among its target audiences, typified by different social and economic contexts of experience [...] or according to archetypes of organizational structures that serve them in the programs [...]" (Jannuzzi, 2011, p.57) are among the methodologies analyzed to develop this line of research.

qualitativos da cultura ainda é pouco explorado no Brasil. Para isso, seria interessante a inclusão de outras variáveis capazes de qualificar as relações entre a cultura e outros setores. Outra importante contribuição nesse sentido é o investimento em pesquisas pautadas no monitoramento e avaliação<sup>29</sup> de políticas públicas que permitam a compreensão da cultura como um insumo dentro de um processo dinâmico de causa e efeito.

Internacionalmente, o principal desafio é criar categorias capazes de abarcarem a grande diversidade entre os países, de modo a permitir análises comparativas que ofereçam ao país perspectivas dos efeitos econômicos e sociais da cultura. Ao mensurar esses resultados econômicos, é possível mostrar aos governos e entidades internacionais a importância que representa o investimento no setor cultural para o desenvolvimento dos países.

*Internationally, the main challenge is to create categories capable to comprising the great diversity among countries in order to allow comparative analyzes that provide the country with prospects of economic and social effects of culture. By measuring these economic results it is possible to show governments and international entities the importance the investment in the cultural sector has in developing countries.*

**0,2%**

ORÇAMENTO NACIONAL  
FEDERAL BUDGET

**0,67%**

VALOR ADICIONADO AO PIB  
GDP'S ADDED VALUE

<sup>29</sup> Entre as metodologias analisadas para o desenvolvimento dessa linha de pesquisa destaca-se o monitoramento analítico bastante utilizado no monitoramento e avaliação de políticas sociais que consiste no "exercício sistemático de análise de séries temporais de indicadores de esforços e de processos-chave [...] e de indicadores que permitam inferir os efeitos [...] dos programas junto aos seus públicos-alvo, tipificados segundo diferentes contextos socioeconômicos de vivência [...] ou segundo arquétipos das estruturas organizacionais que lhes atendem nos programas [...]". (Jannuzzi, 2011, p.57).









## BIBLIOGRAFIA *BIBLIOGRAPHY*

Ancine – Dados Gerais do Audiovisual Brasileiro. Disponível em: [http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/Dados\\_gerais\\_do\\_mercado\\_brasileiro\\_2014.pdf](http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/Dados_gerais_do_mercado_brasileiro_2014.pdf)

Brasil – Tesouro Nacional – *Finanças Brasil (FINBRA)*. Disponível em: <http://www.tesouro.fazenda.gov.br/contas-anuais>

Brasil – Tesouro Nacional – Execução Orçamentária. Disponível em: <http://www.tesouro.fazenda.gov.br/contas-anuais>

Brasil – Ministério do Trabalho e Emprego (MTE)- Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013. Microdado. Disponível em: <http://portal.mte.gov.br/geral/estatisticas.htm>

Brasil – Senado Federal - *SIGA Brasil* – Orçamento Anual. Disponível em: <http://www12.senado.gov.br/orcamento/sigabrazil>

Brasil – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do?id=17733&sigla=Institucional&retorno=paginaInstitucional>

Brener, P. R. A. Ensaio sobre o uso da matriz insumo-produto como ferramenta de políticas públicas municipais. Tese de doutorado. Universidade Federal do Paraná. 2013

BNDES - Mapeamento da Indústria Brasileira e Global de Jogos Digitais, 2014. Disponível em: [http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/seminario/seminario\\_mapeamento\\_industria\\_games042014\\_Relatorio\\_Final.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/seminario/seminario_mapeamento_industria_games042014_Relatorio_Final.pdf)

Creative Economy Report 2010 - UNCTAD and UNDP Special Unit for South-South Cooperation

Diniz, S. C. (2008), Análise do setor cultural nas regiões metropolitanas brasileiras, Technical report, Anais do XXXVI Encontro Nacional de Economia.

Jordão, Gisele e Allucci, Renata R. – Panorama Setorial da Cultura Brasileira, 2013-2014 – Allucci & Associados Comunicações, São Paulo, 2014

Feijó, C. A. et al. Contabilidade social: o novo sistema de contas nacionais do Brasil. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

Filho, Luiz Carlos Prestes. A Economia Criativa do Carnaval. XXIV Fórum Nacional, 2012. Disponível em: <http://forumnacional.org.br/pub/ep/EP0431.pdf>

Firjan – Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, 2014. Disponível em: <http://publicacoes.firjan.org.br/economiacriativa/mapeamento2014/>

Friques, Manoel Silvestre; Oliveira, Mônica Xavier. *Oikonomia* das Economias: Cultura, Entretenimento, Criatividade e Engenharia de Produção, 2012, UFRJ.

Guilhoto, J.J.M. e U. Sesso Filho (2005). “Estimação da Matriz Insumo-Produto a Partir de Dados Preliminares das Contas Nacionais”. Economia Aplicada. Vol. 9. N. 2. Abril-Junho. pp. 277-299

Guilhoto, J.J.M., U.A. Sesso Filho (2010). “Estimação da Matriz Insumo-Produto Utilizando Dados Preliminares das Contas Nacionais: Aplicação e Análise de Indicadores Econômicos para o Brasil em 2005”. Economia & Tecnologia. UFPR/TECPAR. Ano 6, Vol 23, Out/Dez.

Guilhoto, Joaquim e outros, Matriz de Insumo-Produto do Nordeste e Estados: Metodologia e Resultados (Dezembro 1, 2010). Disponível em: <http://ssrn.com/abstract=1853629> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1853629>

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002-2003 – POF. Rio de Janeiro, 2004.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009 – POF. Rio de Janeiro, 2010

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD): Microdados de 2007, 2008, 2009, 2011, 2012, 2013.

Jannuzzi, P. M. *Monitoramento Analítico como Ferramenta para Aprimoramento da Gestão de Programas Sociais*, in *Revista Brasileira de Monitoramento e Avaliação*. – N. 1 (2011)-. Brasília, DF: Ministério do desenvolvimento Social e Combate à Fome, Secretaria de Avaliação e Gestão da Informação, 2011.



Ministério da Cultura - Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011-2014 – Brasília, MinC, 2011

Ministério da Cultura – As metas do Plano Nacional de Cultura- Secretaria de Políticas Culturais – Brasília, MinC, 2012

MORIN, Edgar. Os sete saberes necessários à educação do futuro. 8. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

Motion Picture Association América Latina. Impacto econômico do setor audiovisual brasileiro. 2014. Disponível em [http://arquivos.portaldaindustria.com.br/app/conteudo\\_18/2013/12/09/5640/Impactoecono770micodoAVBRA\\_MPA\\_SICAV\\_Tende770ncias.pdf](http://arquivos.portaldaindustria.com.br/app/conteudo_18/2013/12/09/5640/Impactoecono770micodoAVBRA_MPA_SICAV_Tende770ncias.pdf)

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) – Project International Measurement of Culture Organisation: Available at: <http://www.oecd.org/std/na/projectontheinternationalmeasurementofculture.htm>

Piedras, Elisa Reinhardt. *Publicidade, imaginário e consumo: anúncios no cotidiano feminino*. Porto Alegre, 2007. 207f. (Dissertação de Doutorado) – Faculdade de Comunicação Social, PUC-RS.

Portaria nº 42, de 14 de Abril de 1999, do Ministério de Planejamento Orçamento e Gestão – Diário Oficial da União de 15.4.99

Tolila, Paul – Cultura e Economia – Iluminuras: Itaú Cultural, 2007

United Nations – United Nations Development Programme (UNDP) - Human Development Report, 2014. Available at: <http://www.atlasbrasil.org.br/2013/>

United Nations - Work profile, Brazil/International Labour Organisation (ILO) Office – Geneva and Brasília, 2009.

Van der Pol, Hendrik - Key role of cultural and creative industries in the economy, OCDE, 2007

World Cities Culture Report 2013 – Mayor of London



## ANEXO - METODOLOGIA

### ANNEX - METHODOLOGY

As três dimensões de análise abarcadas neste estudo possuem características próprias e fontes distintas, com diferentes periodicidades de divulgação. Sendo assim, faz-se necessário detalhar os procedimentos metodológicos e as bases de dados de cada uma delas, de modo a compreender melhor suas potencialidades e seus desafios.

#### GASTOS PÚBLICOS

Para a dimensão relativa aos gastos públicos, foram utilizados Sistemas de Informações ou Data warehouses, que permitem filtros de cruzamentos de dados oriundos do orçamento público dos três âmbitos de governo – federal, estadual e municipal.

O Siga Brasil é um sistema disponibilizado pelo Senado Federal que agrega as bases de dados sobre o orçamento da União, permitindo acesso amplo e facilitado ao Sistema Integrado de Administração Financeira do Governo Federal (SIAFI)<sup>30</sup> e a outras bases de dados relativas a planos e orçamentos públicos, por meio de uma única ferramenta de consulta.

*The three analytical dimensions covered in this study possess their own characteristics and distinct sources, with different disclosure frequencies worth noting. Therefore, it is necessary to list the methodological procedures and respective databases in order to better understand their potential and challenges.*

#### PUBLIC SPENDING

*For the dimension related to public spending, Information Systems or Data warehouses were used, which allowed filters of data crosschecking from the public budget of three spheres of government - federal, state and municipal.*

*Siga Brasil is a system made available by the Federal Senate that aggregates databases on the national budget, allowing ample access to the Integrated System of Federal Government Financial Administration (SIAFI)<sup>30</sup> and other databases regarding public budgets and planning, through a single search tool.*

<sup>30</sup> Sistema Integrado de Administração Financeira do Governo Federal que consiste no principal instrumento utilizado para registro, acompanhamento e controle da execução orçamentária, financeira e patrimonial do Governo Federal.

<sup>30</sup> The Integrated System of Federal Government Financial Administration is the primary instrument used for registration, follow-up and control of the budget, finance and patrimonial execution of the Federal Government.

A base de dados de Execução Orçamentária dos Estados e das Finanças do Brasil (Finbra), do Ministério da Fazenda/Tesouro Nacional, são disponibilizadas por meio do Sistema de Informações Contábeis e Fiscais do Sistema Público Brasileiro (Siconfi). Assim como o Siga Brasil, as informações sobre o orçamento dos estados e municípios brasileiros são disponibilizadas através de um Data warehouse que permite o cruzamento de informações sobre os mais diversos aspectos do orçamento público, declarado periodicamente pelos entes governamentais. Receitas, despesas, execução das despesas, balanço e variação patrimonial podem ser acessados em suas séries históricas, distribuição geográfica e detalhamento das funções, subfunções, programas e ações.

Para o desenvolvimento da análise sobre a Economia da Cultura no Brasil procurou-se levantar o Orçamento Anual aprovado pela Lei Orçamentária Anual (LOA), para os três entes governamentais.

Foram levantadas as informações sobre o orçamento empenhado, detalhando-se as 28 funções orçamentárias, o que permitiu observar a função cultura no orçamento total e compará-la com outras funções.

O período analisado foi de 2003 a 2013, o que permitiu observar a evolução dos gastos públicos no país, especialmente no setor destacado, inclusive segundo regiões geográficas. Os dados e informações levantados também foram comparados com dados demográficos demonstrando a distribuição *per capita* do orçamento da cultura. Também foram detalhados alguns programas governamentais dentro da função cultura no orçamento federal.

*The database of the State Budget Execution and Finanças do Brasil (Finbra) of the Ministry of Finance/National Treasury is available through the Brazilian Public Sector Accounting and Fiscal Information System (Siconfi). Like Siga Brasil, the information on the budget of Brazilian states and municipalities is made available through a data warehouse that allows the crosschecking of information on diverse aspects of the public budget, reported periodically by governmental entities. Revenues, expenses, expenditure implementation, asset variation and balance sheets can be accessed by historical time series, geographic distribution and the detailing of functions, subfunctions, programmes and activities.*

*Data was also collected from the Annual Budget, approved by the Annual Budget Law (LOA), for the three governmental spheres. Information was gathered on the committed budget, detailing the 28 budget functions, which allowed us to observe the Cultural function within the total budget and to compare it with other functions.*

*The period considered was from 2003 to 2013, which allowed the observation of the evolution of public spending in the country, especially in the highlighted sector, including its geographic behaviour. All the data and information were compared to demographic data showing the per capita distribution of the Culture budget. Certain governmental programmes within the Culture function of the federal budget were also described.*

## MERCADO DE TRABALHO

## LABOUR MARKET

A metodologia empregada para a análise dos dados do mercado de trabalho do setor cultural foi concebida em três passos, ilustrados a seguir:

*The methodology used for the analysis of labour market data in the Culture sector was conceived in three steps, as follows:*

### ESTRUTURA METODOLÓGICA

### METHODOLOGICAL STRUCTURE



Fonte | Source  
FGV

Inicialmente, foram levantadas possíveis bases que poderiam ser utilizadas para descrever as características do mercado de trabalho da Cultura. Nesse primeiro momento, além de identificar quais bases poderiam ser utilizadas nesta pesquisa, discutiu-se também sobre suas respectivas especificidades, periodicidade, qualidade das informações disponíveis, entre outras questões que se fizeram pertinentes. A partir dessas definições, as bases consideradas para a análise dos dados do mercado de trabalho da cultura são descritas a seguir.

*At this initial stage, in addition to identifying which bases could be used to describe the characteristics of the Culture sector labour market, there were also discussions on their respective specificities, periodicity, and the quality of available information. From these definitions, the databases considered for the data analysis of the Culture sector labour market are described as follows.*



## RELAÇÃO ANUAL DE INFORMAÇÕES SOCIAIS (RAIS) DO MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO

A Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) é um registro administrativo criado pelo Decreto nº 76.900, de 23 de dezembro de 1975, com periodicidade anual, visando suprir necessidades da gestão governamental para o setor de trabalho e emprego, por meio de informações que auxiliam no controle da atividade trabalhista no país, provimento de dados para a elaboração de estatísticas e disponibilização de informações às entidades governamentais. Trata-se de um instrumento de controle da atividade trabalhista, alimentado por meio das declarações das próprias pessoas jurídicas (empresas, entidades, etc.) sobre suas atividades e seus vínculos formais de trabalho (Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, estatutários). Para a análise do setor cultural, que se caracteriza pela alta dinamicidade e taxa de informalidade, é preciso atentar para sua parcialidade. Os dados observados neste estudo são referentes aos anos de 2007, 2009, 2012 e 2013. O objetivo era analisar a evolução histórica com intervalos de dois anos, porém os microdados de 2011 não estavam integralmente disponíveis.

## PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS (PNAD) DO IBGE

A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) tem como finalidade a produção de informações básicas para o estudo do desenvolvimento socioeconômico do país. Ela investiga diversas questões socioeconômicas e

## ANNUAL REPORT OF SOCIAL INFORMATION (RAIS) FROM THE MINISTRY OF LABOUR AND EMPLOYMENT

*The Annual Report of Social Information (RAIS) is an administrative record created by Decree #76.900 of December 23, 1975, with annual recurrence, seeking to meet the needs of governmental management for the sectors of labour and employment through information that aids in the control of labour activity in the country, by supplying data for the elaboration of statistics and by making information available to governmental entities. It is an instrument for the control of labour activity, supplied by declarations of corporate bodies (companies, entities, etc.) on their activities and formal workers (Consolidation of Labour Laws - CLT, statutory). The data observed in this study refers to the years 2007, 2009, 2012 and 2013. The objective was to analyze its historical evolution in two-year intervals; however, the microdata of 2011 was not fully available.*

## NATIONAL HOUSEHOLD EXPENDITURE SURVEY (PNAD) OF THE IBGE

*The purpose of the Household Expenditure Survey (PNAD) is the production of basic information for the study of the socioeconomic development in the country. It investigates several different socioeconomic and demographic issues, such as general population characteristics, education, employment, income, housing, among others. From this database it is possible to get an idea of the*



demográficas, como características gerais da população, de educação, trabalho, rendimento, habitação, entre outras. A partir desta base é possível dimensionar a informalidade no mercado de trabalho, informação complementar aos dados obtidos na RAIS.

Para este trabalho foi realizada uma conversão das duas bases, de diferentes formatos, para um formato único, por meio do software estatístico SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Em seguida foram aplicados filtros para delimitar o mercado de trabalho do setor cultural.

## FILTROS DA RELAÇÃO ANUAL DE INFORMAÇÕES SOCIAIS (RAIS)

### Indicador de Atividade

O primeiro filtro utilizado na base da RAIS foi o indicador de Atividade, um importante critério para observação das organizações formais em atuação efetiva no país. São consideradas todas as entidades que declararam ter realizado alguma atividade nos anos observados neste estudo, independentemente da quantidade de vínculos ativos. Foram considerados também estabelecimentos que, mesmo se declarando “inativos”, possuíam um ou mais vínculos ativos em dezembro dos anos analisados.

*breadth of informality in the labour market, complementary information to the data obtained from RAIS.*

*A conversion of the two databases (originally in two different formats) into one format was performed using the statistical software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Filters to demarcate the Culture sector labour market were then applied.*

## FILTERS OF THE ANNUAL REPORT OF SOCIAL INFORMATION (RAIS)

### Activity Indicator

*The first filter used in the RAIS database was the activity indicator, an important criterion in the observation of formal organizations currently active in the country. All entities that declared performing any activity in the years observed in the study were considered, independently of the amount of active workers. Firms and venues self-declared as “inactive” were also considered if they had one or more active workers in December during the analysed years.*

## Subclasses CNAE 2.0

Outro filtro importante nesse processo de composição da base relacionava-se às subclasses da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), uma ferramenta usada com o objetivo de padronizar os códigos de identificação das unidades produtivas do país. As subclasses representam o menor nível de desagregação da CNAE. As subclasses presentes na RAIS correspondem à CNAE 2.0, na qual constam 1.301 destas. A partir desse conjunto de subclasses, foram identificadas 38 que, pelo entendimento dos pesquisadores, se aproximavam ao máximo daquilo que se definiu como o setor da cultura.

## FILTROS DA PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS (PNAD)

### Subclasse CNAE Domiciliar

Assim como na RAIS, na PNAD foi realizado um filtro com as Subclasses de Atividade Econômica comparáveis às selecionadas na RAIS.

### Posição na Ocupação

A PNAD contempla as diferentes formas de contratação dos trabalhadores do setor cultural não abarcadas na RAIS, que traz apenas informações de formais. Assim, é possível verificar outras formas de vinculação ao mercado de trabalho como os autônomos, trabalhadores por conta própria, trabalhadores no próprio consumo e empregados domésticos.

## Subclasses National Classification of Economic Activities (CNAE 2.0)

*Another important filter relates to the Subclasses of National Classification of Economic Activities (CNAE), a tool used to standardize identification codes of the productive activities in the country. The subclasses represent the lowest level of disaggregation of the CNAE. The subclasses present in the RAIS correspond to CNAE 2.0, which include 1.301 subclasses. From this set of subclasses, 38 were identified as relevant to this study.*

## FILTERS OF THE NATIONAL HOUSEHOLD EXPENDITURE SURVEY (PNAD)

### Subclass Household CNAE

*Like the RAIS, a filter with Subclasses of Economic Activity comparable to those selected in the RAIS was performed.*

### Occupation Position

*The PNAD takes into account the different forms of hiring of the Culture sector workers not covered in the RAIS, which only supplies formal information. This makes it possible to verify other connections to the labour market such as autonomous workers, self-employed people, and housekeepers.*

## CONSUMO

A Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) é uma pesquisa amostral feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em todas as capitais, em nove regiões metropolitanas e regiões de desenvolvimento econômico,<sup>31</sup> que retrata o consumo das famílias brasileiras. A POF é divulgada a cada sete anos, sendo a última edição apresentada em 2009. Neste estudo são analisadas as POFs de 2002 a 2003 e de 2008 a 2009. Ao utilizar essas duas pesquisas, o estudo consegue explorar não apenas o perfil de consumo de cultura do brasileiro, como também sua evolução ao longo dessa década. Em 2003, foram analisadas 48,5 mil famílias. Com base neste número é possível expandir o estudo para todo o universo familiar brasileiro naquele ano, em um total de 48,6 milhões de famílias. Participaram da amostra, em 2009, pouco mais de 56 mil famílias, o que representa cerca de 57,8 milhões de famílias brasileiras.

Com o objetivo de refletir o consumo de produtos de cultura pelos brasileiros, foi necessário um grande tratamento da POF. Nessa pesquisa mais de dez mil produtos são reportados. Um primeiro trabalho foi filtrar esses produtos, selecionando os considerados como culturais.<sup>32</sup> Num segundo momento, esses produtos culturais foram alocados nas áreas delimitadas neste estudo, conforme citado a seguir:

## CONSUMPTION

*The Household Expenditure Survey (POF) is a sample study done by the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE) in all capitals of nine metropolitan regions and in regions of economic development,<sup>31</sup> portraying Brazilian household consumption. The POF is released every seven years, with the last edition published in 2009. In this study, the POF results of 2002 to 2003 and 2008 to 2009 are analysed. By using these two studies, this research can explore not only the profile of Brazilian Culture sector household consumption, but also its evolution throughout the decade. In 2003, 48.5 thousand families were analysed. Based on this number, it is possible to generalize this study to all Brazilian households that year - a total of 48.6 million families. In 2009, more than 56 thousand families participated in the study, representing nearly 57.8 million Brazilian families.*

*With the purpose of studying the Brazilian Culture sector household consumption, a broad analysis of the POF was required, since more than ten thousand products were reported. One of the first tasks involved was to sort through these products and select which were considered Cultural.<sup>32</sup> Later, these Cultural products were allocated to the areas restricted to this study, as follows:*

<sup>31</sup> As regiões analisadas são: Belém, Fortaleza, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba e Porto Alegre, no Município de Goiânia e no Distrito Federal. As regiões de desenvolvimento são: Região de Petrolina e Juazeiro; Teresina no Piauí; Distrito Federal e Entorno

<sup>32</sup> Em anexo estão os produtos filtrados e suas agregações em grandes grupos

<sup>31</sup> The regions analysed included: Belém, Fortaleza, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba and Porto Alegre, the Municipality of Goiania and the Federal District. The regions of development included: Region of Petrolina and Juazeiro; Teresina in the state of Piaui; Federal District and surrounding area.

<sup>32</sup> Attached are the filtered products and their aggregations in large groups

- Livro e Leitura: este grupo inclui livros não didáticos, revistas e coleções.
- Artes Cênicas e Música: esta classe de produtos se refere a apresentações ao vivo como teatros, além de bens musicais como violão, teclado, etc;
- Audiovisual: itens relacionados a vídeos, cinema; filmes; tv por assinatura; etc;
- Patrimônio e Instituições Culturais: instituições como museus, e exposições;
- Vitalidade e Diversidade Cultural: shows, boates, festas onde o consumidor pode participar de algum grupo cultural

O setor cultural possui um alto dinamismo inerente à sua atividade. “Novidades” são demandadas constantemente e, junto com os avanços tecnológicos, a oferta desse tipo de bem possui mudanças constantes. Se era possível observar um alto consumo com aluguel de fita de videocassete em 2003, esse valor reduziu drasticamente em 2009, sendo transferido para o aluguel de DVDs. Substituiu-se a tecnologia, porém o tipo de consumo de cultura não alterou. Dessa forma, esses produtos foram agregados do mesmo modo para análises de séries temporais.

Selecionados os produtos-alvo, as bases de dados foram filtradas para apresentar os domicílios que consumiram esses itens. Associados ao valor consumido de bens de cultura, levou-se em consideração:

- *Literary Culture and Publishing:*
- *This group includes books (excluding textbooks), magazines and collections.*
- *Performing Arts and Music:*
- *This class of products refers to live presentations such as theatre, as well as musical goods such as guitars, and keyboards, etc;*
- *Audiovisual:*
- *These are items related to videos, cinema, films, paid cable tv, etc;*
- *Cultural Heritage and Institutions:*
- *Museums, and Exhibitions;*
- *Cultural Vitality and Diversity*
- *Concerts, Nightclubs and Parties where the consumer can participate in a given Cultural group*

*The Culture sector possesses a great vitality that is inherent to its activity. “New Items” are constantly in demand and in conjunction with technological advances the offer of this type of product is always in flux. For example, though the high consumption of rental video cassette tapes was evident in 2003, this amount drastically dropped in 2009, being transferred to the rental of DVDs. The technology has changed, but the type of Cultural consumption has not. These products were therefore aggregated in the same way for time-series analyses.*

*After the selection of the target-products, the data bases were filtered to reveal the households that consumed these items. The following was considered in association with the amount of Cultural products consumed:*

- Escolaridade do Chefe da Família: para cada família foi relacionada uma pessoa de referência, que teve sua escolaridade medida em anos de estudo.
- Renda do Domicílio: domicílios mais abastados possuem maior disponibilidade a gastar em produtos de cultura.
- Tipo de consumo (monetário e não monetário): o consumo monetário é aquele que utiliza moeda para ser efetuado (cartão de crédito; débito; dinheiro; ou cheque), diferente do não monetário, feito a partir de trocas ou doações;
- Região Geográfica: Norte, Nordeste, Sudeste, Sul, Centro-Oeste.
- *Household Income: Higher-income households have more available income to spend on Cultural products.*
- *Type of Consumption (monetary and non-monetary) Monetary consumption is one where currency is used (credit card, debit, money or check) as opposed to non-monetary consumption, made through exchanges or donations;*
- *Geographic Region: North, Northeast, Southeast, South, Midwest.*

Com estas duas bases de dados, os filtros sobre os produtos consumidos, as características do domicílio e do tipo de aquisição, o trabalho é capaz de mostrar o perfil do consumo de cultura do brasileiro, fazendo uma divisão por região geográfica, anos de escolaridade e faixas de renda. Depois, esses quesitos foram relacionados ao tipo de aquisição (monetária e não monetária), relacionando-a com os investimentos governamentais e privados.

Para a análise do turismo de cultura, foram utilizados os microdados do Ministério do Turismo para o ano de 2013, baseados em uma amostra feita com viajantes em pontos de entrada e saída do país, como entrepostos aduaneiros, aeroportos e portos. Essa pesquisa avalia o motivo da viagem de seus participantes, a cidade de origem, quanto gastaram em suas compras, entre outras variáveis.

*With these two databases and the filters on products consumed, household characteristics and type of consumption, this research is capable of revealing the profile of Culture sector household consumption, broken down by geographic region, and income levels. Later, these characteristics were compared to type of purchase (monetary and non-monetary), which was then compared to governmental and private investments.*

*For the analysis of Cultural tourism, 2013 microdata from the Ministry of Tourism was used, based on a sample done with travellers at national entry and exit points, as well as at customs warehouses, airports and ports. This research evaluates the reason for travel, city of origin and amount spent on purchases, among other variables.*

Foram selecionados três grupos: todos os turistas; turistas com o objetivo de lazer; e turistas com o objetivo cultural. Para cada um desses três grupos foram analisados: o país de origem e o valor gasto no Brasil. Com essa análise, conseguiu-se verificar a origem dos viajantes interessados em cultura, *vis à vis* o turismo total e se, em média, são turistas que movimentam mais a economia no país. O trabalho utiliza expansão para o território nacional, capturando assim o turismo cultural internacional no Brasil.

#### NOTA TÉCNICA SOBRE O USO DA METODOLOGIA DE MATRIZ DE INSUMO-PRODUTO PARA O SETOR CULTURAL

##### Setor de Cultura traduzido em atividades econômicas

Para realizar qualquer exercício de estimativa da importância do setor de cultura para a economia, o primeiro passo consisti em traduzir a definição de cultura em termos de atividades econômicas que fazem parte da classificação de atividades adotada pelo Sistema Estatístico Nacional.

No caso do Brasil, a CNAE, versão 2.0, é a classificação oficialmente adotada pelo Sistema Estatístico Nacional para a produção de estatísticas por tipo de atividade econômica. A administração pública também utiliza essa classificação para a identificação da atividade econômica em cadastros e registros de pessoa jurídica.

*Three groups were selected: all tourists, leisure tourists and tourists with a Cultural purpose. For each of these three groups, country of origin and amount spent in Brazil were analysed. With this analysis, we were able to verify the origin of the travellers interested in Culture compared to tourists in general. This work can be applied to the national territory, thus capturing the international Cultural travel in Brazil.*

#### TECHNICAL NOTE ON THE USE OF INPUT-OUTPUT TABLE METHODOLOGY FOR THE CULTURAL SECTOR

##### Culture Sector translated into economic activities

*To perform any estimation exercise of the importance of the culture sector to the economy, the first step is translating the definition of culture in terms of economic activities that are part of the classification of activities adopted by the National Statistical System.*

*In Brazil, the CNAE, version 2.0, is the classification adopted by the National Statistical System for the production of statistics by type of economic activity. Public administration also uses this classification to identify economic activities in legal entity records and registers.*



O menor nível de desagregação existente para classificar uma atividade econômica na CNAE 2.0 é a subclasse. No presente trabalho, partiu-se da definição adotada para cultura para selecionar 37 subclasses da CNAE 2.0 que representariam o setor de cultura no Brasil. O trabalho realizado e descrito a seguir tomou por base as 37 relacionadas a seguir:

*The lowest level of existing breakdown for classifying an economic activity in CNAE 2.0 is the subclass. In this study, the starting point was the definition for culture to select 37 subclasses of CNAE 2.0, which would represent the culture sector in Brazil. The work carried out and described below was based on the following 37 subclasses:*

**RELAÇÃO DE ATIVIDADES ECONÔMICAS QUE REPRESENTAM O SETOR DE CULTURA NO PAÍS**  
**LIST OF ECONOMIC ACTIVITIES THAT REPRESENT THE CULTURE SECTOR IN THE COUNTRY**

<b>CÓDIGO DA SUBCLASS</b> <b>SUBCLASS CODE</b>	<b>DESCRIÇÃO</b> <b>DESCRIPTION</b>
1811302	Impressão de livros, revistas e outras publicações periódicas <i>Printing of books, magazines and other periodicals</i>
5811500	Edição de livros <i>Book publishing</i>
5821200	Edição integrada à impressão de livros <i>Editing integrated into book printing</i>
5911101	Estúdios cinematográficos <i>Film studios</i>
5911102	Produção de filmes para publicidade <i>Film production for advertising</i>
5911199	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente <i>Film production, video and TV programme production activities not previously specified</i>
5912001	Serviços de dublagem <i>Dubbing services</i>

CONT.

CONT.

CÓDIGO DA SUBCLASS SUBCLASS CODE	DESCRIÇÃO DESCRIPTION
5913800	Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão <i>Film, video and television programmes distribution</i>
5914600	Atividades de exibição cinematográfica <i>Cinematographic exhibition activities</i>
5920100	Atividades de gravação de som e de edição de música <i>Sound recording and music editing activities</i>
6010100	Atividades de rádio <i>Radio activities</i>
6021700	Atividades de televisão aberta <i>Broadcast television activities</i>
6022501	Programadoras <i>Programmers</i>
6022502	Atividades relacionadas à televisão por assinatura, exceto programadoras <i>Activities related to pay-TV, except programmers</i>
8592901	Ensino de dança <i>Dance education</i>
8592902	Ensino de artes cênicas, exceto dança <i>Performing arts education, except dance</i>
8592903	Ensino de música <i>Music education</i>
8592999	Ensino de arte e cultura não especificado anteriormente <i>Art and culture education not previously specified</i>

CONT.

CONT.

CÓDIGO DA SUBCLASS SUBCLASS CODE	DESCRIÇÃO DESCRIPTION
9001901	Produção teatral <i>Theatrical production</i>
9001902	Produção musical <i>Music production</i>
9001903	Produção de espetáculos de dança <i>Production of dance performances</i>
9001904	Produção de espetáculos circenses, de marionetes e similares <i>Production of circus shows, puppets and similar</i>
9001905	Produção de espetáculos de rodeios, vaquejadas e similares <i>Production of [horse and cow] rodeo shows and similar</i>
9001906	Atividades de sonorização e de iluminação <i>Sound and lighting activities</i>
9001999	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares não especificados anteriormente <i>Performing arts, shows and additional activities not previously specified</i>
9002701	Atividades de artistas plásticos, jornalistas independentes e escritores <i>Activities of plastic artists, independent journalists and writers</i>
9002702	Restauração de obras de arte <i>Restoration of works of art</i>
9003500	Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas <i>Management of spaces for performing arts, shows and other artistic activities</i>
9101500	Atividades de bibliotecas e arquivos <i>Activities of libraries and archives</i>

CONT.  
CONT.

CÓDIGO DA SUBCLASS SUBCLASS CODE	DESCRIÇÃO DESCRIPTION
9102301	Atividades de museus e de exploração de lugares e prédios históricos e atrações similares <i>Activities of museums and exploration of historic places and buildings and similar attractions</i>
9102302	Restauração e conservação de lugares e prédios históricos <i>Restoration and conservation of historic places and buildings</i>
9103100	Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental <i>Activities of botanical gardens, zoos, national parks, ecological reserves and environmental protection areas</i>
9321200	Parques de diversão e parques temáticos <i>Amusement parks and theme parks</i>
9329801	Discotecas, danceterias, salões de dança e similares <i>Discos, nightclubs, dance halls and similar</i>
9329804	Exploração de jogos eletrônicos recreativos <i>Exploration of recreational electronic games</i>

Fonte | Source  
IBGE

Efeito direto, indireto e induzido

A forma mais usual de se mensurar a contribuição econômica de um determinado setor é calcular sua participação no PIB, a quantidade de empregos gerados e a massa salarial paga às pessoas ocupadas no setor.

Direct, indirect and induced effect

The most common way to measure the economic contribution of a particular industry is to calculate its share of GDP, the number of jobs created and wages paid to people employed in the sector.

O PIB é o agregado macroeconômico mais conhecido e mensura a capacidade de uma determinada economia de gerar *valor*. Esse valor é distribuído pela sociedade na forma de renda. A sociedade, por sua vez, utiliza essa renda na forma de consumo final (das famílias, do governo e das instituições sem fins de lucro), formação bruta de capital fixo mais a variação de estoques e exportações. Por essa razão, o PIB pode ser expresso por três óticas:

- a) Ótica da produção: o PIB é igual ao valor bruto da produção, a preços básicos, menos o consumo intermediário, a preços de consumidor, mais os impostos, líquidos de subsídios, sobre produtos;
- b) Ótica da demanda: o PIB é igual à despesa de consumo das famílias, mais o consumo do governo, mais o consumo das instituições sem fins de lucro a serviço das famílias (consumo final), mais a formação bruta de capital fixo, mais a variação de estoques, mais as exportações de bens e serviços, menos as importações de bens e serviços;
- c) Ótica da renda: o PIB é igual à remuneração dos empregados, mais o total dos impostos, líquidos de subsídios, sobre a produção e a importação, mais o rendimento misto bruto, mais o excedente operacional bruto.<sup>33</sup>

*GDP is the best known macroeconomic aggregate and measures the capacity of a given economy to generate value. This value is distributed by society as income. Society, in turn, uses this income as final consumption (of households, government and non-profit institutions), gross fixed capital formation plus changes in inventories and exports. For this reason, GDP can be expressed by three points of view:*

- a) *Production perspective - GDP is equal to gross value of production at producer prices, minus intermediate consumption at consumer prices, plus taxes, minus subsidies on products;*
- b) *Demand perspective - GDP is equal to household consumption expenditure, plus government consumption, plus consumption of non-profit institutions working for families (final consumption), plus gross fixed capital formation, plus the change in inventories, plus exports of goods and services, minus imports of goods and services;*
- c) *Income perspective - GDP is equal to compensation of employees, plus the total of taxes minus subsidies on production and imports, plus gross mixed income, plus gross operating surplus.<sup>33</sup>*

<sup>33</sup> IBGE. Sistema de Contas Nacionais – Brasil. Referência 2010. Nota Metodológica nº 05. Glossário e Referências. Disponível em [ftp://ftp.ibge.gov.br/Contas\\_Nacionais/Sistema\\_de\\_Contas\\_Nacionais/Notas\\_Metodologicas\\_2010/05\\_glossario\\_referencias.pdf](ftp://ftp.ibge.gov.br/Contas_Nacionais/Sistema_de_Contas_Nacionais/Notas_Metodologicas_2010/05_glossario_referencias.pdf). Acesso em 20/04/2015.

<sup>33</sup> IBGE. System of National Accounts - Brazil. Reference 2010. Methodological Note No. 05. Glossary and References. Available at [ftp://ftp.ibge.gov.br/Contas\\_Nacionais/Sistema\\_de\\_Contas\\_Nacionais/Notas\\_Metodologicas\\_2010/05\\_glossario\\_referencias.pdf](ftp://ftp.ibge.gov.br/Contas_Nacionais/Sistema_de_Contas_Nacionais/Notas_Metodologicas_2010/05_glossario_referencias.pdf). Accessed on 04/20/2015.

Contudo, a contribuição econômica de um setor não se resume apenas à sua participação direta no PIB ou aos empregos gerados e salários pagos. Qualquer atividade econômica necessita de insumos que são adquiridos de fornecedores, que também geram valor e emprego. Além do mais, esses fornecedores também têm seus próprios fornecedores que, ao serem acionados, geram valor e emprego.

Essa cadeia de impactos prolonga-se de forma indefinida, mas é possível de ser matematicamente determinada por meio da matriz insumo-produto.<sup>34</sup> Por fim, parte dos salários pagos pelas empresas atuantes no setor em análise e pelos seus fornecedores é convertida em consumo de novos bens e serviços, gerando um impacto econômico adicional na economia, conhecido como efeito induzido ou efeito-renda.

A contribuição econômica de um setor é, portanto, mensurada como a soma de três componentes. O primeiro deles é o efeito direto, que corresponde aos empregos, salários e valor adicionado gerado pelo setor objeto da análise. O segundo - efeito indireto - refere-se ao impacto econômico gerado pela compra de matérias-primas e insumos pelo setor cuja contribuição está sendo mensurada. Por fim, a cadeia de produção no qual o setor objeto da análise está incluído paga salários aos seus funcionários, que gastam parte deles em consumo de bens e serviços. Este consumo gera impactos econômicos no restante da economia, que correspondem ao efeito induzido.

*However, the economic contribution of an industry is not just its direct share of GDP or the jobs created and wages paid. Any economic activity requires inputs that are purchased from suppliers that also create value and jobs. Moreover, these suppliers also have their own suppliers which, when activated, create value and jobs.*

*This chain of impacts extends indefinitely, but it is possible to be mathematically defined by the Input-Output Table.<sup>34</sup> Finally, part of the salaries paid by companies operating in a given sector and their suppliers is converted into consumption of new goods and services, generating an additional economic impact in the economy, known as induced effect or income effect.*

*The economic contribution of a sector is therefore measured as the sum of three components. The first is the direct effect, which corresponds to jobs, wages and added value generated by the sector contemplated by this analysis. The second - indirect effect - refers to the economic impact generated by the purchase of raw materials and inputs by the sector whose contribution is being measured. Finally, the production chain where the sector contemplated by the analysis is included pays wage to its employees, who spend part of them on consumer goods and services. This consumption generates economic impacts on the rest of the economy, which correspond to the induced effect.*

<sup>34</sup> Mais especificamente, pela matriz de Leontief.

<sup>34</sup> More specifically by the matrix of Leontief.



A mensuração desses três impactos é realizada com base em informações do Sistema de Contas Nacionais, em particular em informações relativas à Matriz insumo-produto que são parte integrante do Sistema de Contas Nacionais. Uma Matriz de Insumo-Produto é descrita normalmente como uma matriz de coeficientes técnicos diretos que apresenta o quanto determinada atividade econômica necessita consumir das demais atividades para que possa produzir uma unidade monetária adicional.

No Brasil, o Sistema de Contas Nacionais é elaborado e publicado pelo IBGE. Em março desse ano, o IBGE disponibilizou os resultados da nova série do Sistema de Contas Nacionais, tendo como referência o ano de 2010.<sup>35</sup> Segundo o IBGE, a série do Sistema de Contas Nacionais - referência 2010, além de adequar-se às recomendações internacionais presentes no novo manual *System of national accounts 2008*, *SNA 2008*, é aperfeiçoada em diversos pontos: adoção de nova classificação de produtos e atividades integrada com a CNAE 2.0; introdução dos resultados de outras pesquisas realizadas pelo IBGE, como Pesquisa de Orçamentos Familiares - POF 2008-2009 e Censo Demográfico 2010; atualização da matriz de consumo intermediário, bem como das margens de comércio e de transporte com base em pesquisas específicas; e atualização das estruturas de impostos e utilização das informações da Declaração do Imposto de Renda de Pessoa Física, obtidas na Secretaria da Receita Federal.

*The measurement of these three impacts is performed based on information from the National Accounts System, in particular information regarding the Input-Output Table, which is part of the System of National Accounts. An Input-Output Table is usually described as a matrix of direct technical coefficients showing how certain economic activity needs to consume from other activities to be able to produce an additional currency.*

*In Brazil, the System of National Accounts is prepared and published by the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE). In March this year, IBGE made available the results of the new series of the System of National Accounts with reference to 2010.<sup>35</sup> According to IBGE, the series of the System of National Accounts - Reference 2010, in addition to adapt to the international recommendations found in the new handbook called *System of national accounts 2008*, *SNA 2008*, is improved in several points: adoption of a new classification of products and activities integrated with CNAE 2.0; introduction of results of other surveys conducted by IBGE such as Household Budget Survey - POF 2008-2009 and Population Census 2010; update of intermediate consumption matrix, as well as trade and transport margins based on specific surveys; and update of tax structures and use of information from Income Tax Return of Individuals, obtained from the Internal Revenue Service.*

<sup>35</sup> A publicação ocorreu em março de 2015, mas houve atualização em abril de 2015.

<sup>35</sup> The publication took place in March 2015 but was updated in April 2015.

No que tange à Matriz Insumo-produto, a última publicação do IBGE foi em 2008, apresentando dados relativos ao ano de 2005. Essa publicação foi anterior, portanto, à implantação do novo Sistema de Contas Nacionais - referência 2010. Contudo, ao publicar o novo Sistema em março de 2015, o IBGE publicou as Tabelas de Recursos e Usos - TRU para os anos de 2010 e 2011. A TRU é a base para a construção da matriz insumo-produto, pois apresenta os fluxos intersetoriais entre todas as atividades econômicas.

O presente trabalho baseou-se nas informações contidas no novo Sistema de Contas Nacionais, em particular nas Tabelas de Recursos e Usos (TRU). A metodologia adotada será detalhada a seguir.

#### Metodologia para estimar a matriz insumo-produto a partir de dados da TRU

A Matriz Insumo-Produto de 2011 foi estimada com base na TRU de 2011 e seguindo a metodologia de Guilhoto (2005 e 2010). A TRU apresenta seis tipos de informações:

1. Oferta de 128 produtos, a preços ao consumidor, margens de lucro e de transporte, impostos e subsídios, e por fim a oferta a preços básicos (preços do consumidor menos margens e impostos);
2. Produção dos 128 produtos, de acordo com cada um dos 68 setores que representam a economia brasileira;
3. Valores de importação dos 128 produtos;
4. Consumo Intermediário dos 128 produtos, pelos 68 setores;
5. Demanda final dos produtos;
6. Valor agregado gerado pelos setores.

*Regarding the Input-Output Table, the latest publication of IBGE was in 2008, with data for 2005. Therefore this publication was prior to the implementation of the new System of National Accounts - reference 2010. However, by publishing the new System in March 2015, IBGE published the Tables of Resources and Uses - TRU for 2010 and 2011. The Table of Resources and Uses (TRU) is the basis for building the Input-Output Table, since it has inter-sectoral flows among all the economic activities.*

*This study was based on information contained in the new System of National Accounts, particularly in the Tables of Resources and Uses. The methodology will be detailed below.*

#### *Methodology for estimating the Input-Output Table based on data from TRU*

*The 2011 Input-Output Table was estimated based on the 2011 TRU and following the methodology of Guilhoto (2005 and 2010). The TRU has six types of information:*

- 1. Total offer of 128 products, at consumer prices, profit and transport margins, taxes and subsidies, and finally the offer at producer prices (consumer prices less margins and taxes);*
- 2. Total production of 128 products, according to each of the 68 sectors representing the Brazilian economy;*
- 3. Import values of 128 products;*
- 4. Intermediate consumption of 128 products by 68 sectors;*
- 5. Final demand of products;*
- 6. Added value generated by sectors.*

O primeiro passo consistiu em transformar o que estava valorado a preços do consumidor para valores a preços básicos. Para isso, foi necessário subtrair as margens de transporte e de comércio, além dos impostos incidentes sobre cada produto.

Como as margens de transporte e de comércio e impostos estão mensurados para cada um dos 128 produtos, e esses produtos podem ser produzidos por cada um dos 68 setores, foi necessário distribuir esses valores entre os setores produtores de determinado produto. Um coeficiente de proporcionalidade foi utilizado para fazer essa divisão. Para cada produto, as margens e os impostos foram divididos entre os setores que o produziram, de acordo com o consumo intermediário e com a demanda de cada atividade por setor.

Na TRU de 2011, disponibilizada pelo IBGE, houve uma nova segmentação dos produtos Transporte e Comércio. O Transporte foi dividido em:

- Transporte terrestre de carga;
- Transporte terrestre de passageiros;
- Transporte aquaviário;
- Transporte aéreo.

Enquanto o comércio foi dividido em:

- Comércio e reparação de veículos;
- Comércio por atacado e a varejo, exceto veículos automotores.

*The first step was to transform what was valued at consumer prices for values at producer prices. For this, it was necessary to subtract transport and trade margins, in addition to taxes levied on each product.*

*Since transport and trade margins and taxes are measured for each of the 128 products, and these products can be produced by each of the 68 sectors, it was necessary to distribute these values among producing sectors of a certain product. A coefficient of proportionality was used to make this division. For each product, margins and taxes were divided among the sectors that produced it, according to the intermediate consumption and demand of each activity by sector.*

*In the 2011, TRU made available by IBGE, there was a new segmentation of Transport and Trade products. Transport was divided into:*

- *Inland freight transport;*
- *Overland passenger transport;*
- *Waterway transport;*
- *Air transport.*

*While trade was divided into:*

- *Trade and repair of vehicles;*
- *Wholesale trade and retail trade, except motor vehicles.*

Como a margem de comércio e de transporte embutidas nos preços ao consumidor não seguem essa divisão, optou-se por agregar os quatro produtos de Transporte em apenas um (Transporte) e os dois produtos de Comércio em apenas um (Comércio). Dessa forma, foi possível estimar a Matriz Insumo-Produto para o ano de 2011.

### Metodologia para apuração do efeito direto

No presente estudo, o impacto direto foi medido em termos de participação do setor de cultura no PIB do país. O IBGE, órgão responsável pela elaboração e publicação das contas nacionais, publicou recentemente – em março de 2015, com atualização em abril de 2015 – os resultados da nova série do Sistema de Contas Nacionais, tendo como referência o ano de 2010. Como parte dessa publicação, foram divulgadas as Tabelas de Recursos e Usos (TRU) para os anos de 2010 e 2011, com um maior nível de detalhamento de produtos e atividades do que a TRU anterior. As séries atuais da TRU de 2010 e 2011 apresentam informações segmentadas para 68 grupos de atividades e 128 produtos que representam toda a atividade econômica do país. Uma das informações apresentadas é o Valor Adicionado Bruto (VAB) por cada um dos 68 grupos.

O Valor Adicionado Bruto é definido, pelo IBGE, como o valor que uma atividade agrega aos bens e serviços consumidos no seu pro-

*As trade and transport margins embedded in consumer prices do not follow this division, it was decided to add the four products of Transport in only one (Transport) and the two products of Trade in only one (Trade). Thus, it was possible to estimate the Input-Output Table for 2011.*

### *Methodology to estimate the direct effect*

*In this study, the direct impact was measured in terms of participation of the culture sector in the GDP of the country. The IBGE, body responsible for the preparation and publication of national accounts, published recently - March 2015, updated in April 2015 - the results of the new series of the System of National Accounts, referring to 2010. As part of this publication the Tables of Resources and Uses (TRU) for 2010 and 2011 were disclosed, with a higher level of details of products and activities than the previous TRU. The current series of the 2010 and 2011 TRU presents segmented information for 68 activity groups and 128 products representing the entire economic activity in the country. One of the information presented is the Gross Value Added (GVA) for each of the 68 groups.*

*Gross Added Value is defined by IBGE as the value that an activity adds to goods and services consumed in its production process, being obtained by the difference between Gross Value of Production (GVP) and the total of*

cesso produtivo, sendo obtido pela diferença entre o Valor Bruto da Produção (VBP) e o total do Consumo Intermediário.<sup>36</sup> O VAB representa a contribuição direta das diversas atividades econômicas ao PIB. Nesse ponto, é importante compreender a diferença de conceitos entre PIB e Valor Adicionado Bruto.

O Valor Adicionado Bruto não inclui os impostos líquidos de subsídios sobre produtos, pois essa variável não é identificável por atividade econômica. Já o PIB inclui esses impostos. Por essa razão, diz-se que o VAB é computado a preços básicos, ao passo que o PIB é apresentado a preços de mercado. Segundo o IBGE:

O PIB corresponde à soma do valor adicionado a preços básicos das atividades econômicas mais o total dos impostos, líquido de subsídios, sobre produtos.<sup>37</sup>

A Tabela de Usos de Bens e Serviços – que é parte da TRU de 2011 – apresenta o VAB e suas principais componentes (remunerações, excedente operacional bruto, rendimento misto bruto e valor bruto da produção) para cada um dos 68 grupos de atividades econômicas que representam a economia brasileira. O primeiro passo foi identificar em qual desses 68 grupos de atividades estavam as 37 subclasses da CNAE que representam o setor de cultura. Para tanto, utilizou-se informação fornecida pelo IBGE, que detalha para cada um dos 68 grupos quais são as atividades que os compõem em termos da CNAE. No caso das atividades culturais, estas estão presentes em seis dos 68 grupos da TRU:

*Consumption Intermediate.<sup>36</sup> GVA represents the direct contribution of various economic activities to GDP. At this point, it is important to understand the difference between the concepts of GDP and Gross Value Added.*

*Gross Added Value does not include taxes less subsidies on products, because this variable is not recognizable by economic activity. On the other hand, GDP includes these taxes. For this reason, it is said that GVA is calculated at producer prices, while GDP is presented at market prices. According to the IBGE:*

*GDP is the sum of value added at producer prices of economic activities plus the total of taxes less subsidies on products.<sup>37</sup>*

*The Table of Uses of Goods and Services - which is part of the 2011 TRU - shows GVA and its main components (wages, gross operating surplus, gross mixed income and gross value of production) for each of the 68 groups of economic activities representing the Brazilian economy. The first step was to identify in which of these 68 groups of activities were the 37 subclasses of the CNAE that represent the culture sector. Therefore, we used information provided by IBGE, describing for each of the 68 groups which are the activities that make up in terms of CNAE. In the case of cultural activities, these are present in six of the 68 groups of the TRU:*

- *Printing and reproduction of recorded media (code 1800 of the TRU)*

<sup>36</sup> Bens e serviços utilizados como insumos no processo de produção.

<sup>36</sup> Goods and services used as inputs in the production process.

<sup>37</sup> System of National Accounts. Brazil

<sup>37</sup> Sistema de Contas Nacionais. Brasil. 2010-2011

- Impressão e reprodução de gravações (código 1800 da TRU)
- Edição e edição integrada à impressão (código 5800 da TRU)
- Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem (código 5980 da TRU)
- Educação pública (código 8591 da TRU)
- Educação privada (código 8592 da TRU)
- Atividades artísticas, criativas e de espetáculos (código 9080 da TRU)
- *Editing and editing integrated into printing (code 5800 of the TRU)*
- *Activities of television, radio, film, and recording/sound and image editing (code 5980 of the TRU)*
- *Public education (code 8591 of the TRU)*
- *Private Education (code 8592 of the TRU)*
- *Artistic, creative and show activities (code 9080 of the TRU)*

Contudo, desses seis conjuntos de atividades, apenas um é constituído exclusivamente por atividades culturais: “Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem”. Os demais cinco conjuntos de atividades são compostos por atividades culturais e por outras atividades não culturais. Tome-se o exemplo do grupo “Atividades artísticas, criativas e de espetáculos”, que é composto por atividades culturais, atividades de exploração de jogos de azar e apostas e atividades esportivas e de recreação e lazer.

Para cada um dos cinco conjuntos de atividades, foram criados direcionadores para extrair do VAB a parcela que caberia ao setor cultural. Os direcionadores foram construídos a partir de bancos de dados auxiliares divulgados pelo próprio IBGE e pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). Os bancos de dados auxiliares utilizados foram: Pesquisa Industrial Anual (PIA) – Empresa, Pesquisa Industrial Anual (PIA) – Produto, Pesquisa Anual de Serviços

*However, of these six sets of activities only one is made up solely of cultural activities: “Activities of television, radio, film, and recording/sound and image editing.” The other five sets of activities are composed of cultural activities and other non-cultural activities. Take the example of the group “artistic, creative and show activities”, which consists of cultural activities, exploration activities of gambling and betting, and sports, recreation and leisure activities.*

*Guiding criteria were created for each of the five sets of activities to extract from GAV the share that would be of the cultural sector. The drivers were built from ancillary databases disclosed by the IBGE itself and by the Ministry of Labour and Employment (MTE). The ancillary databases used were the Annual Industrial Research (PIA) - Company Annual Industrial Research (PIA) - Product, the Annual Survey of Services (PAS) and the RAIS. In all cases, the resulting information of 2011 was used, the same year of the last TRU disclosed by IBGE. The way how the guiding criteria were built is described below for each set of activities.*

(PAS) e RAIS. Em todos os casos, foram utilizadas as informações de 2011, mesmo ano da última TRU divulgada pelo IBGE. A forma como os direcionadores foram construídos está descrita a seguir para cada conjunto de atividades.

### Impressão e reprodução de gravações

Esse conjunto de atividades é composto por todas as atividades da divisão 18 da CNAE, o que compreende as atividades de impressão de vários tipos de materiais (jornais, revistas, livros, material de segurança, entre outros), serviços de pré-impressão e acabamentos gráficos e reprodução de materiais gravados em qualquer suporte. Apenas a atividade de “impressão de livros, revistas e outras publicações periódicas” é considerada como atividade que faz parte do setor de cultura.

Foram utilizadas informações contidas na PIA - Empresa para se obter o VBP e o total do consumo intermediário para o segmento de impressão de vários tipos de materiais. Na PIA - Produto, foram buscadas informações de VBP para os produtos relativos ao setor de cultura. Ressalta-se que, nesse caso, o VAB foi calculado para a produção de três produtos específicos, quais sejam:

- Catálogos de museus, bibliotecas e semelhantes, impressos sob encomenda
- Livros, brochuras ou impressos literários, impressos sob encomenda
- Publicações periódicas (exceto revistas), impressas sob encomenda: apenas 30% da produção desse produto foi computada

### Printing and reproduction of recorded media

*This set of activities consists of all activities by division 18 of the CNAE, which comprises printing activities of various types of materials (newspapers, magazines, books, safety material, etc.), pre-printing services and graphic finishing and reproduction of recorded material in any format. the sole activity of “printing of books, magazines and other periodicals” is considered an activity that is part of the culture industry.*

*Information contained in the PIA - Company was used to obtain the GVP and the total of intermediate consumption for the printing segment of various types of materials. In the PIA - Product, GVP information was sought for products related to the culture sector. It is noteworthy that in this case, the GVP was calculated for the production of three specific products, namely:*

- *Catalogues of museums, libraries and similar, printed under request*
- *Books, brochures or literary printed material, printed under request*
- *Periodicals (except magazines), printed under request: only 30% of the production of this product was computed*



A partir de relações entre VBP, VAB e o total do consumo intermediário contidas nesses dois bancos de dados auxiliares, foi realizada uma estimativa do VBP e do consumo intermediário desses três produtos. Ademais, foram utilizados os dados de emprego e de quantidade de estabelecimentos provenientes da RAIS para se analisar eventuais diferenças no perfil das atividades que compõem o grupo “Impressão e reprodução de gravações”.

### Edição e edição integrada à impressão

Esse conjunto de atividades é composto por todas as atividades da divisão 58 da CNAE, o que compreende as atividades de edição e edição integrada à impressão de livros, jornais, revistas e outras atividades de edição. Apenas as atividades de edição e de edição integrada à impressão de livros fazem parte do setor de cultura, na forma definida nesse trabalho.

Nesse caso, não havia informações desagregadas na Pesquisa Anual de Serviços (PAS) que pudessem ser utilizadas para a construção do direcionador. Utilizaram-se então as informações da RAIS para se construir um direcionador baseado na quantidade de horas trabalhadas e no salário por hora.<sup>38</sup>

*From relations between the GVP, the GAV and the total of intermediate consumption contained in these two ancillary databases, an estimate of GVP and intermediate consumption of these three products was conducted. Furthermore, data of employment and number of establishments from the RAIS was used to analyse any differences in the profile of activities that make up the group “Printing and reproduction of recorded media”.*

### *Editing and editing integrated into printing*

*This set of activities consists of all activities of division 58 of the CNAE, which comprises the activities of editing and editing integrated into printing of books, newspapers, magazines and other editing activities. Only the activities of editing and editing integrated into printing of books are part of the culture sector, as defined in this work.*

*In this case, there was no information disaggregated in the Annual Survey of Services (PAS) that could be used to build the driver. Then, information from the RAIS was used to build a guiding criteria based on the number of hours worked and hourly wage.<sup>38</sup>*

<sup>38</sup> A construção do direcionador baseia-se em método empregado por Brene (2013) para estimar Valor Bruto da Produção com base em dados da RAIS.

<sup>38</sup> The construction of the driver is based on method used by Brene (2013) to estimate Gross Value of Production based on data from the RAIS.

## Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem

Nesse caso, não foi necessário realizar qualquer estimação, pois todas as atividades contidas nesse grupo fazem parte da definição de setor de cultura adotada nesse trabalho. Desse modo, o VAB mensurado pelo IBGE para esse grupo foi integralmente computado no VAB do setor de cultura.

## Educação pública

Esse conjunto de atividades é composto por todas as atividades da divisão 85, o que compreende a educação infantil e ensino fundamental, o ensino médio, a educação superior, a educação profissional de nível técnico e tecnológico, as atividades de apoio à educação, atividades de ensino de esporte, de artes, de idiomas, entre outros. Apenas as atividades de ensino de arte e cultura compõem o setor de cultura, na forma definida nesse trabalho.

Nesse caso, não havia informações desagregadas na Pesquisa Anual de Serviços (PAS) que pudessem ser utilizadas para a construção do direcionador. Utilizaram-se então as informações da RAIS para se construir um direcionador baseado na quantidade de horas trabalhadas e no salário por hora. Destaca-se que na RAIS foram considerados os dados de estabelecimentos cuja atividade principal fosse ensino de dança, ensino de artes cênicas ou ensino

## Activities of television, radio, film and recording/sound and image editing

*It was not necessary to perform any estimation in this case because all the activities contained in this group are part of the definition of culture sector adopted in this work. Thus the GVA measured by IBGE for this group was fully computed in the GVA of the culture industry.*

## Public education

*This set of activities consists of all activities of division 85, which includes childhood education and basic education, secondary education, higher education, vocational education of technical and technological level, education support activities, sports education activities, arts, languages, among others. Only art and culture education activities make up the culture sector, as defined in this work.*

*In this case, there was no information disaggregated in the Annual Survey of Services (PAS) that could be used to build a guiding criteria. The information from the RAIS was then used to build a guiding criteria based on the number of hours worked and hourly wage. It is noteworthy that in the RAIS the considered data came from establishments where dance education was the core activity. That is, establishments that have professionals of dance, performing arts or music within their staff but whose core activity is not the teaching of these*

de música. Ou seja, estabelecimentos que têm profissionais de dança, de artes cênicas ou de música no seu quadro de empregados, mas cuja atividade principal não seja o ensino dessas modalidades, não foram computados no cálculo do Valor Acrescentado Bruto (VAB).

Por fim, ressalta-se que a Tabela de Recurso e Uso (TRU) segmenta educação pública da educação privada. Portanto, as informações da RAIS foram também segmentadas segundo a natureza jurídica do estabelecimento para a construção do direcionador.

### Educação privada

Esse grupo de atividades é idêntico ao anterior, sendo que nesse caso, trata-se das atividades de educação prestadas por instituições privadas. O procedimento adotado para a construção do indicador foi o mesmo descrito para educação pública.

### Atividades artísticas, criativas e de espetáculos

Esse conjunto de atividades é composto por todas as atividades das divisões 90 a 93 da CNAE, o que compreende as atividades artísticas, criativas e de espetáculos, as atividades ligadas ao patrimônio cultural e ambiental, as atividades de exploração de jogos de azar e apostas e as atividades esportivas e de recreação e lazer. Apenas uma parte dessas atividades compõe o setor de cultura, na forma definida nesse trabalho.

*modalities, were not included in the calculation of Gross Value Added (GVA).*

*Finally, we emphasize that the Table of Resource and Use (TRU) segments public education and private education. Therefore, the RAIS information has also been segmented by legal nature of the establishment to build the building criteria.*

### Private education

*This group of activities is identical to the previous one, but in this case it is education activities provided by private institutions. The procedure adopted to build the indicator was the same described for public education.*

### Artistic, creative and show activities

*This set of activities consists of all activities of divisions 90-93 of the NCEA, which comprises artistic, creative and show activities, activities related to cultural and environmental heritage, exploration activities of gambling and betting, and sports, recreation and leisure activities. Only part of these activities make up the culture sector, as defined in this work.*

*In this case, the ancillary database was PAS and it was verified if there was information about the GVP and intermediate consumption for subgroups of this set of activities. The only information available refers to sports activities. Thus, the initial procedure was to extract the*

Nesse caso, o banco auxiliar de dados foi a PAS e foi verificado se havia informações de VBP e de consumo intermediário para sub-grupos desse conjunto de atividades. As únicas informações disponíveis referem-se a atividades esportivas. Assim, o procedimento inicial foi extrair do VAB desse grupo o VAB relativo às atividades esportivas. Contudo, o VAB restante ainda considerava algumas atividades que estavam fora da definição do setor de cultura. Utilizaram-se então as informações da RAIS para se construir um direcionador baseado na quantidade de horas trabalhadas e no salário por hora.

### Representação dos efeitos indiretos e induzidos

Como comentado, o efeito indireto refere-se à geração de renda e emprego que um setor engendra por aumentar a demanda de seus fornecedores. Já o efeito induzido refere-se à demanda estimulada por todas as pessoas ocupadas no setor e na cadeia de fornecedores diretos. Para se mensurar esses efeitos, utiliza-se a matriz insumo-produto.

O principal resultado gerado pela matriz insumo-produto consiste nos multiplicadores de produção para cada setor. O multiplicador representa o valor total de produção de toda a economia que é acionado para atender à variação de uma unidade na demanda final de um setor econômico. Esse valor total corresponde à soma do efeito direto com o efeito

*GAV relating to sports activities from the GAV of this group. However, the remaining GAV still considered some activities that were outside the definition of the culture sector. Then information from the RAIS was used to build a guiding criteria based on the number of hours worked and hourly wage.*

### Representation of indirect and induced effects

*As mentioned, the indirect effect refers to the generation of income and employment a sector gives rise to by increasing demand of its suppliers, while the induced effect refers to a demand stimulated by all people employed in the sector and in the chain of direct suppliers. The Input-Output Table is used to measure these effects;*

*The main result generated by the Input-Output Table consists of production multipliers for each sector. The multiplier represents the total amount of production of the entire economy that is triggered to meet the variation of a unit in the final demand of an economic sector. This total amount corresponds to the sum of the direct and indirect effects. From the production multiplier it is possible to calculate other multipliers such as employment and remuneration (salaries and charges).*

*The induced effect is also expressed through multipliers, but in this case some algebraic manipulations are required in the Input-Output*

indireto. A partir do multiplicador de produção, é possível calcular outros multiplicadores, como os de emprego e de remuneração (salários e encargos).

O efeito induzido também é expresso por meio de multiplicadores, mas nesse caso, são necessárias algumas manipulações algébricas na matriz insumo-produto para se calcular os multiplicadores apropriados para captar o efeito induzido.<sup>39</sup>

O presente estudo calculou multiplicadores de produção, emprego e remuneração para o setor de *Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem*, que é constituído exclusivamente por atividades que nesse estudo foram classificadas como “culturais”. Dentro do setor de cultura, esse grupo foi o que apresentou maior participação no VAB da economia brasileira (0,4%).

*Table to calculate proper multipliers to capture the induced effect.<sup>39</sup>*

*This study estimated multipliers of production, employment and remuneration for the sector of Activities of television, radio, film, and recording/sound and image editing, which is composed exclusively of activities that were classified as “cultural” in this study. Within the culture industry, this group showed the largest share of GVA of the Brazilian economy (0.4%).*

<sup>39</sup> Feijó (2004) e Guilhoto (2004)

<sup>39</sup> Feijó (2004) and Guilhoto (2004)