



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA

FERNANDA SOUZA PEREIRA

**ENSAIOS SOBRE AS ESTRUTURAS DE CONSUMO E DE RENDIMENTO DO
SETOR DE BENS E SERVIÇOS CULTURAIS NO BRASIL**

Caruaru

2022

FERNANDA SOUZA PEREIRA

**ENSAIOS SOBRE AS ESTRUTURAS DE CONSUMO E DE RENDIMENTO DO
SETOR DE BENS E SERVIÇOS CULTURAIS NO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Economia.
Área de concentração: Economia Regional.

Orientadora: Profa. Dra. Danyella Juliana Martins de Brito

Coorientador: Prof. Dr. Marcus Vinícius Amaral e Silva

Caruaru

2022

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Nasaré Oliveira - CRB/4 - 2309

P436e Pereira, Fernanda Souza.
Ensaio sobre as estruturas de consumo e de rendimento do setor de bens e serviços culturais no Brasil. / Fernanda Souza Pereira. – 2022. 90 f.; il.: 30 cm.

Orientadora: Danyella Juliana Martins de Brito.
Coorientador: Marcus Vinícius Amaral e Silva.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Programa de Pós- Graduação em Economia, 2022.
Inclui Referências.

1. Cultura – Aspectos econômicos. 2. Análise de dados. 3. Indústria cultural - Brasil. 4. Bens de consumo – Aspectos culturais. I. Brito, Danyella Juliana Martins de (Orientadora). II. Silva, Marcus Vinícius Amaral e (Coorientador). III. Título.

CDD 330 (23. ed.) UFPE (CAA 2022-051)

FERNANDA SOUZA PEREIRA

**ENSAIOS SOBRE AS ESTRUTURAS DE CONSUMO E DE RENDIMENTO DO
SETOR DE BENS E SERVIÇOS CULTURAIS NO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Economia. Área de concentração: Economia Regional.

Aprovada em: 17/06/2022.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Danyella Juliana Martins de Brito (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Marcus Vinícius Amaral e Silva (Coorientador)
Universidade Federal do Piauí

Prof. Dra. Monaliza de Oliveira Ferreira, (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dra. Maria Fernanda Freire Gatto Padilha (Examinadora Externa)
Universidade Federal de Pernambuco

AGRADECIMENTOS

A Deus, responsável pela construção do meu ser, agradeço por cada oportunidade concedida em minha vida e por me conduzir nesse trabalho. Aos meus pais, irmãos e familiares, pela paciência e compreensão da ausência, que sempre acreditaram na minha capacidade e me deram apoio durante toda minha trajetória. Aos meus amigos da UFPE, em especial Kelly, que sempre esteve ao meu lado, compartilhando momentos bons e ruins e diante de todas as dificuldades enfrentadas nunca me abandonou ou deixou de acreditar no meu potencial sempre me incentivando a ir além. Aos professores que em grande parte contribuíram com o meu aprendizado e me inspiraram com toda sua dedicação e amor pela profissão.

Menção honrosa aos meus orientadores Danyella Brito e Marcus Vinícius, pelos ensinamentos e incentivos que me ajudaram até aqui. Agradeço de coração toda dedicação e apoio, vocês foram fundamentais nessa caminhada.

Enfim, agradeço a todos que contribuíram de forma direta ou indireta com palavras de incentivo que me deram forças durante a desafiante jornada.

RESUMO

Esta dissertação é formada por dois artigos que buscam investigar o setor cultural brasileiro. O primeiro artigo visa avaliar os fatores que estão associados ao consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio, considerando tal consumo como interligado ao consumo de outros bens e serviços culturais, por meio de uma análise *probit* bivariada. Para tanto, são utilizados os dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de 2017-2018. No geral os resultados obtidos para o modelo indicam que o consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio e o consumo de outros bens e serviços culturais são positivamente correlacionados, destacando a questão da desigualdade no consumo cultural devido a certas barreiras sociais (educação, renda, acesso a crédito, entre outros). Também é desenvolvido um indicador de amenidades culturais, com enfoque nas diferenças na oferta de equipamentos culturais nas regiões metropolitanas brasileiras. Para tanto, utiliza-se os dados da Pesquisa de Informações Básicas Municipais (MUNIC) 2018. Os resultados do indicador confirmam a presença de desigualdades regionais no acesso aos equipamentos culturais examinados. O segundo artigo tem como objetivo avaliar o impacto intersetorial das atividades artísticas e culturais nos demais setores da economia brasileira. Primeiro, tal análise é conduzida ponderando os efeitos da Covid-19, o que permite identificar como o setor foi afetado, em termos de produto, emprego e renda. Na sequência, é avaliada a relevância do setor cultural considerando os diferentes grupos de renda familiar. Para tanto, é utilizada a abordagem de insumo-produto, com a matriz de dados brasileiros mais recente de 2015 e informações da POF. Os principais resultados apontam que uma crise, como a da Covid-19, considerando apenas o efeito no setor cultural, tem um impacto de reduzir em 31,8% o produto das atividades culturais, o equivalente a uma perda de 237.701 postos de trabalho. Este resultado sinaliza a relevância do setor para a economia brasileira. Ademais, as famílias de menor renda, grupo representativo de mais de 70% dos domicílios, são responsáveis por apenas 28% de toda demanda das famílias brasileira pelo setor cultural; enquanto as famílias nos estratos de renda mais elevados, que representam menos de 3% dos domicílios, consomem 22% do setor. Tal resultado sinaliza para a importância de que políticas públicas sejam desenvolvidas a fim de estimular o consumo entre os grupos de menor renda, uma vez que, além dos benefícios econômicos mostrados nessa pesquisa, existem benefícios intangíveis da atividade cultural para uma sociedade.

Palavras-chave: setor cultural; consumo; análise *probit* bivariada; análise de insumo-produto; Brasil.

ABSTRACT

This dissertation consists of two articles that seek to investigate the Brazilian cultural sector. The first article aims to evaluate the factors that are associated with the consumption of direct cultural goods and services outside the home, considering such consumption as interconnected with the consumption of other cultural goods and services, through a bivariate *probit* analysis. For this, data from the Household Budget Survey (POF) from 2017-2018 are used. Overall, the results obtained for the model indicate that the consumption of direct cultural goods and services outside the home and the consumption of other cultural goods and services are positively correlated, highlighting the issue of inequality in cultural consumption due to certain social barriers (education, income, access to credit, among others). An indicator of cultural amenities is also developed, focusing on differences in the supply of cultural facilities in Brazilian metropolitan regions. For this purpose, data from the 2018 Municipal Basic Information Survey (MUNIC) are used. The results of the indicator confirm the presence of regional inequalities in access to the cultural facilities examined. The second article aims to assess the intersectoral impact of artistic and cultural activities on other sectors of the Brazilian economy. First, such an analysis is conducted by weighing the effects of Covid-19, which allows identifying how the sector was affected, in terms of product, employment and income. Next, the relevance of the cultural sector is evaluated considering the different family income groups. For this, the input-output approach is used, with the most recent Brazilian data matrix from 2015 and information from the POF. The main results point out that a crisis, such as that of Covid-19, considering only the effect on the cultural sector, has an impact of reducing the product of cultural activities by 31.8%, equivalent to a loss of 237,701 jobs. This result signals the relevance of the sector to the Brazilian economy. Furthermore, lower-income families, a group representing more than 70% of households, are responsible for only 28% of all Brazilian families' demand for the cultural sector; while families in the highest income strata, which represent less than 3% of households, consume 22% of the sector. This result points to the importance of public policies being developed in order to stimulate consumption among lower-income groups, since, in addition to the economic benefits shown in this research, there are intangible benefits of cultural activity for a society.

Keywords: cultural sector; consumption; bivariate *probit* analysis; input-output analysis; Brazil.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	9
2	EVIDÊNCIAS SOBRE O CONSUMO CULTURAL DAS FAMÍLIAS NAS REGIÕES METROPOLITANAS BRASILEIRAS.....	11
2.1	INTRODUÇÃO.....	11
2.2	DESENVOLVIMENTO ECONOMICO E CULTURA.....	14
2.3	CONSUMO E FRUIÇÃO DE BENS E SERVIÇOS CULTURAIS.....	18
2.4	METODOLOGIA.....	22
2.4.1	Indicador de amenidades culturais	22
2.4.2	Modelo econométrico.....	24
2.4.3	Dados.....	25
2.5	RESULTADOS.....	29
2.6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	41
3	A CONTRIBUIÇÃO ECONÔMICA DO SETOR CULTURAL NO BRASIL: UMA ABORDAGEM DE INSUMO-PRODUTO POR GRUPOS DISTINTOS DE RENDA.....	43
3.1	INTRODUÇÃO.....	43
3.2	POLÍTICAS PÚBLICAS CULTURAIS.....	45
3.3	REFERÊNCIAL EMPÍRICO PARA O MODELO DE INSUMO-PRODUTO..	49
3.4	METODOLOGIA.....	53
3.4.1	Dados.....	53
3.4.2	Abordagem de insumo-produto.....	56
3.4.3	Multiplicador da produção.....	62
3.4.4	Multiplicador do emprego.....	62
3.4.5	Multiplicador da renda.....	63
3.4.6	Método da extração hipotética.....	64
3.5	RESULTADOS.....	65
3.5.1	Resultados da extração hipotética.....	69

3.5.2	Resultados por grupos de renda.....	71
3.6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	74
4	CONCLUSÃO.....	76
	REFERÊNCIAS.....	77
	APÊNDICE A – CONSUMO DE BENS E SERVIÇOS CULTURAIS.....	86

1 INTRODUÇÃO

O Brasil apresenta um mercado crescente de consumo e atividades culturais e criativas em suas distintas localidades e grupos sociais. Dessa forma, torna-se necessário entender a ligação existente entre esses dois grupos. Cultura e criatividade estão interligadas e desse modo torna-se necessária a definição dos respectivos conceitos, a fim de compreender melhor o ambiente em análise. O presente estudo utiliza as definições de economia da cultura e economia criativa dados pela Comissão Europeia. O primeiro refere-se aos setores culturais que usam a produção artística para gerar bens e serviços que englobam atividades de duas naturezas que são: os trabalhos de artes (pinturas, exposições, monumentos e espetáculos) e a produção industrial em massa (livros, DVDs, CDs, literatura, música, cinema). O segundo reporta-se aos setores no qual a cultura se torna o insumo empregado na produção dos bens funcionais não culturais. Os setores criativos englobam principalmente a publicidade, arquitetura, design e moda (GORGULHO *et al.*, 2009). As indústrias culturais, por sua vez, podem ser entendidas na lógica de produção criativa e reprodução industrial, tais indústrias transformam a criatividade em um produto capaz de atrair um grande público (VIVANT, 2012).

Identificar como os indivíduos criativos estão distribuídos entre as regiões é fundamental para entender as disparidades inter-regionais do setor criativo e cultural. Para Florida (2003), a distribuição espacial geográfica de capital humano e de indivíduos criativos se apresenta como fator fundamental para o desenvolvimento regional.

Diversos autores, na literatura nacional, já investigaram os aspectos relacionados aos determinantes do consumo no setor cultural e do desenvolvimento impulsionado por tal atividade econômica (DINIZ; MACHADO, 2011; PAGLIOTO; MACHADO, 2012; MACHADO; SIMÕES; DINIZ, 2013; MACHADO *et al.*, 2017; MACHADO; PAGLIOTO; BRUZZI DE CARVALHO, 2018; FERNANDES SOUZA; MACHADO; DOMINGUES, 2019; ALMEIDA; LIMA; GATTO, 2020).

Entretanto, poucos estudos examinam os efeitos multiplicadores de mudanças na renda e consumo das famílias sobre o setor cultural e sobre os demais setores econômicos no Brasil (SILVA; BRITO, 2019; SOUZA, DOMINGUES, MACHADO, 2019; MACHADO *et al.*, 2020). A lacuna visível na literatura nacional está relacionada a compreender a estrutura de consumo dos bens e serviços culturais por grupos de renda familiares no setor cultural. O objetivo geral desta pesquisa consiste em compreender a decisão de consumo de bens culturais diretos, fora do domicílio, como gastos com visita ao cinema, teatro, museu, exposição, circo,

show, ópera e dança clássica e analisar o impacto do setor cultural para a economia brasileira, considerando as diferentes estruturas de rendimento das famílias.

Os objetivos específicos a serem executados, a fim de alcançar o objetivo geral proposto, são:

- Analisar os fatores que estão associados à probabilidade das famílias consumirem bens e serviços culturais diretos fora do domicílio, ponderando a decisão conjunta de consumo cultural direto fora do domicílio e de consumo de outros tipos de bens e serviços culturais, com enfoque na discussão das diferenças regionais brasileiras;
- Avaliar o impacto do setor cultural para a economia brasileira mediante uma investigação empírica dos efeitos multiplicadores do setor cultural nos demais setores da economia, dada a estrutura de consumo por grupos de renda familiar.

Para análise econométrica utiliza-se os dados dos dispêndios das famílias com cultura coletados na Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), realizada pelo IBGE, disponibilizados para os anos de 2017-2018. Já para a investigação do impacto do setor cultural para a economia brasileira, é utilizada a matriz insumo-produto disponibilizada pelo IBGE referente ao ano de 2015. A desagregação da estrutura de consumo por grupos de renda familiar, é feita através da abertura do vetor de consumo e rendimento das famílias, através da POF, por meio do qual são avaliados os efeitos de mudanças na demanda familiar por consumo cultural e seus impactos sobre o emprego e renda do setor cultural e nos demais setores da economia.

A metodologia do presente estudo consiste em uma análise econométrica utilizando o modelo *probit* bivariado e uma análise intersetorial utilizando a matriz de insumo-produto. A análise conjunta, permitida por meio do modelo *probit* bivariado, possibilita a identificação dos fatores que afetam o consumo cultural das famílias. Por outro lado, a análise intersetorial, através da abertura do vetor de consumo e rendimento familiar na matriz de insumo-produto, as famílias serão divididas em dez grupos distintos de renda e será avaliado os impactos setoriais de mudanças nos padrões de consumo cultural de tais grupos familiares. Essa análise por grupo de renda familiar tem o potencial de fornecer resultados interessantes para as discussões de desigualdade social.

Dada a significância do setor cultural, é importante compreender o seu potencial gerador de empregos, renda e desenvolvimento regional. A investigação da oferta, do consumo e das ligações intersetoriais existentes, possibilita a elaboração de projetos que venham a atrair políticas públicas com o propósito de dar suporte para o desenvolvimento do setor.

2 EVIDÊNCIAS SOBRE O CONSUMO CULTURAL DAS FAMÍLIAS NAS REGIÕES METROPOLITANAS BRASILEIRAS

2.1 INTRODUÇÃO

A economia criativa é formada por setores que utilizam a cultura no processo produtivo (GORGULHO *et al.*, 2009). Desse modo, as atividades relacionadas à cultura e criatividade têm um potencial gerador de empregos, renda e desenvolvimento para a sociedade. Segundo dados obtidos por meio do Sistema de Informações e Indicadores Culturais (SIIC| IBGE) do Cadastro Central de Empresas (CEMPRE)¹, no ano de 2017, a classe criativa atuou com 325,4 mil empresas e outras organizações formalmente estabelecidas no setor cultural, gerando emprego para 1,9 milhões de pessoas². Essas empresas correspondem a 6,5% do total que constituía o universo do CEMPRE, e 3,7% do total de ocupados da classe trabalhadora do Brasil em 2017. No geral, essa mão de obra registrada no setor se estabelece em locais onde estão instaladas empresas que promovem eventos culturais, pois residir em locais com presença de equipamentos culturais – a citar, casas de shows, cinemas, teatros e bibliotecas – aumenta as chances de estar empregado de maneira formal nesse setor (VIVANT, 2012; BRITO; LOMBARDI FILHO, 2019).

Dada a capacidade de geração de emprego e renda do referido setor, identificar como estão distribuídos os equipamentos culturais entre as regiões é fundamental para compreender as disparidades inter-regionais do setor criativo e cultural, e os fatores que impedem o seu desenvolvimento. Para Florida (2003), as distribuições geográficas de capital humano e de indivíduos ocupados em atividades relacionadas ao setor criativo se apresentam como fator fundamental para o desenvolvimento regional.

As disparidades na distribuição regional de equipamentos culturais e capital cultural, conforme abordado por Almeida, Lima e Gatto (2019a), podem ser explicadas pelo fato de que determinados serviços culturais se desenvolvem mais fortemente em localidades com maior aglomeração de pessoas. Desse modo, os centros urbanos apresentam maiores oportunidades de oferta de equipamentos culturais devido a maior aglomeração de indivíduos.

O consumo de cultura realizado dentro dos domicílios ocorre mediante as mudanças tecnológicas, que afetaram o setor cultural em diferentes momentos da história, e que

1 ¹ Constitui um acervo que disponibiliza dados cadastrais e econômicos, referente a todas as empresas e organizações, e o local onde estão em funcionamento no Brasil (IBGE, 2018a).

2 ² Empresas culturais que apresentam contrato social, registro na junta comercial, alvará de localização e funcionamento, inscrição estadual, dentre outras documentações oficiais que caracterizam uma empresa formal.

proporcionam tal consumo com baixo custo e comodidade, e ainda dispõem de uma gama variada de produtos culturais diferenciados e que se inovam com rapidez (PEUKERT, 2019). O consumo cultural fora dos domicílios, por sua vez, é um subproduto das aglomerações e tem o potencial de gerar maiores efeitos de transbordamento de capital humano e cultural, comparativamente ao consumo domiciliar, devido as interações sociais. Dessa forma, a localização dos equipamentos culturais é fundamental para compreender as decisões de consumo dentro ou fora do domicílio (DINIZ; MACHADO, 2011; SOUZA; MACHADO; DOMINGUES, 2019).

O consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio (núcleo artístico criativo) refere-se aos gastos com visita ao cinema, teatro, museu, exposição, circo, show, ópera e dança clássica (ALMEIDA; LIMA; GATTO, 2019a). Já o consumo de outros bens e serviços culturais refere-se a gastos com cursos de artes, instrumentos e acessórios musicais, informática, artigos de vídeo, fotografia, fonografia, artesanato, artes plásticas, livros não didáticos, visita a discotecas, danceterias, boates, bares e zoológicos (MACHADO *et al.* 2017; ALMEIDA; LIMA; GATTO, 2019a; ALMEIDA; LIMA; GATTO, 2019b). De acordo com a literatura, existe uma forte associação entre as características sociodemográficas e a demanda pelos bens culturais diretos, sendo a renda e o grau de escolaridade os principais fatores que impõem restrições ao consumo dos referidos bens (SINTAS; ÁLVAREZ, 2002; ATECA-AMESTOY, 2008; RINGSTAD; LOYLAND, 2006; BARBOSA; ARAÚJO; CODES, 2010; ALMEIDA; LIMA; GATTO, 2019a; RIBEIRO *et al.*, 2020). Evidentemente tais restrições se refletem no gasto desigual das famílias com bens e serviços culturais.

Neste contexto, a Tabela 1.1, exibe o percentual de domicílios brasileiros que consomem algum tipo de bem ou serviço cultural, evidenciando que 16,72% dos domicílios não realizaram nenhum tipo de gasto com bens e serviços culturais. Por outro lado, verifica-se que 25,24% dos domicílios realizaram gastos com consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio, simultaneamente com outros bens do setor, no Brasil metropolitano em 2018. O consumo exclusivo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio ocorre em apenas 1,52% dos domicílios, sugerindo que as famílias preferem uma cesta de consumo cultural variada, e não apenas se limitar aos que são ofertados fora do domicílio. O percentual de domicílios que consomem apenas outros bens e serviços culturais se mostra como o mais elevado. Por se tratar de um grupo de bens heterogêneos, capaz de atender a diferentes gostos, apresenta uma maior participação dos domicílios, mais de 50%, que executa esse tipo de gasto.

Tabela 1.1 - Percentual de domicílios que consomem bens ou serviços culturais nas regiões metropolitanas brasileiras ^(a) (%), 2017-2018

		Consumo de bens/serviços culturais diretos fora do domicílio		
		Não	Sim	Total
Consumo de outros bens/serviços culturais	Não	16,72	1,52	18,24
	Sim	56,52	25,24	81,76
Total		73,24	26,76	100,00

Fonte: A autora (2022) com base nos.

Nota: Dados da POF (2017-2018). (a) São analisadas as dez principais regiões metropolitanas brasileiras: São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Rio de Janeiro, Fortaleza, Recife, Distrito Federal, Salvador e Belém.

Ademais, analisar o consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio, concomitantemente ao consumo de outros bens e serviços culturais, mostra-se como uma questão de pesquisa relevante, pois possibilita uma compreensão mais profunda dos diferentes aspectos que influenciam o consumo cultural das famílias. A partir dessas informações, é possível avaliar a situação domiciliar no que se refere a restrição ao acesso cultural, o que pode subsidiar políticas públicas que busquem minimizar as diferenças no consumo dos diferentes tipos de bens e serviços culturais.

Na literatura internacional, alguns autores se dedicam a realizar a análise conjunta entre o consumo no setor cultural e a participação em atividades esportivas, devido a interligação que esses dois setores apresentam e as questões de transbordamento de conhecimento, socialização e qualidade de vida que ambos proporcionam a sociedade (MUÑIZ; RODRÍGUEZ; SUÁREZ, 2011; MUÑIZ; RODRÍGUEZ; SUÁREZ, 2014; HALLMANN *et al.*, 2017; FERNANDEZ, 2019). Porém, nenhum estudo realiza essa análise conjunta para o setor cultural em específico, isto é, a análise conjunta entre consumo no setor cultural direto fora do domicílio e consumo de outros bens e serviços culturais.

Nesse sentido, apesar de haver uma vasta literatura nacional que examina o consumo familiar de bens culturais, nota-se uma carência de investigações que abordem o consumo familiar de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio como uma decisão conjunta ao consumo de outros bens culturais (DINIZ; MACHADO, 2011; PAGLIOTO; MACHADO, 2012; MACHADO *et al.*, 2017; ALMEIDA; LIMA; GATTO, 2019a). Assim, o objetivo da presente pesquisa consiste em analisar os fatores que estão associados à probabilidade das famílias consumirem bens e serviços culturais diretos fora do domicílio, ponderando a decisão conjunta de consumo cultural direto fora do domicílio e de consumo de outros tipos de bens e serviços culturais, com enfoque na discussão das diferenças regionais brasileiras. Para tanto, a metodologia empregada consiste na estimação de um modelo *probit* bivariado, e na construção

de um indicador de amenidades culturais para os municípios e para as regiões metropolitanas brasileiras.

Modelar a probabilidade de consumo como uma decisão conjunta é relevante, uma vez que é possível que esses dois tipos de consumo cultural estejam associados em certa medida. Analisando simultaneamente os resultados do modelo *probit* bivariado e as evidências observadas a partir do indicador de amenidades culturais, torna-se possível observar como o consumo cultural está associado a oferta de equipamentos culturais nas regiões metropolitanas brasileiras, identificando questões de disparidades regionais na concentração de equipamentos culturais. As bases de dados utilizadas são os microdados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), referentes aos anos de 2017-2018, e os dados da Pesquisa de Informações Básicas Municipais (MUNIC) de 2018 – ambas as bases disponibilizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Identificar as preferências dos consumidores, por meio dos gastos (médios mensais) das famílias brasileiras no setor cultural, e as dificuldades enfrentadas pela população no acesso a bens e serviços culturais, é importante para direcionar as políticas públicas de forma eficiente para que estas possam dar o apoio devido ao setor. Dessa forma, tais políticas podem contribuir no enfrentamento das questões de desigualdade de acesso aos bens culturais e na promoção do desenvolvimento regional.

A presente pesquisa está estruturada em sete seções. Na seção dois é feita uma discussão sobre desenvolvimento econômico e cultura. A seção três traz uma revisão de literatura sobre o consumo e fruição de bens e serviços culturais. Na sequência, na seção quatro são desenvolvidas a metodologia e a base de dados, a seção seguinte traz os resultados regionais e, por fim, a última seção aborda as considerações finais.

2.2 DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E CULTURA

Dieckmann (1996) defende que as características culturais de uma nação estão ligadas às taxas de crescimento econômico do país. Neste mesmo sentido, Throsby (1999; 2001) destaca a contribuição do capital cultural para o crescimento econômico. O autor define cultura por meio de uma abordagem funcional, tal que os indivíduos envolvem criatividade no processo produtivo e geram um produto que está relacionado aos aspectos intelectuais, morais e artísticos da vida humana. De acordo com o autor, esse conceito de cultura está atrelado à noção de valor cultural, entendido nos mesmos termos de valor econômico.

Seguindo a definição funcional do termo cultura, abordado por Throsby (1999; 2001), a produção e consumo de bens e serviços culturais podem estar localizados dentro de um sistema industrial, e os bens e serviços produzidos podem ser entendidos como mercadorias iguais às demais mercadorias produzidas na sociedade. Com a instalação de equipamentos culturais em determinadas localidades, outras empresas surgem e se agrupam a essa atividade, produzindo bens e serviços geradores de emprego e renda. Ademais, o setor torna-se importante para criação de políticas públicas. Para Markusen e Gadwa (2010) e Vivant (2012), o planejamento da arte e cultura pode ser usado como ferramenta de desenvolvimento econômico em determinadas regiões.

Os gastos em cultura permitem a manutenção dos equipamentos culturais. Tais equipamentos proporcionam efeitos econômicos diretos e indiretos na geração de emprego e renda para a economia local ou regional. Como também proporcionam efeitos estruturais sobre o desenvolvimento local que permitem colocar tais localidades nas rotas comerciais do turismo, atraindo jovens e empresas que mantêm essas atividades econômicas culturais em funcionamento (TOLILA, 2007).

Florida (2003) argumenta que a criatividade se tornou a base para as relações sociais e econômicas da vida humana, e são essas as atividades econômicas que impulsionam o crescimento e desenvolvimento econômico regional. Para o autor, a concentração de indivíduos com altos níveis de capital humano geram efeitos na atração de indústrias altamente tecnológicas e, conseqüentemente, afeta as receitas regionais, impulsionando o desenvolvimento econômico nos Estados Unidos.

Essas aglomerações geram os efeitos de transbordamento de conhecimento (BAUMOL, 1986). Diante das evidências sobre os efeitos dos encadeamentos de emprego e renda, juntamente com os efeitos *spillovers* de cultura e capital humano, a literatura internacional investiga como o setor cultural proporciona desenvolvimento regional. Por exemplo, Tubadji, Osoba e Nijkamp (2015) examinam a sinergia existente entre arte, cultura e desenvolvimento socioeconômico regional em relação à produtividade e ao bem-estar social nos condados dos Estados Unidos. Os autores utilizam o modelo CBD (Culture Based Development)³ que capta o efeito de atração de capital humano mediante a presença de capital cultural e tem o intuito de identificar os impactos da atividade cultural na produtividade e bem-estar social local. Os resultados evidenciam que uma localidade com alta concentração de trabalhadores qualificados

³ O modelo CBD trata a cultura como uma variável de fator explicativa para o desenvolvimento local (TUBADJI; OSOBA; NIJKAMP, 2015).

está relacionada a alta concentração de atividade cultural, gerando efeitos positivos sobre a produtividade local⁴.

Cerisola (2018) explora a relação existente entre as características socioeconômicas e a presença simultânea dos múltiplos talentos criativos na Itália. Para o autor, a criatividade pode ser expressa de três maneiras, por meio da: (i) criatividade artística, que envolve imaginação e geração de ideias próprias, e é representada por meio de texto, imagens e sons; (ii) criatividade científica, que envolve novas descobertas a fim de solucionar problemas, sendo representada por P&D, pesquisas acadêmicas e engenharias; e (iii) criatividade econômica, que envolvendo empreendedorismo, marketing e administração, e é representada principalmente por meio de atividades práticas. Na concepção de Cerisola (2018), as características socioeconômicas influenciam na atração de pessoas criativas para a localidade, e a interação entre os talentos criativos determinam as novas ideias, e essa diversificação criativa, por sua vez, leva ao desenvolvimento econômico local.

Falck *et al.* (2018) examinam como a presença de amenidades culturais podem atrair mão de obra altamente qualificada na região da Alemanha Ocidental, tal ensaio compreende o período entre 1975-2010. Os resultados indicam que há um efeito positivo e significativo das características culturais locais no crescimento de capital humano, e que o fato de estar localizado geograficamente onde há maior quantidade de trabalhadores qualificados (aglomerações produtivas) gera efeitos de *spillovers* produtivos de conhecimento sobre os demais trabalhadores. Dessa forma, os *spillovers* proporcionam ganhos de conhecimento, de produtividade, e o desenvolvimento de ideias inovadoras. Falck *et al.* (2018) ressaltam que esses transbordamentos de conhecimento beneficiam os trabalhadores altamente qualificados como também os trabalhadores com baixo nível de qualificação.

Espaços geográficos que apresentam amenidades culturais, urbanas e naturais marcantes costumam atrair capital humano. A oferta de empregos possibilita a atração de mão de obra especializada e não especializada, esta última por sua vez, sofre um processo de aprendizagem e cada vez mais se tornará qualificada. Esse acúmulo de capital humano proporciona efeitos de transbordamento de conhecimento, aprendizado e novas ideias, que impulsionam o desenvolvimento local (JAGER, 2014; LOON; GOSENS; ROUWENDAL, 2014; MELO; PAIVA, 2016; DIAS; MACHADO; HOSKEN, 2019).

⁴ O bem-estar é avaliado em termos de criminalidade. Para esse caso, os níveis de criminalidade foram maiores com a maior concentração de trabalhadores, logo não mostra efeitos positivos para o bem-estar (TUBADJI; OSOBA; NIJKAMP, 2015).

Na literatura nacional, baseado nos índices desenvolvidos por Florida (2003), Golgher (2008) constrói indicadores de criatividade e qualificação para o Brasil. Por meio de uma investigação entre a concentração de pessoas qualificadas e criativas e o desenvolvimento municipal, Golgher (2008) observa que atrativos econômicos (como salários, custo de vida e possibilidade de empregos) e as amenidades urbanas (melhores condições climáticas, menores níveis de criminalidade, menores níveis de poluição e mais possibilidades de lazer), juntamente com a presença de pessoas criativas, são fundamentais no processo de fluxo migratório de capital humano. Os resultados indicam que municípios mais populosos tendem a apresentar maiores indicadores de qualificação e criatividade, comparativamente aos demais municípios. Assim, localidades vibrantes, ou seja, locais com maiores índices de entretenimento, atraem indivíduos talentosos⁵ e que estão empregados em setores considerados criativos.

Nesse contexto, Melo e Paiva (2016) e Dias e Lima (2019) enfatizam a importância das aglomerações produtivas da indústria criativa. Melo e Paiva (2016) examinam a presença de *clusters* criativos nos municípios médios brasileiros para o ano de 2010. Os autores expõem que as aglomerações produtivas, causadas pela concentração de firmas e estruturas de mercados, geram externalidades para a economia como um todo, dado os efeitos do transbordamento de conhecimento gerados pelo agrupamento de pessoas qualificadas. Seguindo esse raciocínio, a indústria criativa se insere nesse contexto de aglomerações produtivas. Os resultados indicam que a indústria criativa apresenta padrões diferentes de acordo com a sua localização, logo é necessário políticas públicas que tenham foco nas especificidades locais (criativas) para que essa atividade econômica possa se manter ao longo do tempo.

A literatura nacional ainda pode avançar no tocante a estudos que retratem a realidade dos efeitos transbordamento de conhecimento causados pelas aglomerações produtivas culturais. Tais aglomerados urbanos proporcionam incentivos para oferta de equipamentos culturais, que por sua vez incentiva o consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio. Mediante a compreensão do funcionamento do setor cultural, torna-se possível pensar em políticas públicas aplicáveis as diferentes realidades, e que proporcionem uma melhor distribuição e acesso dos equipamentos culturais.

⁵ Definido como indivíduos que apresentam altos níveis de capital humano (FLORIDA, 2003).

2.3 CONSUMO E FRUIÇÃO DE BENS E SERVIÇOS CULTURAIS

Para Stigler e Becker (1977), o consumo dos indivíduos se dá a partir de preferências estáveis, no sentido de apresentarem gostos estáveis. As mudanças que ocorrem nas decisões do que consumir estão ligadas às mudanças nos preços dos bens e na renda das famílias. Na literatura internacional, os fatores que afetam o consumo e fruição de bens e serviços culturais estão associados às diferentes características sociais, econômicas e geográficas – como classe social, idade, tempo disponível, renda disponível para lazer, preço do bem e de seus substitutos (SINTAS, ÁLVAREZ, 2002; ATECA-AMESTOY, 2008; RINGSTAD; LOYLAND, 2006; ZIEBA, 2009; BERLIN; BERNARD; FÜRST, 2015).

Sintas e Álvarez (2002) investigam o comportamento do consumidor de produtos culturais na Espanha. Eles destacam que os consumidores de classes sociais mais baixas consomem produtos culturais mais populares⁶. Já os consumidores de classe social mais elevada consomem produtos da alta cultura⁷. Para os autores, a idade também se apresenta como outro diferencial entre o consumo de determinados tipos de produtos culturais, indivíduos com idade mais avançada tendem a consumir cultura mais tradicional⁸, que remetem a memória afetiva, e indivíduos mais jovens tendem a consumir uma cultura mais moderna⁹. De acordo com Sintas e Álvarez (2002), conhecendo os gostos dos consumidores, torna-se possível que as políticas públicas e o *marketing* cultural sejam direcionados à oferta de produtos culturais de acordo com os gostos apresentados pela sociedade.

Ringstad e Loyland (2006) investigam o funcionamento do mercado de livros da Noruega. Considerando as diversas características domiciliares, os diferentes níveis de preços dos livros e a disponibilidade de tempo, os autores buscam compreender as chances de compra de livros. Os resultados evidenciam que a renda, presença de bibliotecas e ser mulher apresentam um efeito positivo na compra de tais bens. A idade mostra uma relação negativa, pois quanto maior a idade menor a disponibilidade de tempo para consumo de tal bem. Tais resultados podem ser associados aos obtidos por Ateca-Amestoy (2008), que analisam como o estoque de capital humano de cada indivíduo afeta a probabilidade de frequentar diferentes atividades culturais nos Estados Unidos. Ateca-Amestoy (2008) aponta que o capital cultural

3 ⁶ Produtos culturais populares: *rock*, touradas e flamenco.

4 ⁷ Produtos de alta cultura: ópera, teatro, ballet e música clássica.

5 ⁸ Produtos culturais tradicionais: touradas, danças regionais, danças folclóricas, shows de variedades e circo.

6 ⁹ Produtos culturais modernos: filmes, *rock*, *jazz* e música *pop*.

(incluindo o capital humano) aumenta as chances de participar de atividades culturais, e tem um efeito maior do que o nível de renda.

O funcionamento do mercado de livros no Brasil apresenta a partir de 2009 um crescimento no acesso aos livros através das plataformas digitais. Dessa forma, facilita e barateia o consumo pela população (EARP; KORNIS, 2005; REIMÃO, 2011). Alguns autores, na literatura nacional, também se dedicam a compreender os aspectos que afetam o consumo de bens e serviços culturais pelas famílias brasileiras. Há evidências confirmativas de que questões de infraestrutura, mobilidade, educação e renda são determinantes para o consumo de equipamentos/atividades culturais, e que a oferta de tais equipamentos se concentram em áreas que abrangem a população com renda mais elevada (DINIZ; MACHADO, 2011; PAGLIOTO; MACHADO, 2012; MACHADO *et al.*, 2017; ALMEIDA; LIMA; GATTO, 2019a).

Diniz e Machado (2011) examinam os fatores determinantes do consumo no setor cultural para o Brasil urbano, com o objetivo de identificar as restrições sociais e geográficas que afetam o consumo dos equipamentos culturais. As autoras notam que o consumo cultural é determinado principalmente pela renda, nível de escolaridade e pela localização geográfica de residência. As autoras ainda destacam que a distância da localização da oferta dos equipamentos culturais também se mostra como uma grande restrição ao consumo.

Paglioto e Machado (2012) analisam os fatores que estão associados ao consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio – o consumo que ocorre via pagamento de ingressos em cinema, peças de teatro, concertos musicais, shows e exposições artísticas –, e o consumo de cultura domiciliar – que ocorre por meio de CD's, DVD's e internet. Os autores observam que há custos em consumir tais bens e serviços fora dos domicílios, como custos de transporte, de alimentação e custos de oportunidade que se sobrepõem aos custos do consumo cultural domiciliar. Os resultados encontrados evidenciam que o consumo cultural depende de fatores econômicos e sociodemográficos, além da relação direta com fatores de estoque de capital cultural acumulado. Para os autores, a renda e o nível de escolaridade apresentam relação direta com o acesso à cultura fora do domicílio. Nesse contexto, o estudo aborda a necessidade de estímulo à democratização do acesso aos equipamentos culturais.

Cada vez mais as tecnologias proporcionam facilidade de acesso à cultura pelos diferentes grupos de consumidores. Machado e Michel (2017) discutem a economia criativa e colaborativa sob a perspectiva da digitalização. O surgimento das novas tecnologias provoca uma ruptura no modo de produzir, distribuir e consumir os novos produtos da indústria cultural. A ênfase está nas inovações tecnológicas de informação e comunicação (TICs) que provocam quebras estruturais no sistema econômico e no modo de socialização entre os indivíduos. A

economia criativa trata de criatividade e inovações que são necessárias na corrida pela diferenciação no mercado. A economia colaborativa, por sua vez, trata do compartilhamento de instalações de bens tangíveis e de plataformas digitais. Logo, a digitalização possibilita uma associação dos dois conceitos.

Nesse contexto, Melo (2017), via dados disponibilizados pela plataforma de streaming do Spotify, analisa o consumo do setor musical, que está inserido dentro do setor cultural. O autor mostra que as inovações tecnológicas, que normalmente estão ligadas ao desenvolvimento econômico, geram impactos significativos nas práticas sociais e no comportamento das pessoas. Assim, as práticas culturais se inserem no setor das novas tecnologias, dando ênfase para a digitalização, e mudam a forma como os indivíduos consomem cultura. De acordo com o autor, a música está entre os setores que são mais fáceis de se adaptar as novas situações e de inovar.

Machado *et al.* (2017) se dedicam a analisar os gastos das famílias com bens e serviços culturais. Os autores aplicam a modelagem multinível, a fim de investigar quais os principais determinantes dos gastos com cultura associados ao tempo alocado para o consumo de tais atividades. Dado que o consumo cultural é intensivo em tempo, os resultados obtidos mostram uma associação positiva entre a disponibilidade de tempo e o consumo cultural.

Almeida, Lima e Gatto (2019b) analisam as mudanças que ocorreram no padrão de consumo de bens culturais na primeira década dos anos 2000, logo após o surgimento das TICs, focando na persistência das desigualdades sociais nas regiões metropolitanas brasileiras. Com as evoluções tecnológicas e maiores facilidades de consumo cultural sem sair de casa, os autores verificam que as mudanças no padrão de consumo de bens e serviços culturais se deram em virtude das transformações tecnológicas, que redirecionaram para novas decisões de consumo cultural, intensificando o consumo cultural domiciliar por parte dos indivíduos. Ademais, eles identificam que os gastos com cultura fora dos domicílios continuam altamente concentrados em diferentes grupos de renda e escolaridade e, por fim, identificam um maior consumo cultural domiciliar proporcionado pelas TICs.

Em virtude desse novo formato, que engloba as plataformas digitais, é possível que o consumo cultural seja feito de forma domiciliar com menor custo e maior rapidez para os consumidores (MACHADO; PAGLIOTO; BRUZZI DE CARVALHO, 2018; MICHEL; MACHADO; SÁTYRO, 2019; PEUKERT, 2019; MELO; MACHADO; CARVALHO, 2020). As tecnologias digitais proporcionam grandes avanços no que tange a produção, reprodução e consumo de cultura e criatividade (MICHEL; MACHADO; SÁTYRO, 2019). Essa maior facilidade de acesso cultural sem sair de casa se intensificou com a pandemia do Covid-19, acelerando o desenvolvimento de novas TICs.

O Quadro 1.1, a seguir, apresenta o resumo das principais pesquisas empíricas que investigam os fatores associados ao consumo cultural no Brasil. Tais estudos analisam, separadamente, os determinantes do consumo de bens e serviços culturais diretos fora dos domicílios e os determinantes do consumo de outros bens e serviços culturais.

Quadro 1.1 – Resumo dos principais estudos empíricos sobre o consumo cultural no Brasil

Referência	Método	Objetivos	Dados	Principais resultados
Diniz e Machado (2011)	CLAD quantílico	Apontas as limitações sociais e geográficas que afetam o consumo cultural.	POF de 2002-2003 e da MUNIC (2006)	Renda, nível de escolaridade, localização dos indivíduos e da oferta de equipamentos culturais afetam o consumo cultural.
Paglioto e Machado (2012)	<i>Probit</i>	Analisam fatores associados ao consumo cultural domiciliar e fora do domicílio.	POF de 2002-2003 e de 2008-2009	Renda e o nível de escolaridade apresentam relação direta com o acesso à cultura fora do domicílio.
Machado <i>et al.</i> (2017)	Multinível	Investigam a relação existente entre o gasto cultural e a alocação de tempo.	POF de 2008-2009 e da PNAD 2008 e 2009	Associação positiva entre a disponibilidade de tempo e o consumo cultural.
Almeida, Lima e Gatto (2019a)	Logit Multinível	Examinam a relação entre os gastos com cultura ao ar livre e a oferta cultural existente nas regiões metropolitanas brasileiras.	POF de 2002-2003 e de 2008-2009 e da MUNIC (2006)	Concentração na distribuição dos gastos com cultura entre os diferentes grupos socioeconômicos.
Almeida, Lima e Gatto (2019b)	Decomposição dos coeficientes de GINI	Examinam as mudanças que ocorreram no padrão de consumo de cultura após o surgimento das TICs.	POF de 2002-2003 e de 2008-2009	Ocorreram mudanças nos padrões de consumo cultural em virtude das TICs e que fatores como nível de escolaridade e de renda afetam o consumo cultural fora do domicílio.

Fonte: A autora (2022).

O avanço proposto nesta pesquisa consiste em combinar o consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio e o consumo de outros bens e serviços culturais com o

objetivo de identificar a probabilidade da participação familiar nessa decisão conjunta, com enfoque na discussão das diferenças regionais brasileiras.

2.4 METODOLOGIA

2.4.1 Indicador de amenidades culturais

A análise de componentes principais é utilizada para desenvolver um indicador de amenidades culturais para as regiões metropolitanas brasileiras e para os municípios. Esse indicador busca medir como estão distribuídos os equipamentos culturais com foco nas diferenças regionais existentes. Essa oferta de equipamentos culturais engloba os equipamentos públicos, pois se refere a existência de tais equipamentos culturais disponíveis na cidade ou região.

As componentes principais (CP) são variáveis aleatórias que não podem ser medidas diretamente, mas observadas a partir de informações do vetor aleatório X . Tal vetor é representado pelo número de teatros ou salas de espetáculos, museus, centros culturais, bibliotecas públicas e estádios ou ginásios poliesportivos. É comum utilizar os escores das componentes para a condução da análise estatística de dados ou para a simples ordenação (*ranking*) dos elementos amostrais observados, com o intuito de identificar aqueles que estão com maiores, ou menores, valores globais das componentes (MINGOTI, 2005). No presente estudo, aplica-se a análise de componentes principais via matriz de covariância, resultando em combinações lineares, cujos coeficientes de ponderação refletem a diferença de variância das variáveis originais além da covariância entre elas.

De acordo com a Tabela 1.2 é possível identificar que a variância explicada pela primeira componente é de 85,89%, e pode ser interpretada como um índice global de amenidades culturais. Quanto maior o valor numérico dessa componente, maior é a concentração de equipamentos culturais nas regiões metropolitanas brasileiras. O autovetor associado a ela atribui pesos positivos a todas as variáveis. Dessa forma, todas as cinco variáveis são importantes nesse índice. De acordo com os valores numéricos dos respectivos coeficientes na combinação linear, o coeficiente de maior grandeza numérica desta componente é relativo à presença de bibliotecas públicas, seguida do número de teatros ou salas de espetáculos, número de museus, número de centro cultural e por fim número de estádios ou ginásios poliesportivos.

Tabela 1.2 – Análise das componentes principais referente à presença de equipamentos culturais nas regiões metropolitanas brasileiras, 2018

Variável	CP1	CP2	CP3	CP4	CP5
Bibliotecas Publicas	0,4716	-0,0154	-0,1699	-0,2965	-0,8127
Teatro ou salas de Espetáculo	0,4661	-0,1036	0,2312	-0,6992	0,4792
Museus	0,4480	-0,0671	-0,7838	0,2726	0,3257
Centro Cultural	0,4348	-0,5726	0,4672	0,5141	-0,0220
Estádios ou ginásios poliesportivos	0,4129	0,8103	0,2916	0,2909	0,0572
Autovalor	4,2944	0,3704	0,2034	0,08422	0,0475
Variância explicada (%)	85,89	7,41	4,07	1,68	0,95
Variância explicada acumulada (%)	85,89	93,30	97,37	99,05	100,00

Fonte: A autora (2022).

Nota: Dados da MUNIC 2018.

O critério de determinação do número k de componentes principais utilizado é o de manter no sistema apenas as componentes relacionadas àqueles autovalores maiores que 1, ou seja, mantém-se apenas as combinações lineares que melhor conseguem explicar a variância nas variáveis originais. Este procedimento é conhecido como critério de Kaiser (1958), a Tabela 1.2 sugere a escolha de $k = 1$. Outra forma que pode auxiliar na decisão do valor k é o *scree-plot* (Cattell, 1966). Segundo este critério, constrói-se um gráfico com os autovalores e seus fatores associados, observando o ponto em que ocorre uma mudança acentuada na inclinação da curva. Tal inflexão define o ponto de corte determinante do número de fatores que devem ser considerados. Evidentemente, o *scree-plot* sugere a mesma escolha para k .

Os pesos referentes ao primeiro autovetor, para a primeira componente principal (CP1), são utilizados na construção do indicador de amenidades culturais, ponderando a quantidade de equipamentos por regiões metropolitanas. Por fim, o índice é padronizado de forma que varie entre zero e um.

De forma análoga à construção do indicador para as regiões metropolitanas brasileiras, é construído um indicador municipal. O resultado, apresentado na Tabela A.1 em apêndice, mostra que a variância explicada pela primeira componente é de 45,92%. O autovetor associado a ela atribui pesos positivos a todas as variáveis, sendo que para o caso municipal, os coeficientes de maior grandeza numérica desta componente são relativos, respectivamente, a teatros ou salas de espetáculos, número de museus, número de centro cultural, número de bibliotecas públicas e número de estádios ou ginásios poliesportivos. O critério de Kaiser (1958) e o *scree-plot* de Cattell (1966) sugerem $k = 1$. Assim, são utilizados os pesos referentes a primeira componente principal na construção do indicador de amenidades culturais municipal.

2.4.2 Modelo econométrico

O objetivo desse estudo é avaliar a influência dos fatores que estão associados à probabilidade das famílias consumirem bens e serviços culturais diretos fora do domicílio, ponderando a decisão conjunta de consumo cultural direto fora do domicílio e de consumo de outros bens e serviços culturais nas regiões metropolitanas brasileiras. Para atender a tal objetivo é utilizado o modelo *probit* bivariado aparentemente não relacionado ou, simplesmente, *probit* bivariado. Esse modelo representa uma generalização do modelo *probit* clássico, no qual considera duas variáveis dependentes em duas equações diferentes correlacionadas pelos erros. Como o modelo envolve duas equações do tipo *probit*, é chamado de *probit* bivariado aparentemente não relacionado porque os regressores não incluem variáveis endógenas e o erro pode ser correlacionado (FIGUEIREDO; MARTA; GUIMARÃES; 2010). Utiliza-se esse modelo, pois características não observáveis que afetam o consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio também podem influenciar as chances de consumo de outros bens e serviços culturais. A vantagem de usar esse modelo empírico é seu tratamento em termos da correlação entre as variáveis dependentes binárias (FILLIPINI *et al.* 2018; CARLOS; CUNHA; PIRES, 2019).

Nesse contexto, é proposto um modelo de determinação conjunta das decisões de consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio e consumo de outros bens e serviços culturais, que é expresso conforme o sistema de equações a seguir:

$$y_{1i}^* = \beta_1' x_{1i} + \varepsilon_{1i} \quad (1.1)$$

$$y_{2i}^* = \beta_2' x_{2i} + \varepsilon_{2i} \quad (1.2)$$

$$\varepsilon_{1i} \sim N(0,1)$$

$$\varepsilon_{2i} \sim N(0,1)$$

$$E(\varepsilon_{1i} \varepsilon_{2i}) = \rho$$

Onde y_{1i}^* e y_{2i}^* , são variáveis latentes não observadas que mensuram a utilidade familiar no consumo dos bens e serviços culturais diretos fora do domicílio e consumo de outros bens e serviços culturais, respectivamente. O vetor x_{1i} inclui variáveis exógenas domiciliares que representam características socioeconômicas (gênero, vive com conjuge/companheiro, cor da pele, idade, idade ao quadrado, escolaridade, presença de pelo menos uma criança, presença de pelo menos um jovem, cartão de crédito, renda e ocupação no setor criativo) e regionais (residir em capitais e *dummies* de região metropolitana); x_{2i} é um vetor de variáveis explicativas que engloba as variáveis de x_{1i} , com exceção da variável que representa o emprego no setor cultural

(direto fora do domicílio) de pelo menos um morador do domicílio; β'_1 e β'_2 são vetores de parâmetros e ε_{1i} e ε_{2i} são os termos de erro aleatório correlacionados e que seguem distribuição normal com média zero e variância um.

Considere y_{1i} e y_{2i} variáveis binárias que representam as realizações de y_{1i}^* e y_{2i}^* , respectivamente. Ademais, y_{1i} assume o valor de 1 se no domicílio pelo menos um indivíduo declara que consome bens e serviços culturais diretos fora do domicílio ($y_{1i}^* > 0$) e 0 caso contrário ($y_{1i}^* \leq 0$), enquanto y_{2i} assume o valor 1 se no domicílio pelo menos um indivíduo declara que consome outros bens e serviços culturais ($y_{2i}^* > 0$) e 0 caso contrário ($y_{2i}^* \leq 0$). ε_i indica qualquer influência não sistêmica que não foi capturada em x_{1i} . O coeficiente de correlação ρ assume valor entre -1 e 1 .

Por definição, os termos de erro de um modelo *probit* bivariado tem distribuição normal. Como os resultados são estimados conjuntamente, os coeficientes para todas as variáveis explicativas podem ser calculados e o coeficiente de correlação ρ entre os termos de erro pode ser estimado (CAMERON; TRIVEDI, 2010). Além disso, as probabilidades conjuntas da ocorrência de todos os eventos possíveis são previstas usando efeitos marginais condicionais. Dessa forma, esse modelo pode ser estimado a partir da maximização da seguinte função de log-verossimilhança (RADICE; MARRA; WOJTYS, 2013):

$$\ell = \sum_{i=1}^n [y_{1i}y_{2i} \log \Pr(y_{1i} = 1, y_{2i} = 1) + y_{1i}(1 - y_{2i}) \log \Pr(y_{1i} = 1, y_{2i} = 0) + (1 - y_{1i})y_{2i} \log \Pr(y_{1i} = 0, y_{2i} = 1) + (1 - y_{1i})(1 - y_{2i}) \log \Pr(y_{1i} = 0, y_{2i} = 0)] \quad (1.3)$$

Na equação acima, $i = 1, \dots, n$ indexa cada observação, isto é, cada domicílio na amostra. Assim, o processo de estimação busca identificar os fatores associados ao consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio, ponderando a decisão familiar por tal consumo como uma decisão conjunta ao consumo de outros bens e serviços culturais. No entanto, esse vínculo não excludente entre as duas escolhas, que se busca investigar, não permite estabelecer nenhuma relação causal (FIGUEIREDO; MARTA; GUIMARÃES; 2010).

2.4.3 Dados

Para realizar a análise dos fatores associados ao consumo de bens e serviços culturais diretos fora dos domicílios nas regiões metropolitanas brasileiras, ponderando a decisão de consumo de outros bens e serviços culturais, são utilizados os microdados de dispêndios das famílias com cultura, coletados na Pesquisa de Orçamentos Familiares. Os dados mais recentes

são disponibilizados para os anos de 2017-2018. A POF avalia as estruturas de consumo, rendimentos, gastos e parte da variação patrimonial das famílias. Além da estrutura orçamentária familiar, características dos domicílios também são pesquisadas.

Os bens e serviços culturais abordados nesse estudo são divididos em duas categorias de consumo. A primeira categoria é formada pelos bens e serviços culturais diretos consumidos fora do domicílio, a citar: visita a cinema, teatro, museu, exposição, circo, show, ópera e dança clássica (ALMEIDA; LIMA; GATTO, 2019a). A segunda categoria de consumo, seguindo Machado *et al.* (2017) e Almeida, Lima e Gato (2019a, 2019b), é composta pelos demais bens e serviços culturais, e inclui: (i) bens e serviços culturais direto consumidos dentro do domicílio, tais como vídeo (artigos e assinatura de TV), fonografia, fotografia, leitura (não didático impresso ou digital) e artesanato, decoração ou artes plásticas; (ii) bens e serviços culturais indiretos consumidos dentro do domicílio, tais como cursos de artes, instrumentos e acessórios musicais, informática (artigos e assinatura de internet); e (iii) bens e serviços culturais indiretos consumidos fora do domicílio, tais como visitas a discotecas, danceteria, boates (ingresso), outras festas e saídas (boates, parques, zoológicos, entre outros).

A delimitação espacial utilizada nessa pesquisa, seguindo Machado e Diniz (2011) e Machado *et al.* (2017), considera as dez principais regiões metropolitanas brasileiras – a citar, São Paulo (39 municípios), Belo Horizonte (50 municípios), Porto Alegre (34 municípios), Curitiba (29 municípios), Rio de Janeiro (22 municípios), Fortaleza (19 municípios), Recife (14 municípios), Salvador (13 municípios), Belém (7 municípios) e o Distrito Federal (o próprio Distrito Federal). A seleção amostral consiste em domicílios com principal responsável de idade entre 18 e 64 anos, residentes em área urbana. Seguindo Paglioto e Machado (2012) e Jager (2014), os domicílios com principais responsáveis que se declararam indígenas são excluídos da amostra com o intuito de analisar um grupo minimamente homogêneo em características observáveis.

A partir dos microdados da POF (2017-2018), é selecionado um conjunto de variáveis explicativas para a posterior análise empírica. Vale ressaltar que a seleção das referidas variáveis é consistente com outros estudos na literatura que abordam consumo cultural (SINTAS; ÁLVAREZ, 2002; DINIZ; MACHADO, 2011; PAGLIOTO; MACHADO, 2012; MACHADO *et al.*, 2017; ALMEIDA; LIMA; GATTO, 2019a). O Quadro 1.2, a seguir, apresenta uma descrição detalhada das variáveis utilizadas.

Quadro 1.2 - Descrição das variáveis selecionadas para a análise empírica

Variável	Tipo	Código	Descrição e Codificação
Família consome bens ou serviços culturais diretos fora do domicílio	Binária	V9001	1 – Se alguém na família consome bens ou serviços culturais diretos fora do domicílio; 0 – caso contrário.
Família consome outros bens ou serviços culturais	Binária	V9001	1 – Se alguém na família consome outros bens ou serviços culturais; 0 – caso contrário.
Masculino	Binária	V0404	1 – Se o principal responsável pelo domicílio é do sexo masculino; 0 – caso contrário.
Vive com cônjuge/ companheiro	Binária	V0306	1 – Se o principal responsável pelo domicílio é casado; 0 – caso contrário.
Cor da Pele	Binária	V0405	1 – Se o principal responsável pelo domicílio afirma ter cor da pele “branca ou amarela”; 0 – caso seja “preta ou parda”.
Idade	Contínua	V0403	Idade do principal responsável pelo domicílio em anos.
Idade ao quadrado	Contínua	V0403	Quadrado da diferença entre a idade do principal responsável pelo domicílio e a média de idade de todos os indivíduos na amostra.
Escolaridade – Sem instrução	Discreta	INSTRUÇÃO	1 – Se o principal responsável pelo domicílio é sem instrução; 0 – caso contrário.
Escolaridade – Fund. Incompleto	Discreta	INSTRUÇÃO	1 – Se o principal responsável pelo domicílio possui ensino fundamental incompleto; 0 – caso contrário.
Escolaridade – Fund. Completo	Discreta	INSTRUÇÃO	1 – Se o principal responsável pelo domicílio possui ensino fundamental completo; 0 – caso contrário.
Escolaridade – Médio Incompleto	Discreta	INSTRUÇÃO	1 – Se o principal responsável pelo domicílio possui ensino médio incompleto; 0 – caso contrário.
Escolaridade – Médio Completo	Discreta	INSTRUÇÃO	1 – Se o principal responsável pelo domicílio possui ensino médio completo; 0 – caso contrário.
Escolaridade – Superior Incompleto	Discreta	INSTRUÇÃO	1 – Se o principal responsável pelo domicílio possui ensino superior incompleto; 0 – caso contrário.
Escolaridade – Superior Completo	Discreta	INSTRUÇÃO	1 – Se o principal responsável pelo domicílio possui ensino superior completo; 0 – caso contrário.
Pelo menos uma criança no domicílio ^(a)	Binária	V0403	1 – Presença de pelo menos uma criança com até 11 anos de idade na família; 0 – caso contrário.
Pelo menos um jovem no domicílio ^(a)	Binária	V0403	1 – Presença de pelo menos um jovem na família com idade entre 12 e 17 anos; 0 – caso contrário.
Cartão de crédito	Binária	V0409	1 – Se o principal responsável pelo domicílio possui cartão de crédito; 0 – caso contrário.
Renda Baixa	Binária	RENDA_TOTAL	1 – Se o domicílio está na faixa de renda menor ou igual a R\$ 477; 0 – caso contrário.
Renda Média	Binária	RENDA_TOTAL	1 – Se o domicílio está na faixa de renda entre R\$ 477 e R\$ 1.908; 0 – caso contrário.

Renda Alta	Binária	RENDA_TOTAL	1 – Se o domicílio está na faixa de renda maior ou igual a R\$ 1.908; 0 – caso contrário.
Reside na Capital	Binária	ESTRATO_POF	1 – Se o domicílio está na capital da região metropolitana; 0 – caso contrário.
São Paulo	Binária	ESTRATO_POF	1 - Se o domicílio está na região metropolitana de São Paulo; 0 – caso contrário.
Belo Horizonte	Binária	ESTRATO_POF	1 - Se o domicílio está na região metropolitana de Belo Horizonte; 0 – caso contrário.
Porto Alegre	Binária	ESTRATO_POF	1 - Se o domicílio está na região metropolitana de Porto Alegre; 0 – caso contrário.
Curitiba	Binária	ESTRATO_POF	1 - Se o domicílio está na região metropolitana de Curitiba; 0 – caso contrário.
Rio de Janeiro	Binária	ESTRATO_POF	1 - Se o domicílio está na região metropolitana de Rio de Janeiro; 0 – caso contrário.
Fortaleza	Binária	ESTRATO_POF	1 - Se o domicílio está na região metropolitana de Fortaleza; 0 caso contrário.
Recife	Binária	ESTRATO_POF	1 - Se o domicílio está na região metropolitana de Recife; 0 – caso contrário.
Distrito Federal	Binária	ESTRATO_POF	1 - Se o domicílio está no Distrito Federal; 0 caso contrário.
Salvador	Binária	ESTRATO_POF	1 - Se o domicílio está na região metropolitana de Salvador; 0 – caso contrário.
Belém	Binária	ESTRATO_POF	1 - Se o domicílio está na região metropolitana de Belém; 0 – caso contrário.
Ocupação no setor criativo	Binária	V53011	1 – Se pelo menos um morador do domicílio trabalha na classe criativa; 0 – caso contrário.

Fonte: Fonte: A autora (2022).

Nota: Dados da POF (2017-2018). (a) De acordo com a definição da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, do Estatuto da Criança e do Adolescente, considera-se: crianças, indivíduos com até 12 anos de idade incompletos; e jovens, pessoas com idade entre 12 e 17 anos.

Cada domicílio na amostra está associado a um peso amostral de modo que se torna um domicílio representativo. Portanto, todas as análises consideram o fator de expansão da amostra. A Tabela A.2, em apêndice, engloba as estatísticas descritivas para as variáveis utilizadas.

Para a análise do indicador da presença de equipamentos culturais, é utilizada a base de dados da Pesquisa de Informações Básicas Municipais (MUNIC), com enfoque no conjunto de variáveis do Suplemento de Cultura da MUNIC, referente ao ano de 2018. A MUNIC é uma base de dados com periodicidade anual, e as informações contidas na base são declaradas pelos gestores dos municípios. Mediante esses dados é possível obter informações sobre a gestão municipal e os demais aspectos relacionados à cidade. É importante ressaltar que, uma análise

quantitativa da oferta de equipamentos culturais enfrenta limitações, devido ao fato de que tais dados enfatizam apenas o estoque cultural fixo existente, aberto ao público, que pode ser mantido ou não pelo poder público na esfera federal, estadual ou municipal (IBGE, 2018b). Para o presente estudo são usadas as informações sobre a oferta de equipamentos culturais nos municípios brasileiros. Por meio de dados municipais, é possível compilar e obter dados agregados para as regiões metropolitanas.

2.5 RESULTADOS

A Tabela 1.3 apresenta o indicador da presença de equipamentos culturais, construído para as regiões metropolitanas brasileiras. As variáveis que compõem o indicador de amenidades culturais são às quantidades disponíveis de equipamentos culturais de responsabilidade da gestão municipal, isto é: bibliotecas públicas, museus, teatros ou salas de espetáculos, centro cultural e estádios ou ginásios poliesportivos (DINIZ, MACHADO, 2011).

Tabela 1.3 - Indicador da presença de equipamentos culturais nas regiões metropolitanas brasileiras, 2018

Regiões metropolitanas brasileiras	Índice Padronizado
São Paulo	1,00
Belo Horizonte	0,58
Porto Alegre	0,46
Curitiba	0,42
Rio de Janeiro	0,39
Fortaleza	0,25
Recife	0,20
Distrito Federal	0,18
Salvador	0,20
Belém	0,05

Fonte: A autora (2022).

Nota: Dados da MUNIC (2018).

De acordo com as informações apresentadas na Tabela 1.3, é possível observar que a região metropolitana de São Paulo se destaca no que se refere a presença de equipamentos culturais, disponíveis sob a responsabilidade da gestão municipal. Quando comparado com o indicador de amenidades culturais desenvolvido por Diniz e Machado (2011), a região metropolitana de São Paulo ganha lugar de destaque, passando de 0,84 no ano de 2006 para 1,00 no ano de 2018. Esse crescimento no indicador pode ser explicado, em primeiro lugar, pelo Programa de Ação Cultural (PAC) implementado pela Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo, por meio da Lei nº 12.268 de 20 de fevereiro de 2006. Os recursos do PAC são destinados as atividades e equipamentos culturais, tais como biblioteca, museu, cinema, teatro, música, dança, artesanato, cultura popular entre outros. O recurso é destinado a apoiar,

patrocinar e preservar o patrimônio cultural material e imaterial do Estado. Em segundo lugar, o crescimento pode se justificar pelos investimentos do programa “Preserva São Paulo”, implementado por meio da Lei nº 15.565 de 25 de setembro de 2014. O Preserva São Paulo tem por objetivo incentivar os municípios para que gerenciem projetos de manutenção, revitalização, preservação e conservação do patrimônio cultural material e imaterial de São Paulo.

As regiões metropolitanas que se destacam pela presença de equipamentos culturais estão localizadas no Sudeste e Sul do Brasil, evidenciando o cenário persistente de desigualdades regionais nacional. De acordo com Golgher (2008; 2011), as capitais e regiões metropolitanas brasileiras que apresentam uma maior concentração de população e maiores níveis de urbanização, tendem a exibir maiores quantidades de indivíduos qualificados e que estão empregados no setor cultural.

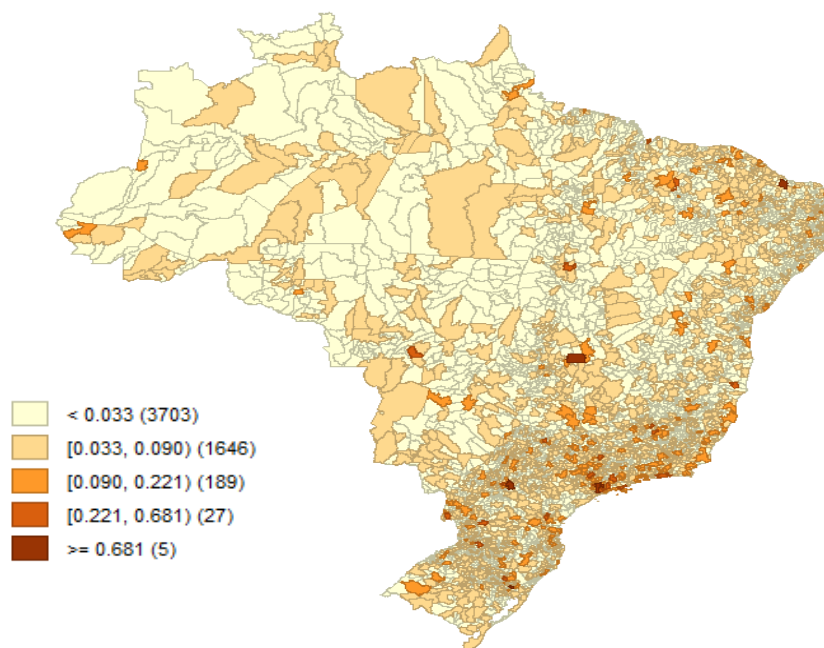
Nesse contexto, o Nordeste apresenta menores indicadores de amenidades culturais, comparativamente às regiões Sudeste e Sul. Contudo, a região apresenta uma diversidade em festas populares, eventos e equipamentos culturais que movimentam a economia regional. Os estados do Ceará, Bahia e Pernambuco se destacam na geração de emprego e renda via realização de eventos culturais populares. Tomando como exemplo os grandes eventos culturais de Pernambuco, destaca-se o carnaval, festejos juninos, festival de Inverno de Garanhuns e o Espetáculo da Paixão de Cristo de Nova Jerusalém. Tais eventos movimentam fortemente a economia do estado, ao longo do ano, promovendo a geração de emprego, renda e desenvolvimento regional para os setores formais e informais.

Para compreender melhor a distribuição dos equipamentos culturais no nível municipal, a Figura 1.1 mostra como estão distribuídos os equipamentos culturais nos municípios, por meio do indicador de amenidades culturais. Os municípios de Novo Hamburgo, Mossoró, Londrina, Brasília e São Paulo se destacam por apresentarem um indicador de amenidades culturais acima de 0,681. Novo Hamburgo e Londrina, ambas localizadas na região Sul, apresentam um indicador de 0,681 e 0,888 respectivamente. Mossoró, localizado na região Nordeste, apresenta um indicador de 0,872. Brasília, por sua vez, apresenta um indicador de amenidades culturais de 0,982. A cidade de São Paulo obteve um indicador igual a 1. Fica evidente que tais municípios são os que recebem maior apoio financeiro por parte do poder público municipal, em termos da presença de equipamentos culturais.

O indicador de amenidades culturais municipais para 2018 evidencia que há muito a ser feito, pela gestão municipal, para alcançar um nível razoável de oferta de equipamentos culturais na maior parte dos municípios brasileiros. Como pode ser visto na Figura 1.1, mais de

5.000 municípios, isto é, cerca de 96% das localidades, apresentavam um indicador de amenidades culturais menor que 0,09.

Figura 1.1 - Indicador de amenidades culturais para os municípios brasileiros, 2018



Fonte: A autora (2022).

Nota: Dados da MUNIC 2018.

O indicador de amenidades culturais evidencia a oferta de equipamentos culturais no território brasileiro, e a presença de tais equipamentos pode sugerir um incentivo para que as famílias consumam mais cultura (RINGSTAD; LOYLAND, 2006). Localidades que apresentam uma maior quantidade de equipamentos culturais facilita o consumo por parte das famílias e essa interação social promove efeitos de transbordamento de capital humano e cultural, causado principalmente pelos efeitos de aglomerações. Identificar essa distribuição de equipamentos culturais é importante para compreensão mais ampla das diferenças regionais existentes, no que se refere ao consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio. Desse modo, utiliza-se um modelo *probit* bivariado para investigar os fatores que estão associados ao consumo familiar de bens e serviços culturais, relacionando o resultado com a distribuição da oferta de equipamentos culturais nas regiões metropolitanas brasileiras.

A Tabela A.3, em apêndice, mostra os resultados das estimações dos coeficientes para: i) o modelo *probit* univariado, que mensura os fatores que afetam a probabilidade de consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio (coluna 1) e a probabilidade de consumo de outros bens e serviços culturais (coluna 2), sem considerar uma possível interdependência

entre tais decisões e; ii) o modelo *probit* bivariado que permite obter parâmetros quando há correlação em termos não observáveis (colunas 3 e 4). Apesar da Tabela A.3 apresentar os coeficientes estimados, a interpretação dos resultados é conduzida a partir da observação dos efeitos marginais, apresentados na Tabela 1.4.

Tabela 1.4 – Modelos *probit* univariado e bivariado – Determinantes do consumo de diferentes tipos de bens e serviços culturais (efeitos marginais na média das covariadas)

	Probit univariado		Probit bivariado	
	(1)	(2)	(3)	(4)
	Probabilidade de consumo de bens/serviços culturais diretos fora do domicílio	Probabilidade de consumo de outros bens/serviços culturais	Probabilidade de consumo de bens/serviços culturais diretos fora do domicílio	Probabilidade de consumo de outros bens/serviços culturais
Sexo (masculino=1)	0,0078 (0,0078)	0,0086 (0,0091)	0,0069 (0,0077)	0,0093 (0,0090)
Vive com cônjuge/companheiro (sim=1)	0,0107 (0,0177)	0,0602*** (0,0139)	0,0116 (0,0173)	0,0594*** (0,0138)
Cor da pele (branca ou amarela=1)	0,0185 (0,0223)	0,0302*** (0,0050)	0,018 (0,0229)	0,0305*** (0,0054)
Idade	-0,0006 (0,0011)	0,0013** (0,0006)	-0,0006 (0,0011)	0,0013** (0,0006)
Idade ao quadrado	0,000 (0,0000)	-0,0001*** (0,0000)	0,000 (0,0000)	-0,0001*** (0,0000)
Escolaridade (sem instrução omitida)				
Fund. Incompleto	-0,0437** (0,0203)	0,0339 (0,0514)	-0,0425** (0,0206)	0,0338 (0,0511)
Fund. Completo	-0,0181 (0,0241)	0,0733*** (0,0244)	-0,0173 (0,0245)	0,0741*** (0,0248)
Médio Incompleto	-0,0091 (0,0246)	0,1016*** (0,0388)	-0,0072 (0,0258)	0,0988** (0,0389)
Médio Completo	0,0671** (0,0324)	0,1410*** (0,0313)	0,0693** (0,0327)	0,1391*** (0,0323)
Superior Incompleto	0,1700*** (0,0332)	0,1862*** (0,0369)	0,1732*** (0,0340)	0,1830*** (0,0379)
Superior Completo	0,2127*** (0,0403)	0,2297*** (0,0316)	0,2148*** (0,0406)	0,2276*** (0,0325)
Pelo menos uma criança no domicílio (sim=1)	0,0043 (0,0077)	0,0453*** (0,0077)	0,0046 (0,0076)	0,0456*** (0,0076)
Pelo menos um jovem no domicílio (sim=1)	0,0812*** (0,0159)	0,0630*** (0,0073)	0,0810*** (0,0158)	0,0639*** (0,0071)
Cartão de crédito	0,0720*** (0,0197)	0,0596*** (0,0074)	0,0725*** (0,0191)	0,0592*** (0,0070)

Renda do domiciliar (Renda baixa omitida)				
Renda média	0,0932*** (0,0159)	0,1862*** (0,0237)	0,0939*** (0,0155)	0,1864*** (0,0232)
Renda alta	0,1729*** (0,0172)	0,2537*** (0,0245)	0,1729*** (0,0173)	0,2571*** (0,0242)
Reside na capital (sim=1)	0,0372*** (0,0114)	0,0119 (0,0230)	0,0375*** (0,0110)	0,0112 (0,0225)
Região metropolitana (Belém omitida)				
Fortaleza	-0,0037 (0,0072)	0,0378*** (0,0040)	-0,0045 (0,0066)	0,0419*** (0,0038)
Recife	0,0722*** (0,0058)	0,1267*** (0,0071)	0,0741*** (0,0055)	0,1304*** (0,0071)
Salvador	0,0006 (0,0129)	0,1107*** (0,0030)	0,0025 (0,0126)	0,1135*** (0,0031)
Belo Horizonte	0,0483*** (0,0061)	0,1564*** (0,0098)	0,0495*** (0,0059)	0,1590*** (0,0097)
Rio de Janeiro	0,0054 (0,0072)	0,1065*** (0,0074)	0,0066 (0,0069)	0,1096*** (0,0073)
São Paulo	0,0160* (0,0087)	0,1509*** (0,0071)	0,0168** (0,0082)	0,1541*** (0,0072)
Curitiba	-0,0463*** (0,0075)	0,1060*** (0,0092)	-0,0460*** (0,0071)	0,1090*** (0,0094)
Porto Alegre	-0,0265*** (0,0079)	0,1422*** (0,0134)	-0,0260*** (0,0076)	0,1455*** (0,0134)
Distrito Federal	0,0038 (0,0162)	0,1311*** (0,0045)	0,0046 (0,0155)	0,1350*** (0,0044)
Profissão (Trabalha no setor criativo=1)	0,0860*** (0,0265)		0,0824*** (0,0262)	
Intercepto	-1,5429*** (0,2044)	-1,3918*** (0,1785)	-1,5563*** (0,2051)	-1,4029*** (0,1780)
<i>Probit</i> bivariado $\rho=0,2642^{***}$ (0,0289) Observações = 8.423				
Teste de Wald: $H_0: \rho=0$ Qui quadrado: 75,85 p-valor: 0,000				

Fonte: Fonte: A autora (2022).

Notas: Dados da POF (2017-2018). Desvios-padrão robustos à heterocedasticidade e ao agrupamento por regiões metropolitanas entre parênteses. ***Estatisticamente significativa a 1%. **Estatisticamente significativa a 5%. *Estatisticamente significativa a 10%.

O teste de *Wald* para o coeficiente de correlação ρ entre os termos de erro das equações (1.1) e (1.2) sugere a rejeição da hipótese nula de independência dos termos de erros aleatórios a 1% de significância estatística. Ou seja, indica que o modelo *probit* bivariado é superior ao modelo *probit* univariado. Além disso, o sinal positivo do coeficiente ρ indica que o consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio e o consumo de outros bens e serviços culturais são positivamente correlacionados em fatores não observados.

Os resultados do modelo bivariado indicam que o fato de pelo menos um morador do domicílio ser empregado no setor criativo afeta positivamente a probabilidade de consumo familiar de bens culturais diretos fora do domicílio. Tal resultado condiz com o esperado, pois o fato do indivíduo trabalhar diretamente no setor criativo pode estar associado a um maior nível de capital cultural, assim como a um maior conhecimento sobre a oferta dos bens e serviços culturais. Esse resultado corrobora aos achados de Ateca-Amestoy (2008) e Almeida, Lima e Gatto (2019a).

Também ficam evidentes algumas correlações observadas, em termos de atributos familiares, entre as decisões de consumo cultural diretos fora do domicílio e consumo de outros bens culturais. Nota-se que a presença de cônjuge no domicílio aumenta a probabilidade de consumo de outros bens culturais em 5,94 p.p. (pontos percentuais), comparada a ausência de cônjuge (categoria omitida). Por outro lado, a presença de cônjuge parece não afetar o consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio. A cor da pele, do principal responsável pela família, parece ser relevante para o consumo de outros bens culturais. Os resultados sugerem que, em relação as famílias de indivíduos de referência de cor preta ou parda (categoria omitida), aqueles domicílios com principal responsável de cor da pele branca ou amarela têm maior chance de consumo de outros bens culturais (3,05 p.p.). Tais resultados indicam a necessidade de acesso ao consumo cultural mais igualitário para os diferentes grupos sociais.

No tocante à escolaridade, é possível observar que quanto maior o nível de escolaridade do responsável pelo domicílio, maior a probabilidade de consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio e de outros bens e serviços culturais. Estima-se que domicílios com principal responsável com nível superior completo tenham maior probabilidade de consumir bens e serviços culturais diretos fora do domicílio (21,48 p.p.) e outros bens culturais (22,76 p.p.), comparativamente as chances dos domicílios com responsável que não possuem nenhum grau de escolaridade (categoria omitida). Tal resultado também condiz com os achados na literatura (ATECA-AMESTOY, 2008; DINIZ; MACHADO, 2011; PAGLIOTO; MACHADO, 2012; ALMEIDA; LIMA; GATTO, 2019a; FERNANDEZ, 2019). A educação possibilita a formação do capital cultural individual, que é fundamental para formação de um capital cultural familiar.

Outro resultado interessante é com relação à presença de pelo menos uma criança no domicílio. A probabilidade de consumo familiar de outros bens culturais aumenta em 4,56 p.p., e tal variável parece não afetar o consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio. Tal resultado indica uma substituição do consumo fora do domicílio pelo consumo de outros bens e serviços culturais facilitados pelas TIC's. Já os resultados para a presença de pelo menos

um jovem no domicílio indicam que há um aumento na probabilidade do consumo, tanto de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio (em 8,10 p.p.), como de outros bens e serviços culturais (em 6,39 p.p.), comparativamente aos domicílios que não possuem jovens. Na juventude o interesse reside nas interações sociais ocasionadas pelo consumo de tais bens e serviços, ofertados em ambientes com maiores possibilidades de entretenimento (SINTAS; ÁLVAREZ, 2002; RINGSTAD; LOYLAND, 2006; ATECA-AMESTOY, 2008; GONDIM, 2011).

Em relação a renda, os resultados sugerem que os domicílios que estão na categoria média de renda apresentam maior probabilidade de consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio (9,39 p.p.) e de outros bens e serviços culturais (18,64 p.p.), em comparação às famílias categorizadas no grupo de renda baixa (categoria omitida). Relações análogas, porém, com magnitudes diferentes, são constatadas para os domicílios que estão grupados na categoria de renda alta. Tais resultados indicam que os domicílios que possuem maior nível de renda apresentam maiores probabilidades de consumirem bens e serviços culturais. Há uma vasta literatura que identifica o papel fundamental da renda na decisão de consumo de bens e serviços culturais (RINGSTAD; LOYLAND, 2006; DINIZ; MACHADO, 2011; PAGLIOTO; MACHADO, 2012; MACHADO *et al.*, 2017; ALMEIDA; LIMA; GATTO, 2019a).

Estima-se que as famílias que possuem principal responsável com cartão de crédito tenham uma probabilidade de consumir bens e serviços culturais diretos fora do domicílio maior (7,25 p.p.), tal como também uma maior probabilidade de consumir outros tipos de bens e serviços culturais (5,92 p.p.), comparativamente as chances daqueles domicílios em que o principal responsável não possui cartão de crédito (categoria omitida). Esse resultado pode ser explicado pelo fato de que o cartão de crédito aumenta as possibilidades de meios de pagamentos, resultado também evidenciado por Paglioto e Machado (2012) e Almeida, Lima e Gatto (2019a).

Com relação às variáveis de localização geográfica, nota-se que os domicílios localizados na capital apresentam 3,75 p.p. a mais de chances de consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio, do que os domicílios localizados fora das capitais. Ademais, famílias residentes nas regiões metropolitanas do Recife, Belo Horizonte e São Paulo apresentam uma probabilidade de consumir bens e serviços culturais diretos fora do domicílio maior comparativamente às chances dos residentes da região metropolitana de Belém (categoria omitida). Comparando tais resultados com o indicador de amenidades culturais, apresentado na Tabela 1.3, é possível perceber que as regiões metropolitanas do Recife, Belo Horizonte e São Paulo apresentam um indicador de amenidades culturais maior do que o da região metropolitana

de Belém. Ou seja, tais resultados sugerem que localidades com maior oferta de equipamentos culturais apresentem maior probabilidade de consumo de bens e serviços culturais direto fora do domicílio.

Um caso curioso diz respeito as regiões metropolitanas de Curitiba e Porto Alegre, por serem os únicos resultados negativos estatisticamente significativos. As referidas regiões metropolitanas apresentam uma probabilidade de consumo familiar de bens e serviços culturais direto fora do domicílio inferior, comparativamente a região metropolitana de Belém (categoria omitida). Ademais, verifica-se que as regiões metropolitanas de Curitiba e Porto Alegre apresentam maiores indicadores de amenidades culturais do que a região metropolitana de Belém.

O que pode explicar a região metropolitana de Curitiba e Porto Alegre apresentarem menores chances em consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio, a despeito dos indicadores de amenidades culturais maiores, é o fato do indicador captar resultados de oferta cultural mantidos pela gestão municipal. Pode ser que essas regiões metropolitanas ofereçam uma maior quantidade de equipamentos culturais pela gestão pública, o que pode reduzir a probabilidade do consumo, isto é, das despesas com esses mesmos equipamentos de forma privada (que é justamente o que os dados da POF conseguem captar).

A Tabela 1.5 apresenta os efeitos marginais da mudança nas variáveis independentes, tudo mais constante, sobre as probabilidades conjuntas de consumo em cada um dos quatro grupos. Os quatro grupos de consumo são: consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio e também consumo de outros bens e serviços culturais; consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio e não consumo de outros bens e serviços culturais; não consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio e consumo de outros bens e serviços culturais; não consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio e também não consumo de outros bens e serviços culturais.

Com relação ao primeiro grupo, referente a probabilidade de consumo concomitante de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio e de outros bens e serviços culturais (coluna 1 da Tabela 1.5), estima-se que tal probabilidade seja 23,43 p.p. maior em famílias com principal responsável com nível de escolaridade superior completo, comparativamente às famílias com principal responsável sem escolaridade (variável omitida). Com relação a presença de pelo menos uma criança no domicílio, tal variável parece não afetar significativamente a probabilidade de consumo de ambos os bens e serviços culturais. Adicionalmente, nota-se uma probabilidade de consumo de ambos os bens e serviços culturais superior em 8,54 p.p. em domicílios que possuem pelo menos um jovem.

Tabela 1.5 – Modelo *probit* bivariado – Determinantes do consumo de diferentes tipos de bens e serviços culturais (efeitos marginais)

	Probabilidade de consumir bens/serviços culturais diretos fora do domicílio e também consumir outros bens/serviços culturais	Probabilidade de consumir bens/serviços culturais diretos fora do domicílio e não consumir outros bens/serviços culturais	Probabilidade de não consumir bens/serviços culturais diretos fora do domicílio e consumir outros bens/serviços culturais	Probabilidade de não consumir bens/serviços culturais diretos fora do domicílio e também não consumir outros bens/serviços culturais
	(1)	(2)	(3)	(4)
Sexo (masculino=1)	0,0077 (0,0077)	-0,0008 (0,0013)	0,0016 (0,0084)	-0,0085 (0,0079)
Vive com cônjuge/companheiro (sim=1)	0,0195 (0,0165)	-0,0079*** (0,0022)	0,0399*** (0,0148)	-0,0515*** (0,0126)
Cor da pele (branca ou amarela=1)	0,0211 (0,0214)	-0,0031* (0,0017)	0,0094 (0,0193)	-0,0275*** (0,0057)
Idade	-0,0003 (0,0011)	-0,0002* (0,0001)	0,0016 (0,0011)	-0,0011** (0,0005)
Idade ao quadrado	0,0000 (0,0000)	0,0000*** (0,0000)	-0,0001*** (0,0000)	0,0001*** (0,0000)
Escolaridade (sem instrução omitida)				
Fund. Incompleto	-0,0317* (0,0166)	-0,0108 (0,0075)	0,0655 (0,0508)	-0,023 (0,0450)
Fund. Completo	-0,0059 (0,0211)	-0,0114** (0,0049)	0,0800*** (0,0243)	-0,0628*** (0,0233)
Médio Incompleto	0,0057 (0,0244)	-0,0129** (0,0056)	0,0932*** (0,0311)	-0,0860** (0,0355)
Médio Completo	0,0802*** (0,0278)	-0,0109 (0,0068)	0,0589 (0,0376)	-0,1282*** (0,0289)
Superior Incompleto	0,1846*** (0,0312)	-0,0114 (0,0071)	-0,0016 (0,0342)	-0,1716*** (0,0339)
Superior Completo	0,2343*** (0,0367)	-0,0195*** (0,0063)	-0,0067 (0,0432)	-0,2081*** (0,0296)
Pelo menos uma criança no domicílio (sim=1)	0,0109 (0,0069)	-0,0063*** (0,0012)	0,0347*** (0,0105)	-0,0393*** (0,0066)
Pelo menos um jovem no domicílio (sim=1)	0,0854*** (0,0153)	-0,0044*** (0,0011)	-0,0215 (0,0132)	-0,0595*** (0,0067)
Cartão de crédito	0,0752*** (0,0176)	-0,0027 (0,0018)	-0,016 (0,0200)	-0,0565*** (0,0060)
Renda do domiciliar (Renda baixa omitida)				
Renda média	0,1042***	-0,0103***	0,0823***	-0,1761***

	(0,0135)	(0,0034)	(0,0229)	(0,0213)
Renda alta	0,1900***	-0,0170***	0,0671***	-0,2401***
	(0,0181)	(0,0029)	(0,0162)	(0,0223)
Reside na capital (sim=1)	0,0361***	0,0014	-0,0249	-0,0125
	(0,0103)	(0,0034)	(0,0230)	(0,0192)
Região metropolitana (Belém omitida)				
Fortaleza	0,0032	-0,0077***	0,0388***	-0,0342***
	(0,0049)	(0,0017)	(0,0082)	(0,0024)
Recife	0,0884***	-0,0143***	0,0420***	-0,1161***
	(0,0050)	(0,0009)	(0,0036)	(0,0074)
Salvador	0,0203*	-0,0179***	0,0931***	-0,0956***
	(0,0107)	(0,0021)	(0,0112)	(0,0033)
Belo Horizonte	0,0708***	-0,0214***	0,0881***	-0,1376***
	(0,0055)	(0,0009)	(0,0065)	(0,0097)
Rio de Janeiro	0,0235***	-0,0169***	0,0862***	-0,0927***
	(0,0065)	(0,0008)	(0,0032)	(0,0076)
São Paulo	0,0394***	-0,0227***	0,1146***	-0,1314***
	(0,0075)	(0,0011)	(0,0029)	(0,0079)
Curitiba	-0,0244***	-0,0216***	0,1334***	-0,0873***
	(0,0069)	(0,0008)	(0,0046)	(0,0096)
Porto Alegre	-0,0018	-0,0243***	0,1473***	-0,1212***
	(0,0074)	(0,0010)	(0,0112)	(0,0131)
Distrito Federal	0,0253*	-0,0208***	0,1096***	-0,1142***
	(0,0131)	(0,0026)	(0,0162)	(0,0029)
Profissão (Trabalha no setor criativo=1)	0,0754***	0,0071***	-0,0754***	-0,0071***
	-0,0238	(0,0025)	(0,0238)	(0,0025)

Fonte: Fonte: A autora (2022).

Notas: Dados da POF (2017-2018). Desvios-padrão robustos à heterocedasticidade e ao agrupamento por regiões metropolitanas entre parênteses. ***Estatisticamente significativa a 1%. **Estatisticamente significativa a 5%. *Estatisticamente significativa a 10%.

Outra variável que mostra significância positiva, para a probabilidade de consumo de ambos os bens e serviços culturais, é o fato de o principal responsável possuir cartão de crédito. Com relação a variável de rendimento familiar, quanto maior o nível de renda, maior a probabilidade de consumo de ambos os bens e serviços culturais, comparativamente a domicílios que estão na faixa de renda baixa (variável omitida).

No que se refere a localização geográfica, estima-se que famílias que residem na capital da região metropolitana tenham probabilidade de consumir ambos os bens e serviços culturais superior (3,61 p.p.) às chances dos que não residem na capital da região metropolitana. Esse resultado sugere que as capitais das regiões metropolitanas oferecem maior possibilidade de oferta e consumo de bens e serviços culturais e maiores facilidades no deslocamento para o consumo de tais bens e serviços.

Continuando nessa mesma perspectiva de localização geográfica, observa-se que as famílias que residem nas regiões metropolitanas de Recife, Belo Horizonte, Rio de Janeiro e São Paulo apresentam probabilidade de consumo de ambos os bens e serviços culturais superior às chances das famílias que residem na região metropolitana de Belém (variável omitida). Esse resultado está de acordo com o indicador de amenidades culturais, que mostra que as regiões metropolitanas citadas acima apresentam indicador de amenidades culturais superior ao da região metropolitana de Belém.

Para os resultados observados no segundo grupo, referente a probabilidade de consumir bens e serviços culturais diretos fora do domicílio e não consumir outros bens e serviços culturais, estima-se que o responsável pelo domicílio com ensino superior tenha probabilidade de consumo de apenas bens e serviços culturais diretos fora do domicílio menor (- 1,95 p.p.) em relação às chances do responsável pelo domicílio que não possui instrução. Ou seja, quanto maior o nível educacional, mais informação, conhecimento e acesso a diversos tipos de bens e serviços culturais, indicando que a chance de consumo de apenas bens e serviços culturais diretos fora do domicílio é negativa. Provavelmente tais famílias preferem diversificar a sua cesta de consumo de bens e serviços culturais, dado o seu nível de capital humano e cultural.

A variável referente a presença de pelo menos uma criança no domicílio indica que a probabilidade de consumo de apenas bens e serviços culturais diretos fora do domicílio é negativa (-0,63 p.p.). Esse resultado sinaliza a possível dificuldade de consumo de bens culturais fora do domicílio para os pais ou responsáveis com pelo menos uma criança. A elevada renda familiar também se mostra negativamente relacionada ao consumo de apenas bens e serviços culturais diretos fora do domicílio (- 1,70 p.p.).

Com relação à localização geográfica, estima-se que as famílias que residem na região metropolitana de Belém (categoria omitida) tenham mais chances de consumir apenas bens e serviços culturais diretos fora do domicílio, comparativamente aos residentes das demais regiões metropolitanas. Porém, o que o indicador de amenidades culturais sugere é que todas as regiões metropolitanas aqui citadas apresentam indicador de amenidade cultural superior ao da região metropolitana de Belém. Como já exposto anteriormente, essa divergência pode ser explicada pela possível presença de equipamentos culturais ofertados pelo setor público nessas localidades, fazendo com que as famílias gastem menos com bens e serviços culturais pagos diretos fora do domicílio.

Os resultados observados para o terceiro grupo, referente a probabilidade de não consumir bens e serviços culturais diretos fora do domicílio e consumir outros bens e serviços culturais, apresentam aspectos específicos. Dentre os principais achados, verifica-se que a

presença de pelo menos uma criança no domicílio afeta positivamente a probabilidade de consumir apenas outros bens e serviços culturais (3,47 p.p.). Comparando esse resultado com o apresentado pelo grupo anterior, é possível observar que, a presença de pelo menos uma criança no domicílio afeta negativamente a probabilidade de consumir apenas bens e serviços culturais diretos fora do domicílio, e afeta positivamente a probabilidade de consumir apenas outros bens e serviços culturais. Fato sugestivo de que os pais ou responsáveis preferiram consumir outro tipo de bens e serviços culturais diferentes dos que exigem descolamentos e gastos extras.

Nos domicílios em que o principal responsável trabalha no setor criativo a probabilidade de consumo de apenas outros bens e serviços culturais é 7,54 p.p. menor, comparativamente às famílias em que o responsável não trabalha no setor criativo. Esse resultado pode ser explicado pelo fato de que se alguém do domicílio trabalha no setor cultural direto é mais provável que consuma desse setor. No que se refere aos resultados referentes a localização geográfica, estima-se que as famílias que residem na região metropolitana de Belém (categoria omitida) tenham menores chances de consumir apenas outros tipos de bens e serviços culturais, comparativamente aos residentes das demais regiões metropolitanas.

Por fim, os resultados observados para o último grupo, referente a probabilidade de não consumir bens e serviços culturais diretos fora do domicílio e também não consumir outros bens e serviços culturais, indicam que famílias de principal responsável branco apresentam menores chances de não consumir nenhum dos dois tipos de bens e serviços culturais (-2,75 p.p.), comparativamente aos domicílios de principal responsável negro ou pardo.

Um importante resultado no grupo refere-se à escolaridade e renda. Verifica-se que famílias que possuem algum grau de escolaridade apresentam menores chances de não consumir ambos os tipos de bens e serviços culturais, comparativamente a famílias que não possuem nenhum grau de escolaridade (categoria omitida). Isso sugere que quanto maior o nível de escolaridade maior o consumo de ambos os bens e serviços culturais definidos nessa análise. A renda também apresenta resultado análogo. Famílias de renda média e alta, apresentam menores chances de não consumir ambos os tipos de bens e serviços culturais, comparativamente as famílias de renda baixa (categoria omitida). Esse resultado mostra que o quanto maior o nível de renda, menor as chances de não consumir ambos os tipos de bens e serviços culturais e está de acordo com os achados com relação a renda para o primeiro grupo.

Com relação à localização geográfica, estima-se que as famílias que residem na região metropolitana de Belém (categoria omitida) tenham mais chances de não consumir nenhum dos dois tipos de bens e serviços culturais, comparativamente aos residentes das demais regiões

metropolitanas. Resultado que está de acordo com o indicador de amenidades culturais, que mostra o indicador das demais regiões metropolitanas superior ao indicador de Belém.

2.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho busca analisar os fatores associados a probabilidade de consumo familiar de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio, ponderando a decisão conjunta de consumo cultural direto fora do domicílio e de consumo de outros tipos de bens e serviços culturais, com enfoque na discussão das diferenças regionais brasileiras. Essa análise conjunta se mostra relevante, pois é possível que esses dois tipos de consumo cultural estejam associados em certa medida. Inicialmente, buscando identificar a distribuição dos equipamentos culturais nas regiões metropolitanas brasileiras, que se mostra como um fator importante para o incentivo ao consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio, é construído um indicador de amenidades culturais urbanas regionais. A contribuição da presente pesquisa consiste na identificação dos gargalos existentes no acesso ao consumo cultural direto fora do domicílio concomitantemente ao consumo de outros bens e serviços culturais pelos diferentes grupos sociais.

Os resultados do indicador de amenidades culturais mostram que, das dez principais regiões metropolitanas em estudo, evidenciou-se uma concentração da oferta de equipamentos culturais. As regiões Sul e Sudeste se destacam com maiores indicadores de amenidades culturais quando comparados às regiões Norte e Nordeste do país. Esses resultados confirmam a presença de desigualdade no acesso dos diferentes equipamentos culturais existentes. A presença de amenidades culturais gera um incentivo para o consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio. Sabendo da importância das interações sociais causadas pelo consumo de tais equipamentos, além dos efeitos de geração de emprego, efeitos transbordamento de capital humano e o desenvolvimento regional e local que tal atividade pode proporcionar, políticas públicas são necessárias para proporcionar melhorias na distribuição na oferta de equipamentos culturais.

O modelo *probit* bivariado é utilizado na presente pesquisa para investigar a probabilidade conjunta no consumo das duas categorias de bens e serviços culturais aqui consideradas. Os resultados sugerem a necessidade de que a probabilidade de consumo cultural fora do domicílio seja modelada conjuntamente a probabilidade de consumo de outros bens e serviços culturais. Fatores tais como renda e escolaridade estão positivamente relacionados a probabilidade de consumir bens e serviços culturais diretos fora do domicílio. O fato de residir

na capital da região metropolitana, também apresentou um efeito positivo. Tal resultado sugere que nas capitais das regiões metropolitanas, onde existem maiores níveis de aglomeração, as pessoas têm maiores incentivos no consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio.

Outro achado interessante se refere a presença de pelo menos um jovem na família, que aumenta as chances de consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio. No que se refere à presença de pelo menos uma criança no domicílio, observa-se que diminui as chances de consumo cultural direto fora do domicílio, certamente devido a questões de dificuldade para locomoção e gastos adicionais quando se tem uma criança.

As relações sociais, o transbordamento de capital humano e cultural são efeitos importantes causados pelas interações que ocorrem no ato de consumir bens e serviços culturais, principalmente fora dos domicílios. Os resultados gerais do modelo destacam questões de concentração, no que se refere ao consumo cultural fora dos domicílios, entre os diferentes grupos socioeconômicos e em favor das áreas centrais. Os achados destacam também como as regiões metropolitanas localizadas na região Sudeste do país, que apresentam os maiores indicadores de equipamentos culturais, estão ligadas a maior probabilidade de consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio. Diante disso, avanços que ocorreram no sentido de democratização ao acesso cultural, por meio de políticas públicas que subsidiam o consumo cultural, ainda se mostram insuficientes para reverter essa situação de desigualdade regional. Dessa forma, há a necessidade de novas políticas públicas que desenvolvam programas de inclusão dos domicílios de classe de renda mais baixa no acesso a bens e serviços culturais consumidos fora dos domicílios.

3 A CONTRIBUIÇÃO ECONÔMICA DO SETOR CULTURAL NO BRASIL: UMA ABORDAGEM DE INSUMO-PRODUTO POR GRUPOS DISTINTOS DE RENDA

3.1 INTRODUÇÃO

O setor cultural, naturalmente, mesmo em países desenvolvidos, exhibe grandes desigualdades de consumo, principalmente em termos de cultura intelectual (*highbrow culture*) (BENHAMOU, 2007; ALMEIDA; LIMA; GATTO, 2019^a). No Brasil, um país marcado por fortes desigualdades de renda e de oportunidades, o consumo de produtos e eventos culturais sofre influência desse cenário de elevada segregação social. Ainda assim, no país, as famílias possuem uma despesa com cultura representativa. De acordo com a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de 2017-2018, a despesa média mensal das famílias com o setor cultural foi de R\$ 291,18. Levando em consideração que a despesa média de consumo de bens em geral pelas famílias brasileiras corresponde a R\$ 4.116,76, a despesa com cultura corresponde a 7,1% desse total. Esse levantamento dos gastos em cultura realizados pelas famílias permite identificar a relevância do setor na estrutura de consumo familiar, apesar de não captar a desigualdade no consumo.

Em termos de consumo agregado no setor cultural, alguns estudos examinam como mudanças na renda e no consumo das famílias afetam o setor cultural no Brasil (SILVA; BRITO, 2019; SOUZA; MACHADO; DOMINGUES, 2019; MACHADO *et al.*, 2020). Silva e Brito (2019) e Machado *et al.* (2020) evidenciam que mudanças no consumo das famílias conduzem a impactos diretos, no setor cultural, e indiretos, nos demais setores, afetando a geração de emprego e renda nacional. Nesse aspecto, uma lacuna visível na literatura está relacionada a compreender a estrutura de consumo dos bens e serviços culturais por grupos de renda familiares. Assim, o presente artigo tem como objetivo avaliar o impacto do setor cultural para a economia brasileira mediante uma investigação empírica dos efeitos multiplicadores do setor cultural nos demais setores da economia, dada a estrutura de consumo por grupos de renda familiar.

A metodologia do presente artigo consiste em uma análise intersetorial utilizando a matriz de insumo-produto, disponibilizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), referente ao ano de 2015. No decurso da abertura dos dados de consumo e rendimento das famílias na matriz de insumo-produto, as unidades familiares são divididas em dez grupos distintos de renda e é avaliado os impactos setoriais de mudanças nos padrões de consumo cultural de tais grupos familiares. A desagregação dos dados de consumo e rendimento por

classe de renda é feita por meio das informações da POF 2017-2018. Adicionalmente, é executado o procedimento da extração hipotética do setor cultural, buscando identificar os setores estrategicamente importantes para o setor de análise, isto é, aqueles setores que apresentam conexões mais intensas de demanda e de oferta de insumos com o setor cultural.

Desse modo, esta pesquisa busca responder três questionamentos: Qual o impacto econômico, em relação ao produto, emprego e renda, das atividades culturais nos demais setores da economia brasileira? Como a produção setorial da economia brasileira seria afetada se o setor cultural fosse removido dessa economia? Qual a importância da estrutura de consumo dos diferentes grupos social de renda sobre o produto do setor cultural? Tais respostas são importantes pois permitem uma melhor compreensão do tamanho, em termos de nível de atividade, do setor cultural na economia brasileira, ponderando as desigualdades do consumo provenientes das disparidades de renda.

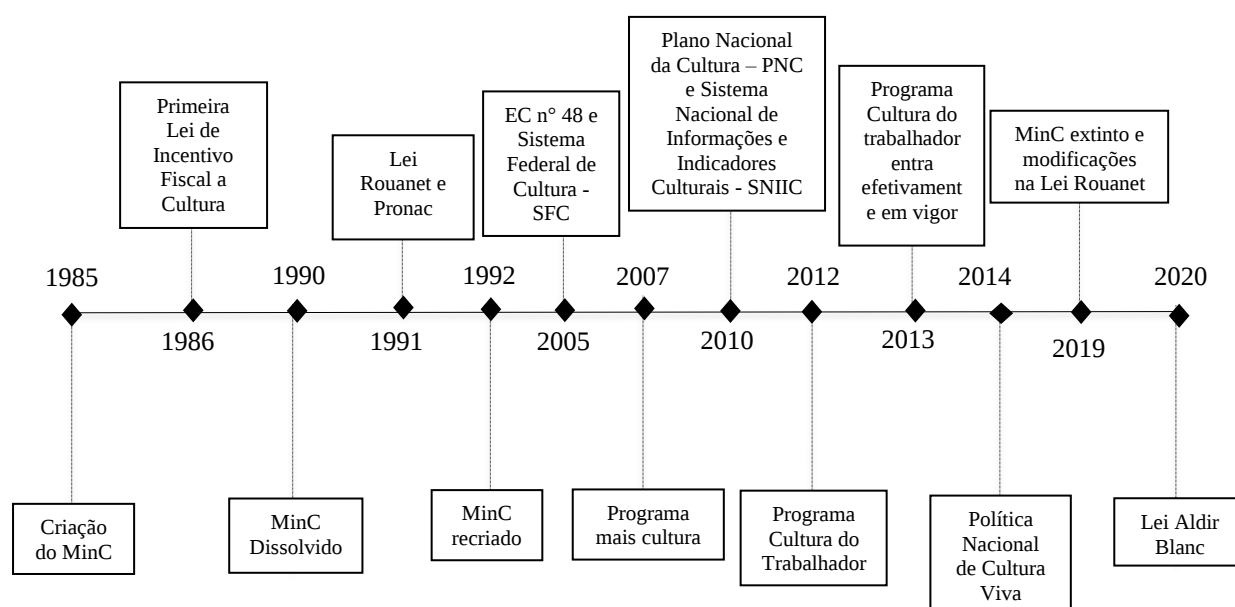
É importante destacar que o exame do setor cultural torna-se ainda mais relevante dado o cenário restritivo imposto pela Covid-19. Por se tratar de um setor baseado em entretenimento e socialização, de acordo com Machado *et al.* (2020), a cultura foi um dos setores mais atingidos pelo isolamento social, em relação aos bens e serviços culturais consumidos fora dos domicílios (shows, cinema, museus e apresentações artísticas). Na pandemia, o consumo de bens culturais tornou-se possível em virtude das tecnologias e plataformas digitais, usadas como principal veículo de comunicação e interação social no formato domiciliar (lives, redes sociais, plataformas digitais e jogos digitais), com o intuito de manter o isolamento social e preservar a saúde pública. Contudo, tais esforços não foram o suficiente para movimentar o mercado de trabalho associado ao setor cultural, que existia antes da pandemia. Assim, dada a significância do setor cultural e o impacto sofrido com a pandemia, é importante compreender o seu potencial gerador de empregos, renda e crescimento econômico, considerando os distintos grupos de rendimento.

O presente trabalho está dividido em seis seções. Além da introdução, na seção dois é realizada uma exposição das políticas públicas culturais brasileiras. Em seguida, a seção três traz um referencial empírico sobre a aplicação do procedimento de insumo-produto. Na quarta seção a metodologia é apresentada, primeiro é explicada a base de dados e, em seguida, a estratégia empírica de insumo-produto empregada é detalhada. Na quinta seção é realizada a discussão dos resultados encontrados. Ao final do artigo são elencadas as considerações finais.

3.2 POLÍTICAS PÚBLICAS CULTURAIS

O histórico das políticas culturais brasileiras permite compreender a trajetória e as dificuldades enfrentadas pelo setor cultural ao longo do tempo até os dias atuais. A Figura 2.1 mostra de forma detalhada o histórico das principais leis, programas e políticas culturais implementadas no Brasil desde 1985 até 2020.

Figura 2.1 – Principais acontecimentos históricos na política cultural no Brasil



Fonte: A autora (2022).

Antes de 1985, a agenda cultural era vinculada à educação, sendo executada pela Secretaria de Cultura do Ministério da Educação e Cultura (MEC). Devido às proporções de crescimento econômico e demográfico do Brasil, tal secretaria se encontrava incapaz de gerir a educação e cultural, por esse motivo, em 15 de março de 1985, por meio do Decreto 91.144 do presidente José Sarney, foi criado o Ministério da Cultural (MinC) do governo brasileiro.

Um ano após a criação do MinC, foi sancionada a primeira Lei de Incentivos Fiscais à Cultura do Brasil (Lei nº 7.505 de julho de 1986), estabelecida pelo chefe de governo da época, José Sarney. Essa lei dispõe sobre benefícios fiscais na área do imposto de renda oferecidos a atividades culturais e artísticas, e prevaleceu até o ano de 1990.

De acordo com o art. 215 da Constituição Federal de 1988: “O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.” Este artigo evidencia a

responsabilidade governamental na proteção do patrimônio público brasileiro e estabelece a democratização no acesso à cultura.

De acordo com informações do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN, 2014), em 1990 o MinC foi dissolvido e, por meio da Lei nº 8.028|1990, a pasta cultural foi destinada para Secretaria da Cultura, diretamente subordinada à Presidência da República. Dois anos após a extinção do MinC, em 1992, o mesmo é recriado pela Lei nº 8.490|1992.

Em 23 de dezembro de 1991 é sancionada a Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313|91), mais conhecida como Lei Rouanet, que visa reestabelecer os princípios da Lei nº 7.505|1986. A lei Rouanet foi criada com o intuito de contribuir com a realização de projetos culturais em todo o país, sendo financiada pelo setor público e privado. Tais investimentos podem patrocinar espetáculos, exposições, livros, shows, galerias, museus, cinemas e várias outras formas de expressão cultural. O valor do apoio privado, seja pessoa física ou jurídica, é possível de ser abatido do imposto de renda. Dessa forma, se torna benéfico para patrocinadores, trabalhadores e para a sociedade em geral devido a ampliação do acesso dos cidadãos à cultura (SECRETARIA ESPECIAL DA CULTURA, 2021).

A Lei Rouanet instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) com a função de captar recursos para o setor cultural, a fim de estimular a produção, distribuição e acesso aos produtos culturais, conservar o patrimônio histórico e artístico, priorizar o produto cultural original do país, dentre outras funções. O Pronac foi estabelecido de acordo com os seguintes mecanismos de apoio: Fundo Nacional da Cultura (FNC), Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart) e Incentivo Fiscal. O Ficart, apesar de previsto na legislação que institui o Pronac, não foi implementado. Atualmente, existem apenas dois mecanismos ativos, que são o FNC e o Incentivo Fiscal (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2013).

O FNC é um fundo de natureza contábil e o seu prazo de duração é indeterminado, funcionando sob as formas de apoio a fundo perdido ou de empréstimos reembolsáveis, e tem o objetivo de captar e destinar os recursos para projetos culturais que estão de acordo com os objetivos do Pronac. O Incentivo Fiscal é uma forma de estimular o apoio privado ao setor cultural e funciona da seguinte maneira: o produtor cultural apresenta o projeto cultural ao MinC, caso o projeto seja aprovado, é captado recursos junto aos apoiadores, pessoas físicas ou jurídicas, por meio do abatimento no imposto de renda (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2013).

Como exposto acima, a Lei Rouanet tem o objetivo de captar recursos privados e direcionar ao setor cultural. Como a lei é criada em um contexto de escassez de recursos estatais

no início dos anos 90, ela se torna vital para a continuidade do financiamento de projetos culturais (BELEM; DONADONE, 2013). Entre 1991 e 2018 mais de 53 mil projetos foram executados com o apoio do Incentivo Fiscal por meio da Lei Rouanet, tendo como resultado cerca de R\$17 bilhões investidos em projetos no setor cultural (SECRETÁRIA ESPECIAL DA CULTURA, 2021). A título de exemplo dos programas apoiados, o Quadro 2.1 a seguir, mostra informações gerais sobre alguns projetos contemplados pelo Pronac a partir de 2009.

Quadro 2.1 – Projetos Culturais – Pronac

Nº Pronac	Local	Segmento	Nome do Projeto	Valor captado R\$	Ano do Projeto
090077	Vitória (ES)	Teatro	Circuito Nacional de Teatro da Cidade de Vitória	525.800,00	2009
090083	Rio de Janeiro (RJ)	Música	Villa-Lobos: serestas, choros e crianças – 50 anos de saudade	123.000,00	2009
090548	Recife (PE)	Artes Integradas	XII Festival Recife do Teatro Nacional	205.000,00	2009
111653	Fraiburgo (SC)	Música	Concertos Didáticos – Ano 2011	21.250,00	2011
131468	Rio de Janeiro (RJ)	Humanidades	Vik Muniz – Obra Completa (1987-2012)	694.230,40	2013
1412036	São Paulo (SP)	Artes Visuais	Steve Jobs 1955 – 2011	2.309.500,00	2014
154884	Fortaleza (CE)	Música	Ceará Natal de Luz 2015	760.000,00	2015
151755	Recife (PE)	Humanidades	Fiporto 2015-festa Literária Internacional de Pernambuco/11ª Edição	235.000,00	2015
163706	Lages (SC)	Artes Cênicas	Natal Felicidade 2016 – Artes Cênicas e Música Instrumental nos Campos da Serra	457.000,00	2016
178719	Belo Horizonte (MG)	Humanidades	Periscópio 2015/2017	92.330,70	2017
182589	Encantado (RS)	Artes Cênicas	Natal Cachoeira 2018	83.661,62	2018
191818	Capão da Canoa (RS)	Artes Cênicas	Desfile Temático – Semana Farroupilha 2019	150.000,00	2019
203448	Maceió (AL)	Música	Natal na Avenida da Paz – Edição 2020	803.800,00	2020
211570	Porto Alegre (RS)	Audiovisual	Vida Mais Leve	149.606,90	2021
211349	Curitiba (PR)	Patrimônio Cultural	XII Festival Nacional da Arte Capoeira – Evento Virtual	150.000,00	2021

Fonte: A autora (2022).

Nota: dados da plataforma VerSalic.

Em 10 de agosto de 2005, a Emenda Constitucional nº 48 acrescenta o §3º ao art. 215 da Constituição Federal, instituindo o Plano Nacional de Cultura (PNC), de duração plurianual. O Decreto nº 5.520/2005 institui o Sistema Federal de Cultura (SFC), que tem por finalidade

reunir os programas, órgãos e ações culturais referentes ao Governo Federal, auxiliar na execução de políticas culturais, tornar efetivo o PNC no âmbito federal, garantir o desenvolvimento social mediante o funcionamento dos direitos culturais e assegurar o acesso às fontes de cultura nacional pela sociedade civil.

Em 04 de outubro de 2007, por meio do Decreto nº 6.226, é lançado o Programa Mais Cultura. Este programa reconhece a cultura como necessidade básica e direito de toda a sociedade. O Governo Federal da época estabeleceu a cultura como fonte de desenvolvimento para o país, destacando a importância de políticas culturais como forma estratégica para redução da pobreza e da desigualdade social, porém sob a gestão atual esse decreto encontra-se revogado.

Em 02 de dezembro de 2010 é sancionada a Lei nº 12.343 que institui um novo PNC com duração de 10 anos e cria o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC). O novo PNC é composto de princípios, estratégias, objetivos e ações que servem para direcionar a gestão pública no desenvolvimento de políticas culturais. O SNIIC é fundamental para a execução do PNC, pois ele reúne dados sobre as políticas culturais implementadas que ajudam no monitoramento do plano, tornando possível mapear o cumprimento do PNC e as metas obtidas. Mais recentemente, em 1 de junho de 2021, a Lei nº 14.156 altera a Lei nº 12.343 aumentando o prazo de vigência do PNC para 12 anos.

A Lei nº 12.761/2012 institui o Programa de Cultura do Trabalhador e o vale-cultura. Tal lei só entrou em vigor com a regulamentação por meio do Decreto 8.084/2013. O objetivo do programa é garantir um maior acesso à cultura entre os indivíduos formalmente empregados, mediante incentivo à visitação de espaços culturais e artísticos. No decurso desse programa, o empregador disponibiliza um cartão magnético com o valor de R\$50 para o empregado usufruir no consumo de bens e serviços culturais vinculados ao programa.

Em virtude do PNC (Lei nº 12.343/2010) e da Emenda Constitucional nº 71 (PEC 416/2005 – art. 2016-A) é criada a primeira Política Nacional de Cultura Viva instituída pela Lei Cultura Viva (Lei nº 13.018/2014). Tal política tem o objetivo de beneficiar a sociedade e, principalmente, grupos que estão em situação de vulnerabilidade social com reduzido acesso aos meios de produção, consumo e difusão cultural.

A despeito do potencial do setor cultural para a economia brasileira, em 02 de janeiro de 2019, o Ministério da Cultura (MinC) brasileiro foi extinto, gerando preocupação sobre os efeitos em cadeia que isso acarretaria para o referido setor e para os demais setores interligados a ele. O MinC foi reduzido a uma Secretaria Especial da Cultura, e incorporada ao Ministério da Cidadania e, na sequência, em 07 de novembro de 2019, foi incorporada ao Ministério do

Turismo. Com a extinção do MinC, ocorreram diversas mudanças na Lei Rouanet. Essas alterações na lei trouxeram modificações significativas para o setor, como a imposição do valor máximo de captação de investimento por projeto, que era de R\$60 milhões e passou para R\$1 milhão (SILVA; ZIVIANI, 2020). Essa queda do repasse de verbas para o setor cultural certamente se traduz em perda para a economia.

Com a pandemia da COVID-19, uma resposta emergencial à grande dificuldade na qual se encontrava o setor cultural foi a criação da Lei nº 14.017 de 29 de junho de 2020, conhecida como Lei Aldir Blanc (LAB). Essa lei tem por objetivo distribuir um auxílio emergencial para os profissionais da cultura e um subsídio mensal para manutenção de espaços artístico culturais, empresas, organizações entre outros projetos culturais. O Governo Federal liberou uma verba de R\$3 bilhões para os municípios, exigindo que os tais recursos fossem executados até o final de 2020. O benefício se estende a trabalhadores do setor cultural e aos espaços artísticos e culturais, às microempresas, pequenas empresas culturais, cooperativas e às organizações comunitárias, que tiveram as atividades interrompidas durante a pandemia. De acordo com o Ministério do Turismo/Sistema Nacional de Cultura - SNC (2021), cerca de 65% desse recurso não foi utilizado pelos gestores locais em 2020, e, por isso, houve uma prorrogação para a execução, na qual os recursos puderam ser utilizados até dezembro de 2021. Essa dificuldade no repasse e a não utilização do recurso disponibilizado pode ser explicada pela forte desregulamentação e informalidade do setor.

A exposição feita acima, sobre a trajetória do setor cultural na economia brasileira, evidencia as dificuldades enfrentadas pelo setor nos últimos anos, no que se refere a políticas públicas. Dessa forma, a investigação dos efeitos de transbordamentos gerados pela economia da cultura – em termos de geração de emprego, renda e crescimento – são fundamentais para gerar maior visibilidade e atrair políticas públicas de fomento as atividades culturais.

3.3 REFERENCIAL EMPÍRICO PARA O MODELO DE INSUMO-PRODUTO

As análises que buscam se aprofundar na compreensão do impacto econômico, em termos de emprego e níveis de produção, do setor cultural sobre as economias locais e regionais ganham espaço na literatura a partir da contribuição seminal de Cwi e Lydall (1977). Os autores buscam avaliar, por meio de entrevistas locais, a experiência regional com relação ao impacto das amenidades artísticas e culturais no desenvolvimento industrial e na atração de capital humano na região de Baltimore. Chegam à conclusão de que a presença de amenidades culturais

associadas a infraestrutura se mostra interessante para os formuladores de políticas públicas devido aos efeitos perceptíveis sobre emprego, renda e volume de negócios gerados.

Nesse contexto, a metodologia de insumo-produto, desenvolvida por Wassily Leontief, tem sido bastante utilizada nos estudos empíricos, por possibilitar a geração de informações sobre multiplicadores intersetoriais e inter-regionais de renda e emprego, para diferentes setores econômicos (ROSE; MIERNYK, 1989; MILLER; BLAIR, 2009). A literatura tem aplicado tal metodologia para avaliar os impactos econômicos nos diferentes setores, e nas mais distintas localidades (ALLIANCE FOR THE ARTS, 1997; BRAND *et al.*, 2000; DUNLOP *et al.*, 2004; GREFFE, 2004; TOHMO 2005; HERRERO *et al.*, 2006; PLAZA, 2006; LLOP; ARAUZO-CAROD, 2012; MORRISSEY; O'DONOGHUE, 2013; VU; NGO, 2019).

Herrero *et al.* (2002) investiga o impacto econômico de eventos culturais na cidade de Salamanca, na Espanha. Os autores evidenciam os impactos diretos e indiretos na geração de emprego e renda, e apontam a atividade cultural como forma de gerar desenvolvimento econômico local e regional com potencial para se tornar uma atividade econômica sustentável. Nesse mesmo sentido, Plaz (2006), se dedica a entender os efeitos que a abertura do museu Guggenheim Bilbao¹⁰, localizado na cidade de Bilbao na Espanha, gera na economia. O autor observa que o funcionamento do museu associado a infraestrutura local permite o crescimento no número de pessoas empregadas diretamente no museu e indiretamente nos novos negócios que surgem ao seu entrono. Dessa forma, gera efeitos transbordamento sobre o pessoal ocupado e sobre a renda da cidade.

Grefe (2004) realiza uma investigação na França fazendo uso da metodologia de insumo-produto, e demonstra como a valorização do patrimônio cultural (conservação, manutenção e renovação) pode gerar empregos diretos, indiretos e induzir os empregos relacionados ao turismo cultural. Com a mesma perspectiva metodológica, Tohmo (2005) examina o impacto econômico do Festival de Música Folclórica de Kaustinen, realizado na Finlândia. O autor procura entender os impactos sobre a produção, demanda, salários, empregos e impostos nacionais e regionais. Com isso, conclui-se que a metodologia empregada fornece informações que podem atrair políticas públicas nacionais e regionais de apoio ao referido setor.

Llop e Arauzo-Carod (2012) investigam um equipamento particular dentro da indústria cultural, mais especificamente o Gaudí Centre¹¹, museu localizado em Reus, na Espanha. O objetivo da investigação é quantificar o impacto econômico da criação do equipamento cultural

¹⁰ Inaugurado em 1997.

¹¹ Inaugurado oficialmente em maio de 2007.

e os efeitos interindustriais existentes de tal atividade nas receitas produtivas e nos empregos. Recorrendo a uma modelagem de insumo-produto, os autores diferenciam os setores de serviços ligados diretamente e os setores de serviços não ligados diretamente ao equipamento cultural. Llop e Arauzo-Carod (2012) identificam impactos econômicos consideráveis do museu na economia regional e na geração de renda e emprego, que se estendem para setores que não tenham ligação direta com o equipamento cultural, mas que se beneficiam de tal atividade via externalidades positivas.

Vu e Ngo (2019) se dedicam a avaliar o funcionamento do turismo na ilha de Phu Quoc localizada no Vietnã. Os autores buscam entender as dificuldades enfrentadas pelo setor para se tornar uma atividade econômica sustentável. Verifica-se que 84% das empresas que se estabelecem na ilha turística empregam moradores locais em seus negócios, o que significa que o turismo contribui para a geração de emprego e renda. Dada a importância desse setor para a economia de Phu Quoc, os autores destacam a importância de políticas públicas voltadas para a infraestrutura, a fim de atender as necessidades dos visitantes e tornar o turismo como principal atividade econômica da ilha.

Na literatura nacional, alguns autores se dedicam à investigação dos impactos interindustriais por meio da abordagem de insumo-produto, para os mais distintos setores econômicos – a citar, os setores agrícola, automobilístico, industrial, de turismo, e outros (FURTUOSO; BARROS; GUILHOTO, 1998; CASSIMIRO FILHO; GUILHOTO, 2003; CECCHINI, 2004; FIGUEIREDO; BARROS; GUILHOTO, 2004). Porém, verifica-se que poucos estudos nacionais avaliam tais impactos para o setor cultural (SILVA; BRITO, 2019; SOUZA; MACHADO. DOMINGUES, 2019; MACHADO *et al.*, 2020).

Silva e Brito (2019) analisam os efeitos de uma hipotética redução no consumo de bens e serviços do setor cultural sobre a produção, rendimento e emprego no próprio setor e nos demais setores a ele interligados. O estudo evidencia que uma redução do consumo no setor cultural em 10% gera uma queda de R\$2,7 bilhões no setor cultural, efeito direto, e uma redução de R\$1,5 bilhão em toda a economia, efeito indireto. Fica visível o efeito multiplicador dessa atividade econômica e os seus efeitos de transbordamentos.

Souza, Machado e Domingues (2019), dispondo dos dados da POF 2008-2009 e da PNAD dos mesmos anos, aplicam o modelo Brasileiro de Equilíbrio Dinâmico Geral Recursivo (BRIDGE) e investigam o efeito da política do Vale-Cultura para as nove principais regiões metropolitanas do Brasil, implementada por meio do Programa Cultura do Trabalhador (PCT). Os autores observam que o Vale-Cultura amplia o acesso à cultura para a população de renda mais baixa. Nesse caso, a política gera externalidades positivas, tanto para os consumidores

quanto para os produtores, mediante a criação de emprego, renda e do transbordamento de criatividade e cultura entre as pessoas.

Machado *et al.* (2020), em uma nota técnica, simulam uma redução de 100% das atividades do setor cultural por um período de três meses, na tentativa de captar o efeito da pandemia da COVID-19 sobre o referido setor. Os autores, empregando o modelo de insumo-produto, evidenciam uma queda de 21,2% no valor bruto da produção anual do próprio setor, e de 0,17% na economia, isso mostra o efeito representativo que tem o setor cultural na geração de emprego e renda no Brasil.

Conforme observado, a metodologia de insumo-produto atende a necessidade de investigação dos diversos setores existentes na economia. O procedimento contribui ao trazer informações que constata os efeitos intersetoriais, os efeitos de transbordamentos de produção, de emprego e de renda, que ocorrem em determinado tempo e setor econômico. O Quadro 2.2 a seguir, apresenta resumidamente os principais trabalhos empíricos em que tal metodologia foi aplicada para o setor cultural. O avanço dessa pesquisa consiste em identificar os impactos das mudanças no consumo dos bens e serviços culturais no setor e nos setores interligados, considerando os distintos grupos de renda familiar. Tal investigação contribui para um melhor entendimento da participação das diferentes classes de renda no consumo cultural, possibilitando compreender os efeitos multiplicadores de emprego e renda associados ao consumo de cada um desses grupos.

Quadro 2.2 – Resumo dos principais estudos empíricos que utilizam a metodologia de insumo-produto para o setor cultural

Referência	País	Objetivos	Principais resultados e conclusões
Plaza (2006)	Bilbau/Espanha	Impacto Econômico da abertura do museu Guggenheim Bilbao.	Geração de empregos diretos e indiretos e renda.
Grefe (2004)	França	Impacto econômico de gastos no setor cultural.	Geração de empregos diretos e indiretos e induzidos no setor cultural.
Tohmo (2005)	Finlândia	Impacto econômico do Festival de Música Folclórica de Kaustinen.	Impactos na produção, demanda, salários, empregos e impostos nacionais e regionais.
Llop e Arouzo-Carod (2012)	Reus/Espanha	Impacto econômico do museu Gaudí Centre.	Impacto na economia regional e impactos direto e indireto na geração de emprego e renda.

Vu e Ngo (2019)	Phu Quoc/Vietnã	Impactos do turismo na atividade econômica da ilha.	Geração de emprego e renda para a comunidade local.
Silva e Brito (2019)	Brasil	Impacto de um choque negativo de demanda por bens e serviços do setor cultural.	Constataram os efeitos multiplicadores de uma redução de 10% na demanda do setor cultural afetando o próprio setor e os demais setores interligados.
Souza, Domingues e Machado (2019)	Brasil	Impacto do Vale-Cultura implementado pelo Programa Cultura do Trabalhador.	Geração de emprego, renda e efeitos transbordamento de cultura e criatividade entre a população.
Machado <i>et al.</i> (2020)	Brasil	Simulam uma redução de 100% das atividades do setor cultural por um período de três meses.	Queda de 21,2% no valor bruto da produção do próprio setor e de 0,17% na economia.

Fonte: A autora (2022).

3.4 METODOLOGIA

Nesta seção, faz-se uma explanação da base de dados e dos procedimentos de tratamento dos dados. Adicionalmente, é descrita a metodologia utilizada.

3.4.1 Dados

O Sistema de Contas Nacionais (SCN) é composto pelo quadro das Contas Econômicas Integradas (CEI) e das Tabelas de Recursos e Usos (TRU). No presente estudo são utilizadas as informações da matriz insumo-produto, que é elaborada a partir das Tabelas de Recursos e Usos. Tais tabelas apresentam os resultados dos agregados macroeconômicos por setores de atividade econômica, representando os fluxos de bens e serviços entre os setores e a demanda final. Os dados detalham a estrutura produtiva brasileira, permitindo entender o grau de interligação setorial da economia e o impacto da variação na demanda sobre a produção de bens e serviços (IBGE, 2018c).

O IBGE disponibiliza matrizes em três dimensões diferentes para o ano de 2015: 12 atividades por 12 produtos, 20 atividades por 20 produtos e 67 atividades por 127 produtos. A escolha da matriz de insumo-produto mais desagregada, 67 atividades por 127 produtos, se dá

devido a presença do setor de “atividades artísticas, criativas e de espetáculos”¹². No decurso da análise setorial é possível conhecer os fluxos de bens e serviços que são produzidos por cada setor, quais os bens e serviços que são usados como insumos produtivos pelos setores e quais são destinados à demanda final. O SCN segue as recomendações internacionais do *System of National Accounts - 2008* (SNA-2008), disponibilizando as informações de acordo com a classificação de produtos e atividades da Classificação Nacional de Atividades Econômicas 2.0 (CNAE 2.0), do IBGE.

O Quadro 2.3 mostra a estrutura detalhada do setor de atividades artísticas, criativas e de espetáculos com os códigos da CNAE 2.0. A versão 2.0 da CNAE é composta por 21 seções, 87 divisões, 285 grupos, 673 classes e 1.301 subclasses (IBGE, 2021). A CNAE agrupa as unidades produtivas com base na semelhança do processo produtivo, esse grupamento também pode ocorrer pela natureza ou uso dos produtos. A classificação das atividades segue as seguintes condições: critério de especialização, critério de cobertura e critério de relevância. A definição das classes procura manter a similaridade entre a produção.

Quadro 2.3 – Estrutura detalhada do setor de atividades artísticas, criativas e de espetáculos, de acordo com a CNAE 2.0

Grupo	Classe	Subclasse	Denominação
			ATIVIDADES ARTÍSTICAS, CRIATIVAS E DE ESPETÁCULOS
90.0			Atividades artísticas, criativas e de espetáculos
	90.01-9		Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares
		9001-9/01	Produção teatral
		9001-9/02	Produção musical
		9001-9/03	Produção de espetáculos de dança
		9001-9/04	Produção de espetáculos circenses, de marionetes e similares
		9001-9/05	Produção de espetáculos de rodeio, vaquejadas e similares
		9001-9/06	Atividades de sonorização e de iluminação
		9001-9/99	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares não especificadas anteriormente
	90.02-7		Criação artística
		9002-7/01	Atividades de artistas plásticos, jornalistas independentes e escritores
		9001-7/02	Restauração de obras de artes
	90.03-5	9003-5/00	Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas
			ATIVIDADES LIGADAS AO PATRIMÔNIO CULTURAL E AMBIENTAL
91.0			Atividades ligadas ao patrimônio cultural e ambiental
	91.01-5	9101-5/00	Atividades de bibliotecas e arquivos
	91.02-3		Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares.
		9102-3/01	Atividades de museus e de exploração de lugares e prédios históricos e atrações similares
		9102-3/02	Restauração e conservação de lugares e prédios históricos
	91.03-1	9103-1/00	Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental

7 ¹² Esse setor será tratado nesse trabalho apenas como setor cultural.

			ATIVIDADES DE EXPLORAÇÃO DE JOGOS DE AZAR E APOSTAS
92.0			Atividades de exploração de jogos de azar e apostas
	92.00-3		Atividades de exploração de jogos de azar e apostas
		9200-1/01	Casas de bingo
		9200-0/02	Exploração de apostas em corridas de cavalos
		9200-3/99	Exploração de jogos de azar e apostas não especificados anteriormente
			ATIVIDADES ESPORTIVAS E DE RECREAÇÃO E LAZER
93.1			Atividades esportivas
	93.11-5	9311-5/00	Gestão de instalações de esportes
	93.12-3	9312-3/00	Clubes sociais, esportivos e similares
	93.13-1	9313-1/00	Atividade de condicionamento físico
	9319-1		Atividades esportivas não especificadas anteriormente
		9319-1/01	Produção e promoção de eventos esportivos
		9319-1/99	Outras atividades esportivas não especificadas anteriormente
93.2			Atividade de recreação e lazer
	93.21-2	9321-2/00	Parques de diversão e parques temáticos
	93.29-8		Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente
		9329-8/01	Discotecas, danceterias, salões de dança e similares
		9329-8/02	Exploração de boliches
		9329-8/03	Exploração de jogos de sinuca, bilhar e similares
		9329-8/04	Exploração de jogos eletrônicos recreativos
		9329-8/99	Outras atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente

Fonte: Silva e Brito (2019).

Com o objetivo de analisar como as mudanças na demanda final afetam o setor cultural e os demais setores da economia, é realizada uma abertura do vetor de consumo e rendimento familiar, dividindo-os em dez grupos, de acordo com as rendas familiares. Os dados da matriz de insumo-produto são compatibilizados com os dados de consumo e rendimento da POF 2017-2018, disponibilizada pelo IBGE. A POF avalia a estrutura de consumo, gastos e rendimentos e parte da variação patrimonial das famílias, oferecendo uma caracterização da condição de vida das famílias a partir da análise do orçamento doméstico.

A desagregação por grupos de renda permite analisar, de forma detalhada, aspectos de concentração e distribuição de rendimentos e diversificação do consumo, para os 10 grupos de famílias representativas. Para tanto, utiliza-se a POF pois a mesma permite identificar como o consumo e rendimento familiar está distribuído, de acordo com os grupos de renda, em cada um dos setores da economia. A definição dos grupos de renda é dada de acordo com a faixa mensal de renda, segundo o salário mínimo vigente em janeiro de 2018, que era de R\$ 954,00. A classificação dos dez grupos de renda familiar segue o mesmo padrão do que foi desenvolvido nos trabalhos de Ferreira Filho e Horridge (2006) e Cardoso (2016).

A Tabela 2.1 apresenta a estrutura detalhada dos dez grupos de renda familiares e a classificação dos grupos familiares de acordo com a POF (2017-2018). Os intervalos de renda familiar são fechados em seu valor final. Portanto, por exemplo, estão classificados no primeiro

grupo, HH1, aquelas famílias com rendimento entre zero e R\$ 1.098,00, em 2018. Já a segunda classe de famílias são aquelas com rendimento maior que R\$ 1.098,00 até R\$ 2.862,00. Cada domicílio na amostra está associado a um peso amostral, de modo que se torna um domicílio representativo. Portanto, todos os cálculos que utilizaram a POF (2017-2018) como origem dos dados consideram o fator de expansão.

Como já exposto, os dados da POF (2017-2018) fornecem informações sobre a estrutura de consumo, gastos e os rendimentos familiares. Desse modo, tais elementos são utilizados para a desagregação das informações sobre consumo e rendimento para os dez grupos familiares. Todo procedimento usado para essa desagregação é o mesmo adotado por Cardoso (2016).

Tabela 2.1 - Estrutura detalhada dos dez grupos de renda familiares

Famílias	Salários mínimos	Intervalo de renda familiar R\$	Núm. de indivíduos	Núm. de famílias	Renda média R\$	Desvio-padrão R\$
HH1	0 a 2	R\$ 0 a R\$ 1.908	45.532.541	16.672.427	R\$ 1.250,97	R\$ 437,56
HH2	2 a 3	R\$ 1.908 a R\$ 2.862	37.031.074	13.055.997	R\$ 2.394,04	R\$ 270,06
HH3	3 a 5	R\$ 2.862 a R\$ 4.770	50.672.412	16.166.140	R\$ 3.718,67	R\$ 541,22
HH4	5 a 6	R\$ 4.770 a R\$ 5.724	16.059.756	4.886.869	R\$ 5.224,12	R\$ 276,59
HH5	6 a 8	R\$ 5.724 a R\$ 7.632	20.360.763	6.159.906	R\$ 6.546,05	R\$ 541,84
HH6	8 a 10	R\$ 7.632 a R\$ 9.540	10.742.287	3.334.587	R\$ 8.506,38	R\$ 541,21
HH7	10 a 15	R\$ 9.540 a R\$ 14.310	13.423.175	4.251.663	R\$ 11.464,83	R\$ 1.324,76
HH8	15 a 20	R\$ 14.310 a R\$ 19.080	5.469.243	1.781.584	R\$ 16.438,03	R\$ 1.328,13
HH9	20 a 30	R\$ 19.080 a R\$ 28.620	4.267.810	1.399.354	R\$ 23.242,80	R\$ 2.649,33
HH10	Acima de 30	Maior que R\$ 28.620	3.544.728	1.153.769	R\$ 49.225,87	R\$ 33.936,22

Fonte: A autora (2022).

Nota: dados da POF (2017-2018) e em Ferreira Filho e Horridge (2006) e Cardoso (2016). Os valores da renda média e do desvio-padrão se referem ao número de indivíduos da amostra.

3.4.2 Abordagem de insumo-produto

Com a abertura dos vetores de consumo e rendimento em dez diferentes grupos de renda familiar, torna-se possível identificar o quanto cada tipo de família está consumindo de cada setor da matriz de insumo-produto, com enfoque no setor cultural. A análise permite identificar os impactos na produção, emprego e renda do setor cultural e da economia como um todo, de um choque de demanda no próprio setor. Ademais, é possível analisar como o consumo dos diferentes grupos de renda familiar impacta na produção do setor cultural e da economia como um todo.¹³

¹³ Essa subseção é baseada em Miller e Blair (2009).

A estrutura matemática de um modelo de insumo-produto pode ser representada de forma matricial, pois consiste em um conjunto de n equações lineares com n incógnitas. O modelo é construído a partir de dados referentes a uma área econômica, como estado, região ou país. Essas áreas econômicas podem ser divididas em setores, e a informação relevante é o fluxo de produtos que ocorre de cada um dos setores compradores para cada um dos setores vendedores. Esses fluxos interindustriais, ou intersetoriais, são medidos por um determinado período de tempo e em termos monetários (MILLER; BLAIR, 2009).

Os valores monetários das transações que ocorrem entre pares de setores (de cada setor i para cada setor j) estão representados por z_{ij} . A demanda do setor j por insumos de outros setores, em um determinado período, está diretamente relacionada à quantidade produzida de bens pelo setor j no mesmo período. Além dessas vendas intersetoriais, no qual os bens e serviços são empregados como insumos de produção, existem as vendas para os consumidores finais, como famílias, governo e comércio exterior. Esses consumidores finais normalmente são definidos como demanda final.

Suponha um cenário em que a economia pode ser representada por n setores. Usando x_i para representar a produção total do setor i , e f_i para representar a demanda final total para o produto do setor i , é possível entender como ocorre a transação intersetorial por meio de um sistema de equações simples, no qual o setor i realiza a venda da sua produção para o próprio setor, para outros setores e para a demanda final, de forma que:

$$x_i = z_{i1} + \dots + z_{ij} + \dots + z_{in} + f_i = \sum_{j=1}^n z_{ij} + f_i \quad (2.1)$$

O termo z_{ij} representa a venda do setor i usada como insumo de produção para o setor j , incluindo as vendas feitas para o próprio setor (quando $j = i$). Dessa forma, a equação (2.1) representa a distribuição da produção do setor i . Portanto, haverá uma equação similar em (2.2) representando a distribuição da produção de cada setor i para cada setor j :

$$\begin{aligned} x_1 &= z_{11} + \dots + z_{1j} + \dots + z_{1n} + f_1 \\ &\vdots \\ x_i &= z_{i1} + \dots + z_{ij} + \dots + z_{in} + f_i \\ &\vdots \\ x_n &= z_{n1} + \dots + z_{nj} + \dots + z_{nn} + f_n \end{aligned} \quad (2.2)$$

Esse sistema de equações pode ser representado na forma matricial, tal que:

$$\mathbf{x} = \begin{bmatrix} x_1 \\ \vdots \\ x_n \end{bmatrix}, \mathbf{Z} = \begin{bmatrix} z_{11} & \cdots & z_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ z_{n1} & \cdots & z_{nn} \end{bmatrix} \text{ e } \mathbf{f} = \begin{bmatrix} f_1 \\ \vdots \\ f_n \end{bmatrix} \quad (2.3)$$

Dessa forma, a distribuição da produção do setor i para os demais setores, pode ser representada por:

$$\mathbf{x} = \mathbf{Z} + \mathbf{f} \quad (2.4)$$

Considerando as informações da j -ésima coluna de Z , tem-se:

$$\begin{bmatrix} z_{1j} \\ \vdots \\ z_{ij} \\ \vdots \\ z_{nj} \end{bmatrix} \quad (2.5)$$

Os elementos desta coluna estão representando como o setor j está sendo formado a partir da compra de insumos. Em outras palavras, observa-se o quanto que o setor j está comprando da produção total de outros setores, incluindo a compra de insumos do próprio setor. As magnitudes desses fluxos intersetoriais podem ser representadas no Quadro 2.4, com os setores vendedores a esquerda e os mesmos setores, agora compradores, apresentados na parte superior.

Quadro 2.4 - Entrada e Saída dos Setores

		Setor comprador				
Setor vendedor		1	...	j	...	n
	1	z_{11}	...	z_{1j}	...	z_{1n}
	$\vdots$	$\vdots$				
	i	z_{i1}	...	z_{ij}	...	z_{in}
	$\vdots$	$\vdots$				
	n	z_{n1}	...	z_{nj}	...	z_{nn}

Fonte: Quadro adaptada de Miller e Blair (2009).

Para enfatizar os outros elementos que constituem a análise completa da matriz de insumo-produto, o Quadro 2.5 exibe uma matriz simplificada para uma economia com apenas dois setores. Nas linhas do quadro, além das informações de comércio intersetorial, é possível identificar outros componentes como importações, impostos (pagos ao governo), valor adicionado (lucro, pagamento de aluguel e juros) e as ocupações (empregos). Na parte superior di quadro é possível encontrar o consumo da demanda final, formada pelo consumo das famílias, gastos do governo, investimento e exportações. Estes elementos são agrupados em demanda final interna ($C + I + G$) e demanda final externa (E), que resulta em: $f_i = C + I + G + E$.

Quadro 2.5 –Quadro de Insumo-Produto simplificado para uma economia com dois setores

	Setor 1	Setor 2	Consumo	Governo	Investimento	Exportação	Total
Setor 1	z_{11}	z_{12}	c_1	g_1	i_1	e_1	x_1
Setor 2	z_{21}	z_{22}	c_2	g_2	i_2	e_2	x_2
Importação	m_1	m_2	m_C	m_G	m_I		M
Impostos	t_1	t_2	t_C	t_G	t_I	t_E	T
VA	w_1	w_2					W
Total	x_1	x_2	C	G	I	E	X
Ocupações	O_1	O_2					

Fonte: Quadro adaptada de Miller e Blair (2009).

As colunas do Quadro 2.5 representam as entradas de cada setor, e as linhas representam as saídas, ou seja, as vendas de cada setor. Por exemplo, m_G , que está representado a intersecção entre a linha de importação e a coluna de gastos do governo, pode ser entendido como os gastos do governo na compra de bens importados. Já m_C , que está representando a intersecção entre importação e consumo das famílias, pode ser entendido como o quanto as famílias consomem de bens importados. O produto total da economia é encontrado a partir da soma da coluna de demanda total, de forma que:

$$X = x_1 + x_2 + M + T + W \quad (2.6)$$

Este mesmo valor pode ser encontrado ao somar a linha de produção total, de modo que:

$$X = x_1 + x_2 + C + G + I + E \quad (2.7)$$

Equacionando para X , obtém-se:

$$x_1 + x_2 + M + T + W = x_1 + x_2 + C + G + I + E \quad (2.8)$$

Simplificando x_1 e x_2 dos dois lados, tem-se:

$$M + T + W = C + G + I + E \quad (2.9)$$

Simplificando mais uma vez, obtém-se:

$$W = C + I + (G - T) + (E - M) \quad (2.10)$$

Do lado esquerdo da equação obtém-se a renda nacional bruta (total de pagamento de fatores na economia) e do lado direito obtém-se o produto nacional bruto (total gastos em bens de consumo e investimento, total de compras governamentais, valor das exportações líquidas da economia).

Na análise de insumo-produto, os fluxos intersetoriais de i para j dependem do quanto se está produzindo, em determinado período, no setor j . Em outras palavras, o setor j demanda insumos do setor i de acordo com o tamanho da produção do setor j em determinado ano. Se o setor j aumenta sua produção, ele também aumenta a demanda por bens intermediários do setor

produtor i . Essa relação de compra e venda entre os setores é mantida constante. Ou seja, existem relações fixas entre a produção de um setor e seus insumos. Dessa forma, o modelo trabalha com retornos constantes de escala, não sendo consideradas a existência de economias de escala (MILLER; BLAIR, 2009). Essa relação é chamada de coeficiente técnico e é dada por:

$$a_{ij} = \frac{z_{ij}}{x_j} \quad (2.11)$$

Na equação acima, z_{ij} são as transações monetárias entre o setor vendedor i e o setor comprador j , e x_j é a produção total do setor j . Se o setor j aumenta sua produção, demandará uma quantidade de insumos do setor i proporcional ao aumento da produção. Como a_{ij} é a proporção dos insumos utilizados, o coeficiente técnico é fixo.

A função de produção inerente ao modelo de insumo-produto pode ser comparada a abordagem microeconômica clássica. As funções de produção apresentam a relação entre a quantidade que se pode produzir de determinado bem, dado os insumos utilizados em sua produção, podendo ser ilustrada da seguinte forma:

$$x_j = f(z_{1j}, z_{2j}, \dots, z_{nj}, w_j, m_j) \quad (2.12)$$

A função de produção é representada pela função de Leontief descrita abaixo em (2.13). Se a produção aumenta, os insumos aumentam na mesma proporção, pois não é possível aumentar produção sem ter a quantidade de insumo necessária, nem faz sentido comprar uma quantidade de insumo maior do que o necessário para produzir.

$$x_j = \min\left(\frac{z_{1j}}{a_{1j}}, \frac{z_{2j}}{a_{2j}}, \dots, \frac{z_{nj}}{a_{nj}}\right) \quad (2.13)$$

Usando a expressão do coeficiente técnico obtida em (2.11) e reorganizando em função de z_{ij} tem-se:

$$z_{ij} = a_{ij}x_j \quad (2.14)$$

Substituindo (2.14) em (2.2), e considerando $j = i$ para as vendas feitas para o próprio setor, tem-se:

$$\begin{aligned} x_1 &= a_{11}x_1 + \dots + a_{1i}x_i + \dots + a_{1n}x_n + f_1 \\ &\vdots \\ x_i &= a_{i1}x_1 + \dots + a_{ii}x_i + \dots + a_{in}x_n + f_i \\ &\vdots \\ x_n &= a_{n1}x_1 + \dots + a_{ni}x_i + \dots + a_{nn}x_n + f_n \end{aligned} \quad (2.15)$$

Essas equações mostram de forma explícita a dependência dos fluxos intersetoriais da produção total de cada setor, evidenciando o quanto deve ser produzido, em cada setor i , se houver uma mudança na demanda final. Dessa forma, isolando a demanda final obtém-se:

$$\begin{aligned} x_1 - a_{11}x_1 - \dots - a_{1i}x_i - \dots - a_{1n}x_n &= f_1 \\ &\vdots \\ x_i - a_{i1}x_1 - \dots - a_{ii}x_i - \dots - a_{in}x_n &= f_i \\ &\vdots \\ x_n - a_{n1}x_1 - \dots - a_{ni}x_i - \dots - a_{nn}x_n &= f_n \end{aligned} \quad (2.16)$$

Agrupando x_1, x_2 até x_n , tem-se:

$$\begin{aligned} (1 - a_{11})x_1 - \dots - a_{1i}x_i - \dots - a_{1n}x_n &= f_1 \\ &\vdots \\ -a_{i1}x_1 - \dots + (1 - a_{ii})x_i - \dots - a_{in}x_n &= f_i \\ &\vdots \\ -a_{n1}x_1 - \dots - a_{ni}x_i - \dots + (1 - a_{nn})x_n &= f_n \end{aligned} \quad (2.17)$$

Sabendo que $\mathbf{I} = \begin{bmatrix} 1 & \dots & 0 \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ 0 & \dots & 1 \end{bmatrix}$ representa a matriz identidade, é possível fazer:

$$(\mathbf{I} - \mathbf{A}) = \begin{bmatrix} (1 - a_{11}) & -a_{12} & \dots & -a_{1n} \\ -a_{21} & (1 - a_{22}) & \dots & -a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ -a_{n1} & -a_{n2} & \dots & (1 - a_{nn}) \end{bmatrix}$$

Dessa forma, o sistema (2.17) será representado por:

$$(\mathbf{I} - \mathbf{A})\mathbf{x} = \mathbf{f} \quad (2.18)$$

Sabe-se que, por definição, toda matriz multiplicada pela sua inversa é igual a uma matriz identidade, logo:

$$\begin{aligned} (\mathbf{I} - \mathbf{A})(\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1}\mathbf{x} &= (\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1}\mathbf{f} \\ \mathbf{I}\mathbf{x} &= (\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1}\mathbf{f} \\ \mathbf{x} &= (\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1}\mathbf{f} \end{aligned} \quad (2.19)$$

Considerando $\mathbf{B} = (\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1}$, obtém-se:

$$\mathbf{x} = \mathbf{B}\mathbf{f} \quad (2.20)$$

Na equação (2.20), $\mathbf{B}$ é uma matriz conhecida como Inversa de Leontief. Essa equação deixa evidente como a produção total representada por x depende da demanda final f para cada um dos setores. Cada elemento da matriz Inversa de Leontief mostra os impactos direto e indireto quando ocorrem mudanças na demanda final. Os impactos diretos podem ser explicados pela variação que ocorre no setor de interesse, devido a mudança na demanda final.

Já os impactos indiretos podem ser explicados pelas variações que ocorrem nos setores interligados ao setor de interesse, devido a tais mudanças.

3.4.3 Multiplicador da produção

A partir do modelo de Leontief apresentado na equação (2.19), é possível fazer uma investigação do impacto setorial de mudanças ocorridas na demanda final de um setor específico, sobre a produção de cada setor e sobre o produto total. Em específico, analisa-se como mudanças no consumo familiar sobre o setor cultural, impacta o próprio setor e os demais setores econômicos. Essa variação na demanda final pode ser representada da seguinte forma:

$$\Delta \mathbf{x} = (\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1} \Delta \mathbf{f} \quad (2.21)$$

Onde Δx é um vetor ($n \times 1$) que capta a mudança por setor e o efeito sobre a economia como um todo, Δf é um vetor ($n \times 1$) que representa os impactos sobre o volume da produção. Sabendo que a Inversa de Leontief é dada por: $(I - A)^{-1} = B$, é possível obter o multiplicador da produção, da seguinte maneira:

$$MP_j = \sum_{i=1}^n b_{ij} \quad (2.22)$$

Em que, MP_j representa o multiplicador de produção do j – ésimo setor, e b_{ij} está representando o ij – ésimo elemento da matriz inversa de Leontief.

O multiplicador da produção capta o efeito direto no setor de produção que sofre o choque da variação da demanda (consumo familiar), nesse caso o setor cultural, e o efeito indireto nos demais setores que oferecem insumos produtivos ao setor que sofreu o impacto direto.

3.4.4 Multiplicador do emprego

O modelo de insumo-produto também possibilita, além da investigação da mudança na demanda final sobre a produção conforme descrito, a análise de como essa mesma mudança na demanda gera efeitos sobre o nível de emprego (ocupação) e sobre a renda dos trabalhadores. A expressão que capta a variação no nível de emprego é dada por:

$$\Delta \mathbf{E} = \widehat{\mathbf{ce}} \Delta \mathbf{x} \quad (2.23)$$

Onde ΔE é um vetor ($n \times 1$) que representa o impacto de uma mudança da demanda final sobre a variação do emprego; $\widehat{\mathbf{ce}}$ é uma matriz diagonal ($n \times n$) em que os elementos da sua

diagonal principal são formados pelos coeficientes de emprego; e Δx capta os efeitos sobre a produção dos setores dado uma mudança na demanda final. Os valores dos coeficientes de emprego, ce_{ij} , quando $i = j$ são obtidos por meio da razão, para cada setor, do total de empregos (e) utilizados em j pela produção total referente a cada setor, ou seja:

$$ce_j = \frac{e_j}{x_j} \quad (2.24)$$

Dessa forma, se o objetivo é obter o impacto da variação do consumo familiar sobre o emprego, deve-se somar todos os elementos de ΔE . O gerador de empregos advindo das variações na demanda final sobre o emprego, para cada setor da economia, pode ser representado da seguinte forma:

$$GE_j = \sum_{i=1}^n ce_j b_{ij} \quad (2.25)$$

Onde, GE_j representa o número de empregos gerados para cada setor, devido à variação de uma unidade, em valor monetário, na demanda final; b_{ij} está representando o ij – ésimo elemento da matriz inversa de Leontief e ce_j representa o coeficiente direto da variável emprego.

O multiplicador do emprego, por sua vez, é obtido pela razão entre o gerador de empregos, para cada setor, e o seu respectivo coeficiente de emprego. Os efeitos multiplicadores de emprego são obtidos por:

$$ME_j = \frac{GE_j}{ce_j} \quad (2.26)$$

No qual, ME_j representa o multiplicador do emprego; GE_j representa o gerador de empregos e ce_j é o coeficiente direto do emprego. O multiplicador do emprego indica o quantitativo de empregos criados, direta e indiretamente, em toda a economia, para cada novo emprego criado no setor j em análise, no presente estudo, o setor cultural. Assim, para cada um emprego criado diretamente no setor cultural, dado alterações na demanda final via mudanças no consumo das famílias, o multiplicador de emprego mostra quantos empregos foram criados indiretamente na economia como um todo.

3.4.5 Multiplicador da renda

De maneira análoga ao multiplicador de emprego, exposto na seção anterior, é possível obter o multiplicador da renda. Para a construção destes multiplicadores, calcula-se,

inicialmente, os coeficientes de renda, cr_j , através da razão entre o rendimento total das famílias (r) no setor j e o valor total da produção no setor j , ou seja:

$$cr_j = \frac{r_j}{x_j} \quad (2.27)$$

Dessa forma, o gerador da renda pode ser obtido da seguinte maneira:

$$GR_j = \sum_{i=1}^n cr_j b_{ij} \quad (2.28)$$

Em que, GR_j representa o gerador da renda, ou seja, por meio desse gerador é possível identificar a renda adicional gerada para cada setor, através da remuneração dos seus trabalhadores, devido à variação de uma unidade, em valor monetário, na demanda final. Para obter o multiplicador da renda, MR_j , é computado o quociente entre o gerador de renda e o coeficiente de renda, tal que:

$$MR_j = \frac{GR_j}{cr_j} \quad (2.29)$$

O multiplicador da renda representa a variação da renda que acontece na economia como um todo, para cada unidade de renda gerada diretamente no setor j em análise, nesse caso o setor cultural, dado que houve uma variação no componente da demanda final.

3.4.6 Método de extração hipotética

O procedimento de extração hipotética investiga o quanto que a produção total de uma determinada economia de n setores é afetada quando um setor em específico, digamos o setor j , é removido dessa economia (MILLER; BLAIR, 2009). No presente estudo o método de extração hipotética é conduzido buscando analisar as consequências econômicas de uma exclusão do setor cultural. Dessa forma, é possível mensurar os efeitos de encadeamento, para frente e para trás, na economia como um todo. A identificação de tais efeitos é importante para verificar as dependências que ocorrem na compra e venda dos demais setores existentes na economia com a hipotética extração do setor cultural.

Visando calcular a dependência dos setores pela ótica da compra, ou seja, os efeitos de ligação para trás do setor cultural com os demais setores, é avaliado inicialmente os efeitos de redução na produção total quando a coluna j referente ao setor cultural é extraída da matriz de insumo-produto. Usando $\bar{A}_{(c)}$ para representar a nova matriz de coeficientes técnicos, na qual

apenas a coluna referente ao setor j – isto é, o setor cultural – é igual a zero, a produção da economia reduzida será dada por:

$$\bar{\mathbf{x}}_{(cj)} = (\mathbf{I} - \bar{\mathbf{A}}_{(cj)})^{-1} \mathbf{f} \quad (2.30)$$

A diferença entre o modelo completo, equação (2.19), e o modelo reduzido, equação (2.30), revela a diminuição do valor bruto de produção (VBP). Formalmente, a diminuição do valor bruto da produção quando o setor cultural é excluído da análise é:

$$T_j = \mathbf{i}'\mathbf{x} - \mathbf{i}'\bar{\mathbf{x}}_{(cj)} \quad (2.31)$$

O i representa um vetor coluna de 1's, de dimensão n . A equação (2.31) mostra a importância ou ligação total do setor j para a economia como um todo.

Na ligação para frente, a extração hipotética ocorre na linha j , ou seja, agora a análise é feita sob a ótica da eliminação das vendas intermediárias do setor cultural na matriz de coeficiente técnico, neste caso a matriz é denominada como $\bar{\mathbf{B}}_{rj}$. A nova equação que resume a produção da economia, após a extração das vendas do setor cultural na linha, é dada por:

$$\bar{\mathbf{x}}'_{(rj)} = \mathbf{v}'(\mathbf{I} - \bar{\mathbf{B}}_{(rj)})^{-1} \quad (2.32)$$

O v é o vetor coluna de gastos com valor adicionado de cada setor. Neste caso, o impacto da extração no valor bruto da produção é:

$$T_j = \mathbf{x}'\mathbf{i} - [\bar{\mathbf{x}}'_{(rj)}]\mathbf{i} \quad (2.33)$$

Assim, a expressão acima exhibe a redução no produto da economia, dada a exclusão hipotética das vendas de insumos intermediários do setor cultural.

3.5 RESULTADOS

A análise do setor cultural, no modelo de insumo-produto, permite quantificar os efeitos de modificações na produção sobre o próprio setor e sobre os demais setores da economia. Nesse contexto, inicialmente é verificado os efeitos multiplicadores de uma redução de 30,8% na demanda final do setor cultural sobre a produção, o emprego e a renda da economia brasileira. Segundo o relatório de Impactos Econômicos da Covid-19 na Economia Criativa da Fundação Getúlio Vargas, a queda do produto no setor cultural durante o ano de 2020, devido aos efeitos da pandemia, foi de 31,8% (BARBOSA, 2020). Utilizando as relações de insumo-produto é possível estimar que essa queda na produção de 31,8% equivale a uma redução de 30,8% na demanda do setor cultural. Com base nessas informações, avalia-se os efeitos multiplicadores desse choque de demanda no setor cultural e nos demais setores. Vale ressaltar

que os resultados apresentados não se referem aos efeitos da pandemia, mas sim a uma projeção dos possíveis efeitos na economia, de um choque isolado no setor cultural.

A Tabela 2.2 mostra os principais setores que sofreram com o choque de demanda no setor cultural, evidenciando as relações intersetoriais existentes. De acordo com os resultados obtidos, um choque de 30,8% na demanda final do setor cultural, gera uma redução de mais de R\$ 8,3 bilhões na produção do próprio setor, e uma redução de mais de R\$ 12,9 bilhões na economia como um todo, captando os efeitos indiretos do choque.

A redução na demanda pelo setor cultural provoca efeitos em todos os setores, e quanto mais interligado estão os setores, maior é o prejuízo. Uma queda na demanda final do setor cultural tem efeito, por exemplo, em gravações, locação de espaços, intermediações financeiras dentre outras atividades. Aproximadamente 6% da redução na economia, advinda do choque, ocorre no setor de atividades imobiliárias. Isso pode ser explicado pelo fato de que esse setor está intimamente relacionado com o setor de atividades culturais. Por exemplo, as empresas culturais locam espaços físicos para se estabelecerem no mercado, também pode ser pensado como o aluguel de estúdios para ensaio e gravações, aluguel de espaços para festas (grandes eventos, casamentos, aniversários, festividades natalinas, entre outros). Dada essa estreita relação entre cultura e espaços mobiliários, explica-se o fato de ser o segundo setor mais afetado pelo efeito do choque.

Tabela 2.2 - Impacto na produção de uma redução de 30,8% na demanda do setor cultural, 2015

Setores	Redução da produção (R\$ milhões)	Percentual de redução
Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	-8.348	64,37%
Atividades imobiliárias	-736	5,67%
Outras atividades profissionais, científicas e técnicas	-400	3,08%
Intermediação financeira, seguros e previdência complementar	-355	2,74%
Energia elétrica, gás natural e outras utilidades	-326	2,51%
Atividades jurídicas, contábeis, consultoria e sedes de empresas	-310	2,39%
Outras atividades administrativas e serviços complementares	-295	2,28%
Comércio por atacado e varejo	-292	2,25%
Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem	-178	1,37%
Transporte terrestre	-151	1,16%
Refino de petróleo e coquerias	-131	1,01%
Manutenção, reparação e instalação de máquinas e equipamentos	-123	0,95%
Telecomunicações	-93	0,71%

Fonte: A autora (2022).

Nota: Com base na matriz insumo-produto do Brasil (2015). Os setores citados representam os 13 mais afetados com uma redução de 30,8% na demanda do setor cultural.

Um fato curioso, é que apenas cerca de 1,4% da redução na economia, advinda do choque no setor cultural, ocorre no setor de atividades de televisão, rádio, cinema e

gravação/edição de som e imagem. Isso pode ser explicado pelo fato de que esse setor consome mais bens intermediários advindo do setor cultural, do que fornece para ele. Dessa forma, um choque de demanda no setor cultural tem um efeito menor nesse setor, comparativamente aos outros setores, como as atividades imobiliárias, que fornecem mais insumos produtivos ao setor cultural. Tais resultados estão em conformidade com os achados de Llop e Arouzo-Carod (2011) que sugerem que os efeitos multiplicadores do setor cultural são assimétricos sobre os demais setores, com diferenças substanciais nos efeitos sentidos em cada setor em particular.

A Tabela 2.3 contém informações sobre os principais setores afetados com a redução do emprego, dado o choque hipotético de 30,8% na demanda final do setor cultural. Ocorre uma redução de 237.701 empregos no setor cultural e uma queda de 31.635 vagas de empregos nos demais setores da economia, totalizando 269.336 vagas de trabalho perdidas.

Tabela 2.3 - Impacto no emprego de uma redução de 30,8% na demanda do setor cultural, 2015

Setores	Redução do emprego	Percentual de redução
Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	-237.701	88,25%
Outras atividades administrativas e serviços complementares	-5.855	2,17%
Comércio por atacado e varejo	-5.014	1,86%
Atividades jurídicas, contábeis, consultoria e sedes de empresas	-2.820	1,05%
Outras atividades profissionais, científicas e técnicas	-2.129	0,79%
Transporte terrestre	-1.710	0,64%
Atividades de vigilância, segurança e investigação	-1.154	0,43%
Confecção de artefatos do vestuário e acessórios	-1.056	0,39%
Manutenção, reparação e instalação de máquinas e equipamentos	-1002	0,37%
Impressão e reprodução de gravações	-835	0,31%
Construção	-770	0,29%
Intermediação financeira, seguros e previdência complementar	-741	0,28%
Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem	-716	0,27%

Fonte: A autora (2022).

Nota: Com base na matriz insumo-produto do Brasil (2015). Os setores citados representam os 13 mais afetados com uma redução de 30,8% na demanda do setor cultural.

Os resultados da referida tabela mostram que, depois do próprio setor cultural, os setores que mais perdem postos de trabalho são os de outras atividades administrativas e de serviços complementares, e o setor de comércio por atacado e varejo. O setor de outras atividades administrativas e de serviços complementares engloba atividades relacionadas a condomínios prediais, serviços referentes a pacotes turísticos, questões administrativas de eventos no geral, dentre outros. No caso de um choque, esse setor arca com uma das maiores perdas em termos de emprego por ser um dos maiores fornecedores de serviço para o setor cultural. Esse resultado é confirmado nos achados de Silva e Brito (2019).

Essa perda em termos de mão de obra ocupada para o setor cultural e, conseqüentemente, para os outros setores interligados, representa uma clara redução no nível

de bem-estar da sociedade. O multiplicador do emprego para o setor cultural é de 1,16 no Brasil, e representa quantas vagas de trabalho são criadas, direta e indiretamente, na economia brasileira, para cada novo emprego no setor cultural. Ou seja, para cada novo emprego no setor cultural, 1,16 empregos é criado na economia. Ou ainda, para cada 100 empregos criados diretamente no setor cultural, outras 16 vagas de empregos são criadas indiretamente em outros setores da economia.

O choque na demanda final exerce efeito também sobre os rendimentos recebidos pelos trabalhadores do setor cultural (efeito direto) e pelos trabalhadores de outros setores (efeito indireto). Os resultados apresentados na Tabela 2.4 mostram que um choque de 30,8% na demanda do setor cultural provoca uma redução de mais de R\$ 2,6 bilhões no rendimento do setor cultural. E pelo efeito multiplicador gera uma perda de mais R\$ 3,5 bilhões no rendimento da economia como um todo. Tais resultados evidenciam a importância quantitativa dos efeitos multiplicadores na economia e estão de acordo com os achados, para outras localidades, de Cwi e Lyndall (1977) e Herrero *et al.* (2002) sobre os efeitos perceptíveis no emprego, na renda e no volume de negócios advindos da atividade cultural na economia.

Tabela 2.4 - Impacto nos rendimentos de uma redução de 30,8% na demanda do setor cultural, 2015

Setores	Redução do rendimento (R\$ milhões)	Percentual de redução
Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	-2.646	74,02%
Outras atividades administrativas e serviços complementares	-141	3,96%
Comércio por atacado e varejo	-92	2,46%
Intermediação financeira, seguros e previdência complementar	-88	2,48%
Atividades jurídicas, contábeis, consultoria e sedes de empresas	-86	2,42%
Outras atividades profissionais, científicas e técnicas	-47	1,33%
Administração pública, defesa e seguridade social	-39	1,08%
Atividades de vigilância, segurança e investigação	-38	1,06%
Transporte Terrestre	-35	0,99%
Desenvolvimento de sistemas e outros serviços de informação	-30	0,83%
Impressão e reprodução de gravações	-24	0,67%
Manutenção, reparação e instalação de máquinas e equipamentos	-23	0,65%
Energia elétrica, gás natural e outras utilidades	-20	0,56%

Fonte: A autora (2022).

Nota: Com base na matriz insumo-produto do Brasil (2015). Os setores citados representam os 13 mais afetados com uma redução de 30,8% na demanda do setor cultural.

O multiplicador da renda para o setor cultural é de 1,38, ou seja, para cada real a menos no rendimento do setor cultural, há uma redução de R\$ 1,38 no rendimento da economia brasileira. Dessa forma, uma queda no rendimento das famílias provoca redução no consumo do próprio setor cultural e dos demais setores, pelo efeito multiplicador. Essas informações evidenciam a importância do referido setor para a economia brasileira, corroborando ao já

apontado na literatura (SILVA; BRITO, 2019; SOUZA; MACHADO; DOMINGUES, 2019; MACHADO *et al.*, 2020). Ademais, tais resultados ajudam a justificar a importância de políticas públicas voltadas para um maior suporte a realização das atividades culturais no Brasil.

3.5.1 Resultados da extração hipotética

A estrutura produtiva de uma economia envolve complexas ligações setoriais que engloba a economia como um todo. Neste contexto, uma maneira de avaliar a importância do setor cultural para a economia brasileira se dá a partir da análise de interdependência entre o setor cultural e os demais setores na economia por meio do método da extração hipotética. A utilização desse procedimento permite quantificar quanto da produção total de determinada economia tende a decrescer, caso um setor específico seja extraído. Os resultados são apresentados em termos de percas percentuais do PIB (Tabela 2.5 e Tabela 2.6).

A extração do setor cultural na matriz de insumo-produto identifica os setores estrategicamente importantes para o crescimento do setor cultural e da economia como um todo, a partir, das ligações para trás e para frente.

As ligações para trás mostra como o setor cultural consome dos demais setores, a fim de produzir bens e serviços culturais. A Tabela 2.5 exhibe os resultados da ligação para trás, mostrando os setores que apresentam queda mais acentuada em sua produção, caso o setor cultural seja excluído da economia como consumidor intermediário.

Tabela 2.5 – Efeito da extração hipotética do setor cultural na economia, ligação para trás, 2015 (em percentual)

Setores	Percentual da redução
Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	-2,45%
Outras atividades profissionais, científicas e técnicas	-1,76%
Impressão e reprodução de gravações	-1,74%
Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem	-1,70%
Manutenção, reparação e instalação de máquinas e equipamentos	-0,82%
Aluguéis não-imobiliários e gestão de ativos de propriedade intelectual	-0,80%
Atividades jurídicas, contábeis, consultoria e sedes de empresas	-0,68%
Outras atividades administrativas e serviços complementares	-0,59%
Atividades imobiliárias	-0,56%
Atividades de vigilância, segurança e investigação	-0,55%
Energia elétrica, gás natural e outras utilidades	-0,52%
Alojamento	-0,40%
Fabricação de produtos de limpeza, cosméticos/perfumaria e higiene pessoal	-0,39%

Fonte: A autora (2022).

Nota: Com base nos dados da matriz insumo-produto do Brasil (2015). Os setores citados representam os 13 que possuem maior ligação para trás com o setor cultural.

De acordo com os resultados obtidos por meio da extração hipotética, descritos na Tabela 2.5, é possível observar que os setores apresentam resultados bastante heterogêneos em seus valores percentuais. Dentre os 67 setores existentes na matriz insumo-produto, os setores mais afetados com a exclusão hipotética das compras pelo setor cultural são, além do próprio setor: outras atividades profissionais, científicas e técnicas; impressão e reprodução de gravações; e atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem. Tais setores se destacam, por meio da ligação para trás, representando, cada um deles, quase 2% da queda na produção total, quando o setor cultural é extraído da análise como consumidor intermediário. Isso ocorre, pois, esses setores oferecem insumos produtivos ao setor cultural, logo são os que tem maior perda percentual em sua produção.

Em relação aos efeitos na economia como um todo, uma hipotética extração do setor cultural gera uma redução percentual de 18,44% na produção total da economia. Tal resultado mostra a relevância do setor cultural para a economia brasileira. Esses efeitos se estendem para além de questões econômicas mostrados nessa pesquisa, existem benefícios intangíveis da atividade cultural para uma sociedade. Para Baumol (1986), Loon, Gosens e Rouwendal (2014), Backman e Nilson (2018) e Falck *et al.* (2018), as aglomerações de indivíduos com maiores níveis de capital humano e cultural geram efeitos transbordamento de conhecimento. Por sua vez, esse efeito transbordamento gera desenvolvimento econômico.

As ligações para frente mostram os efeitos na economia da extração das vendas intermediárias de insumos produzidos no setor cultural. A Tabela 2.6 apresenta os resultados das ligações para frente. O primeiro setor em destaque é o de atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem, apresentando uma queda percentual na produção de aproximadamente 8%. Outros setores que também se destacam é o próprio setor cultural e o setor de outras atividades profissionais, científicas e técnicas. Fica perceptível que tais setores mostram uma grande dependência intermediária do setor cultural para produzir seus bens e serviços. Em outras palavras, esses setores dependem dos insumos fornecidos pelo setor cultural para poder produzir, por exemplo, entretenimento, músicas, filmes, publicidade dentre outros serviços relacionados. As atividades publicitárias, em todos os setores, utilizam intensamente dos bens e serviços produzidos pelo setor cultural.

Tabela 2.6 – Efeito da extração hipotética do setor cultural na economia, ligação para frente, 2015 (em percentual)

Setores	Extração (%)
Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem	-7,70%
Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	-2,46%
Outras atividades profissionais, científicas e técnicas	-2,37%

Organizações associativas e outros serviços pessoais	-0,85%
Telecomunicações	-0,41%
Fabricação de bebidas	-0,30%
Edição e edição integrada à impressão	-0,28%
Educação privada	-0,23%
Alojamento	-0,20%
Fabricação de produtos farmoquímicos e farmacêuticos	-0,19%
Fabricação de produtos de limpeza, cosméticos/perfumaria e higiene pessoal	-0,15%
Saúde pública	-0,15%
Fabricação de calçados e de artefatos de couro	-0,13%

Fonte: A autora (2022).

Nota: Com base nos dados da matriz insumo-produto do Brasil (2015). Os setores citados representam os 13 que possuem maior ligação para frente com o setor cultural.

Os demais setores apresentam uma participação na queda da produção total abaixo de 1%, caso o setor cultural seja extraído da economia, evidenciando que boa parte do que é produzido no setor cultural é destinado a demanda final, principalmente ao consumo das famílias e as exportações da produção cultural. Vale ressaltar que a exportação do setor cultural envolve a venda de mercadorias e serviços – tais como obras de arte, produção artesanal, peças de cerâmica, esculturas, serviços de organização e apoio de atuação artísticas, entre outros – para o mercado externo. De acordo com a Secretaria da Economia da Cultura (2017), a exportação de bens e serviços com conteúdo cultural gera benefícios para o desenvolvimento da economia nacional, por meio da diversificação de clientes, aumento de produtividade e da capacidade de inovação do setor, além de gerar oportunidades de negócios com outros setores diferente do cultural.

3.5.2 Resultados por grupos de renda

Observando os resultados do efeito multiplicador do consumo, por grupo de renda familiar, faz-se necessário desagregar as famílias em dez grupos distintos (Tabela 2.7). A segunda e a terceira colunas da Tabela 7 mostra detalhadamente a estrutura de consumo e rendimento familiar desagregada, para o setor cultural. Assim, o consumo refere-se ao montante gastos das famílias, em cada tipologia de grupo de renda, no setor cultural. Já o rendimento, por sua vez, expressa como este setor remunera os diferentes grupos de renda. A partir dessas informações, é perceptível que os grupos com maior rendimento no setor de atividades culturais é o que apresenta também maior consumo de bens e serviços culturais, acontecimento que está possivelmente associado aos efeitos transbordamento de capital humano e cultural, que esse ambiente de trabalho proporciona. Tais efeitos também são verificados em Ateca-amestoy (2008) e Almeida, Lima e Gatto (2019a). A partir da quarta coluna da referida tabela, observa-

se os efeitos na produção do setor cultural e na produção total, quando o consumo de bens e serviços culturais de cada grupo de renda familiar, em particular, é reduzido a zero. Essa análise é realizada buscando entender a participação de cada grupo de renda familiar no consumo do setor cultural. Fica perceptível que tal redução provoca uma queda na produção do setor cultural e da economia como um todo.

Tabela 2.7 - Efeitos direto e indireto do multiplicador da queda no consumo familiar, por grupos de renda, em termos de produção, na economia brasileira, 2015

Grupos familiares	Consumo no setor cultural (R\$ milhões)	Rendimento no setor cultural (R\$ milhões)	Redução da produção do setor cultural (R\$ milhões)	Redução da produção (R\$ milhões)	Percentual do consumo por grupo familiar no setor cultural	Participação percentual das famílias
HH1	1.520	631	-1.558	-2.421	6,15%	28,86%
HH2	1.729	771	-1.772	-2.753	6,99%	20,63%
HH3	3.681	2.233	-3.774	-5.863	14,9%	23,65%
HH4	1.638	744	-1.679	-2.609	6,63%	6,42%
HH5	2.974	1.279	-3.049	-4.736	12,03%	7,91%
HH6	2.093	1.029	-2.145	-3.333	8,47%	4,13%
HH7	3.528	1.266	-3.617	-5.620	14,28%	4,98%
HH8	2.105	1.364	-2.158	-3.353	8,52%	1,92%
HH9	2.276	616	-2.333	-3.625	9,21%	1,50%
HH10	3.171	1.041	-3.250	-5.050	12,83%	1,11%

Fonte: A autora (2022).

Nota: Dados do IBGE (2015) e da POF (2017-2018).

Iniciando a análise pelas famílias que estão inseridas no primeiro grupo de renda, HH1, observa-se uma redução da ordem de mais de R\$ 1,5 bilhões na produção do setor cultural, como efeito direto, e de mais de R\$ 2,4 bilhões na economia nacional. Apesar de ser o maior grupo de famílias é o que apresenta menor participação no consumo de bens e serviços culturais¹⁴. Os dados mostram que 28,86% das famílias estão inseridas no grupo de renda HH1, e apresentam uma participação do consumo no setor cultural de apenas 6,15%.

De acordo com a literatura, a renda é apontada como uma das principais restrições de acesso ao consumo cultural no Brasil (DINIZ; MACHADO, 2011; PAGLIOTO; MACHADO, 2012; MACHADO *et al.*, 2017; ALMEIDA; LIMA; GATTO, 2019a). Diante do exposto e dada a importância econômica do setor cultural para a economia brasileira, bem como os efeitos de transbordamento de capital humano ocasionado pelo consumo de tais bens e serviços, entende-se que a participação das famílias no acesso e consumo cultural gera efeitos de aumento de bem-estar para a sociedade como um todo. Dessa forma, essa desigualdade no acesso

¹⁴ Ver Tabela 1, para verificar a estrutura detalhada dos dez grupos de renda familiares.

observada, evidencia a necessidade de políticas públicas que promovam a inclusão no consumo de bens e serviços culturais de grupos de renda mais baixa.

Os resultados da Tabela 7 referentes a composição do consumo cultural, evidenciam que a maior parcela do consumo fica com os grupos HH3, HH5, HH7 e HH10. Isso pode ser influenciado, tanto pela renda, como pelo número de famílias em cada grupo. O grupo de renda HH3 representa 23,65% do total de famílias, com um consumo no setor cultural de 14,9%. Esse grupo de renda se destaca por apresentar a maior participação no consumo cultural. Certamente isto ocorre pelos dois fatores mencionados, primeiro, porque é o grupo que detém o segundo maior número de famílias, e, em segundo lugar, por apresentar níveis de renda mais elevado, relativamente as famílias inseridas no grupo de renda HH1 (grupo com o maior número de famílias).

O grupo de renda HH10 apresenta menor participação das famílias, com apenas 1,11% das unidades familiares nesta categoria, porém os gastos em consumo cultural correspondem a 12,83% da totalidade de gastos com o setor. Essas famílias possuem níveis de renda muito elevados para os padrões brasileiros, comparativamente aos demais grupos de renda, o que permite maiores possibilidades de acesso ao consumo no geral. Porém, uma vasta literatura documenta a forte correlação entre renda e educação e o consumo de bens e serviços culturais (NOTTEN *et al.*, 2015; ATECA-AMESTOY, 2009; MANTECÓN, 2009; RINGSTAD, LØYLAND, 2006). Nesse contexto, famílias com níveis mais elevados de rendimento e de educação formal se deparam com maiores probabilidades de despesa com o setor cultural.

Esses resultados por grupos de renda familiar possibilitam uma reflexão sobre a distribuição de renda na economia brasileira e o consumo no setor cultural. Os grupos familiares HH1, HH2 e HH3 compreendem mais de 70% das famílias brasileiras e consomem apenas 28% dos bens e serviços culturais, enquanto as famílias nos grupos HH9 e HH10, que representam menos de 3% dos domicílios, consomem 22% do setor. Fica evidente que um dos grandes desafios atuais para o setor cultural é romper com esta barreira, de modo a tornar o acesso mais inclusivo. Nesse aspecto, políticas governamentais são essenciais para estimular e subsidiar o consumo das famílias de menor renda. Essa concentração do consumo, inibi a demanda pelo setor cultural, limitando o crescimento econômico do referido setor e os efeitos de transbordamento sobre a economia nacional.

Vale destacar que a democratização do acesso à cultura tem implicações que vão além dos aspectos puramente econômicos, afetando também aspectos da vida social dos indivíduos. O capital cultural influencia na formação pessoal, profissional e educacional, sendo um instrumento de desenvolvimento social.

3.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O setor cultural apresenta capacidades de transformação local e regional e se mostra como a base de sustentação econômica em determinadas localidades ou regiões, quando implementado conjuntamente a ações públicas de apoio a referida atividade. O crescimento do referido setor pode se estender para outras cadeias produtivas, afetando o desenvolvimento socioeconômico.

O presente trabalho busca avaliar, através da abertura do vetor de consumo e rendimento familiar na matriz de insumo-produto, os impactos setoriais de mudanças nos padrões de consumo cultural, considerando os distintos grupos de renda familiar. Um dos principais resultados, referente aos efeitos da Covid-19 sobre o setor cultural, revela que uma redução de 30,8% na demanda do setor gera uma redução no produto de mais de R\$ 8,3 bilhões no próprio setor, e mais de R\$ 12,9 bilhões na economia como um todo. Em termos de vagas no mercado de trabalho, é verificada uma redução de 237.701 vagas de emprego no setor cultural, uma queda adicional de 31.635 vagas nos demais setores da economia.

Com relação aos resultados da extração hipotética do setor cultural, os dados para economia brasileira evidenciam que os setores que se destacam, com maior queda na produção, além do próprio setor de atividades artísticas, criativas e de espetáculos, são: outras atividades profissionais, científicas e técnicas; impressão e reprodução de gravações; e atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem. Tais setores se apresentam como principais demandantes e ofertantes de insumos produtivos ao setor cultural, e, diante da extração do setor cultural, arcam com os maiores níveis de queda na produção setorial. Conhecer os setores mais interligados ao setor cultural permite que políticas públicas específicas possam ser desenvolvidas, com o intuito de minimizar os efeitos adversos de um choque no setor cultural.

Outro resultado importante é o indicativo de que os grupos familiares que apresentam maiores níveis de renda também são aqueles com maior participação no consumo de bens e serviços culturais. Nota-se que cerca de 70% das famílias brasileiras são responsáveis pelo consumo de apenas 28% de toda demanda pelo setor cultural no país, enquanto as famílias de renda mais elevada, que representam menos de 3% dos domicílios, são responsáveis pelo consumo de 22% do setor. Tal resultado evidencia como a distribuição desigual da renda se reflete sobre o acesso ao setor cultural.

Em síntese, o consumo de bens e serviços culturais mostra-se desigual entre os grupos de renda. O consumo dos grupos familiares que representam as classes de renda mais elevada

na sociedade brasileira tem um maior impacto sobre a produção do setor cultural. Tal resultado sinaliza para a importância de que políticas públicas sejam desenvolvidas a fim de estimular o consumo entre os grupos de menor renda, uma vez que, além dos benefícios econômicos, mostrados nessa pesquisa, existem benefícios intangíveis da atividade cultural para uma sociedade.

Em termos de políticas públicas, ações que priorizem transferências para as famílias, como por exemplo algum tipo de vale cultural, que proporciona um maior acesso aos trabalhadores aos equipamentos culturais, tem o potencial de afetar a estrutura de consumo cultural. Outra forma de afetar o consumo das famílias de menor renda no setor é via uma gama maior de projetos financiados pela lei Rouanet, que possibilitem que um grupo mais diversificado de renda possa usufruir dos bens e serviços culturais.

4 CONCLUSÃO

O presente trabalho buscou analisar dois objetivos específicos. Primeiro, foram analisados os fatores associados a probabilidade de consumo familiar de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio, ponderando a decisão conjunta de consumo cultural direto fora do domicílio e de consumo de outros tipos de bens e serviços culturais, com enfoque na discussão das diferenças regionais brasileiras. E em segundo lugar buscou avaliar, através da abertura do vetor de consumo e rendimento familiar na matriz de insumo-produto, os impactos setoriais de mudanças nos padrões de consumo cultural, considerando os distintos grupos de renda familiar.

O modelo *probit* bivariado é utilizado na presente pesquisa para investigar a probabilidade conjunta no consumo das duas categorias de bens e serviços culturais aqui consideradas. Os resultados sugerem a necessidade de que a probabilidade de consumo cultural fora do domicílio seja modelada conjuntamente com a probabilidade de consumo de outros bens e serviços culturais. Fatores como renda e escolaridade estão positivamente relacionados a probabilidade de consumir bens e serviços culturais diretos fora do domicílio. O fato de residir na capital da região metropolitana, também apresentou um efeito positivo. Tal resultado sugere que nas capitais das regiões metropolitanas, onde existem maiores níveis de aglomeração, as pessoas têm maiores incentivos no consumo de bens e serviços culturais diretos fora do domicílio.

Para responder ao segundo objetivo da pesquisa, buscou-se avaliar, através da abertura do vetor de consumo e rendimento familiar na matriz de insumo-produto, os impactos setoriais de mudanças nos padrões de consumo cultural, considerando os distintos grupos de renda familiar. Um dos principais resultados, referente aos efeitos da Covid-19 sobre o setor cultural, revela que uma redução de 30,8% na demanda do setor gera uma redução no produto de mais de R\$ 8,3 bilhões no próprio setor, e mais de R\$ 12,9 bilhões na economia como um todo. Em termos de vagas no mercado de trabalho, é verificada uma redução de 237.701 vagas de emprego no setor cultural, uma queda adicional de 31.635 vagas nos demais setores da economia.

Tais resultados evidenciam a importância do setor cultural na economia brasileira, trazendo a necessidade de políticas públicas que promovam o maior acesso de grupos de menor renda ao consumo cultural.

REFERÊNCIAS

- ALLIANCE FOR THE ARTS. The economic impact of the arts on New York city and New York state. Alliance for the Arts, New York, 1997.
- ALMEIDA, C. C. R. DE; LIMA, J. P. R.; GATTO, M. F. F. Expenditure on cultural events: preferences or opportunities? An analysis of Brazilian consumer data. **Journal of Cultural Economics**, v. 44, n. 3, p. 451–480, 2019a.
- ALMEIDA, C. C. R. DE; LIMA, J. P. R.; GATTO, M. F. F. Inserção digital e desigualdades na demanda por cultura no Brasil. **Nova Economia**, v.29, n. especial, p.1221-1247, 2019b.
- ATECA-AMESTOY, V. El capital humano como determinante del consumo cultural. **Estudios de Economía Aplicada**, v. 27, n. 1, p. 89–112, 2008.
- BACKMAN, M.; NILSSON, P. The role of cultural heritage in attracting skilled individuals. **Journal of Cultural Economics**, v. 42, n. 1, p. 111–138, 2018.
- BARBOSA, L. G. Conjuntura do Setor de Economia Criativa: Efeitos da Crise do Covid-19. Cultura e Economia Criativa. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.cultura.sp.gov.br/pesquisa-aponta-impactos-da-pandemia-no-setor-cultural-e-de-economia-criativa/> Acesso em: 25 de mar 2022.
- BARBOSA, F.; ARAÚJO, H. E.; CODES, A. **SIPS Cultura: percepções e cultura. Sistema de Indicadores de Percepção Social (SIPS)**. Brasília: IPEA, 2010. p. 17.
- BAUMOL, W. J. Productivity Growth, Convergence, and Welfare: What the Long-run Data Show. **The American Economic Review**, v. 76, n. 5, p. 1072–1085, 1986.
- BELEM, M. P.; DONADONE, J. C. A Lei Rouanet e a construção do “mercado de patrocínios culturais”. **NORUS**, v.1, n.1, p. 51-61, 2013.
- BENHAMOU, F. **A Economia da Cultura**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.
- BERLIN, N.; BERNARD, A.; FÜRST, G. Time spent on new songs: word-of-mouth and price effects on teenager consumption. **Journal of Cultural Economics**, v. 39, n. 2, p. 205–218, 2015.
- BRAND, S.; GRIPAIO, P.; MCVITTIE, E. **The economic contribution of museums in the South West**. South West Museums Council, Taunton, 2000.
- BRASIL. Decreto nº 91.144, de 15 de março de 1985. Cria o Ministério da Cultura e dispõe sobre a estrutura, transferindo-lhe os órgãos que menciona, e dá outras providências. Brasília: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1980-1989/d91144.htm Acesso em: 16 de set 2021.

BRASIL. Lei Nº 7.505, de 2 de jul de 1986. Dispõe sobre benefícios fiscais na área do imposto de renda concedidos a operações de caráter cultural ou artístico. Brasília: Presidência da República. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7505.htm> Acesso em: 16 de set 2021.

BRASIL. Lei Nº 8.028, de 12 de abr de 1990. Dispõe sobre a organização da Presidência da República e dos Ministérios, e dá outras providências. Brasília: Presidência da República. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8028.htm> Acesso em: 16 de set 2021.

BRASIL. Lei Nº 8.313, de 23 de dez de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Brasília: Presidência da República. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8313cons.htm> Acesso em: 16 de set 2021.

BRASIL. Lei Nº 8.490, de 19 de nov de 1992. Dispõe sobre a organização da Presidência da República e dos Ministérios e dá outras providências. Brasília: Presidência da República. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8490.htm> Acesso em: 16 de set 2021.

BRASIL. Emenda Constitucional Nº 48, de 10 de ago de 2005. Acrescenta o § 3º ao art. 215 da Constituição Federal, instituindo o Plano Nacional de Cultura. Brasília: Presidência da República. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc48.htm> Acesso em: 20 de set 2021.

BRASIL. Decreto-lei nº 5.520, de 24 de ago de 2005. Institui o Sistema Federal de Cultura - SFC e dispõe sobre a composição e o funcionamento do Conselho Nacional de Política Cultural - CNPC do Ministério da Cultura, e dá outras providências. Brasília: Presidência da República. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/decreto/D5520.htm> Acesso em: 16 de set 2021.

BRASIL. Decreto-lei nº 6.226, de 04 de out de 2007. Institui o Programa Mais Cultura atualmente revogado pelo Decreto nº 10.473/2020 em vigência. Brasília: Presidência da República. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6226.htm> Acesso em: 16 de set 2021.

BRASIL. Lei Nº 12.343, de 02 de dez de 2010. Institui o Plano Nacional de Cultura - PNC, cria o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais - SNIIC e dá outras providências. Brasília: Presidência da República. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12343.htm> Acesso em: 16 de set 2021.

BRASIL. Lei Nº 12.761, de 27 de dez de 2012. Institui o Programa de Cultura do Trabalhador; cria o vale-cultura; altera as Leis nº s 8.212, de 24 de julho de 1991, e 7.713, de 22 de dezembro de 1988, e a Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943; e dá outras providências. Brasília: Presidência da República. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12761.htm> Acesso em: 16 de set 2021.

BRASIL. Emenda Constitucional N° 71, de 29 de nov de 2012. Acrescenta o art. 216-A à Constituição Federal para instituir o Sistema Nacional de Cultura. Brasília: Presidência da República. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc71.htm> Acesso em: 16 de set 2021.

BRASIL. Lei N° 13.018, de 22 de jul de 2014. Institui a Política Nacional de Cultura Viva e dá outras providências. Brasília: Presidência da República. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l13018.htm> Acesso em: 16 de set 2021.

BRASIL. Decreto-lei n° 14.017, de 29 de junho de 2020. Atos do Poder Legislativo. Ed. 123, p.1. Disponível em: <<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-14.017-de-29-de-junho-de-2020-264166628>> Acesso em: 22 de jun 2021.

BRASIL. Decreto-lei n° 14.156, de 1 de junho de 2021. Altera a Lei n° 12.343, de 2 de dezembro de 2010, para aumentar o prazo de vigência do Plano Nacional de Cultura (PNC) para 12 (doze) anos. Disponível em: <<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-14.156-de-1-de-junho-de-2021-370917895>> Acesso em: 22 de mar de 2022.

BRASIL. Lei N° 12.268, de 20 de fevereiro de 2006. Institui o Programa de Ação Cultural – PAC, e dá providências correlatas. São Paulo: Governo do Estado de São Paulo. Disponível em: <<https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei/2006/alteracao-lei-12268-20.02.2006.html>> Acesso em: 30 de mar 2022.

BRASIL. Lei N° 15.565, de 25 de setembro de 2014. Autoriza o Poder Executivo a criar o programa “Preserva São Paulo”. São Paulo: Governo do Estado de São Paulo. Disponível em: <<https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei/2014/lei-15565-25.09.2014.html>> Acesso em: 30 de mar 2022.

BRASIL. Lei N° 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Brasília: Presidência da República. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm> Acesso em: 30 de mar 2022.

BRITO, D. J. M. DE; LOMBARDI FILHO, S. C. Fatores determinantes da participação no mercado de trabalho cultural brasileiro. **Pesquisa e Planejamento Econômico**, v. 49, n. 2, p. 33–64, 2019.

CAMERON, A.; TRIVEDI, P. Microeconometrics Using Stata. **The Stata News**. v. 23, n. 4, p. 6. 2010.

CARDOSO, D. F. **Capital e Trabalho no Brasil NO Século XXI: O Impacto de Políticas de Transferência e de Tributação sobre Desigualdade, Consumo e Estrutura Produtiva**. Tese (Doutorado em Economia) - Universidade Federal de Minas Gerais. 2016.

CARLOS, S. de M.; CUNHA, D. A. da; PIRES, M. V. Conhecimento sobre mudanças climáticas implica em adaptação? Análise de agricultores do Nordeste brasileiro. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 57, n. 3, p. 455-471, 2019.

CASSIMIRO FILHO, F.; GUILHOTO, J. J. M. Input-output matrix for the Brazilian tourism

economy: construction and analysis of intersectoral relationships. **Munich Personal RePEc Archive**, v. MPRA Paper, n. 37963, 2003.

CATTEL, R. B. The screen test for the number of factors. **Multivariate Behavioral Research**, v. 1, p. 140-1961, 1966.

CECCHINI, K. **Setor Automotivo brasileiro: Evolução da Estrutura Produtiva e sua importância Regional nos anos 90**. Dissertação (Mestrado em Economia) - Universidade de São Paulo, Piracicaba. 2004.

CERISOLA, S. Multiple creative talents and their determinants at the local level. **Journal of Cultural Economics**, v. 42, n. 2, p. 243–269, 2018.

CWI, D.; LYNDALL, K. Economic impact of the arts and cultural institutions: a model for assessment and a case study in Baltimore. Research Division, **National Endowment for the Arts**, Washington, 1997. Disponível em: <<https://www.arts.gov/impact/research/publications/economic-impact-arts-and-cultural-institutions-model-assessment-and-case-study-baltimore>>. Acesso em: 1 de abr 2022.

DIAS, C.; MACHADO, A. F.; HOSKEN, V. M. S. O espaço da cultura em Minas Gerais: aglomerações territoriais, desenvolvimento socioeconômico e concentração regional entre 1920 e 2010. **Nova Economia**, v. 29, n. spe, p. 1195–1220, 2019.

DIAS, J. M. N.; LIMA, A. C. DA C. **Indústrias criativas no Brasil: mapeamento de aglomerações produtivas potenciais e sua contribuição para o desenvolvimento local**. In: Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional, 2019, Natal. Disponível em: <<http://anpur.org.br/xviiienanpur/anaisadmin/capapdf.php?reqid=245>>. Acesso em: 04 jun. 2021.

DIECKMANN, O. Cultural Determinants of Economic Growth: Theory and Evidence. **Journal of Cultural Economics**, v. 20, p. 297–320, 1996.

DINIZ, S. C.; MACHADO, A. F. Analysis of the consumption of artistic-cultural goods and services in Brazil. **Journal of Cultural Economics**, v. 35, n. 1, p. 1–18, 2011.

DUNLOP, S.; GALLOWAY, S.; HAMILTON, C.; SCULLION, A. **The economic impact of the cultural sector in Scotland**. Scotecon, Stirling, 2004.

EARP, F. S.; KORNIS, G. A economia da cadeia produtiva do livro. **BNDES**, Rio de Janeiro, 2005.

FALCK, O.; FRITSCH, M.; HEBLICH, S.; OTTO, A. Music in the air: estimating the social return to cultural amenities. **Journal of Cultural Economics**, v. 42, n. 3, p. 365–391, 2018.

FERNANDEZ, C. G. **Determinants for Cultural and Sports Attendance and Practice in the U.S.A.** Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidad del País do Vasco. Bilbao. 2019.

FERREIRA FILHO, J. B.; HORRIDGE, M. J. Economic Integration, Poverty and Regional

Inequality in Brazil. **Revista Brasileira de Economia**, v. 60, n. 4, p. 363-387, out/dez 2006.

FIGUEIREDO, M. G. DE; BARROS, A. L. M. DE; GUILHOTO, J. J. M. Agriculture and productive structure of the state of Mato Grosso, Brazil: an input-output approach. **Munich Personal RePEc Archive**, v. MPRA Paper, n. 54565, 2004.

FIGUEIREDO, A. M. R.; MARTA, J. M. C.; GUIMARÃES, P. W. Determinantes da ocupação do núcleo familiar composto na área rural do Brasil. **Revista Economia e Desenvolvimento**, n. 22, 2010.

FILIPPINI, M.; GREENE, W. H.; KUMAR, N.; MARTINEZ-CRUZ, A. D. A note on the different interpretation of the correlation parameters in the Bivariate *Probit* and the Recursive Bivariate *Probit*. **Economics Letters**, v. 167, p. 104–107, 2018.

FLORIDA, R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. **Journals University of Toronto Press**, v.29. n. 3, p. 378-379, 2003.

FURTUOSO, M. C. O.; BARROS, G. S. C.; GUILHOTO, J. J. M. O produto interno bruto do complexo agroindustrial brasileiro. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 36, n. 3, p. 9–31, 1998.

GONDIM, L. M. P. Espaço Público, requalificação urbana e consumo cultural: o Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura e seu entorno. **O público e o privado**, v. 17, p. 59–69, 2011.

GOLGHER, A. B. As cidades e a classe criativa no Brasil: Diferenças espaciais na distribuição de indivíduos qualificados nos municípios brasileiros. **Revista Brasileira de Estudos de População**, v. 25, n. 1, p. 109–129, 2008.

GOLGHER, A. B. A distribuição de indivíduos qualificados nas regiões metropolitanas Brasileiras: A influência do entretenimento e da diversidade populacional. **Nova Economia**, v. 21, n. 1, p. 109–134, 2011.

GORGULHO, L. F.; GOLDENSTEIN, M.; ALEXANDRE, P. V. M.; MELLO, G. A. T. DE. A economia da cultura o BNDES e o desenvolvimento sustentável. **BNDES Setorial**, n. 30, p. 299–355, 2009.

GREFFE, X. Is heritage an asset or a liability? **Journal of Cultural Heritage**, v. 5, n. 3, p. 301–309, 2004.

HALLMANN, K.; MUÑIZ, C.; BREUER, C.; DALLMAYER, S.; METZ, M. Leisure participation: Modelling the decision to engage in sports and culture. **Journal of Cultural Economics**, v. 41, n. 4, p. 467-487, 2017.

HERRERO, L. C.; SANZ, J. Á.; DEVESA, M.; BEDATE, A.; DEL BARRIO, M. J. Capital of Culture the Economic of Cultural Events: A Case-Study of Salamanca 2002, European Capital of Culture. **European Urban and Regional Studies**, v. 13, n. 1, p. 41-57, 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE (2018a). **Cadastro Central de Empresas (CEMPRE)**. Disponível em: <
<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/comercio/2000-estatisticas-do-cadastro->

central-de-empresas/9016-estatisticas-do-cadastro-central-de-empresas.html?=&t=o-que-e>. Acesso em: 02 ago. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. (2018b). **Pesquisa de Informações Básicas Municipais [MUNIC]**. Base de dados. Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em: < <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/saude/10586-pesquisa-de-informacoes-basicas-municipais.html?edicao=25506&t=destaques>>. Acesso em: 21 de jun de 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. (2018c). **Sistema de Contas Nacionais [SCN]**. Base de dados. Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em: < <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/contas-nacionais/9052-sistema-de-contas-nacionais-brasil.html?=&t=o-que-e>>. Acesso em: 23 de mai de 2022

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. (2021). **Pesquisa de Orçamentos Familiares [POF] 2017-2018**. Microdados. Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/24786-pesquisa-de-orcamentos-familiares-2.html?edicao=32323&t=microdados>>. Acesso em: 10 de set de 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. (2021). **Classificação Nacional de Atividades Econômicas [CNAE]**. Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em: <https://concla.ibge.gov.br/images/concla/documentacao/CNAE20_Subclasses_Introducao.pdf>. Acesso em: 31 de mar 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE (2015). **Matriz Insumo-Produto**. Tabelas. Disponível em: < <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/contas-nacionais/9085-matriz-de-insumo-produto.html?=&t=resultados>>. Acesso em: 02 ago. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Sistema de Informações e Indicadores Culturais: 2007-2018**. Estudos e Pesquisas, Informação demográfica e socioeconômica, n. 42. Rio de Janeiro: IBGE, 2019, 267p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Sistema de Informações e Indicadores Culturais: 2009-2020**. Estudos e Pesquisas, Informação demográfica e socioeconômica, n. 45. Rio de Janeiro: IBGE, 2021, 16p.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL – IPHAN. (2014). **Dicionário de Patrimônio Cultural**. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/dicionarioPatrimonioCultural/detalhes/56/ministerio-da-cultura-1985-1990-1992>>. Acesso em: 16 set 2021.

JAGER, G. F. B. **Economia Criativa e seus indicadores: uma proposta de índice para as cidades brasileiras**. Dissertação (Mestrado em Economia) - Universidade de São Paulo, São Paulo. 2014.

KAISER, H. F. The varimax criterion for analytic rotation in factor analysis. **Psychometrika**, v. 23, p. 187-200, 1958.

- LLOP, M.; ARAUZO-CAROD, J. M. Identifying the economic impact behind a cultural asset: An input-output subsystems analysis. **Annals of Regional Science**, v. 49, n. 3, p. 861–877, 2012.
- LOON, R. V. GOSENS, T.; ROUWENDAL, J. Cultural heritage and the attractiveness of cities: evidence from recreation trips. **Journal of Cultural Economics**, v. 38, n.3, p. 253-285, 2014.
- MACHADO, A. F.; GOLGHER, A.B.; DINIZ, S.; GAMA, L. C. D. Consumption of cultural goods and services and time allocation in Brazil. **Nova Economia**, v. 27, n. 1, p. 35–63, 2017.
- MACHADO, A. F.; FREIRE, D.; MICHEL, R. C.; MELO, G. V. DE.; GUIMARÃES, A. D. Efeitos da Covid-19 na Economia da Cultura no Brasil. **Nota Técnica**, Cedeplar, UFMG, 2020.
- MACHADO, A; F; MICHEL, R. C.; Economia Criativa e Economia Colaborativa sob a égide da digitalização. **Economia Criativa: inovação e desenvolvimento**. In: MENDONÇA, Rosângela Míriam Lemos Oliveira; MORAES, Maria Flávia Vanucci de; MONTEIRO, Marco Túlio Ferreira. (org). Belo Horizonte: EdUEMG, p. 46-61, 2017.
- MACHADO, A. F.; PAGLIOTO, B. F.; BRUZZI DE CARVALHO, T. Creative Industries in Brazil: Analysis of Specifics Cases for a Country in Development. **Theoretical Economics Letters**, v. 08, n. 07, p. 1348–1367, 2018.
- MARKUSEN, A. GADWA, A. Arts and Culture in Urban or Regional Planning: A Review and Research Agenda. **Journal of Planning Education and Research**, v. 29, n.3, p. 379-391, 2010.
- MANTECÓN, A. R. **Consumos culturales y ciudadanía en tiempos de globalización**. Indicadores Culturales. Buenos Aires: Editorial de la Universidad Nacional de Tres de Febrero, 2009.
- MELO, G. B. V. DE. **O Som do Spotify BR: Dimensões do Consumo de Música Digital no Brasil**. Dissertação (Mestrado em Economia) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. 2017.
- MELO, G. B. V. DE; MACHADO, A. F.; CARVALHO, L. R. DE. Music consumption in Brazil: an analysis of streaming reproductions. **PragMATIZES - Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura**, v. 10, n. 19, p. 141-169, 2020.
- MELO, G. B. V. DE; PAIVA, G. L. Desenvolvimento e potencial de clusters criativos para as cidades médias brasileiras. **Nova Economia**, v. 26, n. spe, p. 1287–1316, 2016.
- MICHEL, R. C.; MACHADO, A. F.; SÁTYRO, N. G. D. Música, redes e tecnologia na periferia: impactos tecnológicos na produção de rap na zona sul de São Paulo. **Nova Economia**, v. 29, n. spe, p. 1277–1303, 2019.
- MILLER, R. E; BLAIR, P. D. **Input-Output Analysis: Foundations and Extensions**. 2. ed. New York: Cambridge University Press, 2009.
- MINGOTI, S. A. **Análise de dados através de métodos de estatística multivariada**. Minas Gerais: Editora UFMG, 2005.

MINISTÉRIO DA CULTURA – MinC. Programa Nacional de Apoio a Cultura (PRONAC). Governo Federal, 2013. Disponível em: <<http://antigo.cultura.gov.br/web/guest/programa-nacional-de-apoio-a-cultura-pronac>> Acesso em: 16 de set de 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO/SISTEMA NACIONAL DE CULTURA - SNC. Ministério do Turismo/Secretaria Espacial da Cultura, 2021. Disponível em: <<http://portalsnc.cultura.gov.br/recursos-da-lei-aldir-blanc-poderao-ser-usados-em-2021/>> Acesso em: 22 jun. 2021

MORRISSEY, K.; O'DONOGHUE, C. The role of the marine sector in the Irish national economy: An input-output analysis. **Marine Policy**, v. 37, n. 1, p. 230–238, 2013.

MUÑIZ, C.; RODRIGUEZ, P.; SUAREZ, M. The Allocation of Time to Sports and Cultural Activities: An Analysis of Individual Decisions. **International Journal of sport finance**, v. 6 n. 3, p. 245-264, 2011.

MUÑIZ, C.; RODRIGUEZ, P.; SUAREZ, M. Sports and cultural habits by gender: An application using count data models. **Economic Modelling**, v. 36, p. 288-297, 2014.

NOTTEN, N.; LANCEE, B.; VAN DE WERFHORST, H. G.; GANZEBOOM, H. B. G. Educational stratification in cultural participation: cognitive competence or status motivation? **Journal of Cultural Economics**, v.39, n. 2, p. 177-203, 2015.

PAGLIOTO, B. F.; MACHADO, A. F. Perfil dos frequentadores de atividades culturais: O caso nas metrópoles brasileiras. **Estudos Economicos**, v. 42, n. 4, p. 701–730, 2012.

PEUKERT, C. The next wave of digital technological change and the cultural industries. **Journal of Cultural Economics**, v. 43, n. 2, p. 189–210, 2019.

PLAZA, B. The return on investment of the Guggenheim Museum Bilbao. **International Journal of Urban and Regional Research**, v. 30, n. 2, p. 452-467, 2006.

RADICE, R.; MARRA, G.; WOJTYS, M. **Copula Regression Spline Models for Binary Outcomes With Application in Health Care Utilization**. London's Global University, 2013.

REIMÃO, S. Tendência do mercado de livros no Brasil – um panorama e os best-sellers de ficção nacional (2000-2009). **Matrizes**, n. 1, p. 194-210, 2011.

RIBEIRO, L. C. DE S.; LOPES, T. H. C. R.; FERREIRA NETO, A. B.; SANTOS, F. R. DOS. Cultural employment growth in Brazilian municipalities. **Journal of Economics**. v. 44, p. 605-624, 2020.

RINGSTAD, V.; LØYLAND, K. The demand for books estimated by means of consumer survey data. **Journal of Cultural Economics**, v. 30, n. 2, p. 141–155, 2006.

ROSE, A.; MIERNYK, W. Input-Output Analysis: The First Fifty Years. **Economic Systems Research**, v. 1, n. 2, p. 229–272, 1989.

SECRETARIA DE ECONOMIA DA CULTURA. Manual de Exportação de Bens e Serviços Culturais, 2017. Brasília. Disponível em: <<https://cqsfv.com.br/wp-content/uploads/2020/03/manual-de-exportacao-1.pdf>> Acesso em: 31 de mar 2022.

SECRETARIA ESPECIAL DA CULTURA - SECULT. Brasília, 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/orgaos/secretaria-especial-de-cultura>> Acesso em: 31 de mar 2021.

SENADO FEDERAL. Art.215 da Constituição Federal de 05 de out de 1988. Acesso em: <https://www.senado.leg.br/atividade/const/con1988/con1988_05.10.1988/art_215_.asp> Acesso em: 16 de set 2021.

SILVA, M. V. A. E; BRITO, D. J. M. DE. O impacto de choques no setor cultural brasileiro: uma análise de emprego e renda à luz dos cortes orçamentários. **Nova Economia**, v. 29, n. spe, p. 1249–1275, 2019.

SINTAS, J. L.; ÁLVAREZ, E. G. The consumption of cultural products: An analysis of the Spanish Social Space. **Journal of Cultural Economics**, v. 26, n. 2, p. 115–138, 2002.

SILVA, F. B. da; ZIVIANI, P. **O Incrementalismo Pós-Constitucional e o Enigma da Desconstrução: Uma Análise das Políticas Culturais**. Brasília: Ipea, 2020. (Texto para Discussão, n. 375).

SOUZA, G.; MACHADO, A. F.; DOMINGUES, E. P. Economic Impacts of the Vale-Cultura (Culture Voucher): A Computable General Equilibrium Model. **Theoretical Economics Letters**, v. 09, n. 05, p. 1411–1433, 2019.

STIGLER, G. J.; BECKER, G. S. De gustibus non est disputandum. **Pharmaceutisch Weekblad**, v. 156, n. 9, p. 27, 1977.

TOLILA, P. **Cultura e Economia**. São Paulo: Editora Iluminuras LTDA, 2007.

THROSBY, D. Cultural capital. **Journal of Cultural Economics**, v. 23, n. 1–2, p. 3–12, 1999.

THROSBY, D. **Economics and culture**. Cambridge University Press. Introduction, 2001.

TOHMO, T. Economic impacts of cultural events on local economies: An input-output analysis of the Kaustinen Folk Music Festival. **Tourism Economics**, v. 11, n. 3, p. 431–451, 2005.

TUBADJI, A.; OSOBA, B. J.; NIJKAMP, P. Culture-based development in the USA: culture as a factor for economic welfare and social well-being at a county level. **Journal of Cultural Economics**, v. 39, n. 3, p. 277–303, 2015.

VIVANT, E. **O que é uma cidade criativa?** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.

VU, H. M.; NGO, V. M. Strategy development from triangulated viewpoints for a fast-growing destination toward sustainable tourism development – a case of Phu Quoc islands, Vietnam. **Journal of Tourism and Services**, v. 10, n. 18, p. 117–140, 2019.

ZIEBA, M. Full-income and price elasticities of demand for German public theatre. **Journal of Cultural Economics**, v. 33, n. 2, p. 85–108, 2009.

APÊNDICE A – CONSUMO DE BENS E SERVIÇOS CULTURAIS

Tabela A.1 – Análise das componentes principais referente à presença de equipamentos culturais nos municípios brasileiros, 2018

Variável	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
Bibliotecas Publicas	0,4211	-0,1711	-0,8794	-0,1407	-0,0175
Teatro ou salas de Espetáculo	0,5288	-0,0364	-0,2354	-0,2516	-0,7748
Museus	0,5095	-0,0747	-0,1506	-0,6011	0,5922
Centro Cultural	0,4628	-0,2589	-0,3840	0,7264	0,2088
Estádios ou ginásios poliesportivos	0,2631	0,9470	0,0330	0,1669	0,0708
Autovalor	2,2962	0,9154	0,7163	0,6081	0,4639
Variância explicada (%)	45,92	18,31	14,33	12,16	9,28
Variância explicada acumulada (%)	45,92	64,23	78,56	90,72	100,00

Fonte: A autora (2022).

Nota: Dados da MUNIC 2018.

Fortaleza	0,06	0,24	0	1	0,05	0,21	0	1	0,10	0,30	0	1	0,05	0,21	0	1
Recife	0,06	0,23	0	1	0,06	0,24	0	1	0,07	0,26	0	1	0,06	0,23	0	1
Salvador	0,07	0,25	0	1	0,06	0,23	0	1	0,09	0,28	0	1	0,06	0,24	0	1
Belo Horizonte	0,09	0,28	0	1	0,09	0,28	0	1	0,07	0,26	0	1	0,09	0,28	0	1
Rio de Janeiro	0,20	0,40	0	1	0,19	0,39	0	1	0,23	0,42	0	1	0,19	0,39	0	1
São Paulo	0,32	0,47	0	1	0,37	0,48	0	1	0,24	0,43	0	1	0,35	0,48	0	1
Curitiba	0,06	0,23	0	1	0,05	0,22	0	1	0,05	0,22	0	1	0,06	0,23	0	1
Porto Alegre	0,07	0,26	0	1	0,07	0,25	0	1	0,05	0,22	0	1	0,08	0,27	0	1
Distrito Federal	0,04	0,20	0	1	0,05	0,23	0	1	0,03	0,18	0	1	0,05	0,21	0	1
Profissão (Trabalha no setor criativo=1)	0,01	0,12	0	1	0,02	0,15	0	1	0,01	0,10	0	1	0,02	0,13	0	1

Fonte: A autora (2022)..

Nota: Dados da POF 2017-2018. ^(a) Desvio padrão.

Tabela A.3 – Modelos *probit* univariado e bivariado – Determinantes do consumo de diferentes tipos de bens e serviços culturais (coeficientes)

	Probit univariado		Probit bivariado	
	(1)	(2)	(3)	(4)
	Probabilidade e de consumo de bens/serviços culturais diretos fora do domicílio	Probabilidade e de consumo de outros bens/serviços culturais	Probabilidade e de consumo de bens/serviços culturais diretos fora do domicílio	Probabilidade e de consumo de outros bens/serviços culturais
Sexo (masculino=1)	0,0249 (0,0249)	0,0425 (0,0452)	0,022 (0,0248)	0,046 (0,0449)
Vive com cônjuge/companheiro (sim=1)	0,0342 (0,0567)	0,2839*** (0,0613)	0,0373 (0,0557)	0,2805*** (0,0611)
Cor da pele (branca ou amarela=1)	0,059 (0,0708)	0,1505*** (0,0261)	0,0577 (0,0729)	0,1524*** (0,0276)
Idade	-0,0018 (0,0037)	0,0063** (0,0029)	-0,0018 (0,0037)	0,0064** (0,0029)
Idade ao quadrado	0,0000 (0,0001)	-0,0005*** (0,0001)	0,0000 (0,0001)	-0,0005*** (0,0001)
Escolaridade (sem instrução omitida)				
Fund. Incompleto	-0,1800** (0,0737)	0,1065 (0,1602)	-0,1758** (0,0754)	0,1065 (0,1597)
Fund. Completo	-0,0706 (0,0910)	0,2415*** (0,0744)	-0,0679 (0,0931)	0,2458*** (0,0760)
Médio Incompleto	-0,0348 (0,0945)	0,3492*** (0,1244)	-0,0278 (0,0995)	0,3401*** (0,1243)
Médio Completo	0,2300* (0,1188)	0,5213*** (0,0930)	0,2385** (0,1209)	0,5153*** (0,0965)
Superior Incompleto	0,5272*** (0,1161)	0,7734*** (0,1233)	0,5383*** (0,1194)	0,7589*** (0,1274)
Superior Completo	0,6401*** (0,1363)	1,1501*** (0,1103)	0,6480*** (0,1385)	1,1402*** (0,1120)
Pelo menos uma criança no domicílio (sim=1)	0,0137 (0,0245)	0,2328*** (0,0395)	0,0146 (0,0242)	0,2345*** (0,0389)
Pelo menos um jovem no domicílio (sim=1)	0,2490*** (0,0466)	0,3472*** (0,0398)	0,2485*** (0,0462)	0,3532*** (0,0391)
Cartão de crédito	0,2320*** (0,0650)	0,2908*** (0,0312)	0,2339*** (0,0632)	0,2891*** (0,0302)
Renda do domiciliar (Renda baixa omitida)				
Renda média	0,3462*** (0,0620)	0,6569*** (0,0784)	0,3491*** (0,0608)	0,6548*** (0,0761)
Renda alta	0,5849*** (0,0618)	1,0812*** (0,1096)	0,5860*** (0,0620)	1,1007*** (0,1096)
Reside na capital (sim=1)	0,1197*** (0,0371)	0,0586 (0,1113)	0,1206*** (0,0358)	0,055 (0,1092)
Região metropolitana (Belém omitida)				

Fortaleza	-0,0122 (0,0235)	0,1248*** (0,0164)	-0,015 (0,0216)	0,1383*** (0,0159)
Recife	0,2196*** (0,0186)	0,4874*** (0,0187)	0,2254*** (0,0175)	0,5002*** (0,0190)
Salvador	0,0019 (0,0421)	0,4115*** (0,0189)	0,0081 (0,0411)	0,4198*** (0,0194)
Belo Horizonte	0,1499*** (0,0196)	0,6498*** (0,0306)	0,1538*** (0,0187)	0,6564*** (0,0301)
Rio de Janeiro	0,0175 (0,0234)	0,3926*** (0,0194)	0,0214 (0,0226)	0,4026*** (0,0190)
São Paulo	0,0514* (0,0281)	0,6170*** (0,0153)	0,0539** (0,0266)	0,6273*** (0,0161)
Curitiba	-0,1611*** (0,0261)	0,3904*** (0,0274)	-0,1607*** (0,0248)	0,3995*** (0,0281)
Porto Alegre	-0,0895*** (0,0270)	0,5682*** (0,0485)	-0,0883*** (0,0261)	0,5791*** (0,0486)
Distrito Federal	0,0123 (0,0528)	0,5096*** (0,0381)	0,0149 (0,0504)	0,5232*** (0,0371)
Profissão (Trabalha no setor criativo=1)	0,2547*** (0,0733)		0,2449*** (0,0732)	
Intercepto	-1,5429*** (0,2044)	-1,3918*** (0,1785)	-1,5563*** (0,2051)	-1,4029*** (0,1780)
<i>Probit</i> bivariado $\rho=0,2642^{***}$ (0,0289)		Observações = 8.423		
Teste de Wald: $H_0: \rho = 0$		Qui quadrado: 75,85 p-valor: 0,000		

Fonte: A autora (2022).

Notas: Dados da POF (2017-2018). Desvios-padrão robustos à heterocedasticidade e ao agrupamento por regiões metropolitanas entre parênteses. ***Estatisticamente significativa a 1%. **Estatisticamente significativa a 5%. *Estatisticamente significativa a 10%.