UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CAMPUS AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

LÍLIA VITÓRIA OLIVEIRA DOS SANTOS

ANÁLISE DO CONSUMO NO SETOR CULTURAL: O IMPACTO DE UM CHOQUE POSITIVO DE DEMANDA

Caruaru
2023

LÍLIA VITÓRIA OLIVEIRA DOS SANTOS

ANÁLISE DO CONSUMO NO SETOR CULTURAL: O IMPACTO DE UM CHOQUE POSITIVO DE DEMANDA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Ciências Econômicas do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, na modalidade de monografia, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharelado em Ciências Econômicas.

Área de concentração: Economia Aplicada.

Orientadora: Dr[a]. Danyella Juliana Martins de Brito

Coorientador: Dr. Marcus Vinícius Amaral e Silva

Caruaru

2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Santos, Lília Vitória Oliveira dos.
Análise do consumo no setor cultural: o impacto de um choque positivo de demanda / Lília Vitória Oliveira dos Santos. - Caruaru, 2023.
43 p.

Orientador(a): Danyella Juliana Martins de Brito
Cooorientador(a): Marcus Vinícius Amaral e Silva
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Ciências Econômicas, 2023.

1. Setor cultural. 2. Consumo. 3. Insumo-produto. I. Brito, Danyella Juliana Martins de. (Orientação). II. Silva, Marcus Vinícius Amaral e. (Coorientação). IV. Título.

330 CDD (22.ed.)

LÍLIA VITÓRIA OLIVEIRA DOS SANTOS

ANÁLISE DO CONSUMO NO SETOR CULTURAL: O IMPACTO DE UM CHOQUE POSITIVO DE DEMANDA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Ciências Econômicas do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, na modalidade de monografia, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharelado em Ciências Econômicas.

Aprovada em: 05/10/2023

BANCA EXAMINADORA

_____

Prof. Dr. Marcus Vinícius Amaral e Silva (Coorientador)
Universidade Federal de Pernambuco

_____

Prof. Dr. Leandro Willer Pereira Coimbra (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

_____

Prof. Dr. Valdeir Soares Monteiro (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Dedico este trabalho a todos os que prezam pela igualdade nos mais diversos âmbitos da vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus por me proporcionar força e inspiração para escrever este trabalho, por me amparar nos dias difíceis, me levantar após cada queda e por não me deixar desistir jamais. Aos meus pais, Uilza e Adeilton, por todo o apoio, amor e cuidado que tiveram por mim durante a minha jornada da graduação, e, principalmente, durante a jornada da minha vida, obrigada por serem pais maravilhosos, doces e honrosos. A Marcela por todo o zelo, amor e carinho que me permitiram seguir firme e concretizar esta realização, obrigada por sempre acreditar em mim. A minha irmã, a minha tia, a minha avó, a minha gata Sofia e a toda a minha família por sempre acreditarem no meu potencial e torcerem por mim. A todos os meus amigos e colegas que alegraram meus dias nublados. A minha orientadora Drª. Danyella por todo apoio e confiança que depositou em mim, obrigada por me proporcionar suporte e me ajudar neste caminho árduo, não consigo imaginar orientadora melhor, obrigada professora. Por fim, sou grata a todos os meus professores, monitores e colegas de faculdade por me proporcionarem aprendizagem e evolução indescritíveis.

“A riqueza de uma nação se mede pela riqueza do povo e não pela riqueza dos príncipes” (SMITH, 1983).

RESUMO

O setor da cultura representa um eixo relevante para a economia brasileira em termos de fomento e desenvolvimento econômico, por conseguinte, este trabalho visa examinar como este segmento está dividido em relação aos diferentes perfis familiares de consumo. Os grupos familiares são categorizados de acordo com gênero, cor da pele e renda. Adicionalmente, observa-se o impacto no setor cultural, e em toda a economia, de um choque positivo na demanda final do setor, em termos de emprego, produto e renda, através da abordagem de insumo-produto. Os principais resultados mostram que o grupo familiar de renda alta, a despeito de compreender um número relativamente menor de indivíduos, é responsável por mais da metade do consumo de bens e serviços culturais e artísticos. Ademais, dentro desse grupo de alta renda, o perfil que mais consome é o das famílias de principal responsável homens brancos. O grupo familiar de renda média, apesar de possuir pouco mais da metade dos indivíduos, representa apenas 36,5% do consumo em cultura. O grupo de renda baixa, representando o menor percentual dos três grupos de renda, constitui somente 7,25% do consumo total. No que concerne ao choque positivo na demanda final do setor cultural, houve um acréscimo de R$ 1,025 bilhão no segmento cultural e de R$ 1,593 bilhão em toda a economia, em termos de produção. Em relação aos postos de trabalho, tal choque positivo na demanda final do setor cultural é responsável por gerar 29.191 novos empregos no setor da cultura, e 33.076 empregos adicionais na economia como um todo. No que tange a variação dos rendimentos do setor cultural, houve um aumento de 324 milhões, e na economia a adição foi de 439 milhões. Por fim, no que diz respeito a relevância para a economia, e para o setor cultural, das doze tipologias de famílias, foi constatado que em termos de produção e emprego, os consumos mais expressivos são os das famílias de principal responsável homens brancos de renda alta, e os menores são observados entre as famílias de principal responsável mulheres brancas de renda baixa.

Palavras-chave: setor cultural; consumo; insumo-produto.

ABSTRACT

The culture sector represents a relevant axis for the Brazilian economy in terms of promotion and economic development, therefore, this work aims to examine how this segment is divided in relation to different family consumption profiles. Family groups are categorized according to gender, skin color and income. Additionally, the impact on the cultural sector, and on the entire economy, of a positive shock on the final demand of the sector, in terms of employment, product and income, is observed, through the input-output approach. The main results show that the high-income family group, despite comprising a relatively smaller number of individuals, is responsible for more than half of the consumption of cultural and artistic goods and services. Furthermore, within this high-income group, the profile that consumes the most is that of families with white men as the main caregiver. The middle-income family group, despite having just over half of the individuals, represents only 36.5% of cultural consumption, while the low-income group, representing the smallest percentage of the three income groups, constitutes only 7.25%. % of total consumption. Regarding the positive shock in the final demand of the cultural sector, there was an increase of R$ 1.025 billion in the cultural segment and R$ 1.593 billion in the entire economy, in terms of production. In relation to jobs, such a positive shock in the final demand of the cultural sector is responsible for generating 29,191 new jobs in the cultural sector, and 33,076 additional jobs in the economy as a whole. Regarding the variation in income in the cultural sector, there was an increase of 324 million, and in the economy the addition was 439 million. Finally, with regard to the relevance for the economy and the cultural sector of the twelve profile typologies, it was found that in terms of production and employment, the most significant consumer profile is that of high-income white men and the lowest relevance is that of low-income white women.

Keywords: cultural sector; consumer profile; input-output.

SUMÁRIO

1	**INTRODUÇÃO**	**10**
2	**REVISÃO DE LITERATURA**	**14**
2.1	O VALOR DOS BENS CULTURAIS E ARTÍSTICOS	14
2.2	ANÁLISES DO SETOR CULTURAL ATRAVÉS DA MATRIZ INSUMO-PRODUTO	16
2.3	O PERFIL DOS CONSUMIDORES DE CULTURA NO BRASIL	19
3	**METODOLOGIA**	**23**
3.1	DADOS	23
3.2	COMPOSIÇÃO DA MATRIZ INSUMO-PRODUTO	24
3.2.1	Multiplicador de produção	29
3.2.2	Multiplicador do emprego	29
3.2.3	Multiplicador de renda	29
4	**RESULTADOS**	**31**
5	**CONCLUSÕES**	**39**
	REFERÊNCIAS	**41**

1 INTRODUÇÃO

A relação entre cultura e desenvolvimento econômico desperta questionamentos a respeito do quão importante a cultura é, de fato, para a economia e suas variáveis econômicas. Inquietação que justifica-se no longo tempo em que o setor da cultura permaneceu escamoteado pelos economistas, por considerarem os bens culturais como sendo bens não econômicos e cujos valores não são mensuráveis, julgando seu consumo como um luxo dispensável (TOLILA, 2007).

A literatura afirma que há uma potencialidade no setor cultural em difundir investimentos feitos nele para toda a economia, e na tendência desses avanços financeiros e culturais resultarem em desenvolvimento socioeconômico (TOHMO, 2005; TOLILA, 2007; LLOP, ARAUZO-CAROD, 2012; VIVANT, 2012). Há inúmeros processos econômicos envolvidos nas relações de produção e venda dos bens culturais. Um sistema de comércio que engloba consumidores, fornecedores, críticos e instituições é observado, constituindo um mecanismo natural de interações econômicas de oferta e demanda (MARTINS et al., 2015). Por conseguinte, apesar da esfera cultural possuir características que fogem do pensamento econômico clássico trazido por autores como Adam Smith, conhecido como o pai da economia, o setor apresenta tendências negativas de comportamento similares às de outros setores considerados comuns, como por exemplo a segregação e a marginalização de determinados grupos de indivíduos (ALMEIDA, ROSSIGNOLI, 2019).

Uma vertente que relaciona-se ao setor da cultura e apresenta relevância para este arcabouço teórico, é a economia criativa. Esta nova forma de se pensar a economia é caracterizada por retratar uma maneira mais descontraída e consciente de organização da sociedade. Foi utilizada como estratégia para atrair empresários de grandes corporações às cidades adeptas – as chamadas cidades criativas, para tentar superar as mazelas trazidas pela crise industrial. Segundo a descrição de Vivant (2012, p. 10): “A força da cidade está ligada a sua dimensão criativa, revelada por seu dinamismo cultural e artístico, único capaz de fazer frente aos efeitos de desinvestimento causados pelo declínio industrial.” Existem características próprias das cidades criativas, que permitem reconhecê-las como tal, é possível destacar o talento, que considera a quantidade de indivíduos com alto nível de ensino, a tecnologia, que visa pessoas com formação técnica, e a tolerância, que abarca o percentual de imigrantes, homossexuais e boêmios. Este último, engloba trabalhadores artísticos como bailarinos,

músicos e escritores. Demonstrando a importância da cultura nesta esfera, que é apontada como grande geradora de desenvolvimento econômico (VIVANT, 2012).

O setor da cultura possui relevância não apenas no sentido de propagar investimentos, elevando variáveis econômicas como o quantitativo de empregos, de rendimentos e de produto da economia, mas também dispõe da capacidade de proporcionar experiências que aprimoram e elevam a própria existência humana, permitindo a vivência e a observação de valores imateriais. Dessa forma, a presença de artistas e de abundância cultural são fatores apontados como capazes de elevar a qualidade de vida e criar ambientes favoráveis à criatividade e ao estabelecimento de empresas inovadoras, devido à valorização dessas indústrias por ambientes criativos (TOHMO, 2005; VIVANT, 2012).

Conforme Benhamou (2016), o patrimônio cultural é formado por diversos tipos de bens que compartilham a característica de fazer alusão à história e à arte, podendo assumir formatos tangíveis e intangíveis. É fruto das interações sociais, constituindo-se, portanto, como mutável ao longo do tempo. Em seu estudo sobre a assiduidade dos visitantes de monumentos na França, entre os anos de 1994 e 2010, constatou a existência de uma correlação positiva entre a frequência dos indivíduos e o seu nível de instrução, ou seja, há uma constância maior daqueles que possuem grau de escolaridade superior, corroborando o que foi dito por Ponte e Mattoso (2014). Também observou que a maior parcela dos visitantes nativos veio da região metropolitana de Paris, em contraste com cidades menores do país.

Na busca pela compreensão do setor cultural, é importante pensar nele como sendo um mecanismo interligado às outras esferas da economia, onde os setores se conectam dentro de suas cadeias produtivas de forma direta e indireta. Portanto, este estudo fará uso da metodologia insumo-produto para compreender de forma minuciosa as contribuições do setor da cultura para a economia brasileira e a estrutura da sua demanda, através da análise do impacto de um investimento adicional de um bilhão de reais no setor da cultura brasileiro e da compreensão do perfil de seus consumidores. O investimento citado foi anunciado pelo Ministério da Cultura e se deu por meio do descongelamento de recursos já arrecadados através da Lei de Incentivo à Cultura, conhecida como Lei Rouanet, cuja foi criada em 1991 com o objetivo de fomentar o segmento cultural brasileiro. A Lei de Incentivo à Cultura consiste em captar recursos de pessoas físicas e jurídicas através da dedução de porcentagens do imposto de renda que são direcionadas para o setor cultural no formato de doação ou patrocínio. Os valores arrecadados e destinados ao setor da cultura, possuem uma característica de inclusão social, na medida em

que os projetos abarcados pelo patrocínio precisam ofertar ingressos ou produtos culturais de forma gratuita ou a preços inclusivos, assim como propiciar capacitações e formações às comunidades carentes.

Deste modo, este trabalho visa, especificamente, examinar de maneira fragmentada por gênero, cor da pele e renda o perfil dos consumidores de cultura, bem como mensurar o impacto causado pelo investimento público no setor cultural e na economia brasileira, com o objetivo de captar melhor as características intrínsecas dos consumidores de cultura e a potência econômica do segmento cultural. Tal análise faz-se importante pois tem o potencial de subsidiar políticas públicas de incentivo à cultura direcionadas a grupos familiares específicos. Assim, com base nos dados da matriz insumo-produto para o ano de 2015, disponibilizada pelo IBGE, na POF - Pesquisa de Orçamentos Familiares de 2017-2018 e na abordagem de insumo-produto pretende-se responder os seguintes questionamentos: O setor da cultura possui uma demanda representativa, no sentido de inclusão por gênero, cor da pele e renda? Variações positivas na demanda final atingem o setor cultural de qual forma, em termos de produção, emprego e renda? Considerando as segregações que assolam a sociedade brasileira desde a sua formação, existem tendências no perfil dos consumidores de cultura que excluem uma parcela da população?

O procedimento metodológico de insumo-produto foi utilizado na economia da cultura por Tohmo (2005) para examinar o festival de música folclórica de Kaustinen, ocorrido na Finlândia, Llop e Arauzo-Carod (2012) que investigam as repercussões na economia regional advindas do museu Centro Gaudí, na Espanha, e Silva e Brito (2019), Machado et al. (2021) e Pereira, Silva e Brito (2023) que examinam o setor cultural brasileiro. O diferencial da presente pesquisa está na análise minuciosa do perfil dos consumidores de bens culturais no Brasil, observando não apenas a importância do setor para a economia como um todo, mas também se o acesso à cultura é igualitário em um país marcado pela desigualdade.

Os principais resultados deste trabalho indicam que a demanda do setor da cultura não é igualitária em termos dos perfis de consumo analisados. A parcela de renda alta é responsável por mais da metade do consumo de bens e serviços culturais, enquanto o grupo de renda baixa representa menos de 10% do consumo do segmento. Ao examinar as doze tipologias de famílias, nota-se uma diferença presente nos três perfis de renda em relação ao nível de consumo das famílias chefiadas por homens e mulheres, onde os homens possuem vantagem. No grupo de renda baixa, a participação dos homens representa 62,28% do total consumido, no grupo chefiado por homens de renda média o consumo constitui 64,42% do total, e no grupo de

alta renda o consumo masculino representa 69,61% do total consumido. Dentre os quatro perfis inclusos no grupo de renda alta, as famílias com principal responsável homens brancos constituem quase 50% do consumo cultural, enquanto as famílias com principal responsável mulheres não brancas representam apenas 8,76% do consumo deste grupo de renda.

A presente pesquisa está dividida em cinco seções, a primeira é a introdução que traz um panorama sobre o setor da cultura brasileiro. A segunda seção apresenta a revisão de literatura, que faz um apanhado geral a respeito da economia da cultura, das tendências no perfil dos seus consumidores e de como essa esfera se relaciona com o crescimento econômico, além de trazer estudos que utilizaram o método da matriz insumo-produto para compreender o setor cultural. A terceira seção é a metodologia e explica a abordagem empírica utilizada na aplicação prática do trabalho. A quarta seção apresenta os resultados obtidos, e a quinta, e última seção, traz uma breve conclusão a respeito dos temas abordados neste estudo.

2 REVISÃO DE LITERATURA

O setor cultural possui uma potencialidade em difundir investimentos feitos nele e transformá-los em desenvolvimento econômico, aumentando o nível de renda, emprego e produto de toda uma sociedade (TOHMO, 2005; TOLILA, 2007; LLOP, ARAUZO-CAROD, 2012; VIVANT, 2012). Apesar da potência observada no segmento cultural, é necessário conhecer o perfil do consumidor dos bens e serviços culturais e artísticos para examinar se essa renda gerada pelo setor da cultura é difundida de forma igualitária na sociedade brasileira, devido as tendências de segregação social e concentração de renda presentes no país (BERSANI, 2018; GONÇALVES, 2018; JULIÃO, DIB, OLIVEIRA, 2021).

2.1 O VALOR DOS BENS CULTURAIS E ARTÍSTICOS

Em uma definição mais estrita, o bem ou serviço cultural é caracterizado por possuir, além do valor econômico, um valor cultural relacionado a uma identidade específica de um grupo que o separa de outros e lhe transfere um valor único, e o bem artístico, além do valor econômico e cultural, designa-se por um valor decorrente da interação entre a engenhosidade do criador das obras e da imaginação e comoção de seu observador, gerando o valor artístico (KLAMER, 2003; DINIZ, MACHADO, 2011; ALMEIDA, 2017). A relação entre cultura e economia demorou a ser vista de forma interligada tanto por pesquisadores, atores culturais e economistas, quanto pela própria sociedade em geral. O costume perpetuado pelo corpo social e pelos economistas de enxergar a cultura como algo que vai além da concepção usual do valor de uso dos bens econômicos, devido ao caráter expansivo e emocional atrelado a esta vertente tendeu a distanciá-la da economia. Visto que, para a economia clássica, fundamentada nos princípios da racionalidade e da otimização da satisfação, a cultura e os gastos atrelados a ela eram considerados dispensáveis. Logo, observou-se por um longo período o distanciamento do setor da cultura nos debates e estudos econômicos, sendo introduzido muito tardiamente (THROSBY, 2001; KLAMER, 2003; TOLILA, 2007).

Uma característica que ajudou o distanciamento de economistas em relação aos estudos sobre bens artísticos e culturais por um tempo, foi a difícil mensuração de seu valor econômico. A base da microeconomia é perpetuada em estudos que, em síntese, definem o valor dos bens econômicos de acordo com a utilidade que ele trará para o seu consumidor, ou seja, através das

preferências relativas do indivíduo - medidas pelo custo de oportunidade, e considerando que mais é sempre preferível a menos, no entanto, há uma restrição orçamentária limitando suas decisões, é feita uma escolha de consumo dentre as opções disponíveis. Os bens culturais e artísticos, em contrapartida, possuem especificidades que vão além dessa definição de bem econômico usual, pois além do valor econômico dispõem do valor cultural e do valor artístico, que são gerados através das interações próprias do setor cultural e envolvem aspectos que são inerentes a cada indivíduo. (THROSBY, 2001; KLAMER, 2003; DINIZ, MACHADO, 2011).

Segundo Amestoy (2009), a satisfação individual que os bens culturais proporcionam muda de acordo com o nível de capital cultural dos indivíduos. Logo, a identificação da importância do bem cultural é dada através das circunstâncias as quais o indivíduo está inserido, que formam o capital humano e o capital cultural, cujos ditam a absorção da cultura e o seu deleite. Diante disso, a razão de haver diferentes valores concebidos para os mesmos bens culturais fica mais clara, pois o caráter singular das escolhas e preferências atreladas a este segmento é perceptivo. Para Ponte e Mattoso (2014) há uma propensão em determinadas pessoas a proximidade com a cultura, tornando-as mais suscetíveis ao seu consumo. Assim, os indivíduos que possuem alguma familiaridade com as atividades artísticas e culturais – seja devido ao contato com parentes inseridos no mercado de trabalho do referido setor, ou devido ao elevado nível de escolaridade –, apresentam uma propensão maior ao consumo e fruição de bens e serviços culturais (PONTE, MATTOSO, 2014; ALMEIDA, LIMA, GATTO, 2020; PEREIRA, 2022). Acontece que, de forma não premeditada, tais indivíduos acabam levando vivências culturais para os seus domicílios através de práticas habituais.

Conforme Paglioto e Machado (2012), no diálogo a respeito do consumo de bens em uma economia, a pertinência do custo de oportunidade é indiscutível. Fato que não se difere em relação aos bens culturais, especialmente os que são consumidos fora do domicílio. O custo de oportunidades do consumo cultural fora do domicílio atrela-se, particularmente, ao tempo e gasto financeiro necessários para o seu consumo, dado que é demandado muito tempo com questões como locomoção, um período que poderia ser gasto com outras ocupações que trariam um retorno financeiro. Desse modo, um trade-off é identificado e torna-se maior para consumidores que possuem uma renda elevada, pois como seu tempo de serviço é mais valorizado, deixam de ganhar mais do que indivíduos com uma renda inferior, ao optarem pelo consumo de bens culturais fora do domicílio. No entanto, é observado em outros estudos que indivíduos com uma renda maior são mais suscetíveis ao consumo de bens culturais, devido a aspectos como o capital cultural e o capital humano que favorecem a valorização da cultura,

trazendo um certo dilema para este tema (AMESTOY, 2009; PONTE, MATTOSO, 2014; ALMEIDA, LIMA, GATTO, 2020; PEREIRA, 2022).

2.2 ANÁLISE DO SETOR CULTURAL ATRAVÉS DA MATRIZ INSUMO-PRODUTO

No que tange trabalhos sobre o impacto econômico de eventos e atividades culturais, que usaram a metodologia da matriz insumo-produto, é possível destacar alguns estudos internacionais. Tohmo (2005) observou o impacto do festival de música folclórica de Kaustinen, ocorrido na Finlândia. O artigo utilizou tabelas regionais de insumo-produto para as regiões Finlandesas de 1995 e questionários aplicados no festival em 1994, para realizar a análise. Em seus resultados, constatou que, em termos de produção houve um aumento de 1,7 milhões de euros, onde o impacto direto foi 1,6 milhões de euros e o indireto 61.984 euros. Em relação a emprego e renda, ocorreu o acréscimo de 27 funcionários e o rendimento líquido das famílias teve o incremento de 262 milhares de euros. O festival aumentou a arrecadação dos impostos regionais em torno de 66.000 euros, valor que representa 163,5% do montante máximo investido pela cidade para custear anualmente o evento. Esses resultados demonstram que o festival de música folclórica de Kaustinen é um potente estímulo para a economia local e um excelente vetor de propagação de renda e desenvolvimento em termos de retorno de investimentos.

Os autores Llop e Arauzo-Carod (2012), em seu trabalho sobre as repercussões na economia regional advindas do novo museu Centro Gaudí, buscaram compreender o quanto de movimentação econômica a implementação deste centro provocou, de fato, em termos de fomento à economia local e aos setores de serviços e não-serviços, principalmente porque o aumento na demanda do setor de serviços geralmente é o único esperado e considerado significativo neste tipo de investimento. Utilizaram o método de insumo-produto, por sua estrutura abrangente, e em seus resultados, constataram que, em relação à demanda direta do museu, o setor de serviços realmente é superior, representando 99,7% do total, enquanto que o setor de não-serviços 0,3%. Porém, ao tratar-se do impacto total, a representação do setor de serviços diminui para 68,4% do aumento total da produção e a do setor de não-serviços aumenta para 31,6%. Assim, Llop e Arauzo-Carod (2012) constatam a potencialidade do setor cultural em fomentar diversos outros setores da economia, e não apenas os diretamente ligados à ele.

Ainda em relação aos estudos sobre a economia da cultura que utilizam a abordagem de insumo-produto, também é possível destacar fontes nacionais. O trabalho de Silva e Brito (2019), buscou estudar a importância do setor cultural na economia brasileira e a repercussão de choques neste segmento, em termos de emprego e renda. Para observar de forma mais pontual esse impacto, aplicaram um choque hipotético de 10% a menos na demanda final deste setor, análise que é feita através do multiplicador de produção que permite mensurar o impacto que variações na demanda final de um ou mais ramos, causa nos demais setores da economia. Em seus resultados, constataram que a redução em 10% no consumo de atividades culturais, gera uma diminuição de R$ 2.7 bilhões na produção total deste setor e, em relação ao produto total brasileiro, há um recuo de R$ 4.2 bilhões. Os ramos voltados a serviços são os mais atingidos por essa queda. Por exemplo, o setor imobiliário sofreu uma contração de R$ 239 milhões, sendo o mais atingido pelo choque após o próprio setor de atividades artísticas, criativas e de espetáculos. No que tange a questão da mão de obra, são 77.176 trabalhadores a menos no setor da cultura e 87.447 na economia como um todo. Representando um recuo de R$ 859 milhões nas remunerações do setor em específico, e de R$ 302 milhões nos demais ramos da economia.

A fim de analisar as adversidades trazidas para a economia da cultura através da pandemia da COVID-19, Machado et al. (2021) utilizaram a metodologia da matriz insumo-produto para averiguar as implicações que assolaram não somente o Brasil mas também todo o restante do mundo. O vírus mudou completamente a maneira das pessoas relacionarem-se, forçando-as ao isolamento para preservação de sua própria saúde. Por conseguinte, não é de se admirar que o setor cultural, principalmente a sua parte voltada aos bens culturais consumidos fora do domicílio, tenha sofrido perdas significativas em sua decorrência. Segundo Machado et al. (2021), em seu artigo que buscou medir essas perdas para o setor da cultura, ao considerar a demanda pelas atividades artísticas como sendo nula por cinco meses devido à paralisação obrigatória, constatou a redução de R$ 18,5 bilhões em termos de produto da economia considerando a interrupção das atividades culturais fora do domicílio, e em relação ao setor cultural em específico houve uma queda de 21,2% no valor da sua produção total. Números potentes no que diz respeito ao impacto negativo causado na economia como um todo.

Em abordagem semelhante, Pereira, Silva e Brito (2023) investigam a repercussão do setor cultural nos outros campos da economia e estudam a demanda deste ramo de acordo com as faixas de renda, embasando-se no perfil de concentração de renda e segregação social presentes na sociedade brasileira para adentrar um terreno pouco desbravado na economia.

Desse modo, recorrem a metodologia insumo-produto para investigar o setor da cultura através da distribuição de seus consumidores em diferentes grupos de renda e para mensurar o impacto sofrido pelo setor em decorrência da pandemia da COVID-19. De início, considerando que a queda sofrida na demanda do setor de atividades artísticas e culturais trazida pela COVID-19 foi de 30,8% e analisando esse choque de forma isolada, Pereira, Silva e Brito (2023) constatam o efeito direto de R$ 8,3 bilhões a menos no produto do setor cultural, e o efeito indireto de menos R$ 12,9 bilhões na produção da economia em geral. A esfera mais atingida, tirando o próprio setor em específico, foi o de atividades imobiliárias, que representou 6% do recuo total, em conformidade com o encontrado por Silva e Brito (2019). No que se refere a mão de obra, foram perdidos 237.701 trabalhadores no setor da cultura e 31.635 no restante dos setores. Por conseguinte, um declínio de R$ 2,6 bilhões é causado no faturamento da esfera cultural e de R$ 3,5 bilhões na economia por completo. Por fim, no tocante à distribuição da demanda do setor cultural por renda, constataram que 28% da demanda do setor de atividades artísticas e culturais é composta pela parcela de 70% da sociedade brasileira formada por indivíduos que possuem uma faixa de renda relativamente mais baixa, enquanto que uma parcela de 3% da população geral, que possuem uma renda elevada para o patamar nacional, correspondem a 22% da demanda cultural. Resultado que revela o caráter desigual do acesso aos bens e serviços culturais em um país marcado pela desigualdade, e reforça o que fora observado previamente por Almeida, Lima e Gatto (2020), Paglioto e Machado (2012) e Amestoy (2009).

Há um alto potencial nos eventos culturais em difundir renda de forma direta e indireta aos locais onde eles ocorrem. Dentro do setor cultural, encontros como festivais musicais, espetáculos e exposições que são realizados durante todo o ano, são muito relevantes para a economia e o turismo. Eventos realizados, especialmente, em épocas como o carnaval, a Páscoa, o São João, o réveillon e até mesmo em estações do ano, como no caso dos festivais de inverno, quando bem sucedidos, funcionam como uma injeção de liquidez na economia local. O comércio tem ganhos com o consumo dos turistas que são atraídos para as cidades sedes e desfrutam de alimentação, hospedagem, transporte entre outros, além dos próprios residentes do local que têm gastos atípicos com salões de beleza, roupas, transporte, bebidas e etc., esses tipos de manifestações culturais fomentam o desenvolvimento econômico, especialmente, a curto prazo. Em relação aos efeitos indiretos de longo prazo, são mais difíceis de mensurar, no entanto, é possível citar alguns: a apreciação do valor de imóveis em território de alta significação cultural e artística, a atração de empresas com potencial para investir no setor cultural, o aprimoramento da capacidade do local em abrigar novos habitantes, e, por fim, a

criação de uma identidade cultural e emocional dos residentes com a região. É conveniente pontuar que o arcabouço das atividades artísticas e culturais perpassa por vários outros âmbitos além dos shows e espetáculos ao vivo, possuindo, similarmente, altos faturamentos advindos da vertente da indústria cultural (ALMEIDA, ROSSIGNOLI, 2019).

2.3 O PERFIL DOS CONSUMIDORES DE CULTURA NO BRASIL

Estudos recentes sobre a economia da cultura deixam claro a sua importância para a sociedade e seu desenvolvimento. No entanto, é necessário investigar se o acesso aos bens e serviços culturais é inclusivo em um país como o Brasil, marcado por uma enorme concentração de renda e de riquezas. Conforme Paglioto e Machado (2012), é necessário estudar a demanda do setor cultural através de características como gênero, cor da pele, idade, educação formal, localização e o capital cultural reunido, e não apenas por fatores normalmente utilizados para compreender a demanda de bens econômicos comuns na economia, como o preço do bem, a sua qualidade e a restrição orçamentária atrelada ao seu consumidor. De acordo com Almeida, Lima e Gatto (2020), o perfil dos consumidores de bens culturais não é aleatório, pelo contrário, é resultado direto das relações de convivência em determinado grupo social ao qual pertencem. Ou seja, sua família, seus professores, seus amigos e colegas cujos perfis estão diretamente relacionados ao nível de suas respectivas classes sociais, influenciam nos gostos pessoais dos consumidores por determinados bens culturais. Assim, os padrões de preferências estão atrelados às suas respectivas classes sociais, elucidando as desigualdades sociais já existentes.

O consumo de bens e serviços na contemporaneidade traz aspectos que vão além do seu valor de uso, barreiras invisíveis são impostas como forma de distinguir diferentes classes sociais e segregar estes grupos através de seus consumos. A demanda pelas atividades artísticas e culturais não se encontra fora dessa lógica, existe uma procura, por bens culturais, atrelada ao status que eles trarão. Dessa forma, bens cujo consumo é caro e não inclusivo, à medida que são reproduzidos e difundidos, vão perdendo seu poder de propiciar um status aos indivíduos que os usufruem (PONTE, MATTOSO, 2014).

O estudo realizado por Paglioto e Machado (2012) buscou investigar as características dos frequentadores de atividades culturais nas metrópoles brasileiras. O trabalho buscou conhecer o perfil desses consumidores através de características como idade, escolaridade formal, sexo, cor da pele, educação artística, quantidade de filhos com menos de 10 anos, localidade e renda. Em relação ao acesso dos brasileiros aos bens e serviços artísticos e

culturais, em 2003 apenas 27% dos domicílios da amostra declararam despender algum valor com esses bens, e em 2009 foram 27,13%, demonstrando um patamar muito semelhante. Ao analisar apenas as regiões metropolitanas, este percentual aumenta para 39% em 2003 e 32,5% em 2009, demonstrando uma participação maior no consumo dos bens culturais nos grandes centros urbanos. No que diz respeito a proporção de consumidores dos bens e serviços artísticos-culturais por gênero, foi de um terço para mulheres e dois terços para homens. Em relação a cor da pele do chefe da família em 2003, os domicílios em que o chefe se declara branco representam o dobro da participação dos domicílios em que o chefe se declara negro, em 2009 esse padrão se mantém estável, apresentando um leve recuo. No tocante à escolaridade, mostrou-se bem dividida em relação aos níveis, mas de 2003 para 2009 houve um suave aumento para as faixas de escolaridade mais elevadas. No que concerne à quantidade de filhos com menos de 10 anos de idade, 70% da amostra não possui nenhum filho nesse intervalo e menos de 5% possui mais de três crianças. Acerca da renda, os dois grupos mais baixos representam uma porcentagem muito pequena no consumo dos bens culturais e não excede os 5%, enquanto o terceiro grupo representa 7,4% e o último 18,7% em 2009.

Para compreender de forma ampla e robusta a estrutura da demanda do setor cultural brasileiro, é importante discorrer sobre as disparidades de consumo referentes a gênero neste segmento. Os autores Ponte e Mattoso (2014) realizaram uma análise sobre as mulheres como consumidoras de bens culturais no Brasil. A pesquisa foi realizada com 12 mulheres de 35 a 45 anos, pertencentes a nova classe média e residentes na cidade do Rio de Janeiro, o potencial da nova classe média como consumidora foi ressaltado devido ao crescimento de seu poder de compra. Considerando que o consumo cultural está atrelado ao capital cultural possuído pelo indivíduo e que o consumo de bens, seria utilizado pela classe alta como forma de diferenciação social e pela classe média como forma de inclusão social, buscando ascender ao status que o bem cultural e artístico traz, o estudo destaca o alto potencial dos bens culturais em levar um status consigo, devido ao seu elevado peso simbólico em comparação a outros bens econômicos. Verificou-se na pesquisa que nenhuma das entrevistadas dispôs ao longo de sua formação de conteúdo cultural suficiente para criação de um capital cultural relevante. Dessa forma, o principal diferencial entre as mulheres que participaram do estudo está no nível de escolaridade formal. No entanto, devido ao baixo capital cultural observado na amostra e ao baixo grau de consumo dos produtos culturais, os resultados mostram uma elevada ligação entre o capital cultural possuído e o consumo de bens culturais. É constatado no estudo que alguns bens culturais são mais utilizados como forma de obtenção de um status social, como as divisões

de audiovisual e microinformática, enquanto outros não são tão relevantes para as entrevistadas no sentido de proporcionar um status social, como as divisões de decoração e outras saídas (boate, danceteria, zoológico e outros). Apesar do estudo considerar que a renda média brasileira encontra-se com a classe média, este grau de relevância não é observado no consumo dos bens culturais, pois a participação da classe média no consumo é modesta, com baixo nível de abrangência em relação aos diversos produtos culturais.

As características inerentes ao desenvolvimento e formação do Brasil como o país que é conhecido hoje, trazem consigo uma base de desigualdades sociais, advindas do sistema colonial e escravista sucedido no passado, onde uma camada social vivia em condição de opulência e outra sobrevivia em situação de miséria (BERSANI, 2018; GONÇALVES, 2018). Esta estrutura deixou mazelas que assolam a sociedade atual, as quais perpassam por gênero, cor da pele e classes sociais (JULIÃO, DIB, OLIVEIRA, 2021). No setor cultural, há estudos que pontuam predisposições em relação ao consumo dos bens culturais e artísticos, atreladas ao capital cultural e aos altos níveis de escolaridade (AMESTOY, 2009; PONTE, MATTOSO, 2014; ALMEIDA, LIMA, GATTO, 2020; PEREIRA, 2022), dessa forma, é necessário considerar os elevados índices de desigualdades sociais existentes no Brasil e as tendências de exclusão de determinados perfis (BERSANI, 2018; GONÇALVES, 2018, JULIÃO, DIB, OLIVEIRA, 2021), pois ao considerar que os níveis de acessibilidade que os indivíduos recebem são distintos, é possível analisar a demanda do setor da cultura de maneira mais efetiva.

A literatura sobre o setor cultural é abrangente no sentido de investigar os fatores inerentes ao consumo da esfera cultural, como o valor cultural e artístico, que difere-se do valor econômico usual (KLAMER, 2003; DINIZ, MACHADO, 2011; ALMEIDA, 2017); o caráter intrínseco da valorização ou desvalorização da cultura e dos bens culturais e as tendências no consumo dos bens culturais e artísticos em indivíduos que possuem alguma proximidade com a esfera cultural ou que possuem um alto nível educacional, expressas através do capital cultural e do capital humano (AMESTOY, 2009; PONTE, MATTOSO, 2014; ALMEIDA, LIMA, GATTO, 2020; PEREIRA, 2022); e a força presente no setor da cultura em difundir renda e desenvolvimento para toda uma sociedade e as disparidades de consumo entre os diferentes grupos de renda dos consumidores de bens culturais e artísticos (TOHMO, 2005; LLOP, ARAUZO-CAROD, 2012; SILVA, BRITO, 2019; MACHADO ET AL., 2021; PEREIRA, SILVA, BRITO, 2023). No entanto, ainda há uma lacuna na literatura no que se refere ao estudo da demanda do setor cultural de acordo com os seus diferentes perfis, principalmente no que

diz respeito a gênero, cor da pele e renda (PAGLIOTO, MACHADO, 2012; PONTE, MATTOSO, 2014; ALMEIDA, LIMA, GATTO, 2020; PEREIRA, SILVA, BRITO, 2023). Desse modo, apesar dos estudos citados serem relevantes para a análise do consumo individual dos bens e serviços culturais, este trabalho possui o diferencial de realizar uma análise agregada a respeito dos perfis dos consumidores de cultura no Brasil, realizando uma análise pertinente no que concerne à compreensão do acesso aos bens e serviços artísticos e culturais em um país rico em belezas e variedades culturais, mas também repleto de segregação social.

3 METODOLOGIA

O presente estudo utiliza dados da matriz insumo-produto e da Pesquisa de Orçamento Familiar (POF), ambas elaboradas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), para analisar o setor cultural e o perfil de seus consumidores. A matriz insumo-produto é uma ferramenta para análise de uma estrutura produtiva, pois permite observar os fluxos de bens e serviços de determinados setores econômicos e suas relações de oferta e demanda de insumos com outros setores da economia. A estratégia empírica tem por base Silva e Brito (2019), Machado et al. (2021) e Pereira, Silva e Brito (2023).

Com o objetivo de analisar quais os perfis dos consumidores do setor da cultura e se existem tendências nas características da demanda desse segmento, este trabalho busca observar o perfil do consumo e fruição de bens e serviços culturais no Brasil em termos de gênero, cor da pele e renda. Ademais, busca-se analisar como variações na demanda final afetam o setor cultural de formas distintas a depender de cada perfil consumidor do principal responsável do domicílio. Para isto, é efetuada através dos dados da POF 2017-2018 a abertura do campo de consumo e rendimento familiar, separando a amostra em três grupos de renda, e a coleta dos dados da quantidade e do tamanho médio das famílias por cor ou raça e por gênero da pessoa de referência da família.

A divisão da demanda do setor cultural por gênero, cor e renda permite traçar um perfil consumidor dos bens culturais e artísticos no Brasil, e observar se existem tendências nesses perfis, buscando averiguar se as desigualdades e segregações que perpassam pela sociedade brasileira desde a sua formação são observadas no segmento cultural.

3.1 DADOS

Os dados utilizados neste trabalho são da matriz insumo-produto 2015 nível 67 setores, elaborada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) através das Tabelas de Recursos e Usos – TRU, os resultados advindos dessa matriz são capazes de mostrar o quanto os setores econômicos estão ligados uns aos outros e o quanto uma variação na demanda final impacta toda a estrutura produtiva analisada. Adicionalmente, este estudo também utiliza dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de 2017-2018, também elaborada pelo IBGE e que tem por objetivo examinar questões relacionadas à qualidade de vida e ao acesso das

famílias brasileiras à saúde, educação, alimentação, entre outros. Através do perfil dos gastos e rendimentos das famílias brasileiras obtidos pelos dados da POF 2017-2018, é possível traçar o consumo desses domicílios em bens e serviços culturais. O setor cultural é representado, neste trabalho, pelas atividades artísticas, criativas e de espetáculos que representam um dos sessenta e sete setores da matriz insumo-produto 2015 utilizada nesta análise.

Para proporcionar uma análise mais eficaz do perfil dos consumidores dos bens e serviços culturais no Brasil, o presente estudo utiliza os dados da POF 2017-2018 para dividir a demanda do setor em termos de renda, gênero e cor da pele. Em relação aos grupos de renda observados, há a delimitação de três perfis domiciliares: renda baixa (1), renda média (2) e renda alta (3). O perfil de renda baixa considera domicílios com uma renda mensal inferior a R$ 477 reais, domicílios com renda média engloba aqueles na faixa de renda entre R$ 477 e R$ 1.908, e a última classificação inclui domicílios com rendas iguais ou acima de R$ 1.908 (NERI, 2020; PEREIRA, 2022). O estudo também divide a amostra em homens e mulheres, e em pessoas brancas e não brancas. A classificação de pessoas brancas engloba indivíduos autodeclarados brancos e amarelos, e a classificação de pessoas não brancas engloba pessoas autodeclaradas pardas e pretas. Por conseguinte, ao combinar cada característica individual em grupos com três atributos, por exemplo, homens não brancos de renda baixa representaria um perfil e mulheres brancas de renda média configuraria outro, doze perfis distintos são criados e utilizados para examinar se há tendências no consumo da cultura no Brasil.

3.2 COMPOSIÇÃO DA MATRIZ INSUMO-PRODUTO

A matriz insumo-produto foi elaborada por Wassily Leontief e é representada por um conjunto de equações lineares e não homogêneas. Para utilizá-la, é necessário a coleta de dados das transações de bens e serviços entre os setores da economia a ser analisada e da demanda final, composta pela demanda dos produtos finais externos ao segmento produtivo. Dessa forma, o conjunto de equações (1) expressa a composição da matriz insumo-produto, onde x representa a produção total dos setores da economia, z_{ij} retrata o somatório das movimentações de compra e venda de insumos, representando as transações entre cada setor i para cada setor j, e y equivale a demanda final das atividades[1].

$$x_1 = z_{11} + z_{12} + \ldots + z_{1n} + y_1 \quad (1)$$

[1] Essa subseção é baseada em Grijó e Bêrni (2006); Guilhoto (2011) e Pereira, Silva e Brito (2023).

$$x_2 = z_{21} + z_{22} + \ldots + z_{2n} + y_2$$

$$\vdots$$

$$x_n = z_{n1} + z_{n2} + \ldots + z_{nn} + y_n$$

Esse sistema de equações lineares pode ser transcrito para o formato de matriz, considerando:

$$\mathbf{x} = \begin{bmatrix} x_1 \\ \vdots \\ x_n \end{bmatrix}, \mathbf{z} = \begin{bmatrix} z_{11} & \cdots & z_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ z_{n1} & \cdots & z_{nn} \end{bmatrix} \text{ e } \mathbf{y} = \begin{bmatrix} y_1 \\ \vdots \\ y_n \end{bmatrix}$$

O sistema básico de configuração do fluxo intersetorial presente na matriz insumo-produto é composto por cada setor *i* vendendo para cada setor *j* da economia, por conseguinte, cada setor *j* comprando de cada setor *i*. Através desse sistema, na medida em que observa-se o quanto que o setor *j* compra de insumos de cada setor *i*, é possível constatar o quanto cada setor *j* da economia utiliza de insumos de outros setores e do seu próprio, para a sua produção. O Quadro 1 representa essa relação.

Quadro 1 - Entrada e Saída dos Setores

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

Fonte: Pereira (2022).

Para demonstrar a estrutura completa da matriz de insumo-produto de forma simplificada, o Quadro 2 traz uma representação do sistema para uma economia formada por dois setores. Em contraste com o Quadro 1, o Quadro 2 mostra outros elementos da matriz insumo-produto que são indispensáveis para a análise: o consumo das famílias, os gastos do governo, o investimento e as exportações (que em conjunto formam a demanda final). O Quadro 2 também insere as importações; os impostos (que são creditados pelo governo); o valor

adicionado (VA) composto pelo lucro, por pagamentos de aluguéis e dos juros; e as ocupações (que representam o emprego).

Quadro 2 - 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: Pereira (2022).

O Quadro 2 representa o sistema simplificado da matriz de insumo-produto, as linhas da matriz representam os setores vendedores (i) e as colunas representam os setores compradores (j). A título de exemplo, m_I representa o encontro entre a coluna de investimento e a linha de importação e sua interpretação é dada pelo quanto do montante de investimento é despendido em bens importados. Tal como t_C, que representa o encontro entre a coluna de consumo e a linha de impostos e sua interpretação é dada pela parcela do consumo das famílias que é direcionada para os impostos. O produto total da economia pode ser obtido de duas formas nesse sistema, a primeira é através da soma da linha de produção total, como demonstrado na equação (2) abaixo:

$$X = x_1 + x_2 + C + G + I + E \tag{2}$$

A segunda maneira é por meio da soma da coluna de demanda total, como demonstra a equação (3) a seguir:

$$X = x_1 + x_2 + M + T + W \tag{3}$$

Igualando as equações para X, obtém-se:

$$x_1 + x_2 + C + G + I + E = x_1 + x_2 + M + T + W \tag{4}$$

Simplificando, tem-se:

$$C + G + I + E = M + T + W \quad (5)$$

Organizando a equação, encontra-se:

$$W = C + I + (G - T) + (E - M) \quad (6)$$

A equação (6) representa a relação de igualdade entre a renda nacional bruta representada por (W) - que corresponde aos pagamentos dos fatores da economia, e o produto nacional bruto representado por [$C + I + (G - T) + (E - M)$] - que corresponde aos gastos em consumo, investimentos, compras governamentais e exportação líquida.

Na estrutura de estudo da metodologia insumo-produto, as trocas intersetoriais entre os setores i e j dependem do volume de produção de j. Visto que, na medida em que os setores i ofertam insumos para os setores j, e este último demanda uma certa quantidade de insumos que dependerá do seu volume de produção em determinado período, nota-se uma relação de equivalência, pois se o volume de produção aumentar, a quantidade demandada de bens intermediários também crescerá. Dessa maneira, por haver uma relação fixa entre a produção dos setores e a utilização dos seus insumos, o modelo considera retornos constantes de escala, desconsiderando economias de escala. A equação (7) abaixo representa esta dinâmica e intitula-se como coeficiente técnico.

$$a_{ij} = \frac{z_{ij}}{x_j} \quad (7)$$

Destrinchando a equação acima, (a_{ij}) é dado pela razão entre z_{ij} - que representa as movimentações econômicas entre os setores vendedores (i) e os setores compradores (j), e x_j - que representa a produção total de (j). Portanto, na medida em que qualquer aumento ocorrido na produção do setor j será compensado pelo aumento na demanda por insumos, o coeficiente técnico (a_{ij}) é fixo. Por conseguinte, é possível reescrever a equação (7) deixando-a em função de z_{ij}:

$$z_{ij} = a_{ij} x_j \quad (8)$$

Considerando esta última equação (8), é possível substituir z_{ij}, por $a_{ij}\ x_j$ no sistema de equações (1):

$$x_1 = a_{11}x_1 + a_{12}x_2 + \ldots + a_{1n}x_n + y_1 \quad (9)$$

$$x_2 = a_{21}x_1 + a_{22}x_2 + \ldots + a_{2n}x_n + y_2$$

$$\vdots$$

$$x_n = a_{n1}x_1 + a_{n2}x_2 + \ldots + a_{nn}x_n + y_n$$

Reescrevendo o sistema de equações (9) em formato matricial, e utilizando as seguintes informações, obtém-se:

$$\mathbf{A} = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{bmatrix} \quad \mathbf{x} = \begin{bmatrix} x_1 \\ x_2 \\ \vdots \\ x_n \end{bmatrix} \quad \mathbf{y} = \begin{bmatrix} y_1 \\ y_2 \\ \vdots \\ y_n \end{bmatrix}$$

$$\mathbf{x} = \boldsymbol{A}\mathbf{x} + \boldsymbol{y} \tag{10}$$

A equação (10) acima também pode ser descrita como:

$$\mathbf{x} = \boldsymbol{B}\boldsymbol{y} \tag{11}$$

Onde B corresponde a:

$$\boldsymbol{B} = (\boldsymbol{I} - \boldsymbol{A})^{-1} \tag{12}$$

A equação (12) acima representa a matriz Inversa de Leontief, cuja faz parte da equação (11). Nesta última equação, é possível notar a relação direta entre a produção total da economia, ditada por **x**, e a demanda final $\boldsymbol{y}$ para cada setor. Dessa maneira, quando há mudança na demanda final, os efeitos diretos e indiretos são vistos através de cada elemento da matriz Inversa de Leontief. No caso dos efeitos diretos, são verificados no próprio setor de análise após a variação na demanda final, e no caso dos efeitos indiretos, são notados a partir das mudanças nos setores ligados ao setor em foco, em decorrência das variações na demanda final.

Na metodologia da matriz insumo-produto, flutuações de caráter exógeno na demanda final são causadas por variações no consumo das famílias, nos gastos do governo, no investimento e no montante das exportações; ao passo que as flutuações endógenas se relacionam com as transações interindustriais do próprio sistema, as quais reagem às mudanças exógenas. Dessa forma, mudanças no consumo, no governo, no investimento e nas exportações são capazes de produzir choques exógenos no setor cultural. Ao relacionar esses choques com a hipótese de que um perfil mais diverso da demanda do setor cultural é benéfico, e de que a inclusão de múltiplos perfis no consumo cultural aumentaria a quantidade de consumidores desse segmento, espera-se que esse aumento na demanda do setor resulte em um choque

positivo na demanda final do segmento cultural. Ademais, políticas públicas de incentivo à cultura também representam choques exógenos no setor cultural, repercutindo em fomento para o segmento. Portanto, através dos cálculos matemáticos expostos anteriormente, é possível chegar até a matriz Inversa de Leontief, que mede justamente o quanto variações exógenas na demanda final de um determinado setor impactam nesse segmento e no restante da economia.

3.2.1 Multiplicador de produção

O multiplicador de produção é uma ferramenta que permite verificar os efeitos diretos em termos de produção em um determinado setor de um choque na demanda, e os efeitos indiretos nos outros setores da economia. Através da equação (11) é possível realizar essa análise setorial dos impactos na produção no setor afetado e nos demais, a equação (13) abaixo representa a fórmula para obter o multiplicador de produção:

$$MP_j = \sum_{i=1}^{n} b_{ij} \tag{13}$$

Onde MP_j representa o multiplicador de produção do j – ésimo setor, e b_{ij} é dado pelo ij – ésimo elemento da matriz inversa de Leontief.

3.2.2 Multiplicador do emprego

O multiplicador de emprego segue linha similar ao de produção, também é utilizado para mensurar o impacto de choques na demanda de um setor e seus efeitos diretos e indiretos no setor analisado e nos demais setores da economia. Esta análise é possível através da equação (14) abaixo:

$$ME_j = \frac{GE_j}{ce_j} \tag{14}$$

Onde ME_j representa o multiplicador de emprego, que é dado pela razão entre GE_j, o gerador de empregos, e ce_j que constitui o coeficiente direto de emprego.

3.2.3 Multiplicador de renda

O multiplicador de renda permite captar os efeitos de variações na demanda de um determinado setor, neste e nos demais setores da economia em termos de mudanças nos seus rendimentos. É obtido através da equação (15) abaixo:

$$MR_j = \frac{GR_j}{cr_j} \tag{15}$$

Onde MR_j é o multiplicador da renda, obtido através da razão entre GR_j, o gerador de renda, e cr_j, o coeficiente de renda. Os coeficientes de produção, emprego e renda foram utilizados neste trabalho para examinar as repercussões do choque positivo de um bilhão de reais na demanda final do setor da cultura, no próprio setor cultural e artístico e nos demais setores da economia.

4 RESULTADOS

Os objetivos deste trabalho foram analisar o consumo dos bens e serviços culturais e artísticos de acordo com os seus diferentes perfis consumidores, mais precisamente, por gênero, cor da pele e renda, assim como investigar as repercussões do choque positivo na demanda final do setor cultural e artístico, de modo a verificar a sua repercussão neste e nos demais setores da economia. Para isto, foram utilizados os dados da POF 2017-2018, para destrinchar os perfis dos principais responsáveis dos domicílios brasileiros; e os dados da matriz insumo-produto referente ao ano de 2015, para examinar o consumo desses perfis de acordo com os setores produtivos e elaborar os resultados do choque na demanda final.

O Quadro 3 mostra as doze tipologias de famílias, investigadas de acordo com o número de indivíduos, a quantidade de famílias, a renda média salarial, o desvio-padrão da renda média, a despesa e os rendimentos com cultura em cada grupo. Conforme já mencionado, os doze perfis utilizados neste trabalho são divididos através das seguintes classificações: renda baixa (1), renda média (2), renda alta (3), homem (1), mulher (2), branco (1), não branco (2).

Em relação a quantidade de indivíduos por grupos de renda, são 59.045.513 na faixa de baixa renda, 109.177.747 na renda média, e 38.798.234 indivíduos em domicílios de alta renda, representando, respectivamente, 28,5%, 52,7% e 18,7% do total. No que tange a questão da renda média, a faixa de renda baixa apresenta média de R$ 263,20, o grupo de renda média R$ 999,80 e a parcela de renda alta R$ 4.438,50.

É válido ressaltar que, dentre os quatro perfis de renda baixa, os domicílios onde o principal responsável é um homem não branco e uma mulher não branca possuem os maiores números de indivíduos, constituindo 73,28% desse grupo. Na classe de renda média, o perfil que mais possui indivíduos são os chefiados por homens não brancos, equivalendo a 33,45%. No grupo de renda alta, o perfil que se sobressai em relação ao número de indivíduos é o composto por homens brancos, retratando 42,15% do total desse grupo.

Quadro 3 - Distribuição das doze tipologias de famílias, considerando gênero, cor da pele e renda do principal responsável

Grupos familiares	Número de indivíduos	Número de famílias	Renda média R$	Desvio padrão R$	Despesa no setor cultural (R$ milhões)	Rendimento no setor cultural (R$ milhões)
111	8.656.981	2.332.145	287	127	384	83
112	22.950.484	5.853.161	265	126	732	649
121	6.384.810	1.771.831	273	131	206	129
122	20.320.488	5.141.489	255	128	470	320
211	28.462.432	9.359.184	1.102	380	2.920	1.436
212	36.520.314	12.103.774	999	366	2.891	1.631
221	17.441.188	6.514.947	1.077	376	1.380	961
222	25.781.678	9.112.524	968	358	1.830	1.127
311	16.353.915	6.361.583	5.382	6.961	6.836	1.941
312	8.507.117	3.445.492	3.919	3.007	2.841	978
321	8.920.116	4.250.577	4.754	4.204	3.007	1.074
322	4.705.004	2.174.747	3.793	3.317	1.218	647

Fonte: A autora (2023). Nota: 111- famílias na categoria de baixa renda de principal responsável homem branco; 112- famílias na categoria de baixa renda de principal responsável homem não branco; 121- famílias na categoria de baixa renda de principal responsável mulher branca; 122- famílias na categoria de baixa renda de principal responsável mulher não branca; 211- famílias na categoria de renda média de principal responsável homem branco; 212- famílias na categoria de renda média de principal responsável homem não branco; 221- famílias na categoria de renda média de principal responsável mulher branca; 222- famílias na categoria de renda média de principal responsável mulher não branca; 311- famílias na categoria de renda alta de principal responsável homem branco; 312- famílias na categoria de renda alta de principal responsável homem não branco; 321- famílias na categoria de renda alta de principal responsável mulher branca; 322- famílias na categoria de renda alta de principal responsável mulher não branca.

No tocante ao consumo dos bens e serviços culturais e artísticos de acordo com os três perfis de renda domiciliar, o Quadro 3 mostra que apenas 7,25% do consumo em cultura é usufruído pelo grupo de renda baixa, a parcela mais pobre da população. Os perfis dentro da classificação de renda média, que representam 52,7% dos indivíduos, são responsáveis por 36,5% do consumo cultural. Por outro lado, o grupo de renda alta, que tem a menor porcentagem de indivíduos entre os três grupos de renda, constitui 56,25% do total do consumo de bens e serviços culturais e artísticos. Tais resultados deixam evidente a desigualdade de acesso aos bens culturais no Brasil.

No que concerne as doze tipologias de famílias, é possível notar uma diferença no nível de consumo das famílias chefiadas por homens brancos e não brancos de renda média, em relação ao consumo das famílias chefiadas por mulheres brancas e não brancas também de renda média, no primeiro caso o consumo de bens culturais corresponde a 64,42% do total consumido pela classe média e no segundo caso representa apenas 35,58%. Com relação a classe de renda alta, apesar de tais famílias representarem mais da metade do consumo dos bens culturais e

artísticos, o cenário é bastante distinto entre os quatro perfis que o compõe. Nesse contexto, as famílias chefiadas por homens brancos constituem 49,17% do total consumido de bens culturais dentro do grupo de renda alta, o consumo das famílias com principal responsável homens não brancos e mulheres brancas são semelhantes nessa faixa de renda, equivalendo a 20,44% e 21,63%, respectivamente. O perfil que mais se afasta do referido patamar é o das famílias com principal responsável mulher não branca de renda alta, correspondendo apenas a 8,76% do total consumido dentro do grupo.

Ainda que as porcentagens de consumo dos bens culturais mantenham uma linha similar de baixa inserção na classe de renda baixa, a menor participação dentro do grupo é observada nos perfis de mulheres brancas, com 11,51% do total consumido pela faixa de renda baixa, enquanto que a maior participação é observada nos perfis de homens não brancos, constituindo 40,85% do total consumido pelo grupo. De acordo com os resultados obtidos, o consumo dos bens e serviços culturais e artísticos se mostrou desigual ao considerar a sua distribuição pelas doze tipologias de famílias observadas neste estudo.

Acerca dos rendimentos do setor cultural de acordo com os doze grupos familiares, o Quadro 3 mostra os valores de acordo com cada tipologia. Em relação aos três grupos de renda, os principais responsáveis pelo domicílio que estão inseridos na renda baixa, representam apenas 10,76% dos rendimentos do setor cultural. Por outro lado, o grupo familiar de renda média, corresponde a 46,96% da renda do segmento cultural e artístico; e as famílias na classe de renda alta equivalem aos 42,28% restantes do rendimento cultural.

As famílias de principal responsável homens brancos de renda baixa auferem a menor porcentagem do rendimento no setor cultural, com 0,75% do total. Dentro do grupo de renda baixa, as famílias de principal responsável homens não brancos têm a maior participação no rendimento do setor cultural, com 5,91% do total dos rendimentos no setor. Na classe de renda média, as famílias de principal responsável homens brancos e não brancos têm as maiores participações, constituindo 13,08% e 14,86% do total da renda do setor, respectivamente. Por último, assim como acontece no caso do consumo cultural, o perfil familiar que possui a maior participação nos rendimentos do segmento cultural e artístico é o de principal responsável homem branco de renda alta, representando 17,68% do total.

Em relação ao perfil familiar com menor participação nos rendimentos culturais dentro do grupo de renda alta, também de forma semelhante ao que acontece no consumo, as famílias de principal responsável mulheres não brancas constituem a menor participação, com apenas

5,9% do total dos rendimentos do setor cultural e artístico. Ao se entender quais os perfis dos trabalhadores do segmento cultural e artístico brasileiro, é possível compreender melhor as estruturas do setor da cultura e de seus consumidores, pois o fato de que as disparidades por tipologias de família são semelhantes no nível de consumo e de rendimentos do setor cultural, ressalta tendências pontuadas por autores que defendem o capital cultural e o capital humano como fatores de inclinação ao consumo cultural (AMESTOY, 2009; PONTE, MATTOSO, 2014; ALMEIDA, LIMA, GATTO, 2020; PEREIRA, 2022).

Ao considerar os recursos advindos da Lei de Incentivo à Cultura que foram desbloqueados pelo setor público como uma política de incentivo ao consumo cultural, constituindo um choque de cerca de um bilhão de reais na demanda final do setor cultural, este trabalho observa as repercussões deste aumento em termos de produto, trabalho e renda na economia como um todo, de acordo com a matriz insumo-produto. A Lei de Incentivo à Cultura de nº 8.313, conhecida como Lei Rouanet, foi sancionada no dia 23 de dezembro de 1991 e instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), assim como delimitou providências para garantir o cumprimento do objetivo da Lei de Incentivo à Cultura, que fora o de fomentar os investimentos em Cultura no Brasil de forma igualitária (Lei nº 8.313/1991). A Lei Rouanet consiste em captar recursos para atividades culturais através da dedução de parte do imposto de renda, de maneira em que recursos investidos no segmento cultural por doação ou patrocínio de empresas e pessoas físicas podem ser deduzidos do valor total ou parcial do imposto de renda (BRASIL, 2022; BRASIL, 2023).

No tocante aos recursos obtidos através da Lei de Incentivo à Cultura, parte das arrecadações estavam bloqueadas desde o início de 2022 por questões referentes a decisões políticas, por conseguinte, os recursos não chegavam até os agentes culturais para a realização efetiva dos projetos, travando as operações. Contudo, no início de 2023 o Ministério da Cultura anunciou o desbloqueio de cerca de um bilhão de reais em recursos travados e a liberação desta verba para os agentes de atividades culturais (BRASIL, 2022, BRASIL, 2023). Dessa maneira, o presente trabalho examina o acréscimo desse valor de cerca de um bilhão de reais no segmento cultural como um choque na demanda final do setor da cultura. A justificativa do exame de tal choque está na relevância desse valor, em termos de fomento ao setor cultural e à economia como um todo, além do fato de representar uma política pública recente de incentivo ao consumo cultural e cujo impacto ainda não foi mensurado.

O Quadro 4 mostra o impacto do choque positivo de um bilhão de reais adicionados na demanda final do setor cultural em termos de produção. O setor cultural e artístico obteve um aumento de 1,025 bilhão na sua produção decorrente do incentivo fiscal implementado, representando 64,37% do aumento total na economia, que foi de 1,593 bilhão. Após o segmento cultural, o setor mais impactado com o choque foi o de atividades imobiliárias, constituindo 5,67% do aumento total na produção da economia. Esta interligação entre os setores é esperada, devido a tendência do setor cultural de realizar locações de espaços para apresentações, ensaios, shows, aulas de dança, entre outros. Tal resultado também condiz com o encontrado na literatura (SILVA, BRITO, 2019; PEREIRA, SILVA, BRITO, 2023).

Quadro 4 - Setores econômicos mais impactados pelo choque na demanda final em termos de produção

Setores	**Aumento da produção (R$ milhões)**	**Aumento da produção (%)**
Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	1.025	64,37%
Atividades imobiliárias	90	5,67%
Outras atividades profissionais, científicas e técnicas	49	3,08%
Intermediação financeira, seguros e previdência complementar	44	2,74%
Energia elétrica, gás natural e outras utilidades	40	2,51%
Atividades jurídicas, contábeis, consultoria e sedes de empresas	38	2,39%
Outras atividades administrativas e serviços complementares	36	2,28%
Comércio por atacado e varejo	36	2,25%

Fonte: A autora (2023).

O Quadro 5 mostra o impacto do aumento na demanda final do setor cultural em termos de empregos gerados na economia. O choque de um bilhão de reais na demanda final do setor cultural tem o potencial de criar 33.076 novos postos de trabalho em toda a economia, dos quais 29.191 vagas dentro do próprio segmento cultural. Em segundo lugar, ficou o setor de outras atividades administrativas e serviços complementares, com 719 postos de trabalho adicionais. Devido ao referido segmento realizar trabalhos administrativos relacionados a diversas demandas culturais e, portanto, prestar muitos serviços para o setor, é justificável a alta geração de empregos observada neste segmento e condiz com o encontrado na literatura (SILVA, BRITO, 2019; PEREIRA, SILVA, BRITO, 2023).

Quadro 5 - Setores econômicos mais impactados pelo choque na demanda final em termos de geração de empregos

Setores	Quantidade de empregos gerados	Quantidade de empregos gerados (%)
Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	29.191	88,25%
Outras atividades administrativas e serviços complementares	719	2,17%
Comércio por atacado e varejo	616	1,86%
Atividades jurídicas, contábeis, consultoria e sedes de empresas	346	1,05%
Outras atividades profissionais, científicas e técnicas	261	0,79%
Transporte terrestre	210	0,64%
Atividades de vigilância, segurança e investigação	142	0,43%
Confecção de artefatos do vestuário e acessórios	130	0,39%

Fonte: A autora (2023).

O Quadro 6 mostra o impacto do choque de um bilhão de reais na demanda final do setor cultural em termos de rendimentos adicionados na economia. O choque positivo na demanda final do setor da cultura tem o potencial de adicionar 0,324 bilhão no segmento cultural, e 0,439 bilhão na economia como um todo. O segundo setor mais afetado pelo choque de um bilhão na demanda final em termos de rendimentos, é o de outras atividades administrativas e serviços complementares com 0,017 bilhão de aumento, representando 3,96% do total adicionado. O setor de outras atividades administrativas e serviços complementares esteve entre os segmentos mais afetados em termos de produção e emprego, por conseguinte, o aumento relevante observado em seus rendimentos condiz com os demais resultados.

Quadro 6 – Setores econômicos mais impactados pelo choque na demanda final em termos de rendimentos

Setores	Aumento na renda (R$ milhões)	Aumento na renda (%)
Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	324,95	74,02%
Outras atividades administrativas e serviços complementares	17,37	3,96%
Comércio por atacado e varejo	11,24	2,56%
Intermediação financeira, seguros e previdência complementar	10,87	2,48%
Atividades jurídicas, contábeis, consultoria e sedes de empresas	10,62	2,42%
Outras atividades profissionais, científicas e técnicas	5,83	1,33%
Administração pública, defesa e seguridade social	4,75	1,08%
Atividades de vigilância, segurança e investigação	4,64	1,06%

Fonte: A autora (2023).

Os resultados que evidenciam a relevância da demanda pelo setor cultural e artístico nas distintas tipologias de famílias são apresentados no Quadro 7. A análise é feita através da redução hipotética do consumo de cada uma das doze tipologias de famílias a zero, buscando

medir através do impacto na produção e no emprego a importância de cada grupo para o segmento cultural e para a economia como um todo. Ao observar a redução da produção do setor cultural de acordo com os grupos de tipologias de famílias, é possível notar que a maior redução é causada pela ausência do consumo das famílias de renda alta com principal responsável homens brancos, representando o recuo de 7,008 bilhões no setor da cultura. Resultado análogo é constatado para redução do produto total da economia considerando o referido grupo familiar, constituindo 10,887 bilhões a menos na produção. A tipologia que representa o menor impacto em termos de redução da produção, tanto no setor da cultura quanto na economia por completo, é o das famílias de principal responsável mulheres brancas de renda baixa, cujo perfil reduz a produção do setor cultural em apenas 212 milhões, e a produção da economia em 329 milhões.

Quadro 7 – Efeitos do multiplicador da queda no consumo familiar por tipologias de famílias e em termos de produção e emprego

Grupos familiares	**Consumo cultural (R$ milhões)**	**Rendimento cultural (R$ milhões)**	**Variação na produção do setor cultural (R$ milhões)**	**Variação na produção da economia (R$ milhões)**	**Variação no emprego do setor cultural**	**Variação no emprego da economia**
111	384	83	-394	-612	-11.213	-12.706
112	732	649	-751	-1.166	-21.376	-24.220
121	206	129	-212	-329	-6.025	-6.827
122	470	320	-482	-748	-13.712	-15.537
211	2.920	1.436	-2.994	-4.651	-85.253	-96.599
212	2.891	1.631	-2.963	-4.603	-84.378	-95.608
221	1.380	961	-1.414	-2.197	-40.270	-45.629
222	1.830	1.127	-1.876	-2.915	-53.421	-60.531
311	6.836	1.941	-7.008	-10.887	-199.542	-226.098
312	2.841	978	-2.912	-4.524	-82.927	-93.964
321	3.007	1.074	-3.083	-4.790	-87.788	-99.472
322	1.218	647	-1.248	-1.939	-35.548	-40.279

Fonte: A autora (2023). Nota: 111- famílias na categoria de baixa renda de principal responsável homem branco; 112- famílias na categoria de baixa renda de principal responsável homem não branco; 121- famílias na categoria de baixa renda de principal responsável mulher branca; 122- famílias na categoria de baixa renda de principal responsável mulher não branca; 211- famílias na categoria de renda média de principal responsável homem branco; 212- famílias na categoria de renda média de principal responsável homem não branco; 221- famílias na categoria de renda média de principal responsável mulher branca; 222- famílias na categoria de renda média de principal responsável mulher não branca; 311- famílias na categoria de renda alta de principal responsável homem branco; 312- famílias na categoria de renda alta de principal responsável homem não branco; 321- famílias na categoria

de renda alta de principal responsável mulher branca; 322- famílias na categoria de renda alta de principal responsável mulher não branca.

A redução do emprego no setor da cultura e na economia, medida pela redução hipotética do consumo de cada uma das tipologias de famílias examinadas, também é apresentada no Quadro 7. É possível observar que, assim como acontece com a produção, o perfil que mais reduz o quantitativo de empregos no segmento cultural e na economia é o de agregados familiares compostos por principais responsáveis homens brancos de renda alta, representando 199.542 e 226.098 empregos a menos, respectivamente, no segmento cultural e na economia por completo. De maneira similar, o grupo familiar de principal responsável mulheres brancas de baixa renda reduz, em apenas, 6.025 empregos culturais e artísticos, e em 6.827 os empregos gerais da economia.

Em suma, os resultados obtidos são sugestivos da forte desigualdade em termos de consumo dos bens e serviços culturais e artísticos. O grupo de renda alta possui domínio em termos das porcentagens de consumo e rendimentos do setor cultural, assim como os agregados familiares de principal responsável homens apresentam uma vantagem em comparação as de principal responsável mulheres. Ademais, principalmente no grupo de renda alta, observa-se uma diferença considerável entre os níveis de consumo e de rendimentos entre agregados familiares chefiados por indivíduos brancos e não brancos. Desse modo, é necessário que mais ações de incentivo à cultura sejam implementadas, dando ênfase a implementação de políticas públicas que busquem dissipar as disparidades referentes a gênero, cor da pele e renda ainda presentes no setor cultural e artístico brasileiro.

5 CONCLUSÕES

Este trabalho analisa o consumo dos bens e serviços culturais e artísticos no Brasil, especificamente verificando o impacto do descongelamento de um bilhão de reais, em recursos adquiridos através da Lei de Incentivo à Cultura, em termos de produção, renda e emprego para o setor cultural e para a economia como um todo. O exame empírico é conduzido através da metodologia da matriz insumo-produto.

Os principais resultados da análise dos consumidores de bens e serviços culturais por diferentes grupos familiares, demonstraram que apesar do grupo de renda média representar 52,7% do total de indivíduos, seu consumo cultural é de apenas 36,5%. Por outro lado, o grupo de renda alta, que representa apenas 18,7% do total de indivíduos, configura 56,25% do consumo dos bens e serviços culturais e artísticos. Em relação às famílias na classe de renda média, há uma diferença considerável entre o nível de consumo das famílias de principal responsável homens e mulheres, tanto entre principais responsáveis brancos, quanto entre não brancos.

Dentre todos os grupos familiares observados, o que apresentou menor participação nas despesas com consumo cultural foi o das famílias de principal responsável mulheres brancas de renda baixa; e o que demonstrou maior participação foi o de famílias de principal responsável homens brancos de renda alta. Vale ressaltar que dentre os quatro perfis que integram o grupo de renda alta, o que possui menor participação nas despesas de consumo com bens culturais é o das famílias de principal responsável mulheres não brancas.

A respeito da análise do impacto econômico de um choque positivo de um bilhão de reais na demanda final do setor da cultura brasileiro, foi observado o aumento de 1,593 bilhão em termos de produto na economia como um todo, e de 1,025 bilhão no setor cultural. O segundo segmento mais afetado pelo choque em termos de produção, foi o de atividades imobiliárias com um aumento de 90 milhões. No que tange a criação de postos de trabalhos, foram observados 29.191 novos empregos no setor da cultura e 33.076 na economia como um todo. O segmento de outras atividades administrativas e serviços complementares representou 2,17% dos postos adicionais, configurando-se como o setor mais afetado após o segmento cultural. Em relação ao aumento na renda decorrido do choque na demanda final, foi constatado a adição de 324 milhões no setor cultural, e de 439 milhões na economia por inteiro. Assim como no quantitativo de empregos, o setor de outras atividades administrativas e serviços

complementares foi o segundo mais impactado pelo choque, com 17 milhões a mais em seus rendimentos, constituindo 3,96% do aumento total observado.

No que concerne a análise da participação relativa de cada tipologia observada em termos de produto e empregos do setor cultural e de toda a economia, através da extração hipotética de cada tipologia de família na demanda final, observou-se um elevado grau de relevância do consumo das famílias de renda alta com principal responsável homens brancos para o setor cultural e para toda a economia, tanto no que tange o nível de produção quanto à quantidade de empregos.

REFRÊNCIAS

ALMEIDA, André Porfírio de. **Valoração de ícones artísticos do museu do Senado Federal do Brasil:** uma análise da relação entre valor econômico e cultural. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

ALMEIDA, Carla Cristina Rosa de; LIMA, João Policarpo Rodrigues; GATTO, Maria Fernanda Freire. Expenditure on cultural events: preferences or opportunities? An analysis of Brazilian consumer data. **Journal of Cultural Economics**, v. 44, n. 3, p. 451-480, 2020.

ALMEIDA, Patrícia Silva de; ROSSIGNOLI, Marisa. Economia da cultura: Enfoque prospectivo sobre o seu desenvolvimento econômico sustentável e a adequação do fomento da política cultural nacional. **Revista Jurídica Luso-Brasileira**, v. 5, n. 3, p. 1517-1552, 2019.

AMESTOY, Victoria María Ateca. El capital humano como determinante del consumo cultural. **Estudios de Economía Aplicada,** v. 27, n. 1, p. 87-110, 2009.

BERSANI, Humberto. Aportes teóricos e reflexões sobre o racismo estrutural no Brazil. **Revista Extraprensa**, v.11, n.2, p. 175-196, 2018.

BRASIL. Portaria nº 2, de 18 de janeiro de 2023. Homologar os projetos culturais relacionados a fase de obtenção de doações e patrocínios. Diário Oficial da União. Brasília, DF, n. 2, p. 57. 18 jan. 2023. Seção 1.

BRASIL. Lei nº 8.313/1991, de 23 de dezembro de 1991. **Lei de Incentivo à Cultura**. Ministério da Cultura, Brasília, DF, 25 nov. 2022. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313compilada.htm. Acesso em: 26 de setembro de 2023.

DINIZ, Sibelle Cornélio; MACHADO, Ana Flávia. Analysis of the consumption of artistic-cultural goods and services in Brazil. **Journal of Cultural Economics**, v. 35, p. 1-18, 2011.

GONÇALVES, Renata. Quando a questão racial é o nó da questão social. **Revista Katálysis**, v. 21, n. 3, p. 514-522, 2018.

GRIJÓ, Eduardo; BÊRNI, Duilio de Avila. Metodologia completa para a estimativa de matrizes de insumo-produto. **Teoria e Evidência Econômica**, v. 14, n. 26, 2006.

GUILHOTO, Joaquim José Martins. Análise de insumo-produto: teoria e fundamentos. **Munich Personal RePEc Archive**, 2011.

JULIÃO, Helena Vicentini; DIB, Aline Michelle; OLIVEIRA, Letícia Trevizolli de. Desigualdade de gênero no mercado de trabalho e as formas de enfrentamento alicerçadas na OIT. **Brazilian Journal of Development**, v. 7, n. 3, p. 24482-24499, 2021.

KLAMER, Arjo. Value of culture. In: TOWSE, R.(Ed.). **A Handbook of cultural economics.** Cleltenham: Edward Elgar, 2003. p. 465-469.

LLOP, Maria; ARAUZO-CAROD, Josep-Maria. Identifying the economic impact behind a cultural asset: an input–output subsystems analysis. **The Annals of Regional Science**, v. 49, n 3, p. 861–877, 2012.

MACHADO, Ana Flávia; CARDOSO, Débora Freire; MICHEL, Rodrigo Cavalcante; MELO, Gabriel Borges Vaz de; GUIMARÃES, Alice Demattos. Efeitos da COVID-19 na economia da cultura no Brasil. **Revista Econômica do Nordeste**, v. 53, n. 1, p. 124-136, 2022.

MARTINS, Tiago Costa; OLIVEIRA, Victor Silva; GUINDANI, Joel Felipe; SILVA, Marcela Guimarães. Política e economia da cultura: a alocação dos recursos públicos municipais. **Revista Eptic**, v. 17, n. 2, 2015.

Ministério da Cultura (BR). **Lei Rouanet:** MinC libera quase R$ 1 bilhão em recursos bloqueados no primeiro mês de gestão. [Brasília]: Ministério da Cultura, 01 mar. 2023. Disponível em: https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/lei-rouanet-minc-libera-quase-r-1-bilhao-em-recursos-bloqueados-no-primeiro-mes-de-gestao. Acesso em: 26 set. 2023.

NERI, Marcelo Cortês. **Qual foi o impacto imediato da pandemia do Covid sobre as classes econômicas brasileiras?** Rio de Janeiro: FGV Social, 2020. p. 15.

PAGLIOTO, Bárbara Freitas; MACHADO, Ana Flávia. Perfil dos Frequentadores de Atividades Culturais: O Caso nas Metrópoles Brasileiras. **Estudos Econômicos**, v. 42, n.4, p.701-730, 2012.

PEREIRA, Fernanda Souza. **Ensaios sobre as estruturas de consumo e de rendimento do setor de bens e serviços culturais no brasil.** Dissertação (Mestrado em Ciências Econômicas) - Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2022.

PEREIRA, Fernanda Souza; SILVA, Marcus Vinícius Amaral; BRITO, Danyella Juliana Martins. The economic contribution of the cultural sector in Brazil: an input–output approach with different income groups. **Creative Industries Journal**, 2023.

PONTE, Lucivânia Filomeno; MATTOSO, Cecilia Queirós. Capital cultural e o consumo de produtos culturais: as estratégias de consumo de status entre mulheres da nova classe média. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 6, p. 18-33, 2014.

SILVA, Marcus Vinícius Amaral; BRITO, Danyella Juliana Martins. O impacto de choques no setor cultural brasileiro: uma análise de emprego e renda à luz dos cortes orçamentários. **Nova Economia**, p. 1249–1275, 2019.

SMITH, Adam. **A riqueza das nações:** investigação sobre sua natureza e suas causas. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

THROSBY, David. **Economics and culture.** Cambridge: Cambridge University, 2001.

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

TOLILA, Paul. **Cultura e economia:** problemas, hipóteses, pistas. São Paulo: Iluminuras, 2007.

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