

Economia da Cultura

Fernando Lopes

5




**Curso de Extensão
em Administração
Pública da Cultura**

Ministério da
Cultura

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA


UFRGS
UNIVERSIDADE FEDERAL
DO RIO GRANDE DO SUL


ESCOLA DE
ADMINISTRAÇÃO

EXPEDIENTE

Governo Federal

Presidente da República Federativa do Brasil | Dilma Vana Rousseff

Vice-Presidente da República Federativa do Brasil | Michel Temer

Ministra da Cultura | Marta Suplicy

Secretária Executiva | Ana Cristina da Cunha Wanzeler

Secretário de Articulação Institucional (substituto) | Bernardo da Mata Machado

Universidade do Rio Grande do Sul

Reitor | Carlos Alexandre Netto

Vice-Reitor | Rui Vicente Oppermann

Pró-Reitora de Extensão | Sandra de Deus

Diretor da Escola de Administração | Hugo Fridolino Müller Neto

Chefe do Departamento de Ciências da Administração | Takeyoshi Imasato

CONTEÚDO E EXECUÇÃO

Equipe Técnica

Coordenação | Rosimeri Carvalho da Silva

Vice-Coordenação | Sueli Goulart

Analista Técnica | Eloise Helena Livramento Dellagnelo

Corpo Docente | Cristina Amélia Pereira de Carvalho, Diogo Demarco, Eloise Helena Livramento Dellagnelo, Fernando Lopes, José Marcio Barros, Maria Ceci Misoczky, Mariana Baldi, Rogério Fae, Sueli Goulart.

Equipe de apoio | Felipe Amaral Borges, Fernanda Acosta, Guillermo Cruz, Maria do Carmo Dambroz, Patrícia Tometich, Willian Ansolin.

Projeto Gráfico e Diagramação | Márcia Mylius

L864e LOPES, Fernando dias.

Economia da cultura/Fernando Dias Lopes. - Porto Alegre: Ministério da Cultura/UFRGS/EA, 2014. 50 p. - (Módulo 5. Apostila do Curso de Extensão em Administração Pública da Cultura)

1. Economia da Cultura. 2. Política cultural. 3. Políticas públicas. 4. Administração pública. I. Título

CDU 316.7

Catálogo na publicação: Tânia Fraga – CRB 10/765

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Escola de Administração

Rua Washington Luiz, 855

90010-470 Porto Alegre RS

Fone: (51) 33083991

www.ufrgs.br/escoladeadministracao

SUMÁRIO

MÓDULO 5

ECONOMIA DA CULTURA

PARTE I

INTRODUÇÃO.....5

PARTE II

CULTURA9

PARTE III

INDÚSTRIA CULTURAL 11

PARTE IV

ECONOMIA DA CULTURA 17

PARTE V

A ECONOMIA DA CULTURA COMO DISCIPLINA NO CAMPO CIENTÍFICO.....21

PARTE VI

ECONOMISTAS CULTURAIS E ECONOMIA DA CULTURA.....27

PARTE VII

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DOS BENS E SERVIÇOS
CULTURAIS NA PERSPECTIVA DE TOLILA (2007).....29

PARTE VIII

A ECONOMIA DA CULTURA NA EUROPA.....33

PARTE IX

SIMULAÇÃO DE UM PROGRAMA DE OBSERVAÇÃO
EM ECONOMIA CULTURAL PROPOSTO PORTOLILA (2007).....37

PARTE X

A ECONOMIA DA CULTURA NO BRASIL39

PARTE XI

CONSIDERAÇÕES FINAIS47

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS49

INTRODUÇÃO

PARTE
I

MÓDULO
5

Para falarmos de Economia da Cultura, faz-se necessário antes discutir o conceito de cultura, sua origem, suas vertentes, bem como o conceito ou as dimensões destacadas pelos últimos governos no Brasil para orientação das políticas públicas. Também como parte desse debate, não é possível deixar de discutir dois conceitos importantes: indústria cultural e economia criativa. Quanto ao primeiro deles, diga-se que, se em um primeiro momento a Economia da Cultura ficou restrita às artes eruditas, o desenvolvimento da indústria cultural, sua expressividade e, contrariando em parte a proposição central de Walter Benjamin, sua capacidade de reconhecimento do autêntico, daquilo que é único, da criatividade, tornaram indispensável incorporá-la como objeto de estudo na Economia da Cultura. Certamente, essa posição não é a aceitação dos ditames do mercado sobre a cultura, mas a defesa da cultura frente à mercantilização espúria do resultado do processo criativo. Pensar a Economia da Cultura não é pensar como tornar mercadoria a cultura, mas destacar suas relações com a economia, as necessidades de recursos para viabilizar o acesso e a garantia da diversidade da produção.

Economia da cultura é aqui assumida como uma atividade econômica que não depende de recursos esgotáveis, não polui o meio ambiente e utiliza como insumos básicos a criação e a inovação. A maioria de seus produtos envolve alto valor agregado, concentração de mão de obra qualificada e ocupada em todos os níveis profissionais, com salários acima da média dos demais setores. O governo brasileiro, a partir de 2003, passou a olhar a Economia da Cultura como capaz de vincular o desenvolvimento econômico ao desenvolvimento social, seja pelo potencial inclusivo que abarca, como pelo aprimoramento humano inerente à produção e à fruição cultural. (MINC, 2014, www.cultura.gov.br acesso em 18 de junho de 2014).

Atenção:

As três tristes tradições das políticas culturais, segundo Rubim: ausências, autoritarismos e instabilidades.

Em uma análise da política cultural do governo Lula, Rubim (2010) nos apresenta três tristes tradições no tratamento da cultura no Brasil, as quais se expressam nas tradições de ausências, autoritarismos e **instabilidades**. Resumidamente, as **ausências** aparecem pela inexistência de políticas públicas articuladas pelo Estado e depois pela substituição do poder de deliberação do Estado pelo mercado através das leis de incentivo. No modelo neoliberal, que foi iniciado no governo Collor e se estendeu até o final do governo Fernando Henrique, reconheceu-se o valor econômico da cultura, mas, pela ausência do Estado na condução das políticas públicas de cultura, colocou-se em cheque a diversidade da produção e o acesso amplo da população não só aos meios para produzir cultura como também ao desfrute daquilo que era produzido. Além disso, o conceito de cultura foi reduzido à arte erudita, relegando a cultura popular a um segundo plano.

O **autoritarismo**, por sua vez, segundo Rubim (2010) se expressou ao longo dos anos pela falta de interlocução dos governos com a sociedade. Na gestão de Gil e Juca à frente do Ministério da Cultura, priorizou-se o diálogo na formulação de políticas públicas, de forma que proliferaram seminários, câmaras setoriais, consultas públicas, conferências municipais, estaduais e nacionais. Pela primeira vez o povo — e em especial aqueles mais diretamente envolvidos com o fazer cultural — teve espaço para participar da construção das políticas públicas de cultura e para definir prioridades.

Finalmente, a **instabilidade** se expressa pela falta de políticas continuadas e consistentes, com mecanismos claros de coordenação que pudessem manter a consistência diante das transições de governo. A criação do Sistema Nacional de Cultura, do Plano Nacional de Cultura e a construção de um Sistema Nacional de Indicadores e Informações Culturais, bem como os investimentos na área de Economia da Cultura em ação conjunta com o IBGE e IPEA representou um avanço importante para a gestão da cultura, numa perspectiva democrática e popular.



Para encerrar essa introdução, e antes de entrar no debate teórico sobre os conceitos de cultura e de Economia da Cultura, apresentamos as dimensões destacadas para a cultura na elaboração de políticas públicas para o setor, a partir do governo Lula:

A DIMENSÃO SIMBÓLICA aborda o aspecto da cultura que considera que todos os seres humanos têm a capacidade de criar símbolos que se expressam em práticas culturais diversas como idiomas, costumes, culinária, modos de vestir, crenças, criações tecnológicas e arquitetônicas, e também nas linguagens artísticas: teatro, música, artes visuais, dança, literatura, circo, etc.

A DIMENSÃO CIDADÃ considera o aspecto em que a cultura é entendida como um direito básico do cidadão. Assim, é preciso garantir que os brasileiros participem mais da vida cultural, criando e tendo mais acesso a livros, espetáculos de dança, teatro e circo, exposições de artes visuais, filmes nacionais, apresentações musicais, expressões da cultura popular, acervo de museus, entre outros.

A DIMENSÃO ECONÔMICA envolve o aspecto da cultura como vetor econômico. A cultura, como um lugar de inovação e expressão da criatividade brasileira, faz parte do novo cenário de desenvolvimento econômico, socialmente justo e sustentável.

Ao trabalhar essas três dimensões, o tratamento dado à Economia da Cultura não assume o viés utilitarista que poderia conduzir para uma perspectiva mercantilista da cultura e o tratamento inadequado da cultura popular. Também resguarda que, no tratamento da dimensão econômica, mantenha-se a preocupação com a aura, no sentido atribuído por Walter Benjamin ao resultado do trabalho criativo do artista.

CULTURA

PARTE
II

MÓDULO
5

De acordo com **Chauí** (2008, p. 55) cultura vem do verbo latino *colere* e significa o cultivo, o cuidado. Inicialmente era o cultivo e o cuidado com a terra: “Como cuidado era concebida uma ação que conduz à plena realização das potencialidades de alguma coisa ou de alguém; era fazer brotar, frutificar, florescer e cobrir de benefícios”. No entanto, a autora explica que esse sentido foi se perdendo ao longo da história da civilização ocidental, reaparecendo somente no século XVIII, com a filosofia da ilustração, como sinônimo de civilização. Assim, no iluminismo a cultura será o referencial ou critério para determinar o grau de civilização de uma sociedade, como um conjunto de práticas (artes, técnicas, filosofia, os ofícios) que permitem avaliar e hierarquizar o valor dos regimes políticos segundo um critério de evolução. Segundo Chauí (2008), esse conceito iluminista, profundamente político e ideológico, reaparece no século XIX, dando origem a um ramo das ciências humanas, a antropologia. A autora explica que, no início do desenvolvimento dessa ciência, os seus representantes vão assumir o conceito iluminista de cultura como evolução e progresso e como padrão para medir evolução ou o grau de progresso de uma cultura em relação à Europa capitalista.

Mas, sob a influência da filosofia alemã, a ideia de cultura dominante é superada por uma noção que coloca uma reflexão sobre a diferença entre natureza e história como determinante da cultura. Com isso o termo cultura passa a ser entendido como:

Marilena Chauí:

Filsofa brasileira, professora da Universidade de São Paulo. Foi Secretária Municipal de Cultura de São Paulo, entre 1988 e 1992, no governo de Luiza Erundina.

”

(...) produção e criação da linguagem, das formas de habitação, do vestuário e da culinária, das expressões de lazer, da música, da dança, dos sistemas de relações sociais, particularmente os sistemas de parentesco ou a estrutura da família, das relações de poder, da guerra e da paz, da noção de vida e morte. A cultura passa a ser compreendida como campo no qual os sujeitos humanos elaboram símbolos e signos, instituem as práticas e os valores, definem para si próprios o possível e o impossível, o sentido da linha do tempo (passado, presente e futuro), as diferenças no interior do espaço (o sentido do próximo e do distante, do grande e do pequeno, do visível e do invisível), os valores como o verdadeiro e o falso, o belo e o feio, o justo e o injusto, instauram a ideia de lei, e, portanto, do permitido e do proibido, determinam o sentido da vida e da morte e das relações entre o sagrado e o profano.”
(CHAUÍ, 2008, p. 57)

Essa noção antropológica e generosa, nas palavras de Chauí (2008), não se encaixa na sociedade moderna capitalista, marcada pela divisão social, pela divisão de classes. Assim, a cultura passa a receber nomes variados como cultura dominante e cultura dominada, cultura opressora e cultura oprimida, cultura de elite e cultura popular. Em outros termos, isso se expressa na concepção de uma cultura letrada, formal e uma cultura popular. Por sua vez, essa divisão é ocultada e ao mesmo tempo reforçada com o surgimento da cultura de massa ou da indústria cultural.



INDÚSTRIA CULTURAL

PARTE
III

MÓDULO
5

O termo indústria cultural tem suas origens no trabalho de **Horkheimer e Adorno**, escrito entre 1942 e 1944. O termo se insere num arcabouço teórico mais amplo, construído para fazer uma crítica imanente da razão em **A dialética do esclarecimento**. A indústria cultural aparece vinculada ao processo de esclarecimento pela sua condição de “engodo das massas”. Nessa linha, explica Cohn, **“as formas de expressão cultural veem-se submetidas à lógica da produção industrial em grande escala em detrimento dos seus requisitos próprios.”**

Adorno e Horkheimer (1985) escrevem que a técnica da indústria cultural teve como resultado a padronização e a produção em série, ao mesmo tempo em que sacrificou o que fazia a diferença entre a lógica da obra de arte e a do sistema social.

De acordo com Adorno (1977, p. 295) **as mercadorias da indústria cultural se orientam segundo o princípio de sua comercialização e não segundo o seu próprio conteúdo e sua figuração adequada**. Para o autor, uma vez que essas mercadorias garantem a permanência dos seus produtores no mercado, elas já estão contaminadas pelas motivações de lucro. Por sua vez, **o consumidor não é o rei, como até hoje defenderiam aqueles favoráveis ao mercado como instância de determinação dos bens culturais, mas seu objeto**. Para o autor, **a indústria cultural “(...) impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente”**.

Max Horkheimer:

Filósofo e sociólogo alemão, integrante da Escola de Frankfurt.

Theodor Adorno:

Filósofo, sociólogo, musicólogo e compositor alemão. Integrante da Escola de Frankfurt ao lado de Horkheimer, Walter Benjamin e Herbert Marcuse.

Em abordagens mais recentes, a conotação crítica do conceito de indústria cultural é eliminada, sendo esta tratada como **uma indústria cujos bens, os bens culturais, são de natureza distinta, devendo ser avaliados pelo seu valor simbólico e não pela sua utilidade.** Nessa vertente interpretativa da indústria cultural, tem-se um conjunto de trabalhos que demandam por uma atenção dos estudos organizacionais ao entendimento da cultura como um setor a ser tratado pelos pesquisadores da área de forma a trazer mecanismos novos de coordenação dessas atividades (HIRSCH, 2000; LAMPEL, LANT e SHAMSIE, 2008; LAWRENCE e PHILIPS, 2002).

Indústrias culturais podem ser definidas como os setores que lidam com produção, distribuição e consumo de produtos cujo valor econômico é constituído principalmente pelo seu valor cultural. Incluem a produção de produtos culturais tradicionais nas artes visuais, no teatro, na música e na literatura, bem como a produção contemporânea de conteúdo em multimídia, softwares, jogos de computador; atividades tais como design (gráfico, web, móveis, moda, etc.) e arquitetura, requerendo capacidade e habilidade. Somem-se a isso reprodução, publicação, distribuição e exibição (em museus, galerias, etc.) de todos esses produtos — bem como o seu marketing através da propaganda —, consumo e comércio de produtos/conteúdo cultural (teatro, cinemas, livrarias, lojas de discos, etc.), que também constituem indústria cultural (Pratt, 1997; Hall, 2000; O'Connor, 2002 apud Enlil et al, 2011).

As indústrias culturais mantêm um ambiente criativo e inovativo em cidades, para as quais criam empregos, além de melhorar-lhes a imagem e torná-las mais atrativas. Devido a isso, indústrias culturais são tomadas como setores-chave do desenvolvimento econômico e têm-se tornado recentemente um foco de políticas urbanas e de pesquisa acadêmica. (ENLIL et al, 2011)

Tolila (2007) salienta sete aspectos importantes das indústrias culturais para as cidades:



1. Economicamente, melhoram a imagem internacional da cidade e a tornam um espaço mais atrativo;

2. Uma vez que o direito de propriedade intelectual associado com produtos inovativos e criativos passou a ser valorizado em bilhões de dólares, agora processos criativos exercem um papel proeminente nas economias que são crescentemente baseadas em conhecimento;

3. Indústrias culturais cultivam um ambiente inovador e criativo, associado à nova economia, e habilitam cidades a manter seus papéis como incubadoras de criatividade e inovação. Com o valor agregado que elas produzem e as capacidades em desing, branding, propaganda e marketing, setores culturais também elevam o potencial de contribuição para a habilidade das indústrias manufatureiras tradicionais na competição internacional.

4. Elas proveem oportunidade para o desenvolvimento de infraestrutura “soft” (várias atividades de arte e espaços de entretenimento) necessária para o turismo cultural. Elas contribuem para regeneração de áreas urbanas, a renovação de construções históricas e o reuso, com novas funções, de espaços industriais abandonados.

5. As indústrias culturais também nutrem criatividade e empreendimentos individuais na cidade e encorajam, em particular, o desenvolvimento e o crescimento de pequenos e médios negócios locais, dado que esses negócios têm baixos custos de implantação e estruturas flexíveis. Assim, essas indústrias exercem um importante papel ao batalhar contra o desemprego nas cidades e contribuir para o desenvolvimento da economia local.

6. O surgimento e o desenvolvimento das indústrias culturais (livro, música e filme) faz surgir uma nova lógica que consiste fundamentalmente na aplicação dos processos industriais aos protótipos da criação artística e cultural.

7. Embora a lógica industrial dos “produtos culturais” se oponha em grande parte à lógica “artesanal” das atividades culturais clássicas — em especial no espetáculo ao vivo —, ela é, apesar de tudo, obrigada a se desenrolar a partir dos protótipos de qualidade artística, e recoloca ainda de maneira mais aguda a questão dos direitos autorais sobre a propriedade artística e intelectual.

Para refletir

Considerando as contribuições da indústria cultural para as cidades, destacadas por Tolila (2007), construa um quadro indicando efetivas contribuições que a indústria cultural tem gerado para a sua cidade e que outros resultados poderiam ser alcançados a partir de um planejamento dessa atividade.

Tolila (2007) também destaca as transformações do setor das indústrias culturais quanto ao campo em si e suas lógicas de funcionamento e estrutura.

A. Em relação ao seu campo, engrossou e se polarizou.

B. Transformações estruturais – concentração num modo oligopolista em geral (pela preferência marcada pelo crescimento externo, o efeito promissor do crescimento rápido de volumes e a penetração facilitada no mercado), o desenvolvimento de uma comercialização sofisticada dos produtos que vale para uma parte dos livros e dos discos, mas também para a maioria dos longa-metragens, para os programas de rádio e televisão e para os espaços da imprensa vendidos aos anunciantes.

C. No campo das lógicas de funcionamento, detectam-se várias tendências estruturantes: a importância crescente da comercialização acelerada do recurso “raro” dos catálogos e dos direitos na perspectiva de desenvolvimento de novos canais de difusão.

D. Essa transformação, relacionada ao surgimento de mercados de dimensão continental, planetária até, impõe a construção de verdadeiras infraestruturas de difusão só possíveis com a intervenção massiva do capital financeiro.

E. O mercado das indústrias culturais também se caracteriza no nível internacional pelos mesmos tipos de desequilíbrios que se detectam nos setores industriais clássicos.

Considerando a incorporação crescente da atividade cultural na atividade econômica, cabe salientar então a necessidade da compreensão da cultura não apenas na sua essência, mas também na dimensão que assumiu na sociedade moderna, a dimensão econômica. Para não se tornar refém dessa



dimensão, faz-se necessário analisá-la. Bertini (2008) explica a necessidade de compreender os atributos não econômicos da cultura, como o senso de identidade proporcionado pelo consumo desses produtos e a grandeza dos vínculos sociais que essa produção especial pode gerar no seu ambiente de consumo. Os bens culturais têm como peculiaridade e característica marcante sua destinação para satisfazer o bem-estar geral, no plano individual e coletivo. Certamente, o valor cultural propriamente dito foge às regras econômicas convencionais praticadas *latu sensu* pelos mercados. Mas o autor, reconhecendo o valor cultural entendido como parte integrante de um complexo sistema de ideais, costumes, crenças e tradições, também destaca a necessidade de compreender o valor econômico da cultura, entendido pela sua expressão monetária.



MÓDULO
5

ECONOMIA DA CULTURA

PARTE
IV

MÓDULO
5

Segundo Tolila (2007), estudar a Economia da Cultura/ setor cultural é um movimento recente em nossa sociedade, com pouco mais de cinquenta anos. O autor explica que, para os pais da ciência econômica, a cultura e as artes se situam, em geral, no lado irracional ou utópico. E o desinteresse dos economistas daquele momento pela cultura pode, por sua vez, ser comparado ao desinteresse dos atores culturais pela economia, pelas suas ferramentas e pelo seu debate. Para os agentes da cultura — ou, em outras palavras, para aqueles que fazem cultura —, pensar esse fazer como atividade sujeita ao olhar da economia implicava não só um desafio do ponto de vista disciplinar, mas também um desvio da essência do fazer cultural.

Durand (2007, p. 11) defende que:

”

“(…) pensar economicamente as artes e a cultura não significa nivelar (ou tomar como equivalentes) as manifestações da criação humana e os bens produzidos em série pela indústria. Muito ao contrário, significa apenas aceitar que, diversamente do que ocorre com sabonetes ou automóveis, existe uma relutância institucionalizada em reconhecer que as práticas culturais e os bens e serviços que dela resultam sejam presididos por lógicas de interesse, inclusive e sobretudo o interesse econômico.”

Tolila (2007) também diz que em qualquer país, na maior parte do tempo, o setor cultural demanda cada vez mais meios dos tomadores de decisão, que devem arbitrar as alocações de recursos de maneira racional e quantificada para justificar

democraticamente suas escolhas perante os cidadãos. Nesse sentido, noções de economia são fundamentais para aqueles que ocupam cargos de gestão pública na área cultural, tanto para defender a alocação de recursos em atividades que produzam retorno econômico, como também para viabilizar recursos àquelas atividades que não geram renda, mas que são fundamentais para a garantia da diversidade cultural, dos valores e elementos culturais de uma sociedade e dos modos de vida típicos de determinadas regiões.

De acordo com Bertini (2008), a Economia da Cultura teve uma difusão tardia, que pode ser atribuída às dificuldades conceituais e ao próprio comportamento pouco empreendedor dos seus produtores. Mas salienta também alguns fatores que contribuíram para difundir o interesse, tais como a crescente propensão à geração de empregos e rendas, a necessidade de avaliar os impactos das políticas culturais e a difusão das ciências econômicas nas novas fronteiras da economia terciária.

Em outra dimensão, Tolila (2007) observa que o setor cultural também é objeto de ríspidas negociações internacionais, fato que pode ser ilustrado tanto pelos embates na **Organização Mundial do Comércio**, como pelas lutas pelo reconhecimento da Diversidade Cultural, cujo palco principal tem sido a **UNESCO**. Nesse aspecto, é digna de nota a negativa dos EUA, principal expoente da Indústria Cultural, em assinar o acordo de reconhecimento da Diversidade Cultural. Em setores como cinema, os EUA adotam uma estratégia agressiva, fazendo *lobby* junto aos governantes e produzindo assimetrias, objetivando sempre o monopólio de mercado em diferentes países. Tal estratégia das firmas americanas é suportada pelo seu governo, uma vez que fomentar a indústria cultural vende não somente música, cinema, teatro, mas também coca-cola, sabonetes, carros, cigarros e — mais importante —, o estilo americano de vida, “empurrando” seus valores e construindo um apoio quase que hegemônico sobre suas ações nos âmbitos político, econômico e, obviamente, cultural.

Organização Mundial do Comércio

A OMC é uma organização que pretende supervisionar e liberalizar o comércio internacional. Surgiu oficialmente em 01/01/1995, para substituir o Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GATT), criado em 1948.

Conheça melhor:

www.unesco.org.br



A **Convenção para a Proteção e Promoção da Diversidade de Expressões Culturais**, que entrou em vigor no dia 18 de março de 2007 e foi ratificada pelo Brasil, consiste de um marco abrangente, de validade jurídica internacional reconhecida, que encoraja as nações e as orienta na elaboração legislação de políticas públicas para proteger e promover a diversidade de expressões culturais. De acordo com Yúdice (2007), a convenção não é em si um programa de políticas e medidas, não é uma receita. Segundo o autor:

”

Os stakeholders de cada país devem negociar com os poderes públicos as políticas e medidas mais efetivas para garantir a sustentabilidade não só da diversidade cultural mas também do que poderíamos chamar de ecologia social e cultural.

Diante da ação agressiva do mercado em relação à cultura, Tolila (2007, p. 18), defende que o slogan segundo o qual “os bens culturais não são mercadorias como as outras surge como uma posição de princípio bastante defensiva e fraca, muito distante de uma argumentação econômica sólida e convincente”.

Nessa mesma linha, Durand (2007, p. 12) salienta:

”

o princípio de “negação do econômico” nas artes deve ser visto antes como um entulho intelectual a ser enfrentado em nome da democracia do que como uma barreira contra a infiltração indevida do lucro no mundo sublime da estética — como fácil e costumeiramente é invocado.

De modo semelhante a outros defensores do tratamento econômico da cultura, Durand (2007) também pauta seu argumento no fato de que cultura é um setor que gera empregos. A partir daí salienta a diferenciação interna do setor e suas relações muito peculiares entre indivíduos, grupos e microempresas, que respondem mais pela criação, e as grandes corporações, que dominam a distribuição. Ao mesmo tempo também salienta o caráter muito desigual quando se pensa no

Conheça melhor:

<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001502/150224por.pdf>

abismo que separa o ganho dos grandes astros e estrelas das dificuldades da grande maioria dos que insistem em sobreviver de um fazer estético. Finalmente, chama a atenção para a parca e incerta rentabilidade do editor apenas comprometido com autores novos e com qualidade comparada aos ganhos amplos e seguros dos que se limitam a *Best Sellers*.

A defesa da Economia da Cultura por Durand (2007, p. 14) vai na direção de viabilizar o fomento e a promoção da cultura com mais equidade e também com mais eficiência, uma vez que o Brasil é riquíssimo em termos culturais, mas não colocando-o à serviço do desenvolvimento social e econômico do país. Poderíamos dizer que hoje o acesso à cultura é hierarquizado, ficando para as camadas populares o produto massificado da indústria cultural e para as elites a arte erudita e o que existe de único da cultura popular. Diante disso, reforço a defesa do autor de que:

”

Não é possível aceitar mais que a gestão cultural governamental opere sem um mínimo de referências numéricas indispensáveis para justificar prioridades quando se trata de dinheiro público envolvido e sujeitos à prestação de contas (accountability).

Pensar hoje a economia do setor cultural não constitui de modo algum uma derrota dos argumentos humanistas a respeito da cultura. (...) Não significa um abandono do terreno na luta pela defesa de um desenvolvimento cultural: significa ao contrário, a ocupação de um terreno simplesmente do qual o setor cultural e seus principais atores há muito desertaram deixando o campo livre para as pressões negativas. (TOLILA, 2007, p. 19)



A ECONOMIA DA CULTURA COMO DISCIPLINA NO CAMPO CIENTÍFICO

PARTE
V

MÓDULO
5

A economia, como disciplina, é uma ciência que implica na análise de produção, distribuição e consumo de bens e serviços. Como parte das ciências sociais, procura entender a atividade econômica através da aplicação da teoria econômica. Sua aplicabilidade prática apresenta-se na gestão. Os modelos e técnicas empregados derivaram da economia política do final do século XIX, e — assim como na administração — seus teóricos se inspiraram nos métodos mais empíricos utilizados nas ciências naturais, até então mais desenvolvidas.

Os economistas não consideravam a cultura como campo digno de dispêndio de esforços para aplicação dos métodos científicos das ciências econômicas. Benhamou (2007) comenta que, segundo Adam Smith ou David Ricardo, os gastos com as artes inserem-se nas atividades de lazer e não têm como contribuir para a riqueza da nação. Para Smith, a cultura constitui o domínio por excelência do trabalho não-produtivo e, se não é produtivo, não deveria constituir-se como objeto de estudo da ciência econômica. Mais tarde, Alfred Marshall reconheceu a lei que institui que, quanto mais um indivíduo ouve música, mais aumenta seu gosto por ela, abrindo caminho, assim, para a análise dos consumos de arte que constituem uma exceção à teoria da diminuição da utilidade marginal. A lei da utilidade marginal expressa a ideia que em uma relação econômica a utilidade marginal decresce à medida que se consome mais uma unidade. Por exemplo, quando estamos com sede, o primeiro copo de água tem uma utilidade marginal superior, mas o segundo copo já tem uma utilidade marginal menor, embora a utilidade total aumente. Em geral, todos os bens

de consumo operam dessa forma, diferentemente da cultura: à medida que você vai tendo acesso à ela, vai aumentando o valor que lhe atribui. Em outras palavras, quando mais você “consume”, maior é a utilidade marginal, maior é a busca, e mais importância você atribui a ela.

Benhamou (2007), ao descrever a trajetória de criação da Economia da Cultura, explica que, a partir desses autores, ainda que não se pudesse falar propriamente de uma análise econômica do setor cultural, emergiam paulatinamente os conceitos que constituiriam mais tarde a base da Economia da Cultura: efeitos externos, investimentos de longo prazo, especificidade da remuneração — envolvendo um forte elemento de incerteza — utilidade marginal crescente, importância da ajuda pública ou privada. De acordo com a autora, são os institucionalistas norte americanos que irão empreender a difícil tarefa de definir a importância das artes na vida econômica. Mas serão, principalmente, os trabalhos de William Baumol e de William Bowen sobre a economia do espetáculo ao vivo, os de Gary Becker sobre o consumo de bens cuja apreciação aumenta com o passar do tempo e os estudos de Alan Peacock e da escola da Public Choice que irão abrir os caminhos da futura Economia da Cultura. Baumol e Bowen demonstram claramente que a economia cultural é dependente das subvenções públicas, diferente da posição de Gary Becker e Alan Peacock, os quais tentaram estabelecer os vínculos com os paradigmas tradicionais da economia política.

O estudo de Baumol e Bowen, publicado em 1966, chamado *Performing arts sector*, mostrou que o número de músicos necessário para tocar um quarteto de cordas de Beethoven hoje é o mesmo que era necessário no século XIX, isto é, a produtividade da *performance* da música clássica não aumentou. Por outro lado, o salário real dos músicos (bem como em todas as outras profissões) tem aumentado significativamente desde o século XIX. Em uma gama de negócios, tais como na indústria automobilística e no setor de varejo, trabalhadores estão continuamente tornando-se mais produtivos devido às inovações tecnológicas de



suas ferramentas e equipamentos. Em contraste, em alguns setores de trabalho intensivo que se assentam fortemente nas atividades ou interações humanas, tais como enfermagem, educação ou arte, existe pouco ou nenhum crescimento na produtividade ao longo do tempo.

De acordo com Diniz (2008) o trabalho de Baumol e Bowen (1969) resultou de uma consultoria contratada pela Fundação Ford e buscava analisar o setor de teatros e de apresentações ao vivo na Broadway. Desse trabalho resultou a defesa do subsídio às artes pelo fato de as atividades artísticas serem intensivas em trabalho: ao contrário de outros setores, nos quais o emprego intensivo da tecnologia gera ganhos de produtividade e conseqüente redução dos custos, as organizações culturais tinham seus custos relativos progressivamente mais elevados. A impossibilidade de se obter ganhos de produtividade nas atividades fundadas no corpo e na presença de artistas é dada pela impossibilidade de reprodução ao infinito do espetáculo (desgaste dos artistas, fadiga humana), pela falta de rentabilidade de certos gastos em séries curtas (cenários, salários de artistas consagrados, etc.) e pela impossibilidade de praticar preços cada vez mais altos. As conclusões do trabalho, obviamente, atenderam aos interesses de uma série de associações e instituições ligadas à cultura na época. Ao enfatizar as especificidades do setor cultural e o papel do Estado no fomento desse setor, esse primeiro exercício teórico abriu caminho para os trabalhos sobre Economia da Cultura, que se multiplicaram na década de 1970.

Tolila (2007) atribui o surgimento do trabalho de W. Baumol e W. Bowen (1966) à forte demanda dos profissionais do setor cultural ameaçados por restrições orçamentárias num contexto de restrições de intervenções públicas. O autor também destaca que as transformações sociológicas massivas — aumento do tempo livre e do lazer, crescimento dos gastos consagrados à cultura pelos diferentes atores econômicos — por volta do fim do séc. XIX e, sobretudo, no séc. XX, levaram a cultura a entrar nas normas de consumo corrente e despertaram a atenção dos economistas.

Benhamou (2007) elencou três fatores que contribuíram para o reconhecimento da Economia da Cultura:

1 O surgimento de uma propensão a gerar fluxos de rendas ou de empregos;

2 A necessidade de avaliação das decisões culturais e,

3 No plano teórico, a evolução da economia política para campos novos (economia das atividades sem fins lucrativos, revisão do pressuposto da racionalidade, economia das organizações, economia da informação e da incerteza).

Para Benhamou (2007) a Economia da Cultura representa um espaço desafiador e privilegiado para comprovação empírica de novos progressos e para isso toma emprestado ferramentas de análise da “Nova Microeconomia”. Salieta também que, já em 1976, Mark Blaug enfatizava que as economias da arte constituíam uma espécie de terreno de experimentação da pertinência dos conceitos econômicos fundamentais.

Lima et al. (2006) explicam que ao longo do século XX, os campos da cultura e da economia tiveram uma aproximação crescente, impulsionada pelo progresso científico e tecnológico proporcionado pela Terceira Revolução Industrial. Essa aproximação deu-se vinculada, em primeiro lugar, à consolidação da importância socioeconômica das indústrias culturais e, a partir do final dos anos 80, a emergência de novas mídias que intensificaram a demanda por produtos e serviços culturais.

Lima et al. (2006), citando Porsse (2005), também explicam que a Economia da Cultura ou economia cultural é um ramo da Ciência Econômica que estuda os efeitos de toda atividade econômica ligada a uma manifestação artística e criativa de



uma sociedade. A partir desse conceito, incluem-se todas as atividades relacionadas a sentimento, memória, folclore, ficção, ou seja, um conjunto diversificado de bens e serviços que vai desde um livro, a exibição de um filme em uma sala de cinema ou na televisão por assinatura, até moda.

A Economia da Cultura como campo de trabalho particular dentro da Ciência Econômica está registrando um progressivo reconhecimento institucional e acadêmico, fundamentalmente devido a três fatores (PRIETO, 2002):

A As atividades relacionadas com a cultura são uma fonte importante de geração de emprego e renda;

B A cultura, pela condição de bem público, se constitui uma atividade que, por excelência, é objeto de intervenção pública. Além disso, cada vez mais, o fator cultural é reconhecido como um elemento de identidade nacional.

C Por fim, no plano teórico, a cultura é um terreno excelente de aplicação dos “novos progressos” da ciência econômica, principalmente nas áreas da economia da informação, da inovação, institucional e do conhecimento.

Benhamou (2007) explica que a Economia da Cultura ficou restrita durante muito tempo ao campo da arte e ignorou as indústrias culturais, por considerar que essas fariam parte da economia industrial. No entanto, afirmou que os vínculos entre as indústrias culturais e as artes ao vivo ou as belas artes são mais fortes do que se acredita.



O papel de vitrine promocional que o espetáculo ao vivo representa para a música gravada, os produtos derivados de todos os gêneros provenientes dos nossos museus, a importância da criação na origem dos produtos industriais, tudo isso milita em favor de colocar as indústrias culturais, o cinema, a edição de livros e a gravação de discos no campo da Economia da Cultura. (BENHAMOU, 2007, p. 19)

Partindo dessa perspectiva, a autora defende uma atenção maior à análise das obras reproduzíveis, ao invés das obras únicas. Segundo Walter Benjamin (1935), a reprodução constitui o fator mais seguro da destruição da aura da obra, da “desvalorização de sua autenticidade”. No entanto, Benhamou (2007, p. 109) argumenta que a criação continua presente na origem do processo de produção, e a originalidade, que é a base da formação do valor das obras únicas, não desaparece com as obras múltiplas: “A luta para ocupar o lugar de autor no filme, o carisma dos astros, a valorização de todo simulacro de criação são tão poderosos no mundo do cinema quanto no da pintura.” Finalmente, argumenta que, em função de que o caráter de objeto raro confere valor à obra, a produção das obras múltiplas esforça-se para criar esse valor e para isso busca colocar em destaque o talento.



ECONOMISTAS CULTURAIS E ECONOMIA DA CULTURA

PARTE
VI

MÓDULO
5

Em documento para orientação da política cultural chilena, o **Consejo Nacional de La Cultura y las Artes** chama a atenção para a diferença entre economistas da cultura e economistas culturais, explicando que tratar de Economia da Cultura não implica exclusivamente em abordar o setor cultural na perspectiva da Escola da Economia Neoclássica. Segue abaixo a diferenciação, conforme destacado no respectivo documento:

Órgão de Estado encarregado de implementar as políticas culturais no Chile, equivalente ao Ministério da Cultura no Brasil.
<http://www.cultura.gob.cl/>

”

A Economia da Cultura utiliza as ferramentas próprias da escola neoclássica sobre as atividades artísticas e culturais enquanto reconhece que estas são objetos de produção, intercâmbio, consumo e bem-estar. Neste sentido, a acepção de cultura com que trabalha, é comumente mais restrita e, em geral, se concentra na comercialização de produtos culturais, ou seja, a natureza dos mercados culturais. (CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES DE CHILE, 2003).

Os economistas culturais têm dado um outro olhar para os diferentes tipos de valores econômicos e não econômicos da arte e cultura identificados metodologicamente com a Economia Política. Investigam as mudanças nos conglomerados de indústrias culturais analisando a influência no conteúdo e/ou na diversidade cultural. Um conjunto de estudos recentes tem trabalhado em uma teoria que auxilie no entendimento de como as mudanças econômicas poderiam influenciar como arte e cultura são produzidas e experimentadas no dia a dia. (CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES DE CHILE, 2003)

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DOS BENS E SERVIÇOS CULTURAIS NA PERSPECTIVA DE TOLILA (2007)

PARTE
VII

MÓDULO
5

A QUALIDADE ARTÍSTICA RESPONDE A UMA AVALIAÇÃO SUBJETIVA E NÃO A UMA MEDIDA CUJA UNIVERSALIDADE PODERIA SER CONSENSUAL.

Nesse sentido, demanda um olhar diferenciado quanto ao fomento das atividades do setor, demanda efetiva participação dos demandantes e de quem diretamente produz. Além disso, diferentemente dos demais setores produtivos, o financiamento público dessas atividades, ainda que possa em algum momento considerar o retorno econômico na alocação de recursos, precisa considerar retornos intangíveis e não passíveis de mensuração, como o fortalecimento da identidade de um povo, da autoestima, da preservação da memória, da produção de referenciais, da explicitação de valores, de diferenças.

Para a economia clássica, uma coisa, para ser considerada mercadoria, precisa ser mensurável em padrão reconhecido por todos. As mercadorias precisam ter valor de troca, e, por isso, há a necessidade de comparabilidade. Um dos elementos distintivos dos “bens” culturais é seu caráter único, sua autenticidade, o que torna difícil sua mensuração ou comparabilidade para estabelecer seu valor de troca. Diferentemente das mercadorias, dos bens manufaturados ou serviços em geral, a teoria do valor do trabalho não se aplica adequadamente aos bens culturais. A determinação da sua qualidade e, conseqüentemente, do seu valor assume um caráter subjetivo.

O CONTEÚDO ARTÍSTICO DE UM BEM EM RELAÇÃO A OUTRO NÃO PODE SER OBJETO DE UMA CLASSIFICAÇÃO OBJETIVA NEM DE UMA HIERARQUIZAÇÃO UNIVERSAL.

Tolila (2007) explica que os bens culturais possuem uma característica estranha em relação às mercadorias definidas pela economia padrão, pois sua compra e seu consumo não destroem nenhuma de suas propriedades e não fazem desaparecer a possibilidade de um consumo mais amplo ou posterior. Em outras palavras, diferente das demais mercadorias tratadas no mercado clássico, os bens culturais não são nem exclusivos nem rivais no seu consumo. O fato de um indivíduo assistir a um filme ou contemplar uma pintura não inviabiliza que ao mesmo tempo outro o faça também. Assim o autor destaca que a maioria dos bens e serviços classificados sob a rubrica cultural se comporta sempre, no todo ou em parte, como bens não exclusivos e não rivais no consumo.

O SETOR CULTURAL OPERA EM UM CONTEXTO DE INCERTEZA.

Como a avaliação da qualidade dos bens culturais é de natureza mais subjetiva, sempre existe uma incerteza com relação à aceitação ou não daquilo que está sendo colocado ao público. Obviamente que, dentro da lógica mercantilista do capitalismo, a indústria cultural procura desenvolver produtos a partir de elementos já testados no mercado, primando pela novidade, mas não pela autenticidade. Os filmes americanos trabalham a partir de fórmulas de sucesso e exploram as experiências bem sucedidas, implementando apenas novos efeitos especiais e pequenas alterações de roteiro. No Brasil, muito da produção cinematográfica com o selo da Globo Filmes segue a linguagem da televisão já aceita pelo público, com atores reconhecidos e com temáticas já testadas na televisão, por exemplo: *Os Normais* e *Cilada*.



HÁ UMA RELATIVA DESCONEXÃO ENTRE SEUS CUSTOS DE PRODUÇÃO E SEUS PREÇOS DE VENDA.

O preço de venda independe do custo de produção. Uma pintura não é avaliada pelo tempo de trabalho gasto pelo pintor e pelo material utilizado. Assim também, no caso do cinema, se considerarmos dois filmes, um com orçamento de R\$ 10.000.000,00 e outro com orçamento de R\$ 300.000,00, o valor do ingresso não terá diferença.

A QUALIDADE ARTÍSTICA DEPENDE DE “CONVENÇÕES” SÓCIO-HISTÓRICAS.

Desde fins do século XIX e início do século XX, as sociedades ocidentais — e as que se alinharam a seu modelo — desenvolveram uma convenção “de originalidade” que embasa a avaliação de qualidade artística dos bens culturais.

Os critérios de originalidade artística são: autenticidade, unicidade e novidade. A autenticidade provém do trabalho do artista, excluindo ao máximo a divisão do trabalho; por unicidade, entende-se ser único ou, no mínimo, raro; finalmente, por novidade, entende-se o quanto uma produção cultural rompe com padrões estabelecidos — e, assim, seu julgamento atrela-se à história da arte. Nem sempre esse reconhecimento é imediato, pois toda novidade está sujeita a rejeição por romper com padrões estabelecidos.

PREDOMINA UMA LÓGICA DE OFERTA.

Por ser trabalho original, tende a refletir mais a vontade de quem produz, não de quem demanda. Obviamente, que considerando os ensinamentos de Horkheimer e Adorno, a indústria cultural produz uma demanda para seus produtos, moldando o consumo para viabilizar a produção em série de bens culturais. Para as massas, são disponibilizados produtos que tendem a se distanciar daqueles critérios indicados acima, ficando o que se tem de mais original para as elites.

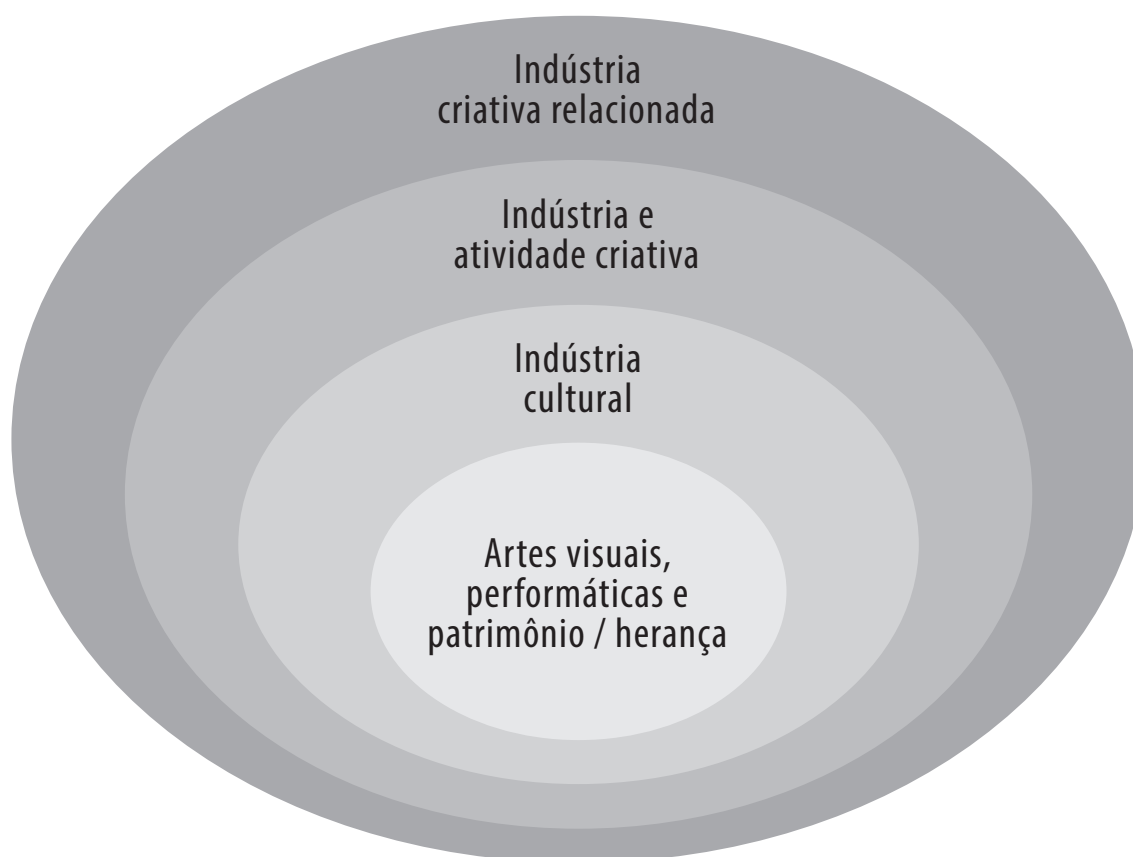
A ECONOMIA DA CULTURA NA EUROPA

PARTE
VIII

MÓDULO
5

Gorgulho et al. (2009) explicam que não há consenso ou uma definição precisa na definição e na delimitação da economia de cultura, sendo esta objeto de debate de organismos internacionais, instituições acadêmicas e órgãos públicos de vários países. Nesse debate, boa parte dos estudos se concentrou em torno do conceito de economia criativa, a qual pode ser classificada em quatro partes: 1) artes visuais, performáticas e patrimônio; 2) indústria cultural; 3) indústrias e atividades criativas; 4) indústria criativa relacionada.

FIGURA 1 | MODELO DOS CÍRCULOS CONCÊNTRICOS – COMISSÃO EUROPEIA



Fonte: GORGULHO ET AL. (2009, p. 303).

Em março de 2000, chefes de estado e de governo reuniram-se no Conselho Europeu em Lisboa e acordaram um objetivo ambicioso: tornar a Europa em 2010 a mais competitiva economia baseada no conhecimento no mundo capaz de sustentar crescimento econômico com mais e melhor emprego e maior coesão social. O documento, produzido em 2000, chamava a atenção para o fato de que o papel do setor cultural e criativo era ainda largamente ignorado, e o movimento para medir o desempenho sócio econômico do setor ainda era relativamente recente. Nesse sentido, para muitos as artes eram matéria apenas de iluminação e entretenimento, o que levava à percepção de que arte e cultura eram marginais em termos de suas contribuições econômicas e que deveriam, portanto, ser confinadas ao reino da intervenção pública. Isso levava à falta de ferramentas estatísticas disponíveis para medir a contribuição do setor cultural para a economia em nível nacional e internacional e na comparação particular com os demais setores da economia.

O estudo expresso no documento procurou remediar essa situação, tentando inicialmente capturar o impacto socioeconômico direto e indireto do setor cultural na Europa e, particularmente, em termos de contribuição para crescimento, competitividade, aumento do número e da qualidade de empregos, desenvolvimento sustentável e inovação. O estudo buscou mostrar como a cultura dirige desenvolvimento social e econômico, coesão e inovação.

O escopo da Economia da Cultura envolve o estudo de dois setores e atividades correspondentes: o setor cultural e o setor criativo.

A. SETOR CULTURAL:

Setores não industriais produzindo bens e serviços não reprodutíveis dirigidos ao consumo no local (um concerto, uma feira de arte, uma exibição). Constitui o campo artístico (artes visuais, incluindo pintura, escultura, artesanato, fotografia; os mercados de artes e antiguidades; artes performáticas como



ópera, orquestra, teatro, circo; e patrimônio, que inclui museus, centros históricos, sítios arqueológicos, livrarias e arquivos.

- Setor industrial que inclui os produtos culturais objetivando a reprodução, disseminação e exportação em massa (por exemplo, um livro, um filme, um CD de música). Essa é a “indústria cultural” propriamente dita, incluindo filme e vídeo, videogames, música, livros e publicações impressas.

B. SETOR CRIATIVO:

Neste setor, a cultura torna-se um input criativo na produção de bens não culturais. Inclui atividades tais como design (design de moda, design de interiores e design de produto), arquitetura e propaganda. Criatividade é entendida no estudo europeu como o uso de recursos culturais como um consumo intermediário no processo de produção de setores não culturais, e, portanto, como um recurso de inovação.

Seguem-se alguns dados levantados no relatório sobre a Economia Criativa na Europa elaborado pela Comissão Europeia:

1 Volume de negócios: o setor movimentou mais de 654 bilhões de euros em 2003.

2 Produto interno bruto: o setor contribui com 2,6% do PIB europeu em 2003.

3 Contribuição para o crescimento da União Europeia: o crescimento global ou valor agregado do setor no período 1999-2003 foi de 19,7%. O crescimento do setor nesse período foi 12,3% superior ao crescimento da economia em geral.

4 Emprego: Em 2004 5,8 milhões de pessoas trabalharam no setor, o que equivaleu a 3,1% do total da população empregada na União Europeia. Enquanto o emprego total na União Europeia no período 2002-2004 decresceu, o emprego no setor criativo cresceu 1,85%.

SIMULAÇÃO DE UM PROGRAMA DE OBSERVAÇÃO EM ECONOMIA CULTURAL PROPOSTO POR TOLILA (2007)

PARTE
IX

MÓDULO
5

Um programa de observação em Economia da Cultura pode constituir-se em ferramenta útil para apoiar o processo de tomada decisão na gestão pública e privada no campo da cultura. Um programa dessa natureza visa disponibilizar conhecimentos, informações confiáveis, indicadores e, de uma forma geral, elementos que possibilitem a decisão, a pilotagem e o debate público pautados em bases claras. Esse é um passo importante também para a própria democratização da cultura, uma forma de apontar potencialidades, limitações e possíveis caminhos a serem percorridos.

Tolila (2007) apresenta três etapas básicas para simulação de um programa de observação da Economia da Cultura.

PRIMEIRA ETAPA

Essa primeira etapa constitui-se das grandes observações e enquadramentos, pesquisas sobre os financiamentos públicos e privados do setor cultural e pesquisas sobre o emprego no setor de cultura. Os dados obtidos nessa etapa fornecerão um panorama macroeconômico do setor cultural, ao apresentar questões como necessidades de capitais (investimento), tamanho dos mercados examinados (vendas e montante de negócios), empregos que representam essas atividades, lógicas operadas nas evoluções desses ramos (população das empresas, concentrações, nichos, especializações, etc.).

SEGUNDA ETAPA

Essa segunda etapa constitui-se de pesquisas de setores e pesquisas estratégicas. Envolve o estudo mais pontual do espetáculo ao vivo, da economia do patrimônio e de sua valorização, das bibliotecas etc. O estudo monográfico dos setores específicos do emprego cultural (atores, músicos, bailarinos, empregos patrimoniais) fornece indicadores mais pontuais de pilotagem de ações políticas e de apoios necessários.



No âmbito das indústrias culturais e de sua economia, serão examinados os impactos das novas tecnologias, as lógicas operadas nas diferentes escalas, a população das pequenas empresas (situação financeira, gestão, qualificações profissionais, ciclos de vida, etc.), as evoluções do problema dos direitos autorais e da economia específica destes últimos (direitos semelhantes e direitos derivados), assim como seu peso global. (TOLILA, 2007, p. 121)

Uma importante informação nessa etapa é a avaliação do impacto econômico do setor cultural sobre os outros setores. Já é sabido que investimentos no campo cultural e o conseqüente desenvolvimento da indústria cultural e das indústrias criativas impactam na capacidade de inovação dos demais setores produtivos.

TERCEIRA ETAPA

A terceira etapa constitui-se de pesquisas sobre objetos individuais, e, para melhor aproveitamento dessas pesquisas, faz-se necessário o trabalho sistemático sobre as etapas anteriores, ou seja, dispor das informações de enquadramento e de setor estáveis, conhecer a grande lógica econômica.



Essas três etapas “ideais” de observação econômica correspondem a um conjunto racional, que vincula entre si os níveis da macroeconomia, da mesoeconomia e da microeconomia. Infelizmente, a realidade nem sempre é “racional” como os planos que engenhamos, e, na maioria das vezes, a observação é obrigada a estender-se para além da bela lógica que acabamos de descrever. (TOLILA, 2007, p. 123)



A ECONOMIA DA CULTURA NO BRASIL

PARTE
X

MÓDULO
5

Um dos primeiros estudos feitos no Brasil procurando estruturar dados para compreensão da Economia da Cultura foi realizado pela Fundação João Pinheiro, encomendado e publicado pelo Ministério da Cultura. O estudo **Diagnóstico dos Investimentos na Cultura no Brasil** tinha como objetivo avaliar o impacto dos investimentos públicos e privados em cultura na economia brasileira, no período entre 1985 e 1995. O estudo, concluído em 1996, analisou a influência dos fatores econômicos nas atividades culturais, o consumo e a produção audiovisuais, além de traçar o “Diagnóstico Governamental da Cadeia Produtiva do Audiovisual”.

De acordo com essa pesquisa, a produção cultural brasileira movimentou, em 1997, cerca de 6,5 bilhões de reais. Isto correspondia a aproximadamente 1% do PIB brasileiro, nos termos dos cálculos feitos para 1994, último ano para o qual existiam dados abrangentes e confiáveis. Além disso, para cada milhão de reais gasto em cultura, o país gerava 160 postos de trabalho diretos e indiretos.

Em 1994 havia 510 mil pessoas empregadas na produção cultural brasileira, considerando-se todos os seus setores e áreas; elas distribuíam-se da seguinte forma: 391 mil empregadas no setor privado do mercado cultural (76,7% do total), 69 mil como trabalhadores autônomos (13,6%) e 49 mil ocupados nas administrações públicas, isto é, União, Estados e Municípios (9,7%). Esse contingente era 90% maior do que o empregado pelas atividades de fabricação de equipamentos e material elétrico e eletrônico; 53% superior ao da indústria

Disponível em:

<https://culturaemnumeros.files.wordpress.com/2013/07/diagnosticos-dos-investimentos-em-cultura-no-brasil-vol-1.pdf>

automobilística, de autopeças e de fabricação de outros veículos e 78% superior ao empregado em serviços industriais de utilidade pública (energia elétrica, distribuição de água e esgotos e equipamentos sanitários).

Ainda sobre o PIB da cultura, a pesquisa revelou que, já em 1980 (um dos anos analisados para fins de comparação), enquanto o valor da produção cultural brasileira global alcançava 1%, os serviços de saúde chegavam a 2,2%, e os de educação alcançavam 3,1%. Isso mostra a importância das atividades culturais para a economia e a sociedade brasileiras, quando comparadas com os dados relativos aos serviços daquelas outras duas áreas tão importantes.

Também em um esforço de sistematizar dados sobre a participação das atividades culturais na economia, Gorgulho et al. (2009) apresenta estudo do Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada – IPEA que estimou o montante de gastos das famílias brasileiras com cultura no ano de 2002. Partindo dos dados da Pesquisa de Orçamento Familiar (POF), tais dispêndios foram calculados em R\$ 31,9 bilhões, cifra correspondente a cerca de 3% dos gastos familiares e a 2,4% do PIB do País naquele ano. Nesse estudo do IPEA, os dispêndios culturais das famílias brasileiras incluem basicamente despesas com:

audiovisual, incluindo cinema, fotografia, TV a cabo, vídeo, equipamentos de TV e de vídeo;

fonografia: CD/DVD, equipamentos de som;

leitura: livros, inclusive didáticos, periódicos etc.;

microinformática: microcomputador e acessórios, internet, equipamentos, etc.;

espetáculos ao vivo e artes: circo, teatro, dança, museus, *shows* de música, instrumentos musicais etc.

Gorgulho et al. (2009) citam uma segunda pesquisa, realizada pela Ipsos Public Affairs em mil domicílios de 70 cidades do País, com um panorama dos hábitos da população



nacional em 2007, a qual, no que tange ao consumo da cultura, evidenciou o quanto o Brasil ainda pode crescer em atividades culturais. De acordo com essa pesquisa, apenas 45% da amostra participou de pelo menos uma atividade cultural ao longo do ano (leitura de livros, visita a exposição de arte, frequência a teatro, cinema, shows de músicas ou espetáculos, etc.). Para os pesquisadores, há no Brasil uma excessiva centralização da oferta de equipamentos culturais. Conforme os indicadores de infraestrutura cultural relacionados na pesquisa de informações básicas municipais do IBGE (1999-2006), apenas 21% dos municípios brasileiros contam com salas de teatro e apenas 9% possuem salas de cinema.

TABELA 1 | PERCENTUAL DE MUNICÍPIOS BRASILEIROS COM EQUIPAMENTOS CULTURAIS

Discriminação	1999	2006
Com 13 ou mais equipamentos culturais	4%	5%
Com livrarias	36%	30%
Com emissoras de TV	9%	10%
Com provedores de internet	16%	46%
Com lojas de CDs e DVDs	34%	60%
Com videolocadoras	64%	82%
Com rádios FM	34%	34%
Com rádios AM	20%	21%
Com salas de teatro	14%	21%
Com salas de cinema	7%	9%

Fonte: IBGE

O Ministério da Cultura, por meio da Gerência de Estudos e Pesquisas, pertencente à Secretaria de Políticas Culturais, desenvolveu, ao longo de 2007 e 2008, com publicação em 2009, o primeiro *Cultura em Números*. Para elaboração do documento, o Ministério da Cultura contou com a parceria do IBGE, IPEA e outras fontes. Em 2010, o Ministério da Cultura publicou e divulgou a 2ª edição do **Cultura em Números: anuário de estatísticas culturais**.

Disponível em:

http://blogs.cultura.gov.br/blogdarouanet/files/2010/05/cultura_em_numeros_2009_final.pdf

Ferreira (2010) explica que a maior contribuição do **Cultura em Números** é justamente trazer à tona certos diagnósticos, certos números sobre a realidade cultural no Brasil, números que antes se encontravam na penumbra. Destaca também que o panorama das estatísticas, dos indicadores, dos gráficos e dos demais números presentes no estudo torna evidentes tanto a força cultural do nosso país, quanto seu descompasso com certas estruturas de gestão e, ainda, as dificuldades de acesso da nossa população a equipamentos e outros aparatos diretamente relacionados à fruição cultural.



Cultura em Números integra uma política pública de informações e indicadores culturais coordenada pela Secretaria de Políticas Culturais, especialmente a Gerência de Estudos e Pesquisa. Almeja-se, neste projeto, consolidar o Sistema Nacional de Informações Culturais, que integrará municípios, estados e o governo federal num sentido único de compartilhamento de informações de gestão. O Sistema também nos fornecerá o conjunto das informações para o financiamento, as estatísticas setoriais e os cadastramentos da maioria das manifestações culturais no Brasil. Pretendemos implementar esse Sistema a partir de 2009.

No “Cultura em Números” as informações são apresentadas em cinco áreas específicas: oferta da cultura, demanda da cultura, indicadores culturais, financiamento da cultura e gestão pública da cultura. O documento está disponível no [sítio do Ministério da Cultura](http://www.cultura.gov.br), mas selecionamos alguns dados importantes para instigar a navegação no documento, que poderá produzir reflexões em todos os níveis da gestão cultural no Brasil.

www.cultura.gov.br



1. Em 2007 o Sudeste apresentava 1244 salas de cinema; a região Sul, 328; a região Nordeste, 273; a região Centro Oeste, 193; e a região Norte, 60.

2. Em 2007 apenas 79,2% dos municípios brasileiros não possuíam salas de cinema, sendo que esse percentual era de 92,8% em 1999.

3. No que concerne à presença de teatros, em 2007 a região Sudeste apresentava 689 teatros; a região Nordeste, 246; a região Sul, 183; a região Centro Oeste, 65; e a região Norte, 46.

4. Sobre a evolução percentual dos municípios com a presença de teatros e/ou salas de espetáculo, a pesquisa indica que se obteve uma evolução, pois, enquanto em 1999 apenas 13,7% possuíam teatros e/ou salas de espetáculo, em 2006 esse percentual subiu para 21,2%, ou seja, houve um aumento de 54,7%.

5. Quanto aos museus, o Cultura em Números indica disparidade da sua presença nas regiões. A maior quantidade dos equipamentos é observada nas Regiões Sudeste e Sul, respectivamente. O Sudeste dispõe de 964 museus, a região Sul dispõe de 715 museus, a região Nordeste dispõe de 532 museus, a região Centro Oeste dispõe de 172 museus, e a região Norte apresenta 113 museus.

6. No que diz respeito à demanda por equipamentos culturais no Brasil, os números indicam que 90% demandam por televisão, 60% demandam por rádio, 45% demandam por revistas, 37% demandam por jornal, 29% demandam internet, 14% TV por assinatura e 14% demandam cinema.

Disponível em:

[ftp://ftp.ibge.gov.br/
Indicadores_Sociais/
Sistema_de_Informacoes_e_
Indicadores_Culturais/2010](ftp://ftp.ibge.gov.br/Indicadores_Sociais/Sistema_de_Informacoes_e_Indicadores_Culturais/2010)

Em 2013, o Ministério da Cultura, em conjunto com o IBGE, publicou o documento nº 31, da edição **Estudos e Debates: Informação demográfica e socioeconômica, relativas ao Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2007-2010**. A parceria, realizada desde o ano de 2004, apresenta como objetivos desenvolver uma base consistente e contínua de informações relacionadas ao setor cultural e construir indicadores de modo a fomentar estudos e pesquisas setoriais de maior profundidade, bem como fornecer aos órgãos governamentais e privados subsídios para o planejamento e a tomada de decisão relativa aos investimentos, ações e políticas no setor cultural. Para isso, apresenta os principais aspectos da oferta e da demanda de bens e serviços culturais, os gastos das famílias e os gastos públicos com cultura, consolidados nacionalmente, referentes ao período de 2007 a 2010, sendo que, para as características da população ocupada em atividades culturais, considerou-se o período de 2007 a 2012.

A seguir são apresentados alguns dados consolidados pela pesquisa:

- 1.** Em 2010, atuaram aproximadamente 400 mil empresas e outras organizações, nas atividades consideradas como culturais, o que correspondeu a 7,8% do número total de empresas e outras organizações que constituíam o universo do Cempre (Cadastro Central de Empresas) em 2010. Estas empresas ocupavam 2,1 milhões de pessoas, das quais 73,5% eram assalariadas. As pessoas ocupadas assalariadas nas atividades culturais auferiram remunerações médias mensais (calculadas com base nas informações da Tabela 1) mais elevadas que o total de pessoas ocupadas nas empresas formalmente constituídas. O salário médio mensal registrado em 2010 foi de R\$ 1 650,30, enquanto o valor referente às atividades culturais foi de R\$ 2 144,64, ou seja, cerca de 30,0% superior em relação ao total de empresas do Cadastro.



2. Em 2010 as empresas associadas ao setor cultural obtiveram cerca de R\$ 374,8 bilhões de receita líquida (8,3% do total geral) e R\$ 329,1 bilhões de custos totais (8,4%) (Tabela 1). No total das atividades culturais, as atividades industriais culturais foram responsáveis por 18,2% da receita líquida gerada (R\$ 68,4 bilhões) e 17,5% dos custos totais (R\$ 57,5 bilhões). As atividades comerciais culturais contribuíram com 17,9% da receita líquida (R\$ 67,2 bilhões) e 19,3% dos custos totais (R\$ 63,5 bilhões), enquanto as atividades de serviços não financeiros culturais foram responsáveis por 63,8% das receitas geradas no total das atividades culturais (R\$ 239,2 bilhões) e 63,2% dos custos totais (R\$ 208,2 bilhões).

3. O total dos gastos públicos alocados no setor cultural aumentou de aproximadamente R\$ 4,4 bilhões no ano de 2007 para aproximadamente R\$ 7,3 bilhões no ano de 2010. O governo federal, que respondia por 18,7% do total destes gastos em 2007, aumentou a sua participação para 20,5% em 2010, enquanto os governos estaduais passaram de 32,3%, em 2007, para 34,9%, em 2010. Os governos municipais, que totalizavam 49,0% em 2007, continuaram a ser a esfera de governo que mais utilizou seu orçamento com o setor cultural, mas tiveram sua participação reduzida para 44,5% em 2010.

4. Levando-se em conta a distribuição percentual das despesas de consumo, podemos observar que o peso relativo do grupo Cultura em relação ao total das despesas de consumo foi de 8,6%, abaixo apenas dos três principais grupos de despesa Habitação, Alimentação e Transporte, como mostra o gráfico a seguir.

A partir de uma breve amostra dos resultados de pesquisas encomendadas pelo Ministério da Cultura sobre o setor cultural, é possível concluir quão significativo é esse setor do ponto de vista econômico e, evidentemente, do ponto de vista simbólico, da formação do povo brasileiro, da construção da cidadania. Não por acaso, hoje se coloca a reflexão sobre a

cultura, e em específico da Economia da Cultura, como ponto fundamental para se pensar um projeto de desenvolvimento para o país. Não por acaso também, esse é um campo de disputa no âmbito internacional, indicando a necessidade de um esforço concentrado do setor público e privado na preservação da riqueza simbólica produzida no país. Do contrário, passaremos a ser levados ao consumo da produção simbólica de culturas estranhas à nossa, deixando de nos vermos nas telas de cinema, na televisão, no teatro, na música, no folclore, no artesanato.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

PARTE
XI

MÓDULO
5

Esta apostila não tem a pretensão de esgotar teoricamente o tema da Economia da Cultura, nem de esgotar os dados empíricos disponíveis sobre a realidade do setor no Brasil. O objetivo é inserir o leitor no universo teórico da Economia da Cultura, para que assim possa, com maior autonomia, se posicionar também teoricamente, bem como no debate sobre a formulação de políticas públicas de cultura que afetarão todos nós, direta ou indiretamente.

Ao ajudar a refletir sobre as delimitações desse campo de estudo, sobre os aspectos críticos e sobre os avanços no seu entendimento no Brasil, a apostila aposta na possibilidade de o leitor poder pensar estratégias para iniciar ou a dar mais sistematicidade às suas ações, seja à frente de organizações públicas, seja à frente de organizações privadas.

Na introdução desta apostila chamamos a atenção para a necessidade de uma gestão ou administração sistemática das atividades culturais, um tratamento profissional para a atividade, com instrumentos, medidas, indicadores e ferramentas de administração, a fim de que os atores públicos e privados possam coletivamente definir onde é possível chegar e as diferentes alternativas para se alcançar os resultados esperados. Isso implica na reflexão da temática da Economia da Cultura como estando relacionada com outros temas da administração pública da cultura, tais como governança, planejamento, orçamento público e políticas públicas em geral. Também se faz necessário enfatizar que a Economia da Cultura deve ser pensada nas suas relações com outras atividades econômicas, de educação e de bem-estar social.

Finalmente, o setor cultural é e sempre será uma arena de disputas, pois as expressões culturais podem tanto expressar o que aproxima os diferentes segmentos da sociedade, como também pode expressar o que os afasta. Pode afirmar valores, como também pode refutar valores; pode colaborar para a manutenção de um estado de coisas, como pode ser também instrumento ou inspiração para momentos de transformação política, social e econômica.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BENHAMOU, F. **A Economia da Cultura**. Cotia-SP: Ateliê Editorial, 2007. 194 p.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: ADORNO et al. **Teoria da Cultura de massa**. Trad. de Carlos Nelson Coutinho. São Paulo: Paz e Terra, 2000. pp. 221-254.

BERTINI, A. **Economia da Cultura: a indústria do entretenimento e o audiovisual no Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2008. 221pgs.

CHAUÍ, M. Cultura e Democracia. En: Crítica y emancipación: **Revista latinoamericana de Ciencias Sociales**. Año 1, no. 1 (jun. 2008-). Buenos Aires : CLACSO, 2008.

COHN, G. A atualidade do conceito de indústria cultural. In: MOREIRA, A. S. **Sociedade Global: cultura e religião**. Petrópolis-RJ: Vozes, 1999. P. 11-26

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES DE CHILE. **Impacto de la cultura en la economía chilena**: participación de algunas actividades culturales en el PIB y evaluación de las fuentes estadísticas disponibles / Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile, Universidad ARCIS. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2003. 100 p. (Colección Economía y Cultura).

DINIZ, S. C. Análise do setor cultural nas regiões metropolitanas brasileiras. In: **36º Encontro Nacional de Economia**, 2008, Salvador - BA. Anais do 36º Encontro Nacional de Economia, 2008.

DURAND, J. C. **Política Cultural e Economia da Cultura**. Cotia-SP: SESC/Ateliê Editorial, 2013. 178 pgs.

ENLIL, Z. M.; EVREN, Y.; DINCER, I. Cultural triangle and beyond: a spatial analysis of cultural industries in Istanbul. In: **Planning Practice & Research**, Vol. 26, No. 2, April, 2011. pp. 167–183

FERREIRA, J. Cultura e números em uma nova relação. IN: **Cultura em números**: anuário de estatísticas culturais. 2. ed. Brasília: MinC, 2010. 252 p.

GORGULHO, L. F.; GOLDENSTEIN, M.; ALEXANDRE, P. V. M.; MELLO, G. A. T. A Economia da Cultura, o BNDES e o desenvolvimento sustentável. IN: **BNDES Setorial**, setembro de 2009. pp. 299-355

HIRSH, P. M. Cultural Industries Revisited. **Organization Science**, v.11, n.3, p. 356-361, 2000.

LAMPEL, J.; LANT, T.; SHAMSIE, J. Balancing act: learning from organizing practices in cultural industries. **Organizations Science**, Vol. 11, No. 3, May-June 2000, pp. 263-269

LIMA, C. L. C.; FRANCA, C. de O.; MATTA, J. P. R. Notas sobre Economia da Cultura. In: **Anais do 1º Encontro da ULEPICC-Brasil**. Economia Política da Comunicação: interfaces sociais e acadêmicas do Brasil. Niterói-RJ, 18 a 20 de outubro, 2006.

PRIETO, Luis César Herrero.: Economía de la cultura en España: Una disciplina incipiente. Asturia. In: **RAE: Revista Asturiana de Economía**. Nº. 23, 2002, pp. 147-175.

TOLILA, P. **Cultura e Economia**: problemas, hipóteses e pistas. São Paulo: Itaú cultura/Editora Iluminuras, 2007. 140 p.

YÚDICE, G. Economia da Cultura no Marco da Proteção e Promoção da Diversidade Cultural. Sexta-feira, 1º de junho de 2007. **O Globo**. Acesso em julho de 2007.

