

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO - UFPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA**

CARLA CRISTINA ROSA DE ALMEIDA

**DESIGUALDADES DO CONSUMO CULTURAL:
PREFERÊNCIAS OU OPORTUNIDADES?
ANÁLISE DOS GASTOS DOMICILIARES NO BRASIL METROPOLITANO**

Recife-PE
2016

Carla Cristina Rosa de Almeida

DESIGUALDADES DO CONSUMO CULTURAL:
PREFERÊNCIAS OU OPORTUNIDADES?
ANÁLISE DOS GASTOS DOMICILIARES NO BRASIL METROPOLITANO

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação
em Economia da Universidade Federal de
Pernambuco como requisito para a obtenção do
grau de Doutor(a) em Economia.

Orientador: Prof. Dr. João Policarpo Rodrigues Lima
Co-orientadora: Prof^a. Dr^a. Maria Fernanda Freire Gatto Padilha

Recife-PE
2016

Catálogo na Fonte
Bibliotecária Ângela de Fátima Correia Simões, CRB4-773

A448d	Almeida, Carla Cristina Rosa de Desigualdades do consumo cultural: preferências ou oportunidades? análise dos gastos domiciliares no Brasil metropolitano / Carla Cristina Rosa de Almeida. - 2016. 130 folhas : il. 30 cm. Orientador: Prof. Dr. João Policarpo Rodrigues Lima e Co-orientadora Prof^a. Dr^a. Maria Fernanda Freire Gatto Padilha Tese (Doutorado em Economia) – Universidade Federal de Pernambuco, CCSA, 2016. Inclui referências e apêndices. 1. Consumo (Economia). 2. Política cultural. 3. Regiões metropolitanas. 4. Animação cultural. 5. Economia urbana. I. Lima, João Policarpo Rodrigues (Orientador). II. Padilha, Maria Fernanda Freire Gatto (Co-orientadora). III. Título. 336 CDD (22.ed.) UFPE (CSA 2017 –016)
-------	---



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO - UFPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA



Programa de Pós-Graduação em Economia

Parecer da Comissão Examinadora de Defesa de Tese do Doutorado em Economia de:
Carla Cristina Rosa de Almeida

A Comissão Examinadora composta pelos professores abaixo, sob a presidência do primeiro, considera Carla Cristina Rosa de Almeida APROVADA.

Recife, 29 agosto de 2016.

Prof. Dr. João Policarpo Rodrigues Lima – PIMES/UFPE
Orientador

Prof^a. Dr^a. Maria Fernanda Freire Gatto Padilha – PIMES/UFPE
Co-orientadora

Prof^a. Dr^a. Andrea Sales Soares de Azevedo Melo – PIMES/UFPE
Examinadora Interna

Prof. Dr. André Leite Wanderley – DE/UFPE
Examinador Externo

Marcos Aurélio Guedes Oliveira – PPGCP/UFPE
Examinador Externo

AGRADECIMENTOS

São muitas as pessoas que tive em minha volta nessa jornada, entre família, amigos e colegas de trabalho. Assim como em todos os momentos da minha vida, nos anos de doutoramentos há tanta gente a agradecer que não cabe nesse pré-textual. Compete, entretanto, destacar aquelas que foram fundamentais.

Agradeço aos professores do PIMES, especialmente ao Prof. Dr. Policarpo e a Prof^a. Dr^a. Maria Fernanda, que além do cumprimento do papel de orientadores, concederam-me a oportunidade de pesquisar um tema que faz parte das minhas angústias para muito além de objetivos vinculados a títulos acadêmicos.

Aos membros da banca: Prof. Dr. Marcos Aurélio; Prof. Dr. André - pelos direcionamentos durante e logo após a defesa do projeto; e Prof^a. Dr^a. Andreia, que além da contribuição acadêmica, nos presenteia com sua sensibilidade e carinho.

Meus agradecimentos também ao Prof. Dr. Arturo, coordenador do Dinter, que não mediu esforços para que esse curso fosse concretizado.

Gratidão aos colegas do Dinter, sobretudo meus grandes amigos Feliciano, Eleonora e Charline. Charline foi um presente da vida: nossa afinidade permitiu partilharmos estudos das disciplinas, discussões sobre nossas teses, casa em Recife, angústias e horas de lazer. Obrigada, obrigada, obrigada!

Para além desse doutorado, devo tudo que sou aos que me rodeiam desde sempre. Com meu pai, dentre muitas coisas, aprendi que ‘estudar é meio de vida’. Diante das dificuldades e tomadas de decisões, a ligação por nós construída nos 22 anos em que ele esteve presente permite que eu continue me guiando por ele. Incondicionalmente ao meu lado tenho mulheres incríveis: minha mãe, cujo exemplo de dedicação à universidade só não supera o da generosidade com todos ao redor; minha tia Fafá, segunda mãe, sempre pronta a dar o colo que acalma e aquece a alma, e tia Eliete, que nos alegra que com riso único. Acompanham-me também meus irmãos, Guilherme e Luiza, que amo e admiro, além dos meus irmãos de coração: Michelle, Érica e Lô. Com Gui, partilhei ainda muitas discussões sobre a tese: seu olhar sensato e crítico sobre o mundo sempre abrem as cortinas de fumaça da minha mente.

Ao Sandro, toda a gratidão por ter enchido essa jornada de amor, cumplicidade e risos. A você devo as melhores lembranças dos últimos anos.

À minha afilhada Karol, obrigada pelo carinho de sempre: você é personificação de um conjunto de qualidades que me enche de esperança quanto à possibilidade de nos tornamos seres humanos melhores.

Nesse período, nasceram meus afilhados Sofia, Lucas, Yasmin e Gabriel, que têm sido a fuga para o lúdico e o afeto. A estes pequenos devo desculpa pelas ausências prolongadas, ao mesmo tempo em que espero que dessa trajetória fique o exemplo de que tudo exige dedicação: de amar a doutorar-se. Mas principalmente compreendam que mais do que ‘vencedora’ sou privilegiada: porque enveredar nos estudos para mim foi uma escolha e as possibilidades de exercer escolhas não são universais. E que se lembrem que o conhecimento formal é um caminho, mas não nos torna necessariamente mais sábios ou melhores como seres humanos.

Por fim, gratidão à vida e à espiritualidade pelas oportunidades de aprender – sobre o mundo e sobre mim mesma - concedidas das mais diversas formas nesses últimos anos!!

Se a condição do desempenho econômico global de um país na competição aberta pela nova economia é a inovação, então é preciso admitir que a cultura, as práticas culturais e as indústrias culturais, como atividades altamente simbólicas, isto é, atividades que apelam às mais importantes capacidades intelectuais e emocionais dos indivíduos, participam integralmente, e da mesma forma que a educação, a pesquisa ou a formação de forças produtivas adaptadas à inovação, da construção de um “capital humano” que possui as funções simbólicas necessárias e, geralmente, uma economia psíquica capaz de evoluções, criações, antecipação e mobilização. (TOLILA, 2007).

[...] el individuo no es sólo un consumidor que merece algo de opciones al elegir sus objetos de consumo, él o ella es también un participante en una o varias comunidades políticas en las cuales la formación de opinión y el ejercicio del juicio dependen hoy en día –en cierta medida– de la disponibilidad de información y de la expresión de ideas diferentes. (MANTECÓN, 2009, p. 94).

A expressiva inclusão social e econômica de milhões de brasileiros, revertendo políticas seculares de desigualdade e exclusão, mudando o país, não pode se completar se não for acompanhada: pela inclusão cultural, que permita aos brasileiros ter acesso ao consumo e fruição de determinadas modalidades de cultura altamente elitizadas no país; pelo reconhecimento e valorização das diferentes manifestações simbólicas existentes no país, a exemplo das culturas populares, regionais, étnicas, etárias, de gênero, de orientações sexuais e de segmentos sociais; pela promoção e preservação da diversidade cultural, através de políticas de financiamento adequadas e da democratização da comunicação; pelo desenvolvimento de políticas públicas de cultura, que brotem de debates e deliberações públicas e que assegurem cidadania e direitos culturais; pela hegemonia de uma cultura cidadã, que supere todos os valores associados a preconceitos, discriminações, intolerâncias e violências, simbólicas ou físicas, de toda ordem; por fim, pela nova cultura, que amplie horizontes e coloque em cena a possibilidade de imaginar uma sociedade mais humana, demasiadamente humana. (RUBIM, 2015, p. 28-29).

RESUMO

O setor cultural brasileiro é marcado pela distribuição desigual da oferta, situação em linha com as demais disparidades intrínsecas a países em desenvolvimento, como a concentração territorial da renda e do consumo. Tendo em vista que a distribuição das despesas, sobretudo de consumo, consiste num dos indicadores de bem-estar da sociedade, esta tese teve como objetivo analisar as desigualdades das despesas culturais nas regiões metropolitanas (RMs) brasileiras, com base na Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de 2002-2003 e 2008-2009. Para tanto, apresentou-se uma análise da evolução da concentração dos gastos culturais, bem como verificou-se quais itens contribuíram para o aumento (redução) da concentração dos gastos domiciliares com cultura, através de medidas de desigualdades e da decomposição do coeficiente de Gini segundo os diferentes itens de despesas culturais. Em seguida, analisou-se a relação entre a oferta dos equipamentos culturais das RMs e os gastos familiares com saídas culturais através da estimação de um modelo multinível logístico de dois níveis (domicílios e RMs). Foi possível verificar mudanças nas preferências relacionadas aos bens e serviços culturais, decorrentes tanto do aumento da renda, quanto das novas possibilidades de oferta, particularmente, o surgimento de produtos substitutos e alteração nos preços relativos. Paralelamente, o coeficiente de concentração da maioria dos produtos caiu entre 2002-2009, mas não o suficiente para impactar o índice de Gini cultural, conforme averiguado pela decomposição dos gastos. Concluiu-se ainda que há forte concentração da distribuição de gastos entre os diferentes grupos socioeconômicos e que os gastos com programações culturais extradomiciliares (cinema, espetáculos e artes) mostraram-se fracamente correlacionados com os atributos das diferentes RMs estudadas, pois a maior variabilidade de dispêndios ocorre dentro das mesmas. Assim, confirmou-se a hipótese que os recentes avanços em termos de políticas culturais não têm sido suficientes para reversão da inércia das desigualdades. Portanto, ações públicas em prol da democratização cultural, sobretudo no que tange a inserção das classes menos favorecidas, devem considerar a inclusão digital, sobretudo universalizando o acesso à internet banda larga e aumentando a variedade de conteúdo programático da TV; bem como o acesso aos espaços culturais, considerando o tema em sua abrangência, isto é, relacionando questões de oferta institucional, política urbana e formação de público.

Palavras-chaves: Despesas domiciliares culturais; Índice de Gini, Decomposição de gastos; Equipamentos culturais; Regiões Metropolitanas Brasileiras

Classificação *Journal of Economic Literature* (JEL): Z. Other Special Topics; Z1. Cultural Economics; Z10. General

ABSTRACT

Brazilian cultural sector is marked by unequal distribution of supply. This situation is in line with the other intrinsic disparities in developing countries, such as territorial concentration of income and consumption. Since the distribution of expenditures, especially in consumption, is one of the welfare indicators in society, this thesis analyzes the concentration of household expenditures on culture in the Brazilian metropolitan areas (BMA), based on the Household Expenditure Survey from two periods: 2002-2003 and 2008-2009. To this end, inequality measures were used and the decomposition of the Gini coefficient was applied according to the different items of cultural expenditures. Posteriorly, it discussed the relation between the offer of cultural facilities in BMA and the household expenditures on outdoor cultural activities through the estimation of a logistic multilevel model of two-level (households and BMA). It was possible to see changes in preferences related to cultural goods and services, resulting from both increased income, and new supply possibilities, particularly the emergence of substitute products and changes in relative prices. At the same time, the coefficient of concentration of most products fell between 2002-2009, but not enough to impact the cultural Gini index, as observed by the decomposition of expenditures. It was also concluded that there is a strong concentration of expenditures distribution among different socioeconomic groups and that the outdoor cultural expenditures (movies, concerts and arts) have demonstrated to be weakly correlated with the qualities of the different studied BMA, for the reason that the greater variability of expenditure occurs within these areas. Thus, the hypothesis that recent advances in cultural policies have not been sufficient to reverse the inertia of inequality was also confirmed. Therefore, public actions in favor of cultural democratization, especially in regard to the inclusion of lower classes, should consider digital inclusion, especially the universal access to broadband internet and the increasing of variety of television programming; as well as access in cultural spaces, considering the issue in its extensions, relating institutional offer issues, urban policy and public education.

Palavras-chaves: Household Expenditures on Culture; Gini Index, Decomposition of Expenditures; Cultural Facilities; Brazilian Metropolitan Areas.

Journal of Economic Literature (JEL) Classification: Z. Other Special Topics; Z1. Cultural Economics; Z10. General

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1.1: Definição de indústria criativa.....	15
Quadro 1.2: Principais programas e ações recentes promovidas pelo MinC	18
Figura 1.1: Gastos municipais per capita com cultura – RM, 2002-2009	19
Figura 3.1: Total de domicílios, renda e despesas culturais domiciliares segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – Brasil, Grandes Regiões e RMs (em %).....	54
Figura 3.2: Percentual de domicílios que realizaram despesas culturais segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – Brasil, Grandes Regiões e RMs (em %).....	55
Figura 3.3: Percentual de domicílios ^(a) com acesso a telefonia, microcomputador e internet e indicadores de consumo de serviços de comunicação ^(b) e cinema ^(c) – Brasil, 2002-2014	61
Figura 3.4: ^(a) Proporção das despesas culturais diretas e indiretas e ^(b) proporção das despesas conforme práticas fora ou dentro do domicílio por RM segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 (%)	64
Figura 3.5: ^(a) Despesa cultural domiciliar média mensal per capita (R\$) e ^(b) participação dos itens de despesas culturais no consumo cultural total por classe de renda e nível educacional (%) segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs.....	67
Figura 3.6: Índice de Gini da renda e das despesas culturais domiciliares mensais per capita segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs.....	69
Figura 3.7: Diferença dos Índices de Gini dos valores domiciliares per capita mensais entre as POFs 2002-2003 e 2008-2009 para renda, despesas culturais totais, despesas culturais diretas e despesas culturais indiretas por RM	70
Quadro 4.1: Variáveis explicativas do nível 1 (domicílios) e explicativas de nível 2 (RM) ...	81
Figura 4. 1: Proporção de domicílios e do total das despesas culturais diretas fora do domicílio segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs (%).....	88
Figura 4.2: Percentual de domicílios que realizaram despesas culturais fora do domicílio segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 –RMs (%).....	90
Figura 4.3: Percentual de pessoas que realizaram prática cultural, 2007 - 2013 (%).....	92
Figura 4.4: Percentual de municípios com presença de equipamento cultural por tipo de equipamento – Brasil, 1999, 2001, 2005, 2006 e 2009 (%)	94
Figura 4.5: Índice de equipamento cultural por tipo de equipamento e Índice de Oferta Cultural - RMs, 2002-2003 e 2008-2009.....	95
Figura 4.6: Distribuição espacial dos equipamentos culturais dentro das RMs por tipo de equipamento, 2002-2003 e 2008-2009	98

LISTA DE TABELAS

Tabela 1.1: Empregos formais e salários no setor criativo - Brasil, 2004 e 2013	16
Tabela 3.1: Número de domicílios total e amostra final segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – Brasil, Grandes Regiões e RMs	51
Tabela 3.2: Renda e despesas culturais domiciliares mensais per capita segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – Brasil, Grandes Regiões e RMs (em R\$).....	56
Tabela 3.3: Despesas culturais domiciliares mensais per capita conforme características das famílias segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs	58
Tabela 3.4: Despesas culturais domiciliares médias mensais per capita conforme itens de despesa cultural segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs	59
Tabela 3.5: Despesas culturais domiciliares mensais per capita por faixa de renda segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs	65
Tabela 3.6: Índice de Gini para despesas culturais domiciliares per capita por faixa de renda segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs	71
Tabela 3.7: Decomposição da Variação do Índice de Gini (ΔG) para a distribuição das despesas domiciliares per capita com consumo cultural segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs	72
Tabela 4.1: Despesas culturais diretas fora do domicílio conforme estrutura familiar segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs	82
Tabela 4.2: Estatísticas descritivas das variáveis contextuais – RMs, 2003 e 2009.....	84
Tabela 4.3: Despesas culturais fora do domicílio per capita mensais segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – Brasil, Grandes Regiões e RMs (R\$)	89
Tabela 4.4: Despesas culturais domiciliares médias per capita mensais conforme itens de despesa cultural fora do domicílio segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs	90
Tabela 4.5: Despesas culturais fora do domicílio per capita mensais por faixa de renda segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs	92
Tabela 4.6: Percentual de municípios com presença de equipamentos culturais, grupos artísticos e órgão gestor de cultura por Grande Região - 2009.....	95
Tabela 4.7: Modelo multinível logit com intercepto aleatório: variável dependente gastos diretos com cultura fora do domicílio, 2002-2003 e 2008-2009	100
Tabela 4.8: Razões de chance do modelo multinível para gastos diretos com cultura fora do domicílio, 2002-2003 e 2008-2009	102

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 A ECONOMIA DA CULTURA NO BRASIL	14
1.1 ECONOMIA DA CULTURA: DELIMITAÇÃO CONCEITUAL	14
1.2 FATOS ESTILIZADOS DO SETOR CULTURAL	15
1.3 POLÍTICAS CULTURAIS RECENTES E FINANCIAMENTO PÚBLICO À CULTURA	17
2 CONSUMO CULTURAL E DESENVOLVIMENTO DAS CIDADES	22
2.1 INTRODUÇÃO	22
2.2 CONSUMO CULTURAL	23
2.2.1 Consumo cultural, capital cultural e capital humano	23
2.2.2 Fundamentos econômicos das políticas culturais	26
2.2.3 Participação cultural: revisão empírica	27
2.3 CULTURA E DESENVOLVIMENTO DAS CIDADES: POLÍTICA CULTURAL PARA QUEM?	31
2.3.1 Amenidades culturais e crescimento das cidades	31
2.3.2 Cultura como política urbana e social	35
2.3.3 Desenvolvimento cultural de cidades brasileiras: revisão empírica	38
2.5 SÍNTESE CONCLUSIVA	42
3 DEMANDA POR CULTURA: ANÁLISE DOS GASTOS DOMICILIARES NO BRASIL METROPOLITANO	44
3.1 INTRODUÇÃO	44
3.2 ESTRATÉGIA EMPÍRICA	46
3.2.1 Delimitação conceitual e geográfica/espacial	46
3.2.2 Dados	47
3.2.3 Medidas de desigualdade	51
3.3 GASTOS CULTURAIS FAMILIARES A PARTIR DAS POFS 2002-2003 E 2008-2009	54
3.3.1 Distribuição regional das despesas com bens culturais	54
3.3.2 Perfil dos consumidores de bens culturais nas RMs	57
3.3.3 Despesas de consumo por itens de bens e serviços culturais nas RMs	59
3.3.4 Desigualdade das despesas com bens culturais dentro das RMs	64
3.3.5 Evolução da concentração das despesas culturais nos anos 2000	68
3.4 SÍNTESE CONCLUSIVA	74
4 GASTOS COM SAÍDAS CULTURAIS NAS RMs: A LOCALIZAÇÃO IMPORTA? ANÁLISE DAS POFS 2002-2003 E 2008-2009	75
4.1 INTRODUÇÃO	75
4.2 ESTRATÉGIA EMPÍRICA	77
4.2.1 Delimitação conceitual e geográfica/espacial	77
4.2.2 Dados	78
4.2.2.1 Bases de dados	78
4.2.2.2 Variáveis	80
4.2.2 Modelo Multinível	84

4.3 DESIGUALDADES DE CONSUMO E EQUIPAMENTOS CULTURAIS	88
4.3.1 Despesas culturais fora do domicílio: diferenças espaciais	88
4.3.2 Oferta cultural nas RMs	93
4.3.3 Estimação econométrica: modelo multinível logístico (MML) para as RMs.....	99
4.4 SÍNTESE CONCLUSIVA	107
CONCLUSÕES.....	109
REFERÊNCIAS	112
APÊNDICES	120
APÊNDICE A - Classificação das atividades e artigos culturais, atividades de lazer e outros itens complementares, segundo classificação da POF 2008-2009	121
APÊNDICE B - Ocupações da Classe Criativa conforme Classificação Brasileira de Ocupações	123
APÊNDICE C - Índice de Gini para Renda per capita e Gastos com consumo, educação, cultura, cultura direto, cultura indireto, bens culturais no domicílio e fora do domicílio segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009– Brasil, Grande Região, RM	124
APÊNDICE D - Distribuição dos equipamentos culturais - RMs	126
APÊNDICE E – Matrizes de correlação - RMs	128
APÊNDICE F – Estimações dos Modelos Logit e Multinível Logit com intercepto aleatório - RMs.....	129

INTRODUÇÃO

A capacidade dos bens culturais de gerar valor econômico tem incentivado maior atenção ao tema por parte dos economistas, principalmente a partir dos anos 1990. Essa área de pesquisa é marcada por heterogeneidade de conceitos e terminologias, dificultando inclusive comparações estatísticas de valores monetários entre países. No caso desta tese, a preocupação central reside no setor de bens e serviços culturais, por si só, menos abrangente que o denominado setor criativo¹.

Também são diversas (e divergentes) as abordagens sobre o papel do Estado como propulsor da cultura. Tais visões são discutidas ao longo do trabalho, mas com destaque para aquelas que compartilham o ponto de vista da relevância do direito ao acesso à ‘cultura’ – contemplando seus diversos tipos de manifestações e não somente as artes eruditas. Tal escolha não é incoerente com a clareza de que as funções do Estado, bem como suas implicações em termos de políticas públicas no campo cultural, devem ser frequentemente alvo de reflexão e avaliação. Aliás, esse entendimento está entre as maiores motivações desta pesquisa.

Nesse contexto, o Brasil é caracterizado pela disparidade de consumo cultural entre os diferentes níveis de renda e educação, que se agrava em nível espacial, em virtude da desigualdade da oferta de equipamentos culturais entre cidades/regiões e dentro das próprias cidades. De acordo com dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares, a grande maioria das famílias brasileiras não realizou nenhum tipo de gasto com cultura². Como agravante, as classes A/B representam 12% da população e despendem 47% dos montantes gastos com cultura, enquanto as classes D/E representam 62% e realizaram gastos de apenas 23% (SILVA, ARAÚJO, SOUZA, 2007).

A não viabilidade econômica de grande parte dos serviços culturais, juntamente com a visão que consagra a importância da preservação de identidade nacional e do direito à cultura, faz com que os subsídios às “artes” sejam praticados em diversos países. Logo, consistindo a

¹ As delimitações conceituais são apresentadas no capítulo 1, seção 1.1.

² Como a pesquisa abrange apenas os gastos, não é possível obter informações sobre o que as famílias consumiram de forma gratuita.

cultura em direito constitucional³, as políticas culturais devem ser avaliadas não somente em termos de renda gerada à classe cultural, mas também em termos de amplitude do acesso tanto às artes eruditas, quanto a outras formas de manifestações culturais e informações. Também é preciso considerar que a participação cultural é fator de transmissão de desigualdades sociais e educacionais, sobretudo, considerando a inércia das divisões sociais (MANTECÓN, 2009).

Em linhas gerais, os direitos culturais reúnem o “direito à identidade e à diversidade cultural, direito à participação na vida cultural, direito autoral e direito/dever de cooperação cultural internacional” (MINC, 2011, p. 30). No entanto, a análise dos trabalhos lega duas inquietações: (i) há fortes desigualdades no consumo cultural, que podem ser apenas parcialmente explicadas pela renda e que são reforçadas pela desigual distribuição do capital cultural e por barreiras simbólicas e (ii) as políticas culturais, por meio da ampliação da oferta de equipamentos culturais, não têm contribuído para maior acesso das classes de poder aquisitivo mais baixo.

Dessa forma, tem-se **como objetivo geral analisar as desigualdades de consumo nas regiões metropolitanas (RMs) brasileiras**, com base na Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de dois períodos: 2002-2003 e 2008-2009. Diante das transformações recentes na economia brasileira, sobretudo o aumento e distribuição da renda, bem como as transformações tecnológicas, tem-se como **primeiro objetivo específico avaliar a evolução da concentração dos gastos culturais, bem como verificar quais itens contribuíram para o aumento (redução) da concentração dos gastos domiciliares com cultura**.

Especificamente sobre as práticas culturais fora dos domicílios e da sua importância na facilitação do acesso aos espaços públicos da cidade, **o segundo objetivo específico consiste em analisar a relação entre a oferta de equipamentos culturais e os gastos com saídas culturais das famílias**.

Diante da escassez de trabalhos empíricos na área, que prejudica a reflexão e sugestão de políticas públicas em prol da democratização do consumo, espera-se contribuir com a área de conhecimento da Economia da Cultura com especificações metodológicas que a colocam como uma pesquisa inédita quanto à decomposição dos gastos culturais, bem como quanto a relação entre equipamentos culturais e consumo nas principais RMs do país. Espera-se ainda que essas evidências possam contribuir, em estudos futuros, para entender as relações entre consumo tradicional e outras formas de convívio cultural, como o “entrelaçamento entre a cultura e o lazer, ou seja, sobre a relação de concorrência entre as várias formas de uso do tempo livre” (BOTELHO, 2003, p. 18).

³ Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, Artigo 23, capítulos III, IV e V.

Em geral, ampara-se em metodologia de pesquisa de natureza quantitativa e qualitativa, cujas motivações e estratégias de pesquisa quanto à coleta de dados, fontes de informação e análise de dados estão em consonância com os objetivos específicos e são apresentadas nos respectivos capítulos que trazem os resultados (capítulos 3 e 4). Cabe ressaltar que a transversalidade requerida para análise de temas relacionados à cultura está sendo considerada, tanto quanto possível.

Dessa forma, a tese está dividida em quatro capítulos, sendo que o primeiro apresenta um panorama sobre a economia da cultura no Brasil. Apresenta-se, portanto, as delimitações conceituais, os fatos estilizados sobre o setor - com foco sobre a distribuição das empresas, mercado de trabalho e equipamentos públicos – e breve revisão das políticas públicas de cultura. O capítulo 2 apresenta as concepções teóricas sobre consumo cultural e a relação entre cultura e desenvolvimento das cidades, além dos principais trabalhos empíricos relacionados a temática da tese.

No capítulo 3, apresenta-se uma análise dos gastos culturais domiciliares a partir de sua distribuição espacial, dos itens de despesa, do perfil dos consumidores e da relação entre consumo cultural, renda e educação. Além disso, observou-se a evolução da concentração dos gastos culturais e de como os diversos itens contribuíram para o aumento (redução) dessa concentração nas RMs brasileiras, realizado através da decomposição do coeficiente de Gini, atendendo ao primeiro objetivo específico.

O capítulo 4 discute a relação entre a oferta dos equipamentos públicos culturais das RMs e gastos familiares com saídas culturais. Além de análises qualitativas, utiliza-se a estimação de um modelo hierárquico (multinível) de dois níveis (domicílios e RMs) no intuito de avaliar tanto os atributos familiares que se correlacionam com os gastos extradomiciliares, quanto se existe variabilidade entre as RMs decorrentes da oferta de equipamentos.

Em ambos os casos (capítulos 3 e 4), os gastos domiciliares referem-se aos microdados da POF 2002-2003 e 2008-2009. Por fim, tem-se as conclusões.

CAPÍTULO 1

A ECONOMIA DA CULTURA NO BRASIL

1.1 ECONOMIA DA CULTURA: DELIMITAÇÃO CONCEITUAL

O termo “criativo” começou a enquadrar as agendas políticas da Austrália e do Reino Unido nos anos 90 e, posteriormente, foi inserido nos debates acadêmicos com a publicação das obras de Richard Caves⁴, David Throsby (2002)⁵ e John Howkins⁶, bem como com seminário inédito sobre o tema, intitulado “*New Economy, Creativity and Consumption Symposium*”, realizado em Brisbane no ano de 2002⁷. Em razão da imaturidade da área de pesquisa, o próprio entendimento do que vem a ser economia da cultura, economia criativa, classe criativa e indústria cultural ainda são alvo de polêmicas⁸.

Assim, apesar de imprescindíveis para ações públicas, a tentativa de definir conceitos e terminologias comparáveis, bem como construção de indicadores culturais é recente, dificultando comparações estatísticas entre países e acarretando em diferentes valores monetários e importância econômica a depender dos limites utilizados (LINS, 2012, p. 1). Para Benhamou (2007, p. 22), “a interpretação das estatísticas de consumo cultural deve levar em conta a imprecisão das definições dos termos empregados e suas flutuações ao longo do tempo”.

No Brasil, a parceria entre o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e o Ministério de Cultura, em 2004, foi um marco no esforço para compilação de estatísticas culturais, que passam a ser publicadas periodicamente no Sistema de Informações e Indicadores Culturais (SIIC). As definições do SIIC para definição das estatísticas do setor cultural baseiam-se nos documentos: “*2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)*, que substitui a versão do Marco de Estatísticas Culturais da UNESCO (UIS), de 1986” (LINS, 2012, p. 2), além do *European Statistical System Network on Culture – EESnet - Culture*, do EUROSTAT 2011, e da *Cuentas satélites de cultura: manual metodológico para su implementación en Latinoamérica*, divulgado pelo Convênio Andrés Bello, em 2009.

⁴ “*Creative industries: Contracts between art and commerce*”, publicada em 2000.

⁵ Primeira publicação em 2001.

⁶ “*The creative economy: how people make money from ideas*”, publicado em 2001.

⁷ O termo indústrias criativas foi utilizado, pioneiramente, na Austrália, através do projeto ‘*Australia: Creative Nation*’ elaborado pelas autoridades culturais, mas ganhou visibilidade após a publicação do relatório ‘*UK’s Creative Economy*’ realizado pelo governo britânico, em 1998. (MATOS, PADILHA, CASTRO, 2009; REIS, 2011).

⁸ “the terminology ‘creative’ is politically agile. Creativity is universally seen as a positive characteristic: who wants to be un-creative? Moreover, creativity provides a positive ‘feel’ as against the ambivalence of ‘culture’ which carries with it suspicions of high culture and exclusion, as well as antipathy to business). Moreover, the term cultural industry always existed in tension with the ‘arts’.” (PRATT, 2008, p.13).

O Quadro 1.1 apresenta as atividades econômicas que se enquadram na indústria criativa, baseada na publicação da Firjan (2014), que se destaca pela agregação dos segmentos em quatro grandes áreas.

Quadro 1.1: Definição e atividades da indústria criativa

Setor	Definição	Atividades / segmentos
Indústria Criativa (Núcleo):	Formado pelas atividades profissionais e/ou econômicas que têm as ideias como insumo principal para geração de valor	Consumo: publicidade, moda, arquitetura, design
		Cultura: expressões culturais, patrimônio e artes, música e artes cênicas
		Mídias: editoriais e audiovisual
		Tecnologia: P&D, biotecnologia e Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC)

Fonte: FIRJAN (2014).

O próprio conceito de cultura assume diferentes sentidos a depender do aspecto de análise. No caso desta tese, adota-se o conceito de Throsby (2001), no qual o termo ‘cultura’ assume caráter funcional para denotar atividades realizadas por pessoas e produtos originários dessas atividades que detenham três características principais: envolvem algum tipo de criatividade na sua produção; relacionam-se a geração e comunicação a partir de significados simbólicos e podem envolver alguma forma de propriedade intelectual⁹.

1.2 FATOS ESTILIZADOS DO SETOR CULTURAL

O desempenho do setor criativo, por suas próprias características de intangibilidade dos ativos e forte inserção na Economia do Conhecimento, tem atraído atenção de governos e intelectuais em países desenvolvidos e em desenvolvimento. Considerando a delimitação de segmentos econômicos da Firjan (2014), o número de empresas cresceu de 148 mil em 2004 para 252 mil em 2013, representando um aumento de 69,1%, contra 35,5% do crescimento total dos estabelecimentos do país. Isso representa uma massa salarial de R\$ 126 bilhões, equivalente a 2,6% do Produto Interno Bruto (PIB) desse ano.

Como é próprio de setores intensivos em capital humano, a Tabela 1.1 mostra que o número de empregados formais do setor teve significativo crescimento de 90%, com destaque dos segmentos que não englobam atividades culturais, como os segmentos de consumo e tecnologia. A média salarial também apresentou crescimento, embora mais modesto, de 25,4%. Cabe ressaltar que os salários se diferenciam bastante conforme o segmento dentro do setor criativo, com as atividades do setor cultural marcadas pelas menores remunerações. Quanto a

⁹ Nesse aspecto, o autor exclui as inovações científicas: embora envolvam criatividade, não possuem valor simbólico de comunicação. Tal definição vai ao encontro da preocupação central dessa tese, que reside no setor de bens e serviços culturais, por si só, menos abrangente que o denominado setor criativo. Para mais detalhes sobre o debate das delimitações conceituais e a falta de adequação dos conceitos às realidades dos diferentes países, ver capítulo 1 da tese de Reis (2011) e Firjan (2008).

distribuição territorial dos empregos formais, tanto em 2004, quanto em 2013, os segmentos da cultura e mídia concentravam postos de trabalho nas regiões Sudeste e Sul (FIRJAN, 2014).

Outra característica do setor cultural é a acentuada informalidade do mercado de trabalho, não raro com o percentual de trabalhadores informais acima da média das ocupações. A partir de dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD), Silva (2007) mostra que, por exemplo, os postos de trabalho informais no segmento de artes plásticas atingiram 93,9% em 2001, artesanato 72,5%, músicos 91,1%, artes e espetáculos 86,3% e direção e produção artística 87%.

No que concerne aos gastos familiares com bens culturais, dados da POF 2002-2003 demonstram: (i) baixa participação no orçamento familiar, equivalente a 4% do total; (ii) coeficiente de concentração (0,575) entre as famílias maior do que a verificada para o consumo em geral (0,468); (iii) disparidades regionais, com o Sudeste respondendo por 58,9% dos dispêndios (SILVA, 2007). Mesmo quando se engloba o consumo gratuito, persiste a desigualdade de acesso dos bens culturais entre a população, ficando demarcada diferenças entre as classes de renda (MINC, 2009).

Tabela 1.1: Empregos formais e salários no setor criativo - Brasil, 2004 e 2013

Segmento	Empregos (em milhares)			Salários		
	2004	2013	Var. (%)	2004	2013	Var. (%)
Expressões culturais	18,30	22,50	22,7%	R\$ 1.146,00	R\$ 1.508,00	31,6%
Patrimônio e artes	10,20	16,40	60,9%	R\$ 2.880,00	R\$ 3.721,00	29,2%
Música	7,50	12,00	60,4%	R\$ 1.662,00	R\$ 2.216,00	33,3%
Artes Cênicas	7,20	11,20	54,9%	R\$ 3.047,00	R\$ 3.157,00	3,6%
Editorial	27,80	50,80	82,3%	R\$ 3.829,00	R\$ 3.794,00	-0,9%
Audiovisual	36,30	50,60	39,1%	R\$ 1.782,00	R\$ 2.363,00	32,7%
Consumo (publicidade, arquitetura, design e moda)	211,50	422,90	100,0%	R\$ 3.619,00	R\$ 4.653,00	28,6%
Tecnologia (P&D, TIC e biotecnologia)	150,90	306,10	102,8%	R\$ 6.688,00	R\$ 7.848,00	17,3%
Total indústria criativa	469,80	892,50	90,0%	R\$ 4.323,00	R\$ 5.422,00	25,4%

Fonte: FIRJAN (2014).

Tais desigualdades se estendem à oferta institucional de equipamentos culturais. Em 2009, somente 9,1% dos municípios possuíam cinema, 21,1% teatros ou salas de espetáculo, 23,3% museus e 93,2% bibliotecas. Nos meios de comunicação a situação é semelhante: provedores de internet, por exemplo, estavam presentes em apenas 55,6% das cidades e estações de rádio FM em 35% (IBGE, 2010a).

Em suma, tem-se como principais fatos estilizados do setor: (i) no âmbito da produção, o forte aumento do número de empresas, empregados e remuneração, com o segmento cultural apresentando remuneração abaixo da média e alta informalidade; (ii) no âmbito do consumo, forte concentração por localidade, renda e nível educacional e (iii) desigualdades espaciais de oferta de equipamentos culturais.

1.3 POLÍTICAS CULTURAIS RECENTES E FINANCIAMENTO PÚBLICO À CULTURA

Apesar das profundas mudanças no campo das políticas culturais nos anos 2000, as relações entre Estado e cultura deixaram um legado de desafios e enfrentamentos. Como apontado por Rubim (2013), a trajetória das políticas culturais foi marcada por três tristes tradições: (i) ausência: agenda cultural manteve-se fora do escopo desde os tempos de colônia até períodos recentes do século XX; (ii) autoritarismo: as maiores intervenções foram justamente nos períodos de governos autoritários, tanto através de repressão e censura, quanto de criação de entidades vinculadas à cultura¹⁰; (iii) instabilidade: descontinuidade das políticas, dos recursos financeiros, do corpo funcional e do próprio Ministério, vide sua criação tardia, em 1985, desmantelamento pelo Governo Fernando Collor (1990-1992) e recriação no Governo Itamar Franco (1992-1994).

Nos anos 1990, durante os dois mandatos de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), houve predomínio das políticas de incentivo fiscal – através das Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313/91), também conhecida como Lei Rouanet, e da Lei do Audiovisual (Lei nº 8.685/93) – legando as decisões dos investimentos culturais à iniciativa privada. As leis canalizaram montantes significativos de recursos para a cultura, que estimularam a reorganização do setor cultural, inclusive com a retomada do cinema nacional (SILVA, 2007).

Embora esse modelo de gestão ainda seja alicerce dos investimentos culturais, durante o Governo Lula e com o MinC sob o comando de Gilberto Gil (2003-2008) e Juca Ferreira (2008-2010), as políticas públicas de cultura avançaram sobretudo nos seguintes pontos: (i) abrangência: ampliação do conceito de cultura para além dos tópicos típicos de elites – altas artes – incluindo “outras modalidades de culturas: populares; afro-brasileiras; indígenas; de gênero; de orientação sexual; das mídias; das redes informáticas; das periferias etc.” (RUBIM, 2013, p. 233), assim como em termos de debate das políticas com a sociedade; (ii) sistematização das informações na cultura, cujo marco é a já mencionada parceria com o IBGE; e (iii) “a implantação e desenvolvimento do Sistema Nacional de Cultura (SNC)¹¹ e do Plano Nacional de Cultura (PNC)” (RUBIM, 2013, p. 234).

O PNC consiste em “um conjunto de princípios, objetivos, diretrizes, estratégias e metas que orientam a formulação de políticas culturais pelo poder público, nos diferentes níveis da

¹⁰ Desde esse período, as ações voltadas ao patrimônio têm sido as mais estáveis. A criação do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), atual IPHAN, ocorreu em 1937.

¹¹ Modelo de gestão direcionado à descentralização e democratização das políticas públicas de cultura, composto pelo MinC, órgãos gestores da cultura, conselhos de política cultural, conferências de cultura, planos de cultura, sistemas de financiamento à cultura, além dos agentes facultativos, tais como comissões intergestores, sistemas de informações e indicadores culturais, programas de formação na área da cultura, sistemas setoriais de cultura. (MINC, 2016). O SNC foi aprovado pelo Congresso Nacional em 2012.

Federação” (BRASIL, 2012 apud GRAEF et al., 2014, p. 208). Foi construído a partir do debate com a sociedade e sob a ótica da tridimensionalidade da cultura: simbólica, direitos e cidadania e econômica.

A análise de seus pressupostos e resultados foge ao escopo dessa tese, contudo, pode-se afirmar que, a partir de 2003 até os dias atuais, o MinC assume uma postura até então inédita na condução das políticas públicas de cultura. Isso inclui tanto a construção de diálogos com a sociedade, a exemplo do ineditismo das Conferências Nacionais de Cultura (2005-2010), quanto o rompimento da ‘triste tradição’ de instabilidade, a partir da aprovação do PNC pelo Congresso Nacional em 2010, embora a “articulação e sintonia fina entre PNC e SNC, nem sempre realizada, aparece como desafio neste horizonte¹²” (RUBIM, 2015, p. 13-14). O Quadro 1.2 apresenta as principais ações promovidas pelo MinC, com destaque para aquelas relacionadas à facilitação do acesso aos bens culturais.

Quadro 1.2: Principais programas e ações recentes promovidas pelo MinC

Política	Início da vigência	Objetivo
Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania - Cultura Viva	Portaria nº156 de 06 de julho de 2004 e Lei 13.018/2014	Promover o acesso aos meios de fruição, produção e difusão cultural, destinado às populações de baixa renda; estudantes da rede básica de ensino; comunidades indígenas, rurais e quilombolas; agentes culturais, artistas, professores e militantes que desenvolvem ações no combate à exclusão social e cultural.
Programa Cultura do Trabalhador - Vale Cultura	Aprovado em 2013, mas entra em vigor efetivamente em janeiro de 2014	Cartão magnético pré-pago no valor de R\$50 mensais para acesso de trabalhador (adesão voluntária) com vínculo empregatício (CLT) a bens culturais e mensalidade de cursos de artes.
Plano Nacional do Livro e Leitura – PNLL	Portaria Interministerial Nº 1.442, de 10 de agosto de 2006	Parceria entre os ministérios da Educação (MEC) e da Cultura (MinC) para assegurar e democratizar o acesso à leitura, ao livro, à literatura e às bibliotecas a toda a sociedade
Mais Cultura nas Universidades	2015	Parceria entre os ministérios da Educação (MEC) e da Cultura (MinC) para contemplar Instituições Federais de Ensino Superior com recursos para executar seus planos de cultura em prol da valorização e difusão das manifestações culturais entre as comunidades acadêmicas
Mais Cultura nas Escolas	Resolução PDDE/ FNDE nº 4 de 31/03/2014	Iniciativa interministerial, firmada entre os Ministérios da Cultura (MinC) e da Educação (MEC), com a finalidade de fomentar ações que promovam o encontro entre o projeto pedagógico de escolas públicas contempladas com os Programas Mais Educação e Ensino Médio Inovador e experiências culturais em curso nas comunidades locais e nos múltiplos territórios
Praças dos Esportes e da Cultura - PEC	Integra o Programa de Aceleração do Crescimento-PAC 2 no eixo Comunidade Cidadã, iniciado em 2010	Instalação de espaço físico que integre programas e ações culturais, práticas esportivas e de lazer, formação e qualificação para o mercado de trabalho, serviços sócio assistenciais, políticas de prevenção violência e inclusão digital, de modo a promover a cidadania em territórios de alta vulnerabilidade social das cidades brasileira

Fonte: MinC (2016).

No tocante à abrangência, ocorre concomitante ampliação geográfica das políticas - a exemplo dos editais para conveniar Pontos de Cultura, promovidos por todo território nacional – além da prática efetiva da adoção do conceito amplo de cultura. De acordo com Botelho (2007, p. 171), as ações do governo federal deslocam-se “do quase exclusivo universo das artes

¹² O Ministério teve sucesso quanto à adesão (necessária) dos estados e municípios ao SNC, porém, a indefinição das responsabilidades de cada um dos entes da federação, falta de recursos humanos e financeiros tem constituído um dos principais obstáculos à sua efetiva implementação (RUBIM, 2015).

para a consideração da cultura em sua dimensão mais abrangente, tendo como objetivo a cultura como direito e como cidadania”.

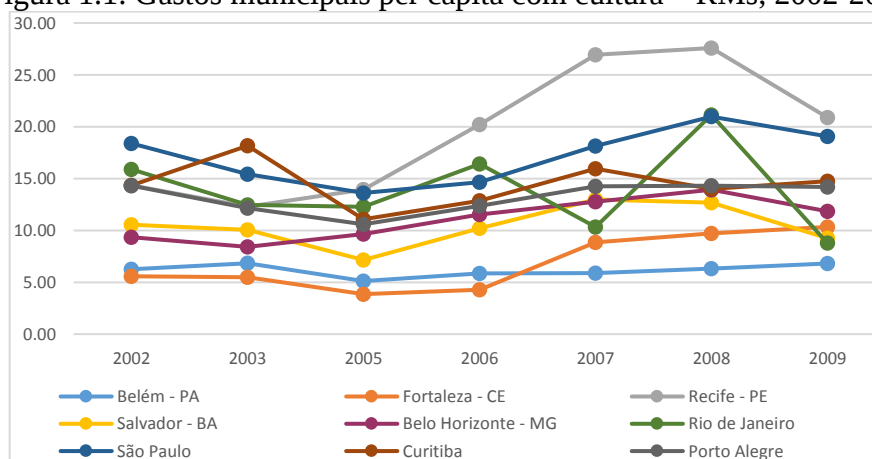
Apesar dos avanços recentes, as políticas públicas de cultura mantêm suas características de descontinuidade e baixos orçamentos. Em 2010, por exemplo, a participação das despesas culturais em relação aos gastos públicos totais, somando as três esferas de governo, foi de apenas 0,3%, contra 8,1% da saúde e 8,6% da educação (IBGE, 2013). Entre os entes federativos, os gastos municipais responderam por 44,5% do total em 2010, enquanto os gastos estaduais atingiram 34,9% e federais 20,5%.

Em relação as RMs, a Figura 1.1 mostra os gastos municipais culturais per capita entre 2002 e 2009. Percebe-se, em primeiro lugar, que os gastos apresentam variação, como é próprio de áreas em que não há orçamento fixo e que não são consideradas prioritárias. Em segundo lugar, a RM de Recife mostra-se com maior gasto per capita contra as usuais posições das RMs do Sudeste e Sul do país no ranking de consumo e oferta cultural.

O aumento acentuado dos gastos culturais na RM nordestina tem relação com as mudanças na condução da política cultural no período, que incluiu aumento brusco do orçamento, reformulação do Conselho de Cultura em relação às novas metas propostas decorrentes do desmembramento da Secretaria de Cultura, Turismo e Esportes e criação de uma secretaria específica de cultura. Nesse período,

a cultura foi colocada como fator estratégico pelo governo local. Esta atitude gerou uma reformulação da administração do setor com a implantação da Secretaria de Cultura, a fim de ampliar a atuação cultural na cidade, além de captar e gerenciar mais recursos. (NEPOMUCENO, 2010).

Figura 1.1: Gastos municipais per capita com cultura – RMs, 2002-2009



Fonte: FINBRA.

Nota: Valores corrigidos para o ano 2008 pelo IGP-DI.

Cabe ressaltar que a análise dos valores não evidencia eficiência de gastos e de execução das políticas culturais. No tocante a ações direcionadas ao acesso, principalmente nas capitais,

há ainda forte complementariedade entre gastos municipais e estaduais: muitos equipamentos públicos são da competência do governo estadual, como é o caso do Dragão do Mar em Fortaleza e, em Salvador, dos 11 teatros públicos pesquisados entre 2005-06, apenas um é municipal, enquanto oito são estaduais e dois federais (NUSSBAUMER et al., 2006).

Nos anos recentes, a severa redução dos recursos no primeiro mandato do Governo Dilma¹³ e a ausência de estratégias para enfrentamento das lacunas existentes na implementação das políticas para as artes, comunicação e cultura digital, colocaram o Ministério em “patamares que se imaginava estarem superados” (RUBIM, 2015, p. 28). Por outro lado, destacam-se as ações no campo articulado entre cultura e educação, economia criativa e alguns avanços nas políticas econômico-culturais, como Vale-Cultura, entre outras (ALVES, SOUZA, 2015).

Por sua vez, a manutenção de cerca de 80% dos recursos provenientes de incentivos fiscais prejudica a política de diversidade cultural, tendo em vista que as estratégias de marketing empresariais privilegiam projetos de apelo comercial. Reforça ainda a distribuição territorial desigual do mecenato, com os estados de São Paulo e Rio de Janeiro captando percentuais acima da sua participação no PIB nacional. Embora a participação desses estados tenha caído durante o primeiro governo Lula (SILVA, 2007), entre 1996 e 2006, a região Sudeste deteve 80% desses recursos (MINC, 2010).

Com os novos direcionamentos de intervenção, alguns programas já têm apresentado resultados econômicos diretos, como o Vale-Cultura. Alves e Souza (2015) apresentam alguns resultados do Vale Cultura, destacando seu impacto positivo no mercado editorial, visto que 75% dos gastos de 2014 foram destinados a livros. Outros, devido a seus vínculos com os costumes locais (Cultura Viva) e com a educação (Mais Cultura nas Universidade e Mais Cultura nas Escolas), têm potencial de transformar o padrão de consumo no sentido simbólico, deslocando o consumo cultural para além do entretenimento¹⁴ e voltado ao desenvolvimento pessoal (BOTELHO, 2007, p.180).

Em suma, percebe-se avanços principalmente no que tange as ações direcionadas à democracia cultural e ao rompimento das ‘tristes tradições’ apontadas por Rubim (2013). Contudo, dentre as principais críticas as políticas públicas, Botelho destaca que

Tais políticas levam em conta fundamentalmente os obstáculos materiais às práticas culturais, como a má distribuição ou a ausência de espaços culturais ou os preços elevados dos ingressos. Elas não atentam, no entanto, para outros fatores, tão decisivos quanto os citados e que não se reduzem à dimensão econômica ou “de

¹³ Gestão do MinC por Ana de Hollanda (2011-2012) e Marta Suplicy (2012-2014).

¹⁴ “[...] não é uma questão de demonizar o entretenimento [...] Quando o indivíduo tem uma relação com esses conteúdos simbólicos numa perspectiva de desenvolvimento pessoal, de algo que traga questões que o levem a buscar um desenvolvimento não no sentido de ‘vou me aperfeiçoar’, mas no sentido de estimular curiosidade, “eu quero saber mais coisas”. Isso é que é o grande desenvolvimento” (BOTELHO, 2006).

oferta”. Há distinções de formação e de hábitos no tecido da vida cotidiana que têm grande incidência sobre as práticas culturais (2007, p. 172)

Assim, para que tais avanços tenham efetivo impacto nos padrões de consumo da sociedade, as propostas atuais em linha com o conceito amplo de cultura deverão diferenciar a facilitação de acesso às manifestações artísticas tradicionais de democratização cultural¹⁵, pois “democratização cultural não é induzir a totalidade da população a fazer determinadas coisas, mas sim oferecer a todos a possibilidade de escolher entre gostar ou não de algumas delas” (BOTELHO; FIORE, 2004, p. 3).

Nesse sentido, Canclini (1999, p. 135) ressalta que

As políticas culturais mais democráticas e mais populares não são necessariamente as que oferecem espetáculos e mensagens que cheguem à maioria, mas as que levam em conta a variedade de necessidades e demandas da população. Nem as elites nem os setores, como revela a fragmentação de seus comportamentos, constituem uma massa homogênea.

Dessa forma, os próximos capítulos apresentam os padrões de consumo cultural nas principais RMs brasileiras nos anos 2000, discutindo as especificidades e determinantes do consumo cultural, enfocando as desigualdades espaciais e entre as diferentes classes de renda. Embora o objetivo não seja uma avaliação dos resultados das ações governamentais recentes, a análise da distribuição das despesas culturais contribui para encaminhamento das políticas públicas de cultura.

¹⁵ “[...] cultura todos nós temos. Ela pode ser muito precária, dependendo da formação de cada indivíduo, mas ela existe. Então, o que podemos falar, é em democratização de acesso a determinados bens culturais” (BOTELHO, 2006).

CAPÍTULO 2

CONSUMO CULTURAL E DESENVOLVIMENTO DAS CIDADES

2.1 INTRODUÇÃO

Os estudos na área da Economia da Cultura são marcados pela transversalidade e impossibilidade de análise que não seja multidisciplinar. A despeito da importância das atividades culturais para a economia, bem como desta última para sustentação direta ou indireta (subsídios) das diversas manifestações culturais, historicamente, o debate foi caracterizado por um abismo entre a Ciência Econômica e outras áreas das Humanidades.

A não adequação das questões culturais à ciência econômica e as visões sobre a passividade da função do seu consumo na sociedade tiveram como consequência a preocupação tardia de economistas acerca do tema. Produtores-artistas, vistos como possuidores de talentos naturais e escassos, bem como as atividades artísticas, consideradas lúdicas e improdutivas, compunham um tipo de ‘mercado’ que não estava subordinado a lógica microeconômica e não mereciam atenção dos economistas (BENHAMOU, 2007; MORAES, 2009c; PINHO, 2007)¹⁶.

Nas outras áreas de conhecimento, predominava a ideia de que a incorporação da economia no âmbito cultural descaracterizaria sua função primordial. Nesse contexto, o termo indústria cultural foi introduzido por Max Horkheimer e Theodor Adorno¹⁷, que apresentaram visão pessimista em relação à comercialização da arte e a sua reprodução em série (ADORNO, HORKHEIMER, 2002 apud MELO, 2008, p. 897¹⁸). Dentre os pioneiros a considerar positivo o lado econômico da cultura, tem-se Walter Benjamim (1980 apud MELO, 2008), que aponta as maiores possibilidades de acesso às obras, sobretudo o livro, a fotografia, o disco e o cinema.

Contudo, atualmente, a questão da oferta e do consumo cultural e suas consequências na formação do indivíduo, na transformação da sociedade e no desenvolvimento das cidades tem sido alvo de discussões em diversas áreas de conhecimento e, em particular, da Economia da Cultura. No intuito de embasar as análises empíricas dessa tese, o presente capítulo traz uma

¹⁶ Para os autores clássicos, a cultura ocupava uma posição marginal, vista como atividade improdutiva ou de lazer, visão compartilhada por Smith e Ricardo (BENHAMOU, 2007). Já Marshall afirmava que objetos únicos, caso dos bens culturais, não são passíveis de análise por não se subordinarem aos preceitos econômicos básicos (MORAES, 2009c). O termo cultura chega a aparecer nas obras de John Maynard Keynes e Karl Marx, mas não como objeto de análise (PINHO, 2007).

¹⁷ Na obra “*A indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas*”, publicada em 1947.

¹⁸ Para aprofundar a análise da contribuição adorniana na Economia da Cultura, ver Moraes (2009b).

revisão bibliográfica sobre consumo cultural, na seção 2.2, assim como o debate sobre a relação entre cultura e desenvolvimento das cidades, na seção 2.3.

2.2 CONSUMO CULTURAL

A discussão do consumo cultural está subdividida em três partes. Na subseção 2.2.1, apresenta-se a influência do capital cultural e do capital humano. Em seguida, na subseção 2.2.2, expõe-se as principais características dos bens e serviços culturais, assim como os principais argumentos da teoria econômica que justificam a existência de políticas públicas. Por sua vez, na subseção 2.2.3, traz-se uma revisão dos trabalhos empíricos acerca dos fatores que influenciam a participação cultural.

2.2.1 Consumo cultural, capital cultural e capital humano

O papel do capital cultural nas decisões de consumo dos indivíduos tem influenciado uma gama de trabalhos empíricos. Nesse aspecto, é importante apresentar os diferentes sentidos que o termo capital cultural assume para os autores que têm sido referência para a formulação das hipóteses testadas, particularmente, Pierre Bourdieu¹⁹, Stigler e Becker (1977)²⁰ e Throsby (2002).

A tardia preocupação dos economistas com o tema ‘cultura’ contribuiu para que uma das abordagens pioneiras acerca do consumo cultural tenha surgido na Sociologia, a partir das pesquisas empíricas e formulações teóricas de Pierre Bourdieu, que atrelou capital cultural e consumo cultural com as hierarquias existentes entre as classes sociais. Para o autor, o “gosto” é formado a partir de aspectos ligados à trajetória do indivíduo, tais como educação formal e educação dos pais, bem como a sua (ex)inclusão em determinado grupo social.

Então, as preferências por determinados tipos de bens culturais não ocorrem de forma natural (sensibilidade inata), ao contrário, refletem o fato dos indivíduos pertencerem a um grupo social que valoriza determinados tipos de atividades culturais (*status*), sobretudo no caso do consumo da ‘alta cultura’²¹. Dessa maneira, dado que as relações sociais e educativas dos agentes são responsáveis pela formação do ‘capital cultural’ dos indivíduos, os ‘gostos’ reproduzem as demais desigualdades sociais (BOTELHO, FIORE, 2004; MORAES, 2010; NOTTEN et. al., 2015).

¹⁹ As investigações do autor sobre consumo cultural na França nas décadas de 60 e 70 foram publicadas na obra “*A distinção: crítica social do julgamento*”, em 1979.

²⁰ O artigo intitulado “*De Gustibus Non Est Disputandum*” foi publicado na *The American Economic Review*, em 1977.

²¹ As práticas eruditas coletivas, tais como museus, concertos musicais, espetáculos de teatro e óperas.

À luz da teoria econômica, o pioneiro trabalho de Stigler e Becker (1977) apresenta um modelo microeconômico para o consumo cultural, no qual o consumo presente afeta positivamente a demanda futura dos indivíduos e, portanto, ao contrário da maioria dos bens, os culturais possuem utilidade marginal crescente. Assim, mantém-se a hipótese de racionalidade e justifica-se porque “a utilidade marginal só diminui quando se trata de um consumo isolado” (BENHAMOU, 2007, p. 29).

Assim, o gosto pelo bem cultural relaciona-se ao estoque de capital cultural²², que, por sua vez, é parametrizado tanto pela exposição prévia aos bens consumidos – faz uma comparação análoga com o consumo que induz ao vício – quanto pelo estoque de capital humano (BANHAMOU, 2007; MORAES, SAMPAIO, 2010). Dessa forma, os autores explicam que existe um *trade-off* entre tempo e consumo cultural que são contraditórios, já que o aumento do estoque de capital humano de um determinado indivíduo eleva sua remuneração salarial e, conseqüentemente, seu custo de oportunidade para o consumo cultural. Contudo, simultaneamente, também cresce o ‘prazer cultural’, pois

[...] consumo cultural requer uma certa formação, habilidades, coisas que foram forjadas ao longo de um processo de aprendizagem: quanto mais o consumidor escuta música, mais refina o nível de sua audição, e ao mesmo tempo mais aumenta o prazer obtido numa hora dedicada à música” (BENHAMOU, 2007, p. 31).

Finalmente, cabe apresentar o conceito de capital cultural proposto por Throsby (2002). Em conformidade com o conceito de cultura do autor, apresentado na seção 1.1, capital cultural é definido como um “ativo que incorpora, armazena ou fornece valor cultural, além de qualquer valor econômico que possa possuir [tradução nossa]” (p. 46). Dessa forma, o autor acrescenta mais um sentido ao termo ‘capital’ na Teoria Econômica, além dos usuais desígnios capital ‘físico’, ‘humano’ e ‘natural’. O capital cultural pode ser dividido em tangível, aquele medido e criado pelo homem, e intangível, referente as ocorrências intelectuais. Por sua vez, embora tenham sentidos diferentes, valor econômico e valor cultural podem estar relacionados, como no caso de um prédio histórico, cujo valor econômico aumenta em virtude do seu valor cultural.

Diversos estudos empíricos tem testado a influência do capital cultural no consumo cultural. Em conformidade com os objetivos da tese, a designação de capital cultural nesse trabalho refere-se ao sentido proposto por Bourdieu, salvo quando apontado em contrário. Nessa direção, Notten et al. (2015) observou que práticas coletivas se relacionam mais ao pertencimento a uma determinada classe de renda (hipótese de *status* social de Bourdieu),

²² Cabe ressaltar que Stigler e Becker não usam o termo ‘capital cultural’ no artigo clássico, mas sim as designações ‘capital do consumo’, ‘capital da música’ [tradução nossa], que ao ser estendido para outros itens culturais tem sido expressado dessa forma pelos trabalhos que o seguiram (STIGLER, BECKER, 1977).

enquanto práticas individuais, como leitura, se relacionam com as habilidades cognitivas do indivíduo (hipótese da influência do capital humano de Stigler e Becker).

Por sua vez, com intuito de testar a influência do capital humano no consumo, Amestoy (2009, p. 98) apresentou um modelo binomial negativo para caracterizar o comportamento de diferentes subpopulações, concluindo que

el capital humano disponible determina más la probabilidad de participar en la actividad que la frecuencia con la que el individuo asiste a esa actividad cultural. Así, hemos encontrado evidencia de que las variables de formación propia (siempre las de educación formal y alguna de las de educación específica en las artes) reducen la probabilidad de pertenecer al grupo de la población que nunca asiste a cada una de estas actividades culturales.

No México, os estudos de Mantecón (2009) e Canclini (1999) sobre práticas de consumo cultural procuraram ainda entender a falta de interesse das camadas populares pela cultura erudita. Considerando o consumo como um “conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos” (CANCLINI, 2009, p. 77), Canclini observou que

[...] a falta de interesse de setores populares em exposições de arte, teatro ou cinema experimentais não se deve apenas ao fraco capital simbólico de que dispõem para apreciar estas mensagens, mas também à fidelidade aos grupos em que se inserem. Dentro da cidade, são seus contextos familiares, de bairro e de trabalho, os que controlam a homogeneidade do consumo, os desvios nos gostos e nos gastos (2007, p. 85).

Por sua vez, Mantecón (2009) também destaca as barreiras decorrentes do capital cultural – no sentido de Bourdieu - como impeditivas do consumo, que criam o que ela denominou de ‘não públicos da cultura’, isto é, aqueles que sentem que não são eleitos para esses tipos de atividades.

Pareciera que eligen no relacionarse con estas ofertas porque no les gustan, cuando en realidad, como ha mostrado Pierre Bourdieu, el gusto representa maneras de elegir que no son elegidas. Si bien se muestra como la manifestación aparentemente más libre de los sujetos, el gusto es el modo en que la vida de cada uno se adapta a las posibilidades ofrecidas por su condición de clase y que además clasifica socialmente. Al relacionarse con las ofertas culturales, los públicos –provenientes de grupos y clases sociales diferentes– se apropian de elementos que son frecuentemente utilizados como instrumentos de diferenciación social y de identificación colectiva en oposición a otros segmentos. Cuando el aprendizaje es efectuado en la familia y perfeccionado por la escuela, a lo largo de ese prolongado proceso se van borrando las huellas de su adquisición, se generan efectos profundos y durables que se van haciendo cuerpo, los cuales brindan tal soltura y naturalidad que ocultan su génesis, y lo que se muestra como efecto de las diferencias de “gusto” lo es en realidad de las diferencias en los modos de adquisición del capital cultural. (MANTECÓN, 2009, p. 92).²³

Assim, as práticas culturais extrapolam o uso do tempo livre e consistem em forma de reprodução das desigualdades através da transmissão do capital cultural pela família e pela escola (MANTECÓN, 2009). A depender do ponto de vista, os aspectos das práticas culturais

²³ A autora enumera uma diversidade de barreiras, entre estas, as simbólicas, mencionadas na subseção 2.3.2.

relacionados ao capital cultural e humano podem dar origem a vários argumentos a favor das políticas públicas voltadas ao consumo, mas não se inserem dentre os principais fundamentos econômicos que justificam a intervenção governamental. Estes últimos são apresentados na próxima subseção, enquanto as questões interdisciplinares são, em parte, discutidas na subseção 2.3.2.

2.2.2 Fundamentos econômicos das políticas culturais

No campo da teoria econômica, em geral, a discussão sobre intervenção governamental perpassa pela avaliação dos benefícios das políticas culturais a partir da ótica da existência de falhas de mercado, decorrentes das características intrínsecas dos bens culturais.

Dentre os pioneiros no estudo pelo lado da oferta, Baumol e Bowen (1966 apud MORAES, 2009a) examinam o mercado de artes performáticas nos Estados Unidos e, após longa pesquisa nos anos 1960, citam o problema da produtividade como uma especificidade do setor responsável pela sua dependência financeira em relação ao Estado. O argumento da ‘fatalidade dos custos’, isto é, do aumento persistente dos custos dos espetáculos, decorrente do aumento dos salários, acompanhado da impossibilidade de repassar tais custos ao público (demanda elástica), tem sido ainda forte justificativa para subsídios nesse segmento.

Por sua vez, a natureza do bem cultural é muito próxima a bens públicos, pois o consumo por um indivíduo não exclui a possibilidade de outro também usufruir, “salvo em caso de aglomeração de público ou saturação de oferta” (BENHAMOU, 2007, p. 149). O caráter de não-rivalidade dificulta que o ofertante cobre pelo uso do bem e induz comportamento de “passageiro clandestino” por parte da sociedade, que deve ser corrigido através do pagamento de impostos e da manutenção desses bens culturais pelo Estado.

Por sua vez, as externalidades positivas conduzem para que a produção oferecida pelo mercado cultural seja, em geral, menor que a desejável (nível ótimo), como ocorre com outros bens, tais como educação, bens ambientais e tecnologia. (PORTUGAL et al., 2007). No caso da cultura, Benhamou (2007) cita a importância particular da geração de renda decorrente de eventos culturais ou do turismo motivado por patrimônio histórico, museus, etc.

A frequente concentração da oferta e a alta assimetria de informação entre investidor e consumidor também geram ineficiência e requerem regulamentação (PORTUGAL et al., 2007). Essa assimetria de informação que envolve as características dos bens culturais faz com que os custos de informação sobre os mesmos sejam altos e, logo, o consumidor tende a reduzir seus custos delimitando a escolha a partir de um subconjunto de bens, tais como lugar de compra, sistema de aquisição, coleção ou sob influência de crítica especializada (BENHAMOU, 2007).

Além disso, a transformação social através da cultura, a necessidade de preservação de patrimônio cultural para gerações futuras e a necessidade de reduzir as desigualdades de acesso à cultura também são argumentos para existência de políticas públicas de cultura (BENHAMOU, 2007).

2.2.3 Participação cultural: revisão empírica

Mesmo nos países desenvolvidos, as práticas culturais repetem a inércia das divisões sociais, fazendo com que existam mais semelhanças do que diferenças entre as diferentes localidades. Particularmente na Europa, Benhamou (2007) observou altas desigualdades de consumo, sobretudo quando se trata das práticas coletivas e domésticas e, ainda mais acentuadas, quando se trata da ‘alta cultura’. Os espetáculos ao vivo, por exemplo, estão entre as mais elitizadas das práticas culturais.

Dessa forma, quais fatores influenciam o consumo cultural? No que tange ao papel dos preços, em geral, os bens culturais têm elasticidade preço fraca para artes e espetáculos e mais forte para bens culturais industriais (BENHAMOU, 2007). Nos estudos sobre demanda de bens culturais, Ringstad e Løyland (2006) encontrou que livros são bens de luxo para as famílias norueguesas. Fernández, Maldonado e Luque (2008) calcularam as elasticidades preço da demanda na Espanha e auferiram que a maior parte dos bens se enquadram nessa categoria. No Brasil, Machado, Menezes e Diniz (2011) usaram os dados das POFs 1996-1997 e 2002-2003 para estimar a “correlação da probabilidade dos gastos em cinema nos anos de 1996-1997 por meio da equação de dispêndio por cinema em 2002-2003” (p. 36) e encontraram que cinema é um bem normal.

No âmbito dos fatores sócio demográficos, destacam-se principalmente o papel da renda, nível de escolaridade, etnia, gênero e estrutura familiar. Cabe ressaltar que todos os estudos consultados encontram evidências acerca da influência da renda e da educação, sendo estas positivamente correlacionadas com qualquer tipo de consumo cultural. No entanto, as características dos indivíduos ou famílias afetam de forma diferenciada os múltiplos tipos de participação cultural, sobretudo comparando práticas domiciliares e extradomiciliares.

Por exemplo, no caso da estrutura familiar, ter filhos crianças afeta positivamente os gastos com leitura (RINGSTAD, LØYLAND, 2006) e, concomitantemente, reduzem a probabilidade de realizar práticas extradomiciliares, tais como frequentar espetáculos de artes performáticas (QUINTERO, MARTOS, 2012). Em complemento, Yamamura (2014) testou a hipótese de que crianças influenciam a alteração dos hábitos no Japão, mediante o caso do consumo de um produto incompatível com a geração dos pais (*anime*). Verificou que casais

com crianças menores do que 12 anos tendem a gastar com esse tipo de bem cultural para acompanhar os filhos, já que eles não podem ir sozinhos ao cinema.

A etnia, idade e cônjuge são fatores nem sempre relevantes para o consumo. Dentre aqueles que apresentaram significância estatística, Quintero e Martos (2012) observaram que ser negro reduziu a probabilidade de participar de artes performáticas na Colômbia no ano de 2008, ao mesmo tempo em que ter cônjuge aumentou a frequência nessas atividades. Por sua vez, em diversos trabalhos, mulheres apresentam correlação positiva tanto com gastos domiciliares (RINGSTAD, LØYLAND, 2006), quanto com dispêndios realizados fora da residência (AMESTOY, 2008; QUINTERO, MARTOS, 2012).

No caso do Brasil, a principal base de dados para esses estudos é a POF. No que tange aos trabalhos econométricos que utilizaram a POF para analisar o comportamento dos gastos domiciliares nas RMs, tem-se Diniz e Machado (2011), que utilizaram um modelo *Censored Least Absolute Deviations* para os gastos diretos no período 2002-2003; Pagliotto e Machado (2012), que analisaram os gastos extradomiciliares a partir dos dados de 2002-2003 e 2008-2009; e Machado, Menezes e Diniz (2011), que estimaram a demanda por cinema através das pesquisas de 1996-1997 e 2002-2003.

As características que se seguem foram estatisticamente significantes quanto à influência no consumo cultural domiciliar no Brasil: chefe ser do sexo feminino aumenta a chance de gastar (DINIZ, MACHADO, 2011; MACHADO, MENEZES, DINIZ, 2011; PAGLIOTO, MACHADO, 2012); raça não branca tem relação inversa com despesas (PAGLIOTO, MACHADO, 2012) e existência de filhos crianças reduz os gastos fora da residência (PAGLIOTO, MACHADO, 2012)

Especificamente testando a hipótese de Stigler e Becker sobre vício positivo (ou utilidade marginal crescente) do consumo cultural, Machado, Menezes e Diniz (2011), através de um pseudopainel²⁴, observaram que a probabilidade de consumo de cinema é maior para aqueles indivíduos que já consumiram no passado. Pagliotto e Machado (2012, p. 703) encontraram as mesmas evidências para gastos extradomiciliares, a partir da “uma proxy que mede a incidência de gasto com educação artística e instrumentos musicais, indicando complementaridade entre consumo passado e presente”.

A partir da POF, destacam-se ainda as investigações de Alves e Souza (2012), Earp (2009), Earp, Paulani (2014), Silva (2007) e Silva, Araújo e Souza (2007). Em comum, evidenciam que o consumo de artes é concentrado por classe econômica, nível educacional e

²⁴ Combinação de duas bases de dados distintas, nesse caso, as POFs 1996-1997 e 2002-2003, através de coortes (grupos) de observações construídos por características de interesse.

localização geográfica. Como a despesa cultural está intimamente relacionada com a escolarização, isto é, os bens culturais que exigem maior capacidade intelectual são restritos às famílias de renda mais alta. Segundo Silva, Araújo e Souza (2007, p. 126),

Todas as classes valorizam muito os bens audiovisuais, a televisão em particular. As classes A/B e C consomem, em seguida, a microinformática, a leitura e os bens da indústria fonográfica. Nesse último caso, o consumo da classe C já é tão importante quanto o da leitura. Finalmente, as classes A/B se distinguem da C por priorizarem o consumo de espetáculo vivo e as artes. As classes D/E desfrutam de outro padrão de consumo. Seu segundo maior gasto depois de audiovisual é com bens da fonografia, depois leitura, “outras saídas”, microinformática e, finalmente, espetáculo vivo, artes e cinema. Portanto, o consumo aqui é pouquíssimo direcionado aos bens das belas-artes e letras, com ligeira exceção aos conteúdos da mídia impressa a que têm acesso.

Os levantamentos sobre consumo gratuito no Brasil são escassos e recentes, mas pode-se afirmar que os hábitos culturais das diversas cidades, em geral, têm em comum o alto número de indivíduos que nunca participaram de atividades eruditas, ainda que gratuitas, em comparação às práticas domésticas e populares (LEIVA, 2014; PORTO ALEGRE, 2015). Estudos que mapearam públicos de equipamentos específicos chegam a resultados semelhantes, averiguando que a maior parte dos frequentadores tem elevado nível educacional e renda (FREITAS, BARBALHO, 2011; GONDIM, 2011; LEOCADIO et al., 2014)²⁵. A baixa participação em eventos gratuitos dessa natureza mostra que os fatores monetários não explicam, por si só, a existência dos ‘não públicos da cultura’, em conformidade ao exposto por Mantecón (2009).

No que tange aos contextos espaciais, é escasso na literatura evidências empíricas de como as características das diferentes localidades exercem influência sobre o consumo familiar. Pawlowski e Pawlowski (2010), em estudo sobre demanda na Alemanha, mostraram que fatores ligados a preferências e oportunidades de lazer disponíveis (baseadas na oferta) exercem ampla influência. Destacaram diversas variáveis referentes as cidades que afetam o consumo, tais como o tamanho e tipos de cidades (urbana/rural) e custos de transportes (através da variável “grau de urbanização”).

Dos trabalhos que comparam participação em atividades culturais entre países, pode-se mencionar Falk e Katz-Gerro (2016), que estimou um modelo multinível probit ordenado para 24 países europeus, com o objetivo de identificar as características dos frequentadores de museus, galerias de arte, visitantes de sítios históricos e arqueológicos no ano de 2006. As principais características dos indivíduos que influenciaram a participação nas atividades mencionadas foram renda, educação e status profissional, sendo que o “capital humano é mais

²⁵ Uma discussão mais ampla acerca dos públicos desses espaços é realizada em comparação aos resultados do capítulo 4.

importante que o capital econômico como condutor das desigualdades culturais” [tradução nossa] (FALK, KATZ-GERRO, 2016, p. 146).

Apesar da alta diferença na probabilidade de frequentar museus e acessar sites históricos entre os países, os autores encontraram que a influência da renda per capita e da educação variou pouco, embora tenham sido menores para o grupo de países mais ricos. Com isso, os autores concluíram que diferentes contextos de políticas culturais implementadas (provedora das artes em contraposição a reprodutora das distinções) não amenizam as desigualdades.

Já Notten et al. (2015) estimou um modelo multinível de dois níveis da frequência em atividades culturais para 18 países para testar as hipóteses da influência do status social (capital cultural) e das habilidades cognitivas (capital humano)²⁶. Dada a dificuldade de isolar capital cultural e capital humano, pois nível educacional e ocupação profissional são ambos correlacionados com classe social, os autores utilizaram como proxy das habilidades cognitivas dos indivíduos (características de primeiro nível) as práticas de leitura e, logo, anos de educação como proxy do status.

Nos países (segundo nível), o objetivo foi testar como a diferença entre grau de desenvolvimento da educação e mobilidade intergeracional afetam a relação entre status, habilidades cognitivas e consumo cultural das ‘altas artes’. Os resultados confirmaram as seguintes hipóteses: que a variável status nas decisões de consumo é menos importante em países com maior nível educacional, assim como em países com maior mobilidade social²⁷. Por sua vez, a mobilidade intergeracional não influencia a relação entre as habilidades de leitura e participação cultural. O estudo “sugere que reduzir a desigualdade educacional resulta em menor desigualdade em outros domínios [tradução nossa]” (NOTTEN et al, 2015, p. 197).

Não foram encontrados estudos semelhantes para comparar diferentes localidades do território brasileiro a partir dos fatores contextuais em linha com os dois últimos trabalhos mencionados, que inclusive utilizaram método econométrico análogo ao utilizado nessa tese. No entanto, alguns trabalhos no país têm encontrado relação entre desenvolvimento regional e cultural, amenidades e gastos das famílias, cuja temática é abordada na próxima seção²⁸.

²⁶ Ver subseção 2.2.1.

²⁷ Mobilidade social foi medida a partir da proporção de filhos com maior grau de escolaridade que seus pais. Espera-se que a importância do status para o consumo de ‘alta cultura’ seja menor para indivíduos que não cresceram em ambiente que valorizam essa prática.

²⁸ Ver subseção 2.3.3.

2.3 CULTURA E DESENVOLVIMENTO DAS CIDADES: POLÍTICA CULTURAL PARA QUEM?

A não viabilidade econômica de grande parte dos serviços culturais, juntamente com a visão que consagra a importância da preservação de identidade nacional e do direito à cultura, faz com que os subsídios às “artes” sejam praticados em diversos países. Porém, são diversas (e divergentes) as abordagens sobre o papel do Estado como propulsor do setor cultural. Afinal, por que a oferta cultural importa? Dessa forma, nessa seção discute-se a relação entre cultura e desenvolvimento das cidades, bem como os diferentes desencadeamentos acerca da implementação de políticas culturais. Em especial, como facilitam ou dificultam a inclusão de pessoas de baixa renda no consumo cultural.

No campo da teoria econômica, em geral, a discussão perpassa pela análise das externalidades positivas dos investimentos públicos em cultura e a sua capacidade (ou não) de exceder os custos de intervenção. Alguns autores colocam a questão sob o ponto de vista da importância das amenidades culturais e de consumo para atração de capital humano e, conseqüentemente, das decorrentes externalidades que contribuem para o crescimento econômico das cidades, como visto na subseção 2.3.1.

Outros discutem a inclusão da cultura nos projetos urbanos de revitalização e dinamização de regiões e municípios, enfocando para além da sua função econômica, seu papel no âmbito social. Por sua vez, sob a ótica do direito à cultura e acesso à cidade, as políticas culturais também são importantes no processo de fortalecimento da cidadania. Tais visões são abordadas na subseção 2.3.2.

2.3 Amenidades culturais e crescimento das cidades

Diversos autores da área de Economia Regional e Urbana vêm procurando demonstrar a relação entre amenidades culturais e desenvolvimento das cidades, cujas teses mais conhecidas são as de Edward Glaeser e Richard Florida.

Glaeser enfoca a importância das amenidades de consumo em geral em detrimento da produção como indutor de crescimento econômico, as chamadas cidades consumidoras (GLAESER, 2011; 2005; GLAESER et al., 2001; GLAESER, MARÉ, 1994). O argumento baseia-se na tese de que, devido à aglomeração de indivíduos com alto nível de capital humano, em geral, a renda média da população nessas localidades tem crescido mais que a média dos salários, bem como tem apresentado taxas mais altas de crescimento populacional em

comparação ao crescimento do emprego²⁹. Englobam-se os casos de São Francisco e Londres, como cidades para consumo, e o caso de Paris, cujo fator de atração de pessoas consiste nas amenidades estéticas.

Os autores apresentam que nas grandes cidades modernas são observadas quatro amenidades principais: (i) diversidade de bens de consumo e serviços, com os últimos particularmente importantes para o município – restaurantes, teatros, etc. – já que são não comercializáveis fora do local; (ii) conjunto de atributos estéticos e físicos, que podem estar relacionados a aspectos naturais ou arquitetônicos; (iii) serviços públicos essenciais, tais como escolas públicas de qualidade e baixa taxa de criminalidade; e (iv) velocidade, que consiste em uma ‘amenidade virtual’ relacionada ao tempo de deslocamento dentro do município (*commuting costs*)³⁰.

Richard Florida (2002; 2003), por sua vez, relaciona o sucesso das cidades com a presença da classe criativa³¹. Sua hipótese consiste em dois argumentos principais: (i) que pessoas talentosas e criativas têm maior capacidade de contribuir para inovação e, conseqüentemente, crescimento econômico; (ii) que tais tipos de indivíduos – muitos ligados as atividades intensivas em tecnologia - buscam locais ricos em amenidades naturais e culturais.

Dado que o espaço não é neutro e exerce influência na decisão locacional, já que as diferentes classes de indivíduos não estão distribuídas uniformemente (e nem aleatoriamente) e que as pessoas não buscam apenas empregos na escolha da habitação, o que faz com que alguns lugares se tornem destino da classe criativa? Florida (2003) afirma que os centros criativos são regiões que apresentam características específicas, cujos atributos são de interesse de indivíduos pertencentes à classe criativa. Dentre esses atributos, destacam-se as amenidades relacionadas ao estilo de vida, que incluem possibilidades de atividades esportivas e culturais, além de relações sociais. Nesta última, a tolerância tem papel fundamental e pode ser observada através da identificação de lugares com baixas barreiras à entrada de pessoas³².

²⁹ A redução do custo de ideias vincula-se a aglomeração de pessoas no espaço – *spillovers* de conhecimento. O conseqüente aumento de produtividade da área urbana tem origem, portanto, na qualificação dos trabalhadores.

³⁰ Dentre exemplos de políticas governamentais executadas com tais propósitos, pode-se citar cidades de médio porte do Canadá, que têm investido em amenidades culturais como fator de atração de migrantes, particularmente importante para o crescimento em um país com baixa taxa de natalidade e alta taxa de envelhecimento. Grant e Buckwold (2013) apresentam o caso de Halifax, um município de cerca de 372 mil habitantes em 2006, e que apresentava alta participação relativa de imigrantes que atuavam profissionalmente na área da cultura.

³¹ Classe criativa é um conjunto de pessoas que se engajam em funções profissionais cuja criação tem papel central e pode assumir formas diversas. (FLORIDA, 2002, p. 4).

³² Economists speak of the importance of industries having "low entry barriers," so that new firms can easily enter and keep the industry vital. Similarly, I think it's important for a place to have low entry barriers for people---that is, to be a place where newcomers are accepted quickly into all sorts of social and economic arrangements. (FLORIDA, 2002, p. 7).

Em termos de implicações de políticas, para o autor, cidades cujos governos investem milhões em estádios e em medidas de atração de grandes lojas varejistas estão “presas ao passado”. Ao não realizar investimentos em amenidades de estilo de vida, as ações serão ineficientes para atrair jovens talentosos, sobretudo para as pequenas e médias cidades que dependem de fluxos migratórios para seu desenvolvimento.

Em oposição ao papel central dos consumidores culturais no desenvolvimento atribuída pelos autores mencionados, Markusen e King (2003) e Markusen (2013), enfatizam a importância da própria classe cultural. Comparam a função dos artistas para o desenvolvimento regional ao dos bens públicos³³, uma vez que contribuem não somente a partir dos fluxos de renda atuais, mas também através dos retornos para a região em virtude de investimentos passados, sobretudo em infraestrutura.

Por sua vez, uma das principais críticas ao modelo de Glaeser é apresentada em Stoper e Scott (2009) e está vinculada especialmente a dois aspectos. O primeiro refere-se ao problema para identificar as preferências dos indivíduos que vivem nas grandes cidades, atribuindo às amenidades de consumo como fator central de atração de habilitados, sem mensurar se essas preferências são reais. Em segundo lugar, contrapõem-se as conclusões sobre mudança nas preferências dos indivíduos mais talentosos, que teriam passado a valorizar mais as amenidades de consumo em detrimento de residir em cidades de temperaturas mais amenas, provocando crescimento populacional nos centros consumidores. Nesse sentido, Stoper e Scott (2009) apresentam diversos exemplos de fluxos migratórios e crescimento populacional, em diversos períodos do século XX nos Estados Unidos, que não apresentam nenhuma relação com o clima.

Dentre as principais críticas ao modelo de Florida, podem-se citar os textos de Glaeser (2005) e de Stoper e Scott (2009). Ambos os trabalhos apontam que não foram encontradas evidências empíricas da relação entre os índices de diversidade e tolerância – Gay e Bohemian³⁴ - e crescimento urbano, o que fragiliza a tese de Florida sobre cidades com baixas barreiras à entrada de pessoas, atração de classe criativa e sua contribuição no desenvolvimento local. Glaeser (2005) concorda sobre a crescente importância da classe criativa na economia, porém, discorda sobre o ineditismo da ‘teoria da classe criativa’ em relação ao *mainstream* da Economia Urbana, já que não avança teoricamente do consenso de que capital humano precede o sucesso das cidades³⁵. Por sua vez, Stoper e Scott (2009) apontam que, ao contrário da maioria

³³ “Artists as potential entrepreneurs bring strengths and deficits to enterprise development that differ from other types of entrepreneurial candidates (...) scientists, engineers” (MARKUSEN, 2013, p.3).

³⁴ Apresentado em Florida (2002).

³⁵ A saber: a ideia de criação de conhecimento de Adam Smith; a geração e difusão de ideias em áreas urbanas de Alfred Marshall; a criatividade em área urbanas de Jane Jacobs e a nova teoria do crescimento de Paul Romer.

das teorias sobre inovação, Florida não discute os canais que estimulam e possibilitam a interação entre os agentes.

Stoper e Scott (2009) ainda acrescentam que Glaeser e Florida subestimam a importância do trabalho de baixa qualificação para manter o sistema urbano em operação, sobretudo que trabalhadores de alto e de baixos salários são complementares para a emergência da nova economia nas maiores cidades

The emerging new economy in major cities has been associated with a deepening divide between a privileged upper stratum of professional, (...) on the one side, and a mass of low-wage workers—often immigrant and undocumented—on the other side. (...)The low-wage segment of the labor market is itself one of the critical foundations of urban life today and hence of current patterns of growth, not only because workers in this segment carry out basic production activities such as electronics assembly or garment making, but also because this is the sphere of the janitors, security guards, transport workers, short-order cooks, child-minders and so on, who maintain the networks, infrastructures and services that help to keep the entire urban system in operation (STOPER, SCOTT, 2009, p. 164).

Consequentemente, tais teses, sobretudo a de Florida, induzem a sugestões de políticas que aumentariam hiato entre as classes sociais, levando a uma segmentação do mercado de trabalho e afetando a qualidade da cidadania e participação política. Por fim, Stopper e Scott (2009) afirmam que ambas as teses deixam em aberto a maior questão sobre o progresso das cidades: a identificação das forças que levam ao processo de crescimento e desenvolvimento urbano na sua origem, ou seja, o que levou ao agrupamento de indivíduos habilitados em determinadas regiões.

At what point do individuals recognize a place as offering this or that amenity, and at what point does such recognition begin to spark off growth? How does a sufficient concentration of skills offering an effective opportunity for interaction emerge in the first place? More crucially, how and why do specialized accumulations of highly skilled individuals (such as actors and directors in Hollywood, or semiconductor engineers in Silicon Valley) come to characterize individual places—as opposed to accumulations of randomly assorted members of the creative class? (STOPER, SCOTT, 2009, p. 153).

Nesse sentido, os autores consideram que são a produção e os postos de trabalho que dirigem a prosperidade urbana e, somente a partir daí é que surgem as amenidades sociais, culturais, materiais e econômicas. Tais amenidades são endógenas ao crescimento urbano e não causadoras desse processo e, sendo assim, é com relevância marginal que devem ser observadas como fatores de atração de capital humano.

Um forte argumento para tal afirmação baseia-se no entendimento de que as escolhas locais individuais estão inseridas em um conjunto de possibilidades, que incluem as preferências, mas que também (e principalmente) estão fortemente ligadas à restrição orçamentária definidas pelas oportunidades de trabalho.

Many individuals unquestionably have strong preferences for warm winters or upscale urban amenities or certain kinds of social diversity, and they are frequently prepared

to act on the basis of these preferences. (...) most migrants—unless they enjoy a private income or are able to capitalize on some purely personal talent that can be practiced anywhere—are unlikely to be able to move in significant numbers from one location to another unless relevant employment opportunities are actually or potentially available (STOPER, SCOTT, 2009, p. 161).

Por sua vez, criticando fortemente as teses que enfocam o papel da cultura para regeneração de cidades pós-industriais, Andy Pratt (2008; 2009) coloca que o risco de gentrificação³⁶ dos espaços culturais nas cidades prejudica a classe cultural (PRATT, 2008; 2009). Além disso, aponta que o fator de desenvolvimento local e a criatividade estão nos produtores culturais e ‘artistas reais’ e não nos consumidores que realizam gastos na localidade em virtude das amenidades culturais existentes³⁷.

Defende, portanto, políticas de desenvolvimento da indústria cultural e não apenas políticas de promoção de consumo. As ações públicas devem, ainda, considerar que a valorização imobiliária dos espaços culturais pode forçar o deslocamento para espaços mais baratos, o que, em última instância, pode contribuir para o próprio declínio da localidade³⁸. Ademais, ressalta que ‘vender cidades’ com recursos públicos é uma forma de taxaço socialmente regressiva.

2.3.2 Cultura como política urbana e social

No âmbito das relações entre planejamento urbano, cidade e cultura, o debate tem sido embasado pelo entendimento da cidade como um espaço construído e disputado a partir das relações sociais. Nesse contexto, os direitos culturais não devem limitar-se “a proteção do território, da língua e da educação [tradução nossa]” (CANCLINI, 2005, p. 12), pois o processo de construção de cidade perpassa pelos ‘direitos conectivos, o acesso as indústrias culturais e as comunicações’. De acordo com Canclini (2005, p. 13)

Formar públicos y formar ciudadanos: en tiempos de industrialización de la cultura y de videopolítica ambas tareas se combinan. No se justifica separar el entretenimiento de la información, ni el negocio industrial de los servicios a la sociedad. Las nuevas destrezas necesarias para obtener un trabajo calificado se entrelazan con los consumos culturales de formato digital, y ambos con el uso de redes tecnológicas avanzadas para comunicar masivamente las demandas sociales.

Assim, “a dimensão cultural da existência é (ou pode vir a ser) importante ferramenta, veículo e processo para a inclusão das classes populares no espaço urbano e ampliação do real

³⁶ Valorização de uma determinada região em virtude da instalação de novos pontos comerciais ou outras edificações, que prejudica a permanência de antigos moradores devido ao aumento dos custos.

³⁷ Nesse sentido, reforça a crítica de Peck (2005 apud PRATT, 2008) a Florida, que ignora a dimensão produtora da indústria cultural e considera o ‘consumidor criativo’ autônomo como um agente de mudança.

³⁸ Como exemplo, apresenta o caso de Hoxton, em Londres, onde a constituição de rede de produção social de artistas e novos médios trabalhadores contribuiu para regeneração urbana, mas a formação de cluster de consumo, posteriormente, induziu a gentrificação das residências.

acesso à cidade” (LIBÂNIO, 2014, p. 2). Na estreita relação entre direitos culturais, direito a cidade e cidadania, Mantecón (2009) ressalta que as ofertas culturais não são somente meios de entretenimento, mas também oportunidades de formar concepções do mundo. Então, ‘os setores excluídos contam com uma menor quantidade de recursos através dos quais se explica o mundo em que vivem e de atuação nele, o que limita, afinal de contas, seu caráter de cidadãos [tradução nossa]’ (MANTECÓN, 2009, p. 94).

No contexto das práticas das ações públicas que pautam cidade e cultura, são comuns intervenções para revitalização³⁹ urbana, através da regeneração de áreas urbanas degradadas ou ‘vazias’, preservação de patrimônio ou ambientes históricos, construção de equipamentos culturais, entre outras (VAZ, 2004; 2013). Sobretudo nas últimas décadas, a inclusão da cultura, assim como de outros tipos de bens não materiais, tem sido presente nos projetos urbanos das cidades pós-industriais como instrumento de desenvolvimento econômico e reversão de danos causados pelos processos de industrialização. Além disso, constitui “elemento diferencial na disputa entre as cidades por apresentar as melhores condições para atrair capitais, investimentos, empresas, moradores e turistas” (VAZ, 2004, p.2).

Algumas intervenções, que alinham criatividade a questões urbanas, têm sido denominadas de ‘criativas’. Dentre os principais tipos de políticas tem-se *creative-clad* – dotar a cidade de uma roupagem criativa, como o recorrente exemplo de Bilbao; *creative-class* – realizar investimentos que atraiam a instalação de pessoas criativas (em conformidade as teses de Florida); e a *creative-cash* - “fomentar produtores criativos do próprio local” (MORAES, 2012, p. 15)⁴⁰.

São muitos os exemplos de cidades onde investimentos em projetos que alavancam a cultura, turismo e/ou atividades esportivas foram bem-sucedidos quanto ao aumento da renda e a redução da taxa de criminalidade. Na Itália, a cidade de Turim, ao passar uma crise de desindustrialização, teve sua economia alavancada através do investimento em atrações esportivas e culturais. Medellín, cidade colombiana considerada a cidade mais violenta do mundo em 1991, através de políticas articuladas, tornou-se referência turística e concomitante inclusão social (REIS, KAGEYAMA, 2011).

No Brasil, a maior parte dos exemplos são de políticas direcionadas às áreas dentro das cidades e não voltadas a criar uma ‘cidade criativa’. Sobre instalações de equipamentos

³⁹ Sobre as diferentes denominações atribuídas as intervenções urbanas ao longo do tempo, ver Vaz (2013). Atualmente, é comum o uso do termo revitalização como forma de expressar a inclusão da população no processo de transformação física e econômica local.

⁴⁰ A discussão sobre intervenções urbanísticas, criativas ou não, é muito ampla e foge ao escopo desse trabalho. Para uma introdução sobre política urbana criativa, ver Moraes (2012).

culturais ou de revitalização de espaços urbanos degradados, Machado (20-, p. 29-30) menciona os casos do

(...) Pelourinho, em Salvador; a criação do Porto Digital no Recife Antigo, em Recife; a construção do espaço cultural Dragão do Mar, em Fortaleza; a recuperação da área portuária, em Belém; a revitalização da área da Praça da Estação, em Belo Horizonte e da região da Lapa, no Rio de Janeiro; a construção da Ópera do Arame, em Curitiba; a requalificação da região da Estação da Luz (Pinacoteca, Museu da Língua Portuguesa, Sala São Paulo), em São Paulo”.

São muitas e diversas as críticas ao estrito ‘sucesso econômico’ das intervenções, que fogem ao escopo desse trabalho, que se atem ao resultado das políticas em termos de melhoria de renda e, principalmente, de acesso ao consumo cultural por parte dos residentes. Nesse contexto, ainda que seja difícil avaliar o custo-benefício de tais ações, historicamente, as intervenções urbanas têm-se concentrado nas áreas mais centrais e valorizadas das cidades, inclusive gerando gentrificação e espetacularização⁴¹ da urbe (VAZ, 2004; 2013), além do aumento do custo de vida e remoções forçadas (MORAES, 2012). Conforme Vaz (2004, p.3),

Não se trata, portanto, do planejamento cultural enquanto provisão e distribuição de equipamentos e atividades culturais no território da cidade (..), mas “de projetos para intervenções urbanísticas nas quais se faz uso estratégico de recursos culturais tendo por objetivo o desenvolvimento local, e que podem ou não estar associadas a planos e políticas culturais.

Dessa forma, a construção de equipamentos culturais não é capaz, por si só, de mudar a realidade local quanto ao desenvolvimento⁴², como muitas vezes também não promove a democratização cultural⁴³ aos residentes. A ampliação da oferta não garante o consumo cultural, pois os hábitos dependem de fatores contextuais e experiências passadas, que influenciam a identificação do indivíduo com um ou outro determinado tipo de manifestação cultural.

Libânio (2014, p. 6) afirma que

Viu-se que havia obstáculos materiais ao consumo e fruição cultural, tais como a má distribuição ou ausência de espaços culturais e os preços altos, mas que as barreiras simbólicas eram as predominantes, impedindo que novos segmentos da população tivessem acesso à oferta da cultura “clássica”. (...) a descentralização dos equipamentos culturais tem sido levada a cabo pelos governos no Brasil, muitas vezes sem as necessárias ações de mobilização e formação de público.⁴⁴

Dentre as barreiras simbólicas, Mantecón (2009) destaca a impressão que as camadas populares têm sobre a vinculação entre ‘alta cultura’ e setores de maior renda, expressado no sentimento de não pertencimento a espaços culturais de construção luxuosas; os diversos tipos

⁴¹ A espetacularização da cidade é resultado do planejamento urbano estratégico no qual o valor mercadológico predomina sobre os valores artísticos e antropológicos.

⁴² É o que ocorreu na região da Estação da Luz, onde não se alterou a lógica de consumo e tráfico de drogas da Cracolândia (MORAES, 2012).

⁴³ No que tange ao termo democratização, Botelho (2006) diferencia facilitação de acesso às manifestações artísticas tradicionais de democratização cultural, sendo esta última um conceito muito mais abrangente.

⁴⁴ Na subseção 2.2.1, discutiu-se a importância do capital cultural na construção dos “gostos” dos indivíduos.

de medos, desde mostrarem-se ignorante perante os demais pelo desconhecimento da linguagem, ao receio de empreenderem-se em práticas cujas utilidades e qualidades não estão bem definidas anteriormente.

A persistência da inércia dos acessos, a despeito das políticas de ampliação de oferta cultural, ligadas ou não a revitalização de áreas urbanas degradadas, vincula-se as persistentes as desigualdades econômicas e sociais. Tais desigualdades são refletidas nas trajetórias de urbanização, com predominância dos espaços privados de interação, em detrimentos de praças, parques e outros espaços culturais e de lazer. Assim, a cidade tem-se tornado, cada vez mais, espaço de trabalho, enquanto as horas de lazer, entre elas, o consumo cultural, ocorrem dentro dos domicílios. Segundo Botelho (2003, p. 4),

deslocamentos físicos se tornam, cada dia mais difíceis, pode-se dizer que a mobilidade territorial e o uso de equipamentos culturais se convertem, cada vez mais, em direito e privilégio das classes com maior poder aquisitivo. [...] De um lado, acompanharam o desenvolvimento da cidade; de outro, foram construídos em função de demandas dos setores já mais habituados ao consumo de cultura.

Especialmente em países em desenvolvimento marcados por profundas disparidades sociais, “o acesso à cidade é restrito a uma parcela da população, sendo, portanto, apenas virtualidade para a grande maioria, em especial classes populares urbanas, moradores de favelas e periferias” (LIBÂNIO, 2014, p. 5). Então, por um lado, percebe-se que as cidades têm perdido sua função de promover convívio social ao longo do tempo e, por outro, tem-se que o consumo cultural pode contribuir para reversão desse processo, pois “A política cultural que reorganiza a relação com a periferia não só concomitantemente constrói outra cultura política; ela já é, em si, resultado de uma outra visão sobre a ocupação das ruas e dos espaços públicos, de uma política voltada a superar modelos excludentes” (FERREIRA, 2016).

Estas reflexões indicam que as políticas culturais devem ser pensadas de forma transversal, caso contrário, não têm efeito, nem como política urbana, nem para promover o setor cultural. Logo, devem ser avaliadas no que tange aos seus resultados, não somente em termos de renda gerada à classe cultural e ao entorno de onde está sendo realizada, mas também em termos de democratização do acesso às artes e à participação política em relação a cidade, legitimando o direito constitucional à cultura e ao exercício de cidadania.

2.3.3 Desenvolvimento cultural de cidades brasileiras: revisão empírica

O desenvolvimento cultural das cidades pode ser analisado por diferentes óticas, perpassando pela oferta e distribuição de equipamentos culturais, pela eficácia da gestão cultural, pela análise do mercado de trabalho e outros indicadores, dentre outras.

Os principais estudos sobre o Brasil que enfocaram especificamente a problemática dos equipamentos culturais foram realizados a partir de estudos de casos das grandes cidades. Em geral, a distribuição dos equipamentos culturais nas principais metrópoles do país reflete a segregação da oferta de serviços públicos e privados. Observa-se, portanto, um ‘vazio’ nas periferias, que na sua maior parte são áreas de baixa renda, como é o caso da RM de São Paulo (BOTELHO, 2003; BÓGUS, PASTERNAK, 2011), Rio de Janeiro (MELO, PERES, 2005)⁴⁵, Salvador (NUSSBAUMER et al., 2006)⁴⁶, Belo Horizonte (SILVEIRA, SILVA, 2010) e Curitiba (FERREIRA, FERNANDES, HUÇULAK, 2011)⁴⁷.

As investigações sobre o uso dos diversos equipamentos encontraram conclusões semelhantes: mesmo se o uso é gratuito, a maior parte do público que frequenta os espaços ligados a museus e/ou espetáculos possui nível superior e, conseqüentemente, maior renda. Esse é o caso da Estação das Docas em Belém (FREITAS, BARBALHO, 2011) e Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, em Fortaleza (GONDIM, 2011)⁴⁸.

Com finalidade de comparar as diferentes localidades do país, um dos estudos pioneiros e, até o momento, um dos mais abrangentes, é a pesquisa realizada pelo Ipea (SILVA, 2010). Elaborou-se um indicador de desenvolvimento da economia da cultura (IDECULT) em nível municipal e também para as mesorregiões. As variáveis utilizadas foram referentes ao consumo cultural das famílias, mercado de trabalho cultural e sobre a oferta de equipamentos culturais.

Apesar das diversas limitações impostas pelo uso de um indicador que não é capaz de registrar “as interações sociais que engendram as dinâmicas de produção da diversidade cultural”, apreendendo apenas “aspectos materiais e quantificáveis”, o estudo é inédito ao trazer uma radiografia do país em nível municipal (SILVA, 2010, p. 37). Traz também um panorama da distribuição dos equipamentos, divididos em quatro grupos: equipamentos culturais tradicionais (bibliotecas, museus, teatro ou casa de espetáculos, cinemas, bandas de música e orquestras, para os quais, em geral, existe política pública); equipamentos de lazer (clubes e associações recreativas); equipamentos privados de distribuição de bens culturais

⁴⁵ “23,3% das trinta RAs não possuem nenhum dos equipamentos pesquisados, enquanto que a RA Botafogo e a RA Lagoa possuem respectivamente 17,3% e 12,5%”. (MELO, PERES, 2005, p. 137).

⁴⁶ A situação repete-se nas mais diversas metrópoles. Salvador, que “se encontra dividida em 17 regiões administrativas e que 11 delas não possuem um único teatro - assim como apresentam carências em relação a outros espaços culturais”.

⁴⁷ Os empreendimentos no campo do entretenimento seguiram a estratégia de localização nas principais vias de circulação e áreas de maior renda, concentração dentro da RM: 26 dos 50 novos empreendimentos a partir de 1998 foram instalados na capital. O movimento de instalação de multinacionais na capital, intensificado a partir dos anos 90, aumentou a demanda por serviços e, conseqüentemente, estimulou criação de empreendimentos ligados ao entretenimento.

⁴⁸ Uma discussão mais ampla acerca dos públicos desses espaços será realizada em comparação aos resultados do capítulo 4.

(videolocadora, loja de discos, cds e fitas, livrarias e shopping center) e equipamentos audiovisuais (estação de rádio AM e FM, geradora de TV, provedor de internet e cinema).

No que tange ao acesso à cultura ‘medida’⁴⁹, os dados reportam uma forte desigualdade dentro do território brasileiro. As bibliotecas são os equipamentos mais bem distribuídos, “os museus aparentemente mais frequentes no extremo Sul e os teatros em São Paulo e Rio de Janeiro”, enquanto há uma “ausência quase completa de orquestras e cinemas nos municípios brasileiros” (SILVA, 2010, p. 64).

Ferreira Neto e Perobeli (2013), através da base de dados da Pesquisa de Informações Básicas Municipais - MUNIC, elaboraram o Índice de Potencial de Desenvolvimento das Atividades Culturais (PDAC) para as microrregiões do estado de Minas Gerais. Utilizaram informações ligadas à cultura, tais como características da gestão e dos trabalhadores da administração pública, dados sobre arrecadação e gastos do município e informações sobre oferta de equipamentos culturais, atividades e cursos nessa área, totalizando 35 variáveis. Através de técnicas de análise fatorial, auferiram que três fatores principais explicam a variância quanto ao grau de desenvolvimento cultural das microrregiões mineiras: atividades e estrutura cultural; acesso à cultura e gestão cultural. Os resultados apontam que 64 das 66 microrregiões apresentaram valores que indicam deficiência de infraestrutura.

Alguns trabalhos também elaboraram indicadores relacionados a oferta cultural para incluí-los em análise sobre gastos familiares com cultura, com destaque para Diniz e Machado (2011). Para estudar consumo nas nove principais regiões metropolitanas do país e no Distrito Federal, com uso de análise fatorial, construíram o indicador com base em cinco variáveis - número de museus, número de teatros ou salas, número de centros culturais, número de cinemas, número de ginásios e outros poliesportivos – disponibilizadas pela base MUNIC. As estimações mostraram que uma maior oferta de equipamentos exerce influência negativa sobre os gastos, o que pode estar relacionado à melhor gestão pública cultural e, consequentemente, maior disponibilidade de lugares para visitação e eventos culturais gratuitos.

Por sua vez, Luckewe; Padilha e Wanderley (2014), sob o argumento de que a oferta de bens culturais não tem sido suficiente para reduzir as desigualdades de consumo, apresentam um Índice de Demanda Cultural para comparar nove capitais brasileiras e avaliar as atividades organizadas pelo poder público. Verificaram posições melhores para Porto Alegre e Distrito Federal em diversos segmentos, tal como cinema, fotografia e internet, evidenciando também as desigualdades regionais.

⁴⁹ “[...] o setor cultural não é a cultura, o consumo não é a cultura, embora ambos se constituam em partes importantes dos dinamismos culturais mensuráveis nas nossas bases de dados mais importantes e consolidadas”. (SILVA, 2010, p. 37).

Particularmente sobre o mercado de trabalho em regiões metropolitanas, destacam-se os trabalhos de Machado, Rabelo e Moreira (2014), que avaliaram a influência de determinadas características sobre a probabilidade de ocupação no mercado cultural – dados do Finanças do Brasil (FINBRA/Tesouro Nacional) e Pesquisa Mensal de Emprego (PME-IBGE) - e Diniz (2008), acerca dos principais determinantes dos rendimentos dos trabalhadores - dados do Censo Demográfico de 2000⁵⁰. Em complemento, Ferreira Neto, Freguglia e Fajardo (2012) investigaram as diferenças de salários no setor cultural brasileiro a partir de dados da PNAD.

Mais recentemente, os esforços dos pesquisadores têm consistido em agrupar as cidades, no intuito de classificá-las conforme tipologias específicas ou conforme seus graus de desenvolvimento cultural. Machado (20-), em estudo sobre cidades criativas, traz informações acerca do desenvolvimento cultural dos municípios brasileiros, a partir de informações análogas as utilizadas por Ferreira Neto e Perobeli (2013). As cidades foram agrupadas em cinco categorias: mista, não criativa, pouco criativa, algo criativa e criativa, sendo que o aspecto que mais diferenciou as cidades foi o gasto per capita com cultura. A maioria dos municípios enquadrados no cluster criativo estão no Sul e Sudeste, enquanto a maioria dos não criativos localizam-se no Nordeste e Norte.

A autora ainda traz dados sobre as 10 principais RMs brasileiras referentes ao mercado de trabalho – proporção ocupada na classe criativa, grau de informalidade e rendimento médio da classe criativa e outras ocupações – e gastos privados com consumo dos 25% mais ricos – recorte para avaliar barreiras ao consumo não monetárias. Em consonância com outros estudos, verificou-se que cidades com maior proporção de famílias que não realizam gastos culturais também apresentam maior proporção de chefes com menor grau de escolaridade, ao mesmo tempo em que a participação relativa dos domicílios chefiados por mulheres nos gastos positivos é maior.

No quesito de políticas urbanas criativas, aponta os baixos esforços da gestão pública para transformar cidades brasileiras em criativas, a exemplo do que foi feito em Londres, Barcelona, Medellín, São Francisco, Nova York, Bilbao e Glasgow. Contudo, destaca as ações nas cidades de médio porte, tais como Tiradentes (MG), Brumadinho (MG), Parati (RJ) e Guaramiranga (CE), em contradição as ações mais comuns, focadas na revitalização de áreas dentro das cidades.

Na mesma direção, Machado, Simões e Diniz (2013) apresentam uma tipologia da relação entre amenidades urbanas e potenciais clusters criativos. As variáveis são compostas de

⁵⁰ A autora ainda classificou as localidades de acordo com seu “ambiente cultural”, através de uma análise de agrupamentos (clusters) com base na Pesquisa Básica de Informações Municipais do IBGE.

informações sobre a população, tais como nível educacional, estado civil, condições da residência e outras (Censo Demográfico/IBGE); sobre o desenvolvimento cultural (MUNIC) e gastos municipais (FINBRA) de 5570 cidades brasileiras. Conciliando duas técnicas de análise multivariada – análise de cluster e análise discriminante – novamente, os resultados confirmam que os clusters com maiores potenciais, apesar de dispersos, estão, em sua maioria, localizados nas regiões Sul e Sudeste. Concluem que

in terms of amenities, there is still a lot to be accomplished in order to achieve reasonable conditions for good quality of life in the municipalities, particularly for the ones in the North and Northeast regions of Brazil.

Por fim, têm-se escassas pesquisas empíricas acerca da relação entre desenvolvimento econômico e cultural das cidades no Brasil. Especificamente mencionando as hipóteses de Florida, tem-se os estudos de Golgher (2008) e Cavalcanti e Silveira Neto (2014). O primeiro discute a relação entre a distribuição de trabalhadores qualificados e trabalhadores na economia criativa com dados municipais e análise de cluster. O autor agrupa os municípios conforme índices de qualificação, tecnologia e entretenimento em oito categorias. Confirmam-se as disparidades regionais, visto que as capitais e os municípios das regiões Sul e Sudeste apresentam os valores mais elevados para diversos indicadores, com destaque para São Caetano do Sul (SP), Niterói (RJ) e Florianópolis (SC).

Cavalcanti e Silveira Neto (2014, p. 17-18) construíram indicadores para criatividade e nível educacional (capital humano) e, através de painéis espaciais para três anos (Censos 1991, 2000 e 2010), auferiram o impacto dessas variáveis no dinamismo das 293 maiores cidades brasileiras. Concluíram que crescimento do emprego tem associações mais significativas com as medidas de capital humano em comparação às medidas da classe criativa e, sugerem, portanto, que “is better for policy makers to support the accumulation of higher education per se, than to focus on policies that aim at attracting professionals in a specific field such as the creative class”, contradizendo a hipótese de Florida (2002, 2003).

2.5 SÍNTESE CONCLUSIVA

O consumo cultural é dotado de especificidades decorrentes tanto de seus significados simbólicos, como das características econômicas dos bens culturais. Além dos fundamentos econômicos para políticas públicas (baseados nas falhas de mercado), cabe enfatizar a importância da cultura para além do seu âmbito estético e/ou econômico, sobretudo o entendimento do seu papel para o pleno desenvolvimento de capacidades e expressões que ele faculta aos diferentes grupos. A cultura como fator de distinção social, é facilitadora (ou não) do acesso à cidade e a cidadania.

Estudos recentes mostram que a maioria das cidades brasileiras apresentam alta concentração do consumo, baixo grau de desenvolvimento cultural, agravadas pelas fortes disparidades regionais, alta segregação urbana e desigualdade de renda. Por sua vez, a oferta cultural também se concentra nas áreas urbanas de maior renda das grandes cidades, reforçando as trajetórias de urbanização das cidades marcadas pela segregação e pela perda da função da urbe como meio de interação social. Então, tem-se que o ponto de vista, compartilhado por acadêmicos e por articuladores de políticas públicas, é que as ações culturais não serão capazes de reverter o quadro atual se não forem articuladas com outras áreas da gestão pública, tais como educação, segurança e planejamento urbano⁵¹.

Nesse sentido, considerando as especificidades do consumo cultural e o entrelaçamento das características das cidades, nos próximos capítulos dessa tese são estudados os padrões de consumo nas RMs do país. Particularmente, analisam-se a evolução dos gastos nos anos 2000 quanto a distribuição regional, mudanças nas participações dos diferentes bens e serviços no consumo total e a concentração dos dispêndios entre as RMs e famílias (capítulo 3), bem como as relações entre oferta cultural e despesas com saídas culturais (capítulo 4.)

⁵¹ Apesar da escassez de trabalhos empíricos sobre o tema, recentemente, o Ministério de Cultura tem incorporado em seus debates a articulação entre política cultural e urbana, a exemplo do Seminário "Cidade e Cultura: a construção de outro imaginário urbano", realizado em outubro de 2015 e disponibilizado integralmente na plataforma YouTube, através do link <<https://www.youtube.com/watch?v=5zm9qKrsik&feature=youtu.b>> e da reportagem "As cidades e a cultura: uma reflexão a partir do Movimento Ocupe Estelita", publicado na Revista Carta Capital, em 05/08/2015 e disponível no link <<http://www.cartacapital.com.br/sociedade/as-cidades-e-a-cultura-uma-reflexao-a-partir-do-movimento-ocupe-estelita-9633.html>>

CAPÍTULO 3

DEMANDA POR CULTURA: ANÁLISE DOS GASTOS DOMICILIARES NO BRASIL METROPOLITANO

3.1 INTRODUÇÃO

O setor cultural no país é marcado pela distribuição desigual da oferta, tanto institucional – equipamentos culturais públicos, efetividade de gestão e financiamento governamental – como em termos de capital humano. Essa situação está em linha com as demais disparidades brasileiras, intrínsecas a países em desenvolvimento, como a concentração espacial da renda e do consumo. Nesse contexto, como se caracteriza o padrão dos gastos culturais no período recente?

A distribuição das despesas, sobretudo de consumo, consiste num dos indicadores de bem-estar da sociedade. No país, os microdados da POF permitem verificar tanto a evolução da renda, quanto das despesas em geral. Diversos estudos utilizando as três últimas pesquisas da POF - 1996-1997, 2002-2003 e 2008-2009 - mostraram queda na desigualdade de renda após meados da década de 90, com concomitante distribuição espacial dos rendimentos mediante redução da diferença em todas as regiões do país⁵² (HOFFMANN, 2006; 2010).

Os principais itens que contribuíram para a recente queda no índice de Gini foram: (i) na década de 90, a estabilização monetária e abertura comercial, que baratearam e promoveram maior acesso a produtos, sobretudo para as classes mais pobres; e (ii) após 2002, o aumento do salário mínimo e “as aposentadorias e pensões do Regime Geral de Previdência Social” (HOFFMANN, 2010; p.661). Soares (2006), a partir de dados da PNAD, chega a conclusões semelhantes: entre 1995 e 2004, a redução deveu-se principalmente ao aumento dos rendimentos do trabalho (1/3) e, em segundo lugar, aos programas de transferência de renda (1/4). Embora tais transferências não tenham impacto predominante, Hoffmann (2006) mostra que foram particularmente importantes para a redução das diferenças regionais, sobretudo devido seu impacto significativo na região Nordeste.

No período entre as mais recentes pesquisas da POF, Hoffmann (2010) encontrou os seguintes resultados para o Brasil: a renda familiar per capita média passou de R\$696,6 em

⁵² Segundo Hoffmann (2010, p. 651), comparando a POF 2002-2003 e a POF 2008-2009, o valor da renda familiar média per capita “cresce mais de 30% nas duas regiões mais pobres (Norte e Nordeste) e cresce menos de 20% nas três regiões mais ricas (o conjunto MG+ES+RJ, SP e o Sul)”. Além disso, houve redução na “proporção da renda apropriada pelo décimo mais rico, diminuindo de 47,1% para 44,4%” (HOFFMANN, 2010, p. 660).

2002-2003 para R\$838,6 em 2008-2009, enquanto o consumo familiar per capita médio passou de R\$562,7 para R\$647,8⁵³. Por sua vez, a concentração da renda, medida pelo Índice de Gini em termos de valores familiares per capita, reduziu de 0,591 para 0,561, enquanto do consumo manteve-se estável, passando de 0,524 para 0,515.

Sobre as regiões metropolitanas, destaca-se o estudo de Silveira Neto e Menezes (2010), que encontrou resultado oposto para o intervalo anterior, entre 1996 e 2003: o coeficiente de Gini da renda familiar per capita passou de 0,596 para 0,599. Embora o indicador de desigualdade do consumo tenha apresentada ligeira redução (de 0,527 para 0,515), uma análise mais detalhada mostra que houve melhora na distribuição desses gastos, decorrente principalmente da maior participação no consumo pelas parcelas de população mais pobres, ou seja, daquelas com menor consumo familiar per capita, indicando aumento de bem-estar.

Espera-se que as transformações econômicas e tecnológicas do período tenham alterado tanto a propensão a consumir, quanto a distribuição dos gastos culturais, em termos espacial e entre os grupos socioeconômicos heterogêneos. Observou-se que recreação e cultura encontram-se entre os itens de consumo que contribuíram para a redução no Índice de Gini nas RMs entre 1996 e 2003, com elevação da participação no consumo total e redução no coeficiente de 0,629 para 0,617 (SILVEIRA NETO, MENEZES, 2010). Porém, tamanha agregação⁵⁴ impossibilita uma análise da distribuição dos diversos itens de despesa cultural e subestima a concentração dos gastos (FERNÁNDEZ, MALDONADO, LUQUE, 2008).

Considerando a classificação menos abrangente desta tese⁵⁵, a dados da POF mostram que, em 2008-2009, a participação do gasto cultural total na renda total do país foi de 3,03%, contra 2,73% em 2002-2003, refletindo um aumento de 44,9% no montante dispendido. Contabilizando apenas os gastos diretos, esse valor caiu para 1,51%, ligeiramente inferior ao período anterior (1,77%), refletindo a elevação de somente 11,54% dos gastos diretos e indicando um deslocamento da demanda por bens e serviços culturais classificados como indiretos (IBGE/POF 2002-2003; 2008-2009). É importante então observar o comportamento dos gastos culturais no período mais recente, tanto para entender os fatores que levaram a esse deslocamento da demanda por bens e serviços indiretos, identificando tais bens, quanto entender como os gastos se concentram entre as RMs e dentro das mesmas, devido a fatores sócio demográficos, sobretudo os relacionados a educação e renda.

A desigualdade dos gastos culturais, bem como a alta proporção de domicílios que não realizaram nenhum gasto com itens diferenciados de cultura não é característica única do Brasil.

⁵³ Valores de janeiro de 2009.

⁵⁴ Os autores seguiram a abrangente classificação já mencionada do IBGE.

⁵⁵ A delimitação dos produtos é apresentada na subseção 3.2.1.

Fernández, Maldonado e Luque (2008), através dos dados da *Encuesta Continua de Presupuestos Familiares*, estudaram os gastos das famílias espanholas com lazer, espetáculos e cultura, que representavam quase 8% dos gastos totais em 2003⁵⁶. Em suma, observaram que 38% das famílias não adquiriram livros, vídeos, televisores ou realizaram idas a cinema, teatros e museus. Também verificaram que a agregação reduziu o coeficiente de Gini, igual a 0,5597 para a cesta que engloba todos os bens e serviços estudados, enquanto para os diversos itens de despesa cultural e de lazer os valores foram acima de 0,8.

Este capítulo traz uma análise dos gastos culturais domiciliares nos anos 2000, com base nos dados de dois períodos da POF, a saber 2002-2003 e 2008-2009. Dessa forma, foi possível fazer um panorama do consumo em termos de distribuição espacial, dos itens de despesa, do perfil dos consumidores e da relação entre consumo cultural, renda e educação. Além disso, observou-se a evolução da concentração dos gastos culturais e de como os diversos itens contribuíram para o aumento (redução) dessa concentração nas RMs brasileiras, realizado através da decomposição do coeficiente de Gini.

3.2 ESTRATÉGIA EMPÍRICA

3.2.1 Delimitação conceitual e geográfica/espacial

Diante dos diversos conceitos que abrangem a área de Economia da Cultura e das diferentes nomenclaturas das atividades adotadas pelos países, delimitar quais bens e serviços enquadram-se na categoria de ‘culturais’ é um desafio. Esta pesquisa teve delimitação própria das atividades econômicas, ciente dos prejuízos e benefícios devido à diferença em relação ao estabelecido pelo IBGE, mais precisamente, a classificação utilizada no Sistema de Informações e Indicadores Culturais – SIIC (IBGE, 2013). O SIIC foi resultado de uma parceria entre IBGE e MinC⁵⁷, iniciada em 2004, e traz informações sobre as atividades produtivas, número de trabalhadores, remuneração, gastos da administração pública, gastos das famílias e análise socioeconômica da população ocupada na cultura⁵⁸.

Essa escolha reduz a precisão nas comparações com outros trabalhos, tanto quanto dificulta a análise dos anuários estatísticos publicados no país. Contudo, a classificação do

⁵⁶ Os autores consideram uma cesta mais abrangente do que a desta tese, incluindo animais domésticos, flores e diversos itens de recreação, tais como esportes, jogos de azar, etc.

⁵⁷ Essa parceria foi um marco no esforço, até então inédito, para compilação de estatísticas culturais no país.

⁵⁸ Este, por sua vez, é uma compilação de informações obtidas a partir das seguintes bases de dados: Estatísticas do Cadastro Central de Empresas – CEMPRE; Pesquisa Industrial Anual - Empresa – PIA-Empresa; Pesquisa Anual de Comércio – PAC; Pesquisa Anual de Serviços – PAS; Pesquisa de Orçamentos Familiares – POF; Estatísticas Econômicas das Administrações Públicas; Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD.

IBGE é demasiadamente abrangente, ao englobar brinquedos, jogos, equipamentos esportivos, festas e outras atividades de recreação que foge ao escopo dessa investigação⁵⁹.

Tal visão é partilhada por Diniz (2009), que apresentou classificação própria para os produtos da POF 2002-2003 e no qual foi baseada não apenas a presente classificação, mas diversos trabalhos na área de consumo cultural no Brasil. A delimitação dos produtos considerados ‘bens culturais’ e seus respectivos códigos de referência na POF encontram-se no Apêndice A. Já a classificação sobre as ocupações consideradas vinculadas ao setor cultural foi uma adaptação de Diniz (2009) e Machado et al. (2013), apresentada no Apêndice B.

No que tange a delimitação espacial, o estudo abrangeu as nove principais RMs do país: Belém, Fortaleza, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba e Porto Alegre. Com isso, procurou-se reduzir as heterogeneidades que poderiam afetar o consumo e estariam vinculadas ao tamanho das cidades. A expansão da análise a outras RMs foi impossibilitada porque as selecionadas são as únicas identificadas na POF, pois nos demais estados é discriminado somente se os domicílios pertencem a capital ou a ‘outros municípios’ (restante) da unidade federativa (UF)⁶⁰.

3.2.2 Dados

As análises basearam-se principalmente nos microdados da POF 2002-2003 e POF 2008-2009, cujas características são explicadas adiante. Devido a limitação de não abranger dados sobre consumo gratuito, recorreu-se a outras fontes de dados, principalmente os documentos (i) ‘Cultura em Números – Anuário de Estatísticas Culturais’: publicados em 2009 e 2010 pela Secretaria de Políticas Culturais do MinC, traz informações acerca da oferta e demanda da cultura, indicadores culturais, financiamento e gestão pública da cultura, obtidas através de estatísticas compiladas de fontes governamentais; (ii) Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA): parte da Agência Nacional do Cinema (Ancine), é responsável pela coleta de dados e publicações de informações do setor audiovisual, disponibilizando dados primários e secundários sobre o setor; (iii) relatórios da Fecomercio/RJ e (iv) Associação Brasileira dos Produtores de Discos (ABPD).

⁵⁹ De acordo com IBGE (2013, p. 9), “a partir de recomendações internacionais e referências nacionais, optou-se por trabalhar com um conjunto amplo de atividades, desagregadas de modo que o usuário das informações possa adotar suas próprias definições deste universo”.

⁶⁰ Cabe ressaltar que a escolha também foi influenciada pela delimitação necessária para atingir o segundo objetivo específico, que relaciona os gastos fora do domicílio à oferta cultural. As razões, sobretudo a mobilidade dos cidadãos dentro da RM, são expostas na subseção 4.2.1.

A POF é uma pesquisa sobre orçamentos familiares, realizada pelo IBGE⁶¹ e é a principal base de dados com as informações sobre gastos com consumo no país. Além das características dos domicílios e socioeconômicas de todos os membros das famílias, os microdados dispõem das despesas monetárias e não monetárias por tipo de despesa, tais como (i) consumo, dividido em alimentação, habitação, vestuário, transporte, higiene, saúde, educação, recreação e cultura, fumo, serviços diversos e outras despesas de consumo; (ii) outras despesas correntes, (iii) aumento do ativo e (iv) diminuição do passivo. Para essa tese, utilizou-se vários cadernos de registros para obter as características das famílias e as despesas com bens e serviços culturais.

A coleta das informações da POF é realizada de forma presencial, com duração de nove dias, sendo o primeiro para verificar se o domicílio é apto para participação na pesquisa e o último para fechamento das informações coletadas e preenchimento das características dos domicílios. Os moradores recebem os questionários e realizam autopreenchimento das despesas de sete dias (entre o segundo e penúltimo dia) e, em relação aos gastos com maior periodicidade, a coleta é feita com base na memória dos entrevistados.

A pesquisa de 2008-2009 foi realizada entre maio de 2008 e maio de 2009, com 15 de janeiro de 2009 como referência para o ponto de deflacionamento de todos os valores de despesas e rendimentos da pesquisa⁶² (IBGE, 2010b). Já a POF 2002-2003 compreendeu o período entre julho de 2002 e junho de 2003, sendo seu ponto de deflacionamento em 15 de janeiro de 2003. Assim, os dados da POF 2002-2003 foram inflacionados pelo IPCA auferido no período entre janeiro de 2003 e janeiro de 2009, que registrou uma inflação de 39,367%⁶³.

A amostra é planejada a partir da seleção das chamadas unidades primárias, que são os setores censitários baseados no Censo Demográfico 2000, consistindo num “plano amostral denominado como conglomerado em dois estágios, com estratificações geográfica e estatística das unidades primárias de Amostragem” (IBGE, 2010b, p.36). Por se tratar de uma amostra complexa, conforme instruções de Pessoa e Silva (1998), fez-se necessário utilizar pesos amostrais e expandir os valores para a população.

⁶¹ “As pesquisas anteriores foram o Estudo Nacional de Despesa Familiar – ENDEF 1974-1975, com âmbito territorial nacional, à exceção das áreas rurais das Regiões Norte e Centro-Oeste; a POF 1987-1988; a POF 1995-1996; e a POF 2002-2003. As POFs dos anos 1980 e 1990 foram concebidas para atender, prioritariamente, a atualização das estruturas de consumo dos índices de preços ao consumidor produzidos pelo IBGE, sendo realizadas nas Regiões Metropolitanas de Belém, Fortaleza, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba e Porto Alegre, no Município de Goiânia e no Distrito Federal. A POF 2002-2003 e a POF 2008-2009 dão igual prioridade às demais aplicações anteriormente mencionadas”. (IBGE, 2010b, p.18).

⁶² Para deflacionamento, utilizou-se o IPCA das 11 regiões metropolitanas pesquisadas e, para áreas não cobertas, adotou-se aquele da região mais próxima aos comportamentos dos preços e padrão de rendimentos (IBGE, 2010b).

⁶³ Em linha com outros trabalhos, como Hoffmann (2010).

Os setores foram selecionados por amostragem com probabilidade proporcional ao número de domicílios existentes no setor, dentro de cada estrato final, compondo a amostra mestra. [...]

Os pesos foram calculados, inicialmente, com base no plano de seleção efetivamente utilizado, incorporando ajustes para compensar a não resposta das unidades investigadas. Posteriormente, os pesos sofreram ajustes de pós-estratificação, procedimento que consistiu em obter para cada um dos pós-estratos definidos e segundo cada Unidade da Federação, estimativas para o total de pessoas que fossem equivalentes às respectivas projeções populacionais (IBGE, 2010, p.36).

Cabe ressaltar que os diferentes setores foram distribuídos ao longo dos quatro trimestres da pesquisa, garantindo estratos geográficos e econômicos em todos os trimestres, para evitar efeitos de sazonalidade na coleta de dados.

Assim, foram analisados os gastos domiciliares⁶⁴ com bens e serviços artísticos culturais classificados em (i) gastos diretos fora do domicílio: espetáculos ao vivo e artes (teatros, museus, circo, espetáculos de dança); cinema; (ii) os gastos diretos no domicílio: vídeo (artigos e assinatura de TV), fonografia, fotografia, leitura e artesanato, decoração ou artes plásticas; (iii) gastos indiretos ou complementares no domicílio: cursos de artes, instrumentos e acessórios musicais, informática (artigos e assinatura de internet) e (iv) gastos indiretos ou complementares fora do domicílio: outras festas e saídas (boates, parques, zoológicos, entre outros), conforme o Apêndice A. Esses produtos encontram-se em diversos cadernos de registro de despesa e o intervalo de compra pode variar entre 7 dias e um ano. Para analisar como se distribuem os gastos totais e os gastos familiares per capita médios mensais, os dados foram extraídos com as despesas anualizadas e agrupadas por domicílio. A periodicidade dos gastos por item de dispêndio consta no Apêndice A.

As estatísticas descritivas foram apresentadas a partir dos resultados agrupados e/ou desagregados, segundo a localidade e as características sócio demográficas das famílias, em conformidade aos estudos sobre consumo cultural. As principais características observadas das famílias foram: gênero, raça, estado civil e religião do chefe da família, presença de crianças/ou adolescentes no domicílio, presença de indivíduo ocupado no setor criativo (conforme classificação do Apêndice B), nível de educação do chefe e cônjuge e classe de renda.

Devido à importância da variável renda e em consonância com o objetivo principal da pesquisa, optou-se por categorizar os domicílios conforme sua renda per capita, com base na classificação da Secretaria de Assuntos Estratégicos (SAE, 2012), que apresenta definições da classe média com base na PNAD e na POF. Logo, utilizou-se a classificação derivada da POF 2008-2009, em que as famílias que pertencem a classe média são aquelas com renda per capita

⁶⁴ Algumas das despesas são individuais, bem como alguns domicílios podem apresentar mais de uma unidade consumidora. Porém, as despesas foram agrupadas por domicílio, em linha com outros trabalhos que analisam gastos da POF. Dessa forma, usa-se o termo domicílio e família como sinônimos.

mensal entre R\$458 e R\$1.661, a preços de abril de 2012. Os valores das duas POFs foram deflacionados a partir do IPCA para valores de janeiro de 2009, quando a classe média se encontrava na faixa de renda per capita domiciliar entre R\$ 383,94 e R\$ 1392,40 mensais. Assim, as classes baixa e alta são compostas pelas famílias com renda mensal per capita, respectivamente, abaixo e acima dos limites inferior e superior à média⁶⁵.

Finalmente, alguns tratamentos foram necessários para obter a base de dados final. Como não existe consenso de qual a melhor forma de trabalhar com *outliers*, tanto no caso em que são observações possíveis, quando no caso de “*missing*” ou erros de medida⁶⁶, para evitar perder observações e não prejudicar a aleatorização da amostra, optou-se por não corrigir *outliers*. Além do número de observações com ‘problemas’ ser pequeno diante do tamanho da amostra, tendo em vista que os dados se referem a despesas e não quantidades e preços, é mais difícil “supor” que determinada observação não seja factível. Para tomada de decisão, foram realizadas estatísticas descritivas para entender o padrão de relação entre as variáveis, confirmando que os erros de medida seguem padrão aleatório.

Assim, foram descartados 29 observações da POF de 2002-2003 e 24 observações da POF 2009-2009 que apresentaram um ou mais dos seguintes problemas: renda igual a zero; não declararam informações sócio demográficas; despesas igual a zero para todos os tipos de bens; chefes menores de 18 anos e chefes com cônjuges menores de 14 anos. Ao final, tem-se 48.441 observações (domicílios) em 2002-2003 e 55.946 em 2008-2009, conforme Tabela 3.1.

⁶⁵ Cabe ressaltar que o valor do rendimento total na POF 2002-2003 é equivalente ao rendimento total e variação patrimonial na POF 2008-2009.

⁶⁶ As mais comuns são exclusão, as várias formas de imputação (entre essas, imputação pela média ou pareamento), a regressão múltipla e, no caso de variáveis categóricas, a imposição de uma *dummy* para os dados ‘*missing*’.

Tabela 3.1: Número de domicílios total e amostra final segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – Brasil, Grandes Regiões e RMs

	Amostra completa		Amostra após o filtro		Valores expandidos para população - após o filtro	
	2002-2003	2008-2009	2002-2003	2008-2009	2002-2003	2008-2009
Brasil	48.470,00	55.970,00	48.441,00	55.946,00	48.400.000,00	57.700.000,00
Norte	6.868,00	7.611,00	6.862,00	7.608,00	3.133.642,00	3.931.753,00
Nordeste	18.624,00	19.232,00	18.609,00	19.228,00	12.200.000,00	15.100.000,00
Sudeste	8.643,00	14.078,00	8.640,00	14.073,00	21.800.000,00	25.400.000,00
Sul	6.102,00	6.716,00	6.102,00	6.715,00	7.753.659,00	8.873.773,00
Centro-Oeste	8.233,00	8.333,00	8.228,00	8.322,00	3.479.614,00	4.368.545,00
RM Belém	422,00	509,00	422,00	508,00	440.837,90	524.418,90
RM Fortaleza	780,00	588,00	779,00	588,00	760.743,50	963.640,70
RM Recife	633,00	929,00	632,00	929,00	923.015,90	1.146.763,00
RM Salvador	497,00	667,00	497,00	667,00	821.444,50	1.113.092,00
RM Belo Horizonte	627,00	1.209,00	626,00	1.208,00	1.257.364,00	1.539.980,00
RM Rio de Janeiro	853,00	1.085,00	853,00	1.084,00	3.441.711,00	3.735.454,00
RM São Paulo	810,00	1.214,00	810,00	1.214,00	5.116.567,00	5.866.614,00
RM Curitiba	655,00	440,00	655,00	440,00	766.933,40	929.505,40
RM Porto Alegre	658,00	689,00	658,00	689,00	1.143.621,00	1.288.877,00
Total RMs	5.935,00	7.330,00	5.932,00	7.327,00	14.672.238,20	17.108.345,00

Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

Nota: A expansão para população é realizada através do uso do peso do domicílio na amostra, que consiste no inverso da probabilidade da observação ser incluída na amostra (*sampling weight*), ou seja, o número de domicílios na população que a observação representa.

Assim, a concentração dos gastos culturais foi auferida através do índice de Gini, apresentado por RM e classe de renda, além da decomposição dos gastos no período analisado, conforme tipo de gasto cultural, cuja metodologia é explicitada a seguir. Foi realizada comparação dos resultados com outros estudos que utilizaram a POF, particularmente os trabalhos de Silva, Araújo e Souza (2007), Diniz e Machado (2011) e Alves e Souza (2012).

3.2.3 Medidas de desigualdade⁶⁷

Além de estatísticas descritivas, os gastos culturais familiares foram analisados a partir de medidas de desigualdade, especificamente, o coeficiente de Gini. Supondo que o gasto com consumo de cultura está ordenado de forma crescente entre as famílias, o coeficiente de Gini pode ser obtido a partir da Equação 3.1.

$$G = 1 - 2\beta \quad \text{Equação (3.1)}$$

⁶⁷ Esta subseção é baseada em Hoffmann (2006; 2010), Soares (2006) e Silveira Neto e Menezes (2010).

onde β é a área entre a curva de Lorenz e ao eixo das abcissas⁶⁸. De maneira análoga, é possível calcular o índice de Gini para cada uma das fontes de despesa (G_h), isto é, as diferentes cestas de bens e serviços, já mencionadas na seção 3.2.2.

Assim, calculou-se o índice de Gini para as duas pesquisas da POF, tanto para os gastos agregados com cultura, quanto para as fontes de despesas h . As estimações foram realizadas para o conjunto de observações do Brasil metropolitano por classe de renda, bem como para cada uma das nove RMs.

Com intuito de verificar a contribuição dos diversos itens de despesa cultural na variação do índice de Gini entre os dois períodos estudados, realizou-se a decomposição do coeficiente de Gini. O coeficiente de Gini pode ser decomposto em duas partes: (i) coeficiente de concentração do item de despesa h em relação a despesa total, representado por C_h ⁶⁹ e (ii) peso/participação da despesa h na despesa total, representado por S_h . Assim, o coeficiente de Gini pode ser expresso por:

$$G = \sum_h C_h S_h \quad \text{Equação (3.2)}$$

Para obter C_h e S_h , realizou-se a decomposição do Índice de Gini por fonte de despesa, separadamente, para os dois períodos em análise - 2002-2003 e 2008-2009. As estimações foram realizadas no pacote DASP, a partir do procedimento apresentado em Rao (1969). Fez-se uso dos pesos amostrais (*sampling weight*) e as estimativas de variância foram obtidas pelo método de linearização.

O procedimento pode ser realizado para apenas um período – e simular como determinado item de dispêndio afetaria a concentração dos gastos totais – ou para analisar como as diferentes fontes de despesas culturais contribuíram para a variação do índice de Gini entre dois períodos, como é o caso desse estudo. Dessa forma, utilizou-se os procedimentos adotados para análises da evolução da concentração da renda familiar per capita em Soares (2006) e Hoffmann (2006; 2010) e para as despesas totais e despesas com consumo em Silveira Neto e Menezes (2010)⁷⁰.

Conforme Hoffmann (2006), existe mais de uma maneira para calcular a variação do coeficiente, que chegam a resultados similares. Porém, este e os demais autores mencionados

⁶⁸ A curva de Lorenz é o gráfico de dispersão entre a proporção acumulada dos domicílios e a proporção acumulada dos gastos familiares per capitas com cultura.

⁶⁹ A forma de calcular o índice de concentração é análoga ao Gini, com a diferença que as variáveis de interesse não estão em ordem ascendente: para calcular o coeficiente de concentração de qualquer uma das fontes de despesas h , mantém-se o ordenamento pelos gastos totais em cultura.

⁷⁰ Tais cálculos foram implementados em planilha do Microsoft Office Excel.

sugerem o uso de uma combinação das formas possíveis, chegando-se a uma equação média da variação total do Gini:

$$\Delta G = \sum_h [(C^*_h - G^*) \Delta S_h + (S^*_h \cdot \Delta C_h)] \quad \text{Equação (3.3)}$$

onde C^*_h , S^*_h , G^* são, respectivamente, as médias de C_h , S_h , G entre os dois períodos, enquanto ΔC_h , ΔS_h e ΔG são suas variações.

A partir da Equação 3.3, é possível decompor o coeficiente de Gini em Efeito Participação (EP) e Efeito Concentração (EC) para cada cesta de bens e serviços, obtendo a contribuição da parcela da fonte de gasto h da variação total do índice de Gini dos gastos culturais. A soma dos efeitos é igual ao Efeito Total (ET), obtido pela Equação 3.4.

$$ET = (\Delta G)_h = (C^*_h - G^*) \cdot \Delta S_h + S^*_h \cdot \Delta C_h \quad \text{Equação (3.4)}$$

O EP representa o quanto a variação do coeficiente de Gini ocorreu devido a variação do peso da fonte de gasto h no total dos gastos com cultura. Por sua vez, o EC significa o quanto a variação do coeficiente de Gini ocorreu em função da variação da concentração da fonte de gasto h entre os indivíduos, conforme Equações 3.5, 3.6 e 3.7:

$$i. \text{ Efeito Participação } \rightarrow EP_{(h)} = (C^*_h - G^*) \cdot \Delta S_h \quad \text{Equação (3.5)}$$

$$ii. \text{ Efeito Contribuição } \rightarrow EC_{(h)} = S^*_h \cdot \Delta C_h \quad \text{Equação (3.6)}$$

$$iii. \text{ ET (efeito total) } \rightarrow ET_{(h)} = EP_{(h)} + EC_{(h)} = (\Delta G)_h^{71} \quad \text{Equação (3.7)}$$

Em geral, “o aumento da participação de uma parcela do gasto que apresenta um nível de concentração menor (maior) que aquele verificado para o gasto total contribui para diminuição (aumento) da desigualdade”, enquanto o “[...] efeito concentração total, mostra o impacto de variações nos níveis de concentração das diferentes parcelas ou fontes de gasto na variação do nível de desigualdade do gasto total” (SILVEIRA NETO, MENEZES, 2010, p. 355).

Os microdados da POF foram extraídos e analisados através do software Stata 13. Para estimações dos coeficientes de Gini e sua decomposição, fez-se uso do pacote *DASP-Distributive Analysis Stata Package*, de Araar e Duclos (2007), desenvolvido para o Stata e que permite o uso dos pesos amostrais.

⁷¹ $\Delta G = \sum EP + \sum EC$

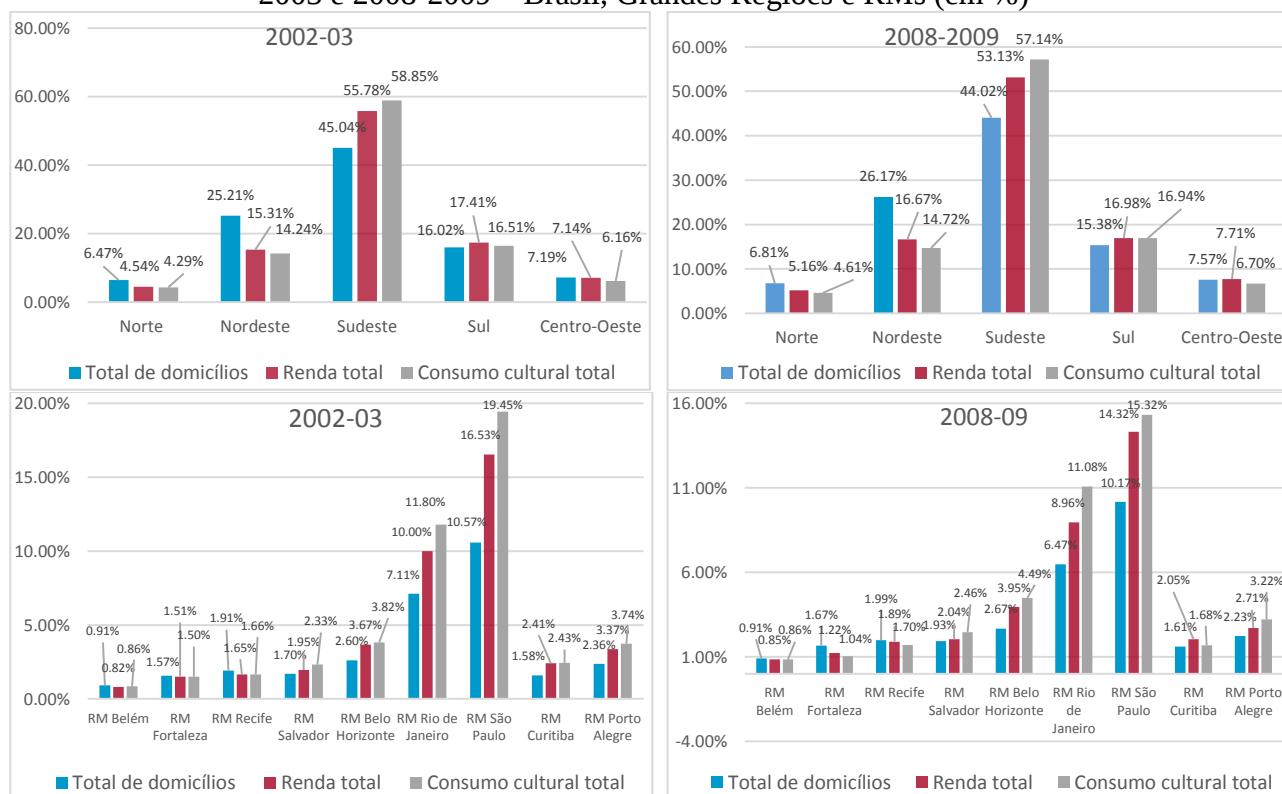
3.3 GASTOS CULTURAIS FAMILIARES A PARTIR DAS POFS 2002-2003 E 2008-2009

3.3.1 Distribuição regional das despesas com bens culturais

O total de dispêndios domiciliares com cultura no Brasil aumentou, tanto em valores monetários, quanto em termos de participação na renda domiciliar total. A cifra de R\$ 58 bilhões gastos em 2008-2009 foi equivalente a 3,03% da renda domiciliar total, enquanto os gastos de 2002-2003 foram iguais a R\$40,10 milhões, que corresponderam a 2,73% da renda, conforme Figura 3.1.

Em relação a distribuição espacial desses gastos, tem-se concentração regional no Sudeste do país. Segundo a POF 2008-2009, esta região respondia por 44% dos domicílios, 53% da renda monetária e não monetária total e 57% dos dispêndios com bens e serviços culturais. Em contraposição, no Nordeste residem 26% das famílias, cuja participação relativa é de apenas 16% na renda e 14% do consumo cultural.

Figura 3.1: Total de domicílios, renda e despesas culturais domiciliares segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – Brasil, Grandes Regiões e RMs (em %)



Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

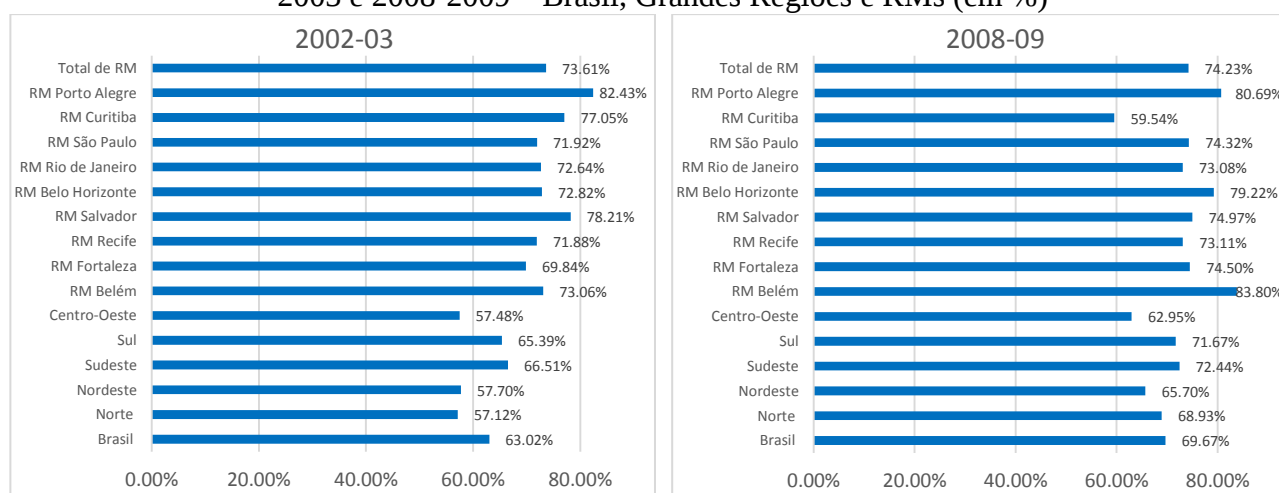
Em comparação aos dados da POF 2002-2003, é evidente a desconcentração de renda a favor das regiões Norte e Nordeste, em conformidade com os estudos de Hoffmann (2010). Já os gastos com consumo direcionados a cultura tanto são espacialmente mais concentrados do

que a renda, quanto mantiveram a distribuição regional praticamente constante nos anos recentes.

Apesar da alta participação relativa do Brasil metropolitano, verificou-se que a concentração vem caindo. As nove principais RMs foram responsáveis por 29,64% dos domicílios, 38% da renda e 41% dos gastos culturais em 2008-2009. Em 2002-2003, as famílias das RMs gastaram, em conjunto, 47,63% do total. Esse movimento ocorreu especificamente nas regiões Sudeste e Sul, embora as RMs de São Paulo e Rio de Janeiro respondam, juntas, por 16,65% dos domicílios e 26,4% do total de gastos culturais do país em 2008-2009, seguidas de Belo Horizonte (2,6% e 4,49%) e Porto Alegre (2,36% e 3,22%). Além de estar entre as maiores metrópoles do mundo, São Paulo é considerada a cidade com maior oferta cultural do país, sobretudo em termos de espetáculos de grande porte, inclusive atraindo turistas por essa característica.

A proporção de famílias que realizou algum tipo de gasto cultural pode ser analisada como um indicador do quanto essa forma de lazer está difundida entre os residentes de determinada localidade. No país, o percentual de domicílios que declararam gastos aumentou de 63,02% para 69,67%, conforme Figura 3.2. Em 2008-2009, novamente destacam-se as regiões do eixo Centro-Sul, onde a proporção de famílias que realizaram tais dispêndios é superior à média do país, acima de 70%, em contraposição ao Centro-Oeste, com 62,93%.

Figura 3.2: Percentual de domicílios que realizaram despesas culturais segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – Brasil, Grandes Regiões e RMs (em %)



Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

De qualquer forma, cabe destacar que a proporção de domicílios que realizou gastos culturais aumentou em todas as regiões do país. No que tange às RMs, Belém, Belo Horizonte e Porto Alegre apresentam as maiores taxas de domicílios com despesas culturais, acima de 79%. Em contraposição, Curitiba apresentou a menor proporção de famílias que declararam gastos culturais (59%).

A Tabela 3.2 apresenta a renda e despesas culturais domiciliares per capita para o período de um mês, que confirmam, de um lado, as disparidades já mencionadas, e por outro lado, que renda e consumo tem aumentado mais nas regiões menos favorecidas. A média nacional de dispêndios mensais culturais per capita foi de R\$ 31,54 em 2008-2009, enquanto a média para as RMs foi de R\$ 46,94. O maior valor foi para a RM do Rio de Janeiro, equivalente a R\$ 60,04, contra R\$ 18,77 da RM de Fortaleza.

Tabela 3.2: Renda e despesas culturais domiciliares mensais per capita segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – Brasil, Grandes Regiões e RMs (em R\$)

	Renda per capita familiar (R\$)			Consumo cultural per capita familiar (R\$)			Consumo cultural direto per capita familiar (R\$)		
	2002-2003	2008-2009	Var.	2002-2003	2008-2009	Var.	2002-2003	2008-2009	Var.
Brasil	884,46	1051,04	18,83%	24,52	31,54	28,63%	15,90	16,21	1,95%
Norte	511,83	681,71	33,19%	13,22	18,48	39,79%	9,18	10,54	14,81%
Nordeste	476,67	608,86	27,73%	12,03	16,40	36,33%	8,49	9,60	13,07%
Sudeste	1123,39	1319,83	17,49%	33,34	41,87	25,58%	21,55	21,61	0,28%
Sul	1007,03	1178,39	17,02%	25,71	34,93	35,86%	15,28	15,63	2,29%
Centro-Oeste	876,78	1085,79	23,84%	20,48	28,56	39,45%	13,91	13,88	-0,22%
RM Belém	630,53	886,22	40,55%	18,74	26,26	40,13%	12,39	14,91	20,34%
RM Fortaleza	728,92	705,02	-3,28%	18,95	18,77	-0,95%	12,64	10,53	-16,69%
RM Recife	728,29	998,00	37,03%	18,97	26,72	40,85%	13,36	14,44	8,08%
RM Salvador	986,36	1017,09	3,12%	30,73	39,04	27,04%	20,15	18,23	-9,53%
RM Belo Horizonte	1152,78	1590,41	37,96%	33,50	55,40	65,37%	20,04	29,11	45,26%
RM Rio de Janeiro	1407,35	1649,89	17,23%	46,44	60,04	29,29%	33,34	34,56	3,66%
RM São Paulo	1438,92	1553,53	7,97%	49,72	49,70	-0,04%	30,60	24,20	-20,92%
RM Curitiba	1309,96	1440,95	10,00%	36,83	32,08	-12,90%	21,97	13,61	-38,05%
RM Porto Alegre	1527,90	1383,15	-9,47%	44,26	51,32	15,95%	25,10	21,95	-12,55%
Média das RMs	1276,04	1418,55	11,17%	40,94	46,94	14,66%	26,31	24,06	-8,55%

Fonte: IBGE/ POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

Nota: Valores de janeiro de 2009.

Em geral e em conformidade com as estatísticas das Grande Regiões do país, as RMs das regiões Norte e Nordeste apresentam renda per capita e gastos abaixo da média das RMs, enquanto as RMs do Sudeste e Sul estão acima. Curitiba é uma exceção e a redução nos gastos per capita, bem como as quedas bruscas na participação nos gastos culturais totais (de 2,43% para 1,68%) e no percentual de domicílios que declararam despesas (de 77% para 59%) devem ser analisados com cautela (Figuras 3.1 e 3.2).

Outra observação é que os gastos diretos em cultura, que abrangem audiovisual, espetáculos e artes, leitura e artesanato, decoração e artes plásticas, reduziram ou aumentaram em menor proporção em todas as localidades em estudo, apontando uma tendência de maior demanda por bens e serviços culturais indiretos. Esse tema é abordado na subseção 3.3.3.

Cabe ressaltar que, assim como a educação, os dados de gastos culturais são limitados para inferir com segurança sobre o consumo das famílias. Nesses segmentos, é alta a oferta gratuita de serviços, fazendo com que melhores escolas públicas e eventos culturais gratuitos

influenciem em gastos menores. Outra limitação é que os dados não estão corrigidos para o custo de vida, que é heterogêneo entre as RMs. Conforme Almeida e Azzoni (2013), São Paulo e Rio de Janeiro apresentam os maiores custos de vida entre as RMs analisadas, o que também pode explicar os altos valores per capita dos gastos nessas localidades.

3.3.2 Perfil dos consumidores de bens culturais nas RMs

O perfil dos consumidores culturais é um indicador das características que podem influenciar na maior/menor propensão ao consumo. A escolha das variáveis sócio demográficas baseou-se em estudos anteriores, particularmente Alves e Souza (2012), Diniz e Machado (2011) e Silva, Araújo e Souza (2007), e os resultados constam na Tabela 3.3.

Entre 2002-2003 e 2008-2009, não houve grandes mudanças do percentual de domicílios que decidiram gastar, mas os gastos per capita médios aumentaram independentemente das características das famílias. Em geral, tais características parecem influenciar pouco a decisão de gastar ou não gastar - cuja *proxy* é a proporção de domicílios que alegaram gastos culturais – afetando mais a decisão de quanto gastar, ou seja, o valor dispendido.

Enquadram-se nesse caso os seguintes resultados preliminares, que permitem levantar hipóteses quanto aos fatores que influenciam na decisão de gastar:

- ✓ A distribuição dos domicílios com chefes brancos e não brancos é bem distribuída na amostra, mas os domicílios com chefe da raça branca gastaram em média R\$ 60,34 por pessoa ao mês, contra R\$ 39,37 daqueles chefiados por não brancos. Nesse caso, é bem provável que esse resultado esteja contaminado pela variável renda, maior entre as famílias com chefes brancos.
- ✓ Nos casos em que o chefe é de religião protestante, o montante dispendido também foi menor.
- ✓ Ter criança em casa não alterou a proporção das famílias que consomem, mas estas gastaram em média 1/4 do gasto per capita das famílias sem crianças.
- ✓ A presença de adolescentes também desencadeou menores gastos.

Os resultados quanto a estrutura familiar de 2008-2009 não apresentou mudanças quanto ao averiguado por Silva, Araújo e Souza (2007) para o período 2002-2003. Segundo os autores (2007, p. 114), “as necessidades de cuidados com as crianças dependentes e outras atividades das crianças e jovens [...] tomam tempo ou fazem com que o lazer doméstico seja uma estratégia mais comum. Por sua vez, o gênero do chefe da família não parece influenciar em nenhuma das duas decisões (gastar e/ou quanto gastar) das famílias metropolitanas. A maioria dos trabalhos

no país apontam que mulheres tendem a gastar mais com cultura (DINIZ, MACHADO, 2011; MACHADO, MENEZES, DINIZ, 2011; PAGLIOTO, MACHADO, 2012).

Tabela 3.3: Despesas culturais domiciliares mensais per capita conforme características das famílias segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs

Característica das famílias	Proporção de dom. no total da amostra (%)		Proporção de dom. que realizam gastos culturais (%)		Gastos domiciliares mensais com cultura per capita (R\$)		
	2002-2003	2008-2009	2002-2003	2008-2009	2002-2003	2008-2009	Var.
<i>Gênero do chefe da família</i>							
Homem	69,00%	66,05%	70,76%	68,12%	R\$ 39,72	R\$ 48,03	20,93%
Mulher	31,00%	33,95%	29,24%	31,88%	R\$ 43,66	R\$ 44,83	2,69%
<i>Estado civil do chefe da família</i>							
Sem cônjuge	35,01%	36,11%	32,59%	33,11%	R\$ 56,00	R\$ 60,34	7,76%
Com cônjuge	64,99%	63,89%	67,41%	66,89%	R\$ 32,82	R\$ 39,37	19,94%
<i>Raça do chefe da família</i>							
Não branca	45,21%	49,12%	43,26%	47,11%	R\$ 25,67	R\$ 29,78	16,00%
Branca	54,79%	50,88%	56,74%	52,89%	R\$ 53,53	R\$ 63,51	18,64%
<i>Religião do chefe da família</i>							
Não protestante ou sem religião	78,54%	76,88%	79,71%	77,92%	R\$ 45,47	R\$ 52,20	14,80%
Protestante	21,46%	23,12%	20,29%	22,08%	R\$ 24,35	R\$ 29,47	20,99%
<i>Existência de uma ou mais crianças domicílio</i>							
Sem crianças	54,92%	62,04%	55,05%	61,20%	R\$ 57,16	R\$ 60,25	5,41%
Com criança(s)	45,08%	37,96%	44,95%	38,80%	R\$ 21,18	R\$ 25,20	18,98%
<i>Existência de um ou mais adolescentes no domicílio</i>							
Sem adolescente	67,24%	71,85%	65,51%	69,90%	R\$ 47,47	R\$ 53,41	12,52%
Com adolescente(s)	32,76%	28,15%	34,49%	30,10%	R\$ 27,54	R\$ 30,44	10,54%
<i>Educação do chefe da família/cônjuge: se um ou ambos têm nível superior</i>							
Não possuem nível superior	80,47%	80,99%	74,72%	76,39%	R\$ 23,27	R\$ 25,79	10,82%
Nível superior comp. ou incomp.	19,53%	19,01%	25,28%	23,61%	R\$ 113,71	R\$ 137,07	20,54%
<i>Profissão: presença de um ou mais moradores com ocupação criativa</i>							
Não há	93,81%	94,82%	92,31%	93,70%	R\$ 39,36	R\$ 43,90	11,54%
Morador(es) com ocup. creat.	6,19%	5,18%	7,69%	6,30%	R\$ 64,89	R\$ 102,67	58,22%
<i>Faixa de renda do domicílio, segundo renda per capita</i>							
Classe renda baixa	29,37%	25,36%	24,40%	22,27%	R\$ 7,92	R\$ 8,98	13,34%
Classe renda média	46,62%	49,58%	46,00%	48,18%	R\$ 23,03	R\$ 24,56	6,65%
Classe renda alta	24,01%	25,05%	29,61%	29,55%	R\$ 116,11	R\$ 129,67	11,68%

Fonte: IBGE/ POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

Nota: Valores de janeiro de 2008-2009.

As diferenças mais evidentes referem-se as variáveis educação, profissão e classe de renda, possibilitando levantar as hipóteses de que possuir educação superior, presença de indivíduo com ocupação nas profissões consideradas criativas e maior poder aquisitivo estão diretamente relacionados tanto com a decisão de gastar com bens e serviços culturais, quanto com o montante gasto. Diante do consenso dos estudos sobre a importância das variáveis renda e educação, na seção 3.3.4, as análises sobre desigualdades dentro das RMs procuram separar suas influências para evitar que os efeitos da correlação entre esses atributos sugiram interpretações equivocadas.

3.3.3 Despesas de consumo por itens de bens e serviços culturais nas RMs

O crescimento dos gastos culturais totais acima do crescimento dos domicílios nas RMs brasileiras refletiu no maior gasto médio familiar per capita, que passou de R\$ 40,94 ao mês em 2002-2003 para R\$ 46,94 em 2008-2009. A discriminação por item de despesa, como demonstrado na Tabela 3.4, sugere que o aumento no gasto domiciliar decorreu da elevação dos gastos indiretos, cuja participação no montante total variou de 35,24% para 50,62%. Tal resultado deve-se a difusão dos gastos com informática entre as famílias, visto que os indicadores dos demais itens de consumo indiretos – cursos de artes, instrumentos musicais e outras saídas – praticamente não se alteraram⁷².

Tabela 3.4: Despesas culturais domiciliares médias mensais per capita conforme itens de despesa cultural segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs

Despesa cultural	2002-2003			2008-2009		
	Gasto médio familiar per capita	Partic. na despesa cultural total	Proporção de dom. que realizaram gasto cultural	Gasto médio familiar per capita	Partic. na despesa cultural total	Proporção de dom. que realizaram gasto cultural
Total	R\$ 40,94	100,00%	73,47%	R\$ 46,94	100,00%	74,27%
<i>Direto</i>	<i>R\$ 26,31</i>	<i>64,92%</i>	<i>68,71%</i>	<i>R\$ 24,06</i>	<i>49,38%</i>	<i>67,25%</i>
Audiovisual	R\$ 19,39	48,74%	59,49%	R\$ 17,29	36,79%	58,48%
Cinema	R\$ 2,32	5,55%	16,45%	R\$ 1,82	3,94%	13,80%
Vídeo	R\$ 10,33	25,45%	32,51%	R\$ 11,46	24,24%	40,29%
Artigos de vídeo	R\$ 6,15	15,76%	26,88%	R\$ 6,97	15,19%	34,64%
Serv. TV	R\$ 4,19	9,69%	9,03%	R\$ 4,49	9,09%	9,97%
Som	R\$ 6,72	17,75%	41,31%	R\$ 3,33	7,04%	28,97%
Foto	R\$ 0,01	0,04%	0,13%	R\$ 0,68	1,53%	3,73%
Leitura	R\$ 5,64	13,19%	29,00%	R\$ 5,19	9,84%	25,80%
Artesanato	R\$ 0,54	1,18%	13,15%	R\$ 0,70	1,06%	9,31%
Espetáculos	R\$ 0,74	1,54%	3,59%	R\$ 0,89	1,68%	3,57%
<i>Indiretos</i>	<i>R\$ 14,63</i>	<i>35,24%</i>	<i>33,91%</i>	<i>R\$ 22,88</i>	<i>50,62%</i>	<i>40,08%</i>
Cursos de artes	R\$ 0,50	1,26%	2,32%	R\$ 0,34	0,84%	1,67%
Instrumentos musicais	R\$ 0,75	1,94%	3,25%	R\$ 0,60	1,35%	3,28%
Festas e outras saídas	R\$ 4,85	12,83%	18,31%	R\$ 4,22	9,47%	12,04%
Informática	R\$ 8,54	19,21%	19,86%	R\$ 17,72	39,09%	33,12%
Artigos de inform.	R\$ 7,24	16,23%	17,08%	R\$ 6,24	13,79%	16,10%
Serv. Internet	R\$ 1,30	2,99%	5,21%	R\$ 11,48	25,27%	24,98%
<i>Total no domicílio</i>	<i>R\$ 33,02</i>	<i>80,10%</i>	<i>70,07%</i>	<i>R\$ 40,02</i>	<i>85,19%</i>	<i>71,93%</i>
Diretos no dom.	R\$ 23,24	57,59%	67,12%	R\$ 21,35	43,62%	64,91%
<i>Total fora do dom.</i>	<i>R\$ 7,91</i>	<i>19,90%</i>	<i>29,63%</i>	<i>R\$ 6,93</i>	<i>15,10%</i>	<i>23,74%</i>
Diretos fora do dom.	R\$ 3,07	7,07%	17,96%	R\$ 2,71	5,60%	15,59%

Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

A desagregação dos gastos culturais é importante para revelar as práticas culturais das famílias, bem como as mudanças nessas práticas ao longo do tempo. Em geral, os estudos sobre

⁷² Sobre a inclusão da informática como bem cultural indireto, cabe ressaltar que sua importância diz respeito principalmente a facilitação ao acesso de informação e a pluralidade de conteúdo. Porém, não se pode desconsiderar que, frequentemente, os conteúdos acessados não se enquadram no conceito de bem cultural.

demanda cultural apontam que a demanda está altamente correlacionada ao capital cultural⁷³ do indivíduo e ao tempo que o mesmo destina ao lazer⁷⁴. Essa substitubilidade faz com que as preferências se alterem quando surgem novas formas disponíveis de entretenimento.

Apesar do curto período entre as duas pesquisas analisadas, a primeira década dos anos 2000 foi marcada por uma intensa popularização das mídias digitais e redução do custo dos serviços de internet, provocando elevação da participação relativa dos gastos com informática de 19,21% em 2002-2003 para 39,09% em 2008-2009. Destacam-se os serviços de internet, cujo gasto per capita domiciliar mensal passou de R\$ 1,30 (2,99% do total) para R\$ 11,48 (25,27%). Por sua vez, a proporção de domicílios com gastos positivos nesse item aumentou em cinco vezes.

Como esperado, as mudanças tecnológicas afetaram as prioridades dos indivíduos: a queda dos gastos diretos, tais como cinema, som e leitura, estão claramente relacionadas com a difusão desses conteúdos pela internet e decorrente direcionamento das preferências pelas tecnologias digitais. Esse movimento já vinha ocorrendo desde os anos 1990, como mostrado em Alves e Souza (2012), Earp e Paulani (2014) e Silva, Araújo e Souza (2007),

As tecnologias multimídias transformaram os mercados livreiros e musicais, criaram museus, bibliotecas e hemerotecas virtuais etc. e vieram para alterar profundamente o acesso aos bens culturais. Infundáveis discussões a respeito de direitos de autor e da qualidade do fazer cultural desdobram-se com a configuração desses novos paradigmas tecnológicos. Seja qual for o resultado desses debates, é necessário reconhecer que essas tecnologias já transformaram definitivamente as formas de acesso e as relações com a produção e o consumo de bens simbólicos (SILVA, ARAÚJO, SOUZA, 2007, p. 113)

Earp e Paulani (2014) atribuem as mudanças nos gostos por bens culturais a três fatores recentes que ocorreram após os anos 1990: (i) o aumento da renda – aumento do poder de compra devido ao Plano Real e a abertura comercial (barateamento dos bens de consumo duráveis) nos anos 90, bem como distribuição de renda e aumento do crédito pessoal nos anos 2000 – que levaram a uma mudança no padrão de consumo a favor dos bens duráveis⁷⁵; (ii) mudança no espaço público de sociabilidade, com destaque para interação virtual e (iii) causas específicas dos mercados que levaram a ascensão de produtos substitutos.

Em todos os casos, há um fator comum: o “deslocamento [...] para um novo suporte do bem cultural – algum meio eletrônico de preço relativamente mais baixo” (EARP, PAULANI, 2014, p. 479). Dessa forma, acentuou-se a substituição do uso do tempo livre para lazer em

⁷³ Capital cultural no sentido de Becker e Stigler (1977), como explicitado na subseção 2.2.1.

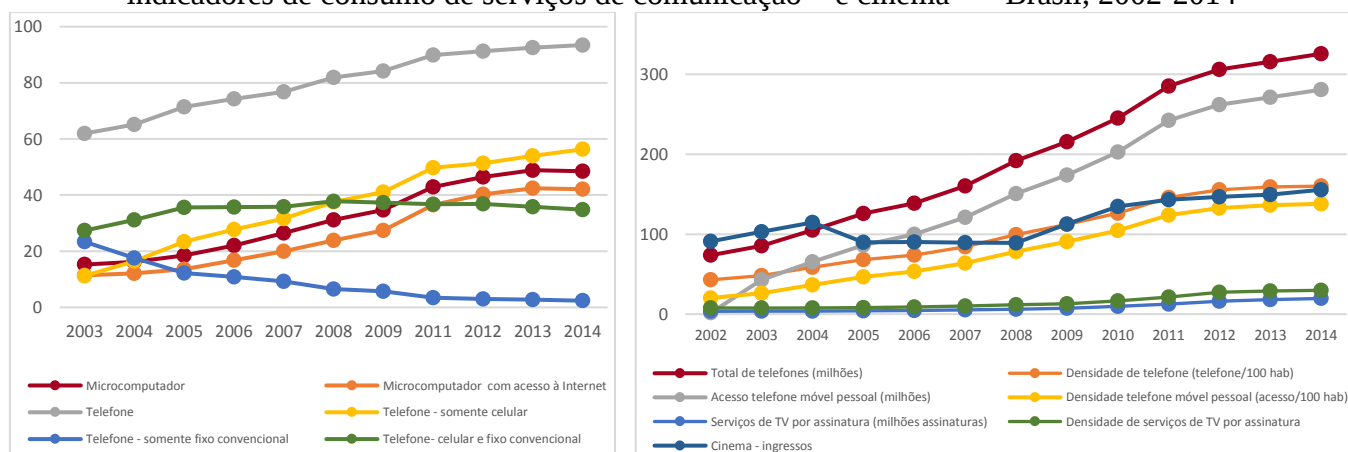
⁷⁴ Após a decisão de quanto tempo será alocado para lazer (*trade off* entre lazer e trabalho), as famílias decidem entre as opções de entretenimento que são substitutas – cultura, esportes, viagens, etc.

⁷⁵ Entre esses, os equipamentos culturais privados, tais como televisores, DVDs, microcomputador, etc.

espaço público para privado, com maior uso desse tempo para novas atividades, tais como interação virtual (redes sociais), consumo audiovisual através de TV, DVD e internet; reduzindo o tempo disponibilizado para consumo de livros, CDs e idas aos cinemas⁷⁶.

A Figura 3.3 expressa o crescimento do consumo e do acesso às tecnologias digitais. O percentual de domicílios com existência de microcomputador com acesso à internet passou de 11,42% em 2003 para 27,38% em 2009, enquanto o acesso a telefonia elevou-se de 61,94% para 84,5% dos domicílios. Destacam-se os telefones celulares, presentes em 41,08% das casas, o que representa 173,9 milhões de aparelhos em 2009, contra 43 milhões em 2003. Por sua vez, o número de serviços de assinatura de televisão dobrou no período, de 3,6 milhões para 7,5 milhões. Tendo em vista que o gasto familiar médio per capita não se alterou, supõe-se que a difusão ocorreu com paralela redução nos preços das assinaturas. Embora não compreenda o período de análise desse estudo, os valores referentes a 2014 mostram que a demanda permanece aquecida para esses bens e serviços.

Figura 3.3: Percentual de domicílios^(a) com acesso a telefonia, microcomputador e internet e indicadores de consumo de serviços de comunicação^(b) e cinema^(c) – Brasil, 2002-2014



Fontes: (a) PNAD (2003-2014); (b) ANATEL; (c) ANCINE.

Nesse quesito, cabe ressaltar que a principal limitação dos dados é que os gastos não são uma *proxy* confiável de consumo para determinados itens de despesa. A variação dos gastos pode ocorrer por diversas razões: (i) variação nos preços relativos – então um gasto menor não significa necessariamente redução no consumo por determinado bem ou serviço⁷⁷; (ii) possibilidade de deslocamento para consumo gratuito⁷⁸.

⁷⁶ Os dados não permitem avaliar o impacto dos gastos com cinema e TV por assinatura após a entrada do Netflix, em 2011.

⁷⁷ No caso dos bens culturais, não há razões conjunturais de mercado que indicam tendência de elevação nos preços.

⁷⁸ A oferta de bens e serviços gratuitos é comum no caso dos bens culturais. As principais publicações sobre consumo – ‘O hábito de lazer cultural do brasileiro’, realizado pela Fecomercio-RJ; e o Cultura em Número, pelo Minc – iniciaram, respectivamente, em 2007 e 2009, dificultando comparações com o período de 2002-2003.

No caso da informática e de serviços com TV por assinatura, o aumento dos gastos reflete um aumento proporcionalmente maior no consumo, pois os preços apresentaram queda no período. Os dados da Figura 3.3 embasam essa afirmação. Paralelamente, não se pode afirmar que a redução dos gastos com leitura e fonografia, bem como a estabilidade dos gastos com vídeo, significam consumo inferior/estável desses bens. Mesmo os dados sobre vendas de livros, CDs e DVDS não refletem o consumo real, tendo em vista a impossibilidade de mensurar tais práticas realizadas na forma digital. Aliás, pode-se esperar que a possibilidade de consumo gratuito tenha aumentado tais práticas com a possibilidade de navegação pela internet.

Além disso, a difusão dos produtos piratas também reduz o custo relativo dos produtos. Desde 2006, quando a Fecomercio-RJ (2010) iniciou pesquisa de campo sobre consumo de produtos piratas no Brasil, o percentual de pessoas que compram tais produtos vem aumentando. CDs e DVDs ocuparam os primeiros lugares no ranking em todos os anos, sendo que o consumo de DVD passou de 35% dos entrevistados em 2006 para 77% em 2010⁷⁹.

Todos esses fatores contribuíram para queda acentuada tanto dos gastos per capita com som – que engloba aquisição e consertos de aparelhos, além de reprodução de material gravado (CDs e DVDS) – quanto da participação no total e do percentual de domicílios que realizam tais despesas. As inovações tecnológicas, particularmente, o MP3 e a banda larga, permitiram ampla difusão dos arquivos musicais, aproximando-se dos ‘bens livres’ e impossibilitando a mensuração do consumo através das estatísticas de gastos e vendas.

O reflexo das transformações no mercado fonográfico é visto na queda das vendas do volume físico desses bens, que passou de 74 milhões de unidades em 2002 para 25,7 milhões em 2009 (ABPD, 2003; 2009). Por outro lado, a ‘destruição criadora’ proporcionou o surgimento de novas fontes de receitas: em 2009, 11,9% das receitas do setor provieram do mercado digital, subdivido em 58,7% da internet e 41,3% da telefonia móvel (ABPD, 2009).

No caso dos filmes, a redução do público no cinema não ocorreu por uma alteração no gosto por filmes, mas porque alternativas domésticas reduziram custos de transação, já que a ida ao cinema acarreta outros gastos e questões de mobilidade (EARP, 2009). Isso é evidenciado pela baixa taxa de crescimento dos ingressos vendidos, que tem apresentado trajetória estável e em 2009 foi apenas 9,43% superior a 2003, atingindo cerca de 112,67 milhões de ingressos, segundo Figura 3.3. Ademais, “nos dez maiores mercados de cinema do país [...] 93% dos entrevistados assistem filmes, mas apenas 41% o fazem também em salas de cinema” (INSTITUTO DATAFOLHA, 2008 apud EARP, PAULANI, 2014, p.481).

⁷⁹ Em 2012, registrou-se a primeira queda no consumo de pirataria (FECOMERCIO-RJ, 2012).

Por sua vez, os dispêndios mensais per capita com leitura mantiveram-se em torno de R\$ 5,00, mas houve redução da participação no montante gasto total e de famílias que gastaram com esse bem. Pesquisa realizada pela Fecomercio-RJ (2014), realizada em mil domicílios de 70 cidades e 9 RMs, verificou que embora o livro seja o item cultural mais utilizado, 65% não leu nenhum livro em 2013, sendo que apenas 11% dos entrevistados que não leram livros foi por questões financeiras. Esse não é um fenômeno exclusivo ao Brasil: *survey* de orçamentos familiares da Noruega revela que 77% dos domicílios não compraram livros no período de pesquisa de duas semanas. A partir dessa base de dados, Ringstad e Løyland (2006) verificaram que a demanda por livros é elástica, sendo o livro um bem de luxo, muito sensível a mudanças de preços dos próprios livros e de produtos substitutos.

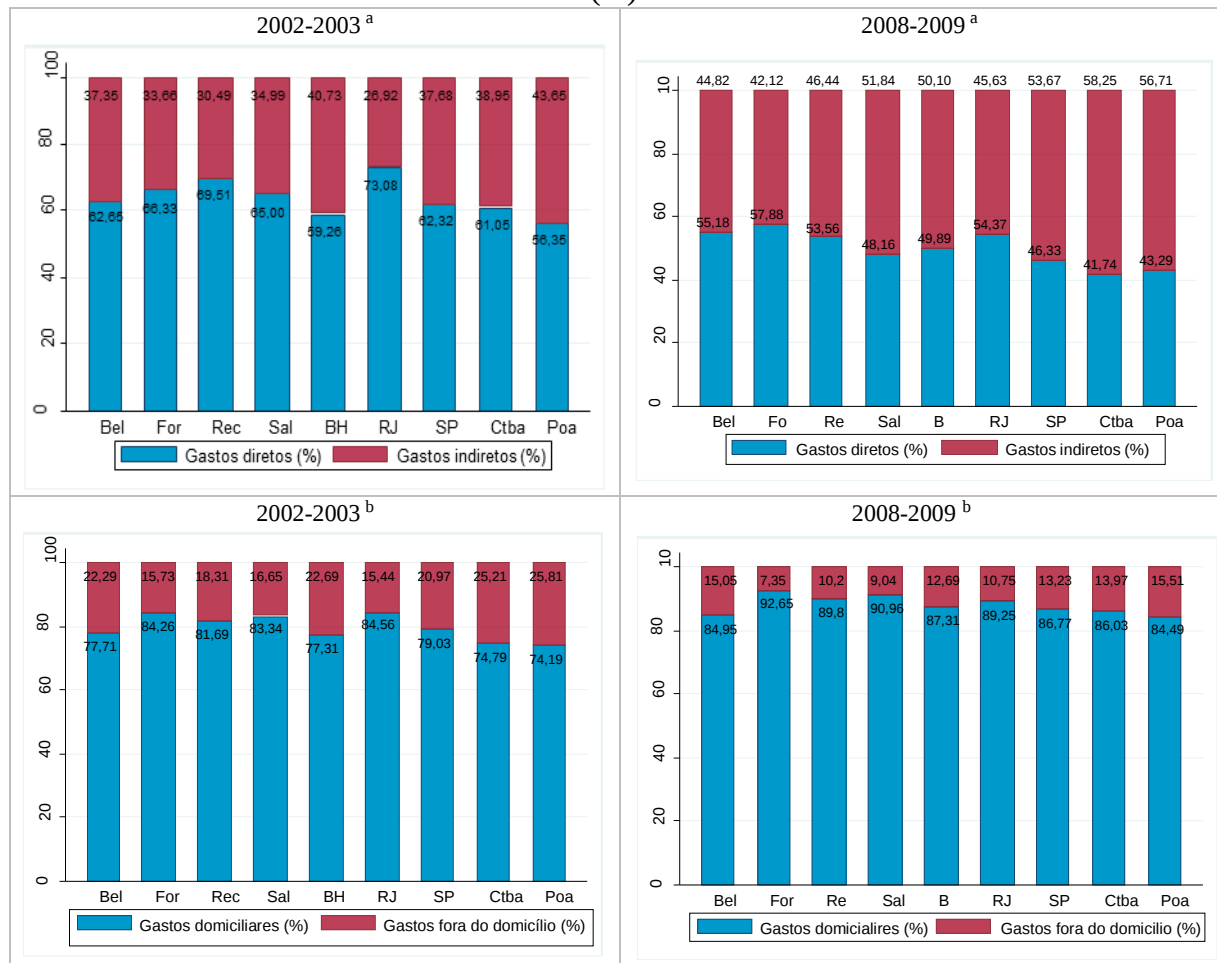
Em meio a essas transformações, alteraram-se a proporção de despesas dentro e fora do domicílio, a favor dos gastos domiciliares. Em 2008-2009, a proporção gasta fora dos domicílios correspondeu por apenas 15,10% do total gasto em cultura, sendo que os gastos diretos (cinema e espetáculos e artes) são apenas 1/3 desse valor e foram praticados por 15,59% das famílias.

O cinema respondeu por 3,94% do total do dispêndio cultural, enquanto os espetáculos, que englobam principalmente idas a teatros, óperas, circos e museus, representaram apenas 1,68%. Espera-se que a decisão de gastar dentro ou fora do domicílio seja influenciada, além das preferências e da renda dos consumidores, por fatores como estrutura familiar, bem como pelos atributos da cidade, assunto explorado no próximo capítulo desta tese.

No que concerne as RMs, observa-se que as diferenças na proporção dos gastos diretos e indiretos reduziram entre as localidades, enquanto entre gastos no domicílio e fora aumentaram, como pode ser observado na Figura 3.4. Em 2002-2003, a diferença entre a RM com menor proporção de gastos diretos, que é Porto Alegre, é de 20 pontos percentuais em relação a de maior proporção, que é Belo Horizonte. No período seguinte, a distribuição entre gastos diretos e indiretos é mais uniforme em todas as RMs, em grande monta, como reflexo do aumento com gastos em informática.

A elevação com gastos em informática desencadeou um deslocamento da demanda para práticas dentro do domicílio: em 2002-2003, as RMs com menores gastos relativos fora do domicílio foram Fortaleza e Rio de Janeiro, cuja proporção foi cerca de 15% do total em cada. Nas RMs da região Sul, esse valor atingiu mais de 25%. Já em 2008-2009, o percentual de famílias que declararam saídas culturais caiu para 7,35% em Fortaleza, apresentando maior valor na RM de Belém, igual a 15,05%.

Figura 3.4: ^(a) Proporção das despesas culturais diretas e indiretas e ^(b) proporção das despesas conforme práticas fora ou dentro do domicílio por RM segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 (%)



Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

Tendo em vista que o consumo de bens culturais é uma “forma de se adquirir/reforçar distinção social, através da qual alguém declara seu pertencimento a um determinado grupo de referência” (EARP; PAULANI, 2014, p. 476), é importante verificar o padrão de despesa cultural considerando as diferentes classes de renda e níveis educacionais, como apresentação na próxima subseção.

3.3.4 Desigualdade das despesas com bens culturais dentro das RMs

A Tabela 4.6 apresenta os gastos culturais para o Brasil metropolitano divididos em três faixas de renda. Na classe baixa, 65,89% das famílias realizaram dispêndios com cultura em 2008-2009, enquanto na média esse percentual é de 73,27% e na alta de 85,51%. Comparando com 2002-2003, mais domicílios de baixa renda gastaram com cultura, o que não ocorreu nas outras duas faixas. Porém, a despesa domiciliar média per capita mensal mantém-se

substancialmente inferior, igual a R\$ 8,98, contra R\$ 24,56 e R\$ 129,67 per capita mensais das faixas de renda média e alta, respectivamente.

Tabela 3.5: Despesas culturais domiciliares mensais per capita por faixa de renda segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs

			Classe de renda baixa		Classe de renda média		Classe de renda alta		Total	
			2002-2003	2008-2009	2002-2003	2008-2009	2002-2003	2008-2009	2002-2003	2008-2009
Número de domicílios			4.309.764	4.339.526	6.839.866	8.482.396	3.522.609	4.286.423	14.672.239	17.108.345
Proporção de domicílios			29,37%	25,36%	46,62%	49,58%	24,01%	25,05%	100,00%	100,00%
Gastos culturais	Total	Proporção de dom, que realizaram gastos	61,11%	65,35%	72,60%	72,35%	90,73%	87,80%	73,61%	74,23%
		Gasto médio familiar per capita (R\$)	R\$ 7,92	R\$ 8,98	R\$ 23,03	R\$ 24,56	R\$ 116,11	R\$ 129,67	R\$ 40,94	R\$ 46,94
	Direto	Proporção de dom, que realizaram gastos	56,02%	57,85%	67,28%	64,55%	88,22%	87,80%	68,84%	67,22%
		Gasto médio familiar per capita (R\$)	R\$ 6,08	R\$ 5,42	R\$ 15,50	R\$ 12,53	R\$ 72,04	R\$ 65,74	R\$ 26,31	R\$ 24,06
	Indireto	Proporção de dom, que realizaram gastos	18,09%	24,27%	31,76%	35,95%	57,72%	64,16%	33,98%	40,06%
		Gasto médio familiar per capita (R\$)	R\$ 1,84	R\$ 3,56	R\$ 7,52	R\$ 12,03	R\$ 44,07	R\$ 63,93	R\$ 14,63	R\$ 22,88
	No dom,	Proporção de dom, que realizaram gastos	57,56%	63,00%	68,01%	69,43%	88,66%	86,77%	70,20%	71,89%
		Gasto médio familiar per capita (R\$)	R\$ 6,97	R\$ 7,69	R\$ 18,69	R\$ 21,66	R\$ 92,72	R\$ 109,07	R\$ 33,02	R\$ 40,02
	Fora do dom,	Proporção de dom, que realizaram gastos	13,26%	11,95%	28,14%	20,48%	52,78%	42,07%	29,69%	23,73%
		Gasto médio familiar per capita (R\$)	R\$ 0,95	R\$ 1,29	R\$ 4,33	R\$ 2,90	R\$ 23,38	R\$ 20,60	R\$ 7,91	R\$ 6,93

Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

A desagregação dos gastos em diretos/indiretos e dentro/fora do domicílio provocou redução na proporção de domicílios que declararam gastos, salvo o caso dos dispêndios diretos e nos gastos dentro do domicílio pela classe alta, que se manteve acima de 80%. Houve queda nos valores monetários dispendidos em bens culturais diretos, acompanhada por acentuado aumento nos gastos indiretos. Contudo, o valor médio mensal per capita das famílias de baixa renda, R\$ 3,56, manteve-se substancialmente inferior aos das faixas das rendas média (R\$ 12,03) e alta (R\$ 63,93).

Também se observa acentuada disparidade nas despesas fora do domicílio, realizadas por somente 11,95% das famílias de menor poder aquisitivo, cuja média per capita mensal foi de R\$ 1,29. Nas classes média e alta, a proporção de domicílios com esses gastos elevou-se para 20,48% e 42,07%, respectivamente. Esse resultado é esperado, pois o lazer fora do domicílio envolve outros gastos, inclusive de locomoção na cidade, como explorado no Capítulo 4 dessa tese. De acordo com Silva, Araújo e Souza (2007, p. 127),

[...] metade da classe C, 1/10 da classe D e apenas 1% da classe E possuem o recurso do automóvel para se deslocar pela cidade, o que significa muito desconforto, já que terão de usar os precários transportes coletivos para desfrutar de poucas horas de entretenimento. Dessa forma, ganha espaço o consumo cultural no domicílio.

Os baixos recursos destinados a gastos diretos fora do domicílio pelas famílias de menor poder aquisitivo têm diversas implicações, desde a impossibilidade de apropriação da apreciação de expressões artísticas que só podem ser obtidas através de contato com a obra, até a restrição de uso dos espaços públicos da cidade para interação social.

O resultado disso tudo é o aumento das desigualdades e do isolamento das frações das classes sociais em espaços delimitados de consumo e lazer, inacessíveis ao contato e às interações densas. De qualquer maneira o consumo cultural no domicílio permite amplificar esse isolamento ao evitar os riscos da insegurança, violência, gastos adicionais de transporte, alimentação etc., advindos da necessidade de atravessar a cidade para desfrutar do consumo cultural (SILVA, ARAÚJO, SOUZA, 2007, P. 127).

Apesar da melhoria da distribuição de renda ocorrida na segunda metade dos anos 2000, percebe-se que a ascensão social não garantiu a incorporação dos hábitos culturais das camadas que já eram superiores. De acordo com Silva, Araújo e Souza (2007, p. 118-119), “A educação explica em parte as diferentes composições e preferências de consumo das famílias [...] todas as atividades que demandam um grau maior de domínio de habilidades escolares (como a leitura) têm um consumo maior por parte dos grupos de maior escolarização”.

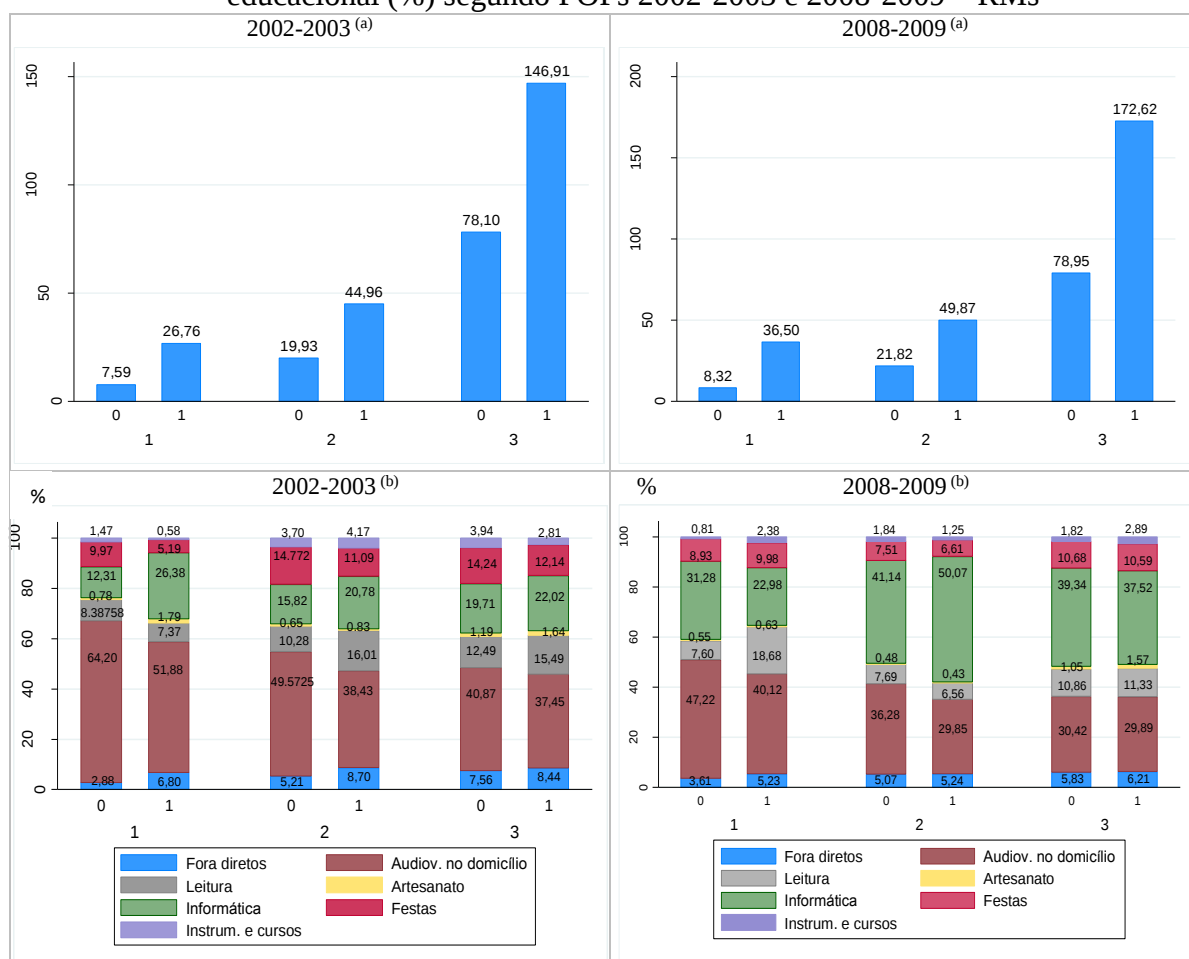
Assim, observou-se que as preferências se diferenciam entre os grupos: em todas as faixas de renda, os gastos culturais mensais per capita são acentuadamente superiores para os domicílios cujos chefes e/ou cônjuges têm nível superior completo ou incompleto, sugerindo que fatores não monetários influenciam a propensão a gastar, conforme Figura 3.5. As maiores discrepâncias referem-se aos gastos com leitura: em 2002-2003, famílias com maior nível educacional e pertencentes a classe média gastaram 16,01% do total dispendido com cultura em itens de leitura, contra 10,28% do caso contrário. Na classe baixa, em 2008-2009, esse percentual foi de 18,68% e 7,6%, respectivamente. Esse resultado está em consonância ao estudo de Notten et al. (2015), cujas evidências confirmam que hábitos de leitura estão relacionados às habilidades cognitivas do indivíduo e, logo, correlacionadas com a educação.

O audiovisual no domicílio é o principal gasto em todas as classes e níveis educacionais. Nesse quesito, embora tenham aumentado muito, os serviços de TV e internet ainda são baixos e restritos às classes mais altas de renda, pois “diferenças socioeconômicas representam possibilidades desigualmente distribuídas de aquisição ou não dos bens de consumo cultural, sejam equipamentos propriamente ou bens com conteúdos culturais” (SILVA, ARAÚJO, SOUZA, 2007, p. 127). Em 2009, a TV paga no Brasil completou 20 anos e, apesar da forte expansão recente, ainda estava presente, no primeiro trimestre de 2009, em apenas 13% dos lares, com a maioria dos clientes pertencentes a classes A e B (LEE, 2009).

Assim, tem-se a “universalidade [apenas] da televisão como forma de acesso a informações e fonte de entretenimento” (SILVA, ARAÚJO, SOUZA, 2007, p. 128). Nesse

questo, entretanto, a democratização por meio da TV e rádio é apenas uma ilusão, pois o consumidor não escolhe, de fato, a informação e/ou entretenimento que irá acessar (BOTELHO, 2007; CANCLINI, 1999; MANTECÓN, 2009). Segundo Botelho, “A programação de tv, por exemplo, é regida por interesses comerciais e por uma escala de valores atrelada a esses interesses (os poderes públicos têm sido extremamente tímidos com relação ao enfrentamento desta questão)” (2007, p. 177-178).

Figura 3.5: ^(a) Despesa cultural domiciliar média mensal per capita (R\$) e ^(b) participação dos itens de despesas culturais no consumo cultural total por classe de renda e nível educacional (%) segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs



Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

Notas: Nível educacional: 0 = famílias que chefe ou cônjuge não possuem nível superior; 1 = chefe ou cônjuge possuem nível superior completo e/ou incompleto. Classes de renda: 1 = baixa; 2 = média; 3 = alta.

Aos consumidores de maior renda, através de serviços diversos de vídeo e áudio oferecidos por assinatura (TV, internet banda larga ou conteúdo digital), aumenta-se a quantidade e diversidade de conteúdo da programação oferecida. Além disso, as novas tecnologias permitem uma individualização do consumo; particularmente, há a possibilidade de escolher quando será consumida determinada programação, por meio dos serviços como

*pay-per-view*⁸⁰, *near-video-on-demand*⁸¹, disponibilização de vídeos em portais de internet e *streaming*⁸² (LEE, 2009).

Por sua vez, Benhamou (2007) destaca que

O consumidor é tanto mais dependente do julgamento dos críticos e do impacto dos lançamentos na mídia quanto mais limitados são seus meios de informar-se, quanto mais alto é o número de produtos oferecidos e quanto mais marcante é o caráter singular dos bens, o que acaba elevando o custo da informação. O preço não é um indicador de qualidade: há livros baratos que apresentam excelentes textos clássicos (BENHAMOU, 2007, p. 114-115).

Além disso, a restrição aos meios de acesso à comunicação reforça as hierarquias sociais devido à falta de oportunidades de criação de capacidades adaptativas dos setores excluídos e que são necessárias para inserção econômica (CANCLINI, 2005). Assim, cultura e educação são fortes mecanismos de reprodução das desigualdades, através da transmissão do capital cultural e, por isso, assumem papel fundamental para reduzir desigualdades e formar cidadãos. Somente uma maior capacidade de discernimento pode transformar o consumidor passivo em um indivíduo independente para tomar decisões sobre que tipo de informação e manifestações culturais deseja consumir (MANTECÓN, 2009; CANCLINI, 2005).

3.3.5 Evolução da concentração das despesas culturais nos anos 2000

Para mensurar o grau de desigualdade de despesas culturais das RMs, calculou-se o coeficiente de Gini para diversos itens de despesas cultural para cada uma das localidades – Brasil, Grandes Regiões e RMs – bem como para cada uma das classes de renda das RMs em conjunto. Como demonstrado na Figura 3.6, a concentração dos gastos acompanha a concentração da renda, com correlação entre o índice de Gini da renda per capita domiciliar e o índice de Gini dos gastos culturais domiciliares per capita igual a 0,7 em 2002-2003 e 0,69 em 2008-2009. Um ponto comum nos dois anos e em todas as RMs é que os coeficientes de Gini da renda e do consumo assumiram valores sempre acima de 0,5 e 0,7, respectivamente.

Muitos trabalhos no Brasil vêm apresentando evidências sobre a relação entre desenvolvimento econômico e desenvolvimento cultural nas cidades, tais como Silva (2010) e Machado Simões e Diniz (2013). Por sua vez, Fernández, Maldonado e Luque (2008) também verificaram discrepância entre as comunidades autônomas espanholas, com correlação negativa entre renda per capita e desigualdade de consumo.

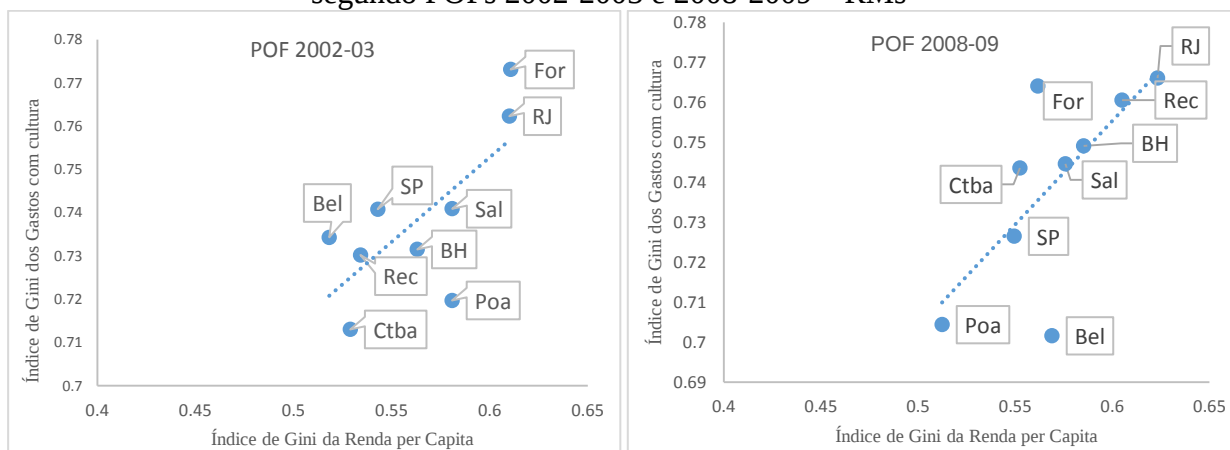
⁸⁰ Dentre as opções de oferta, o assinante paga por um conteúdo específico que queira assistir.

⁸¹ “Sistema no qual o mesmo filme é exibido diversas vezes, iniciando em intervalos pequenos de tempo, de forma que o assinante possa optar por assistir ao filme quando lhe for conveniente”. (LEE, 2009, p. 194).

⁸² Hoje mais comum nos *smartphones*.

Como visto, o Brasil passou por um processo de distribuição de renda, com redução do índice de Gini de 0,5955 em 2002-2003 para 0,5655 em 2008-2009. No entanto, esse movimento não foi espacialmente uniforme. Não houve alteração no grau de concentração das regiões Norte e Sudeste, bem como na maioria das RMs: somente em Recife ocorreu aumento da desigualdade, enquanto em Fortaleza, Salvador e Porto Alegre houve redução. As demais diferenças entre os coeficientes de Gini da renda per capita demonstradas na Figura 3.7 não foram estatisticamente significantes, como pode ser visto no Apêndice C.

Figura 3.6: Índice de Gini da renda e das despesas culturais domiciliares mensais per capita segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs



Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

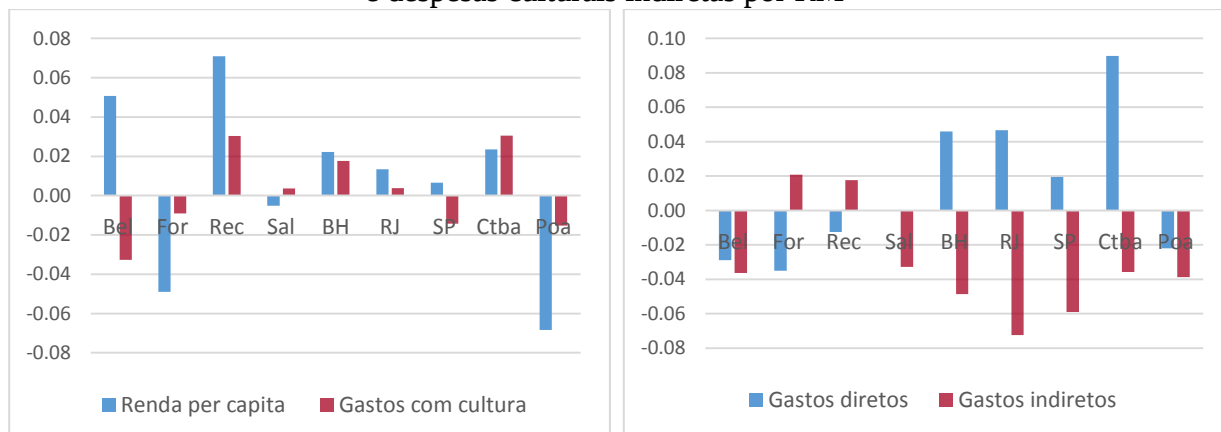
Por sua vez, o consumo cultural passou a ser melhor distribuído em todas as grandes regiões do país (Apêndice C), mas manteve-se constante nas RMs. Assim, tanto as diferenças entre os Índices de Gini das RMs (Figura 3.7), quanto a sua redução em 0,0017 para o conjunto das mesmas, não foram estatisticamente significantes (Apêndice C). Quando se desagrega as despesas culturais em diretas e indiretas, observa-se manutenção do Índice de Gini dos gastos diretos em praticamente todas as localidades, porém, diminuiu nas regiões Norte, Nordeste e Sul, enquanto a desigualdade aumentou nas RMs de Belo Horizonte, Rio de Janeiro e Curitiba. Assim, pode-se afirmar que o movimento de redução da desigualdade ocorreu mais intensivamente fora do Brasil metropolitano.

Em contrapartida, os gastos indiretos mostraram-se mais uniformemente distribuídos em todas as grandes regiões e RMs do país, salvo nas RMs de Fortaleza e Recife. Esse comportamento deve-se principalmente à queda na desigualdade dos serviços com TV e internet em todas as localidades estudadas, em decorrência das mudanças tecnológicas que permitiram crescimento do consumo e maior acesso às tecnologias digitais.

Ademais, os dados mostram evidências que os gastos com cultura são concentrados e que essa concentração aumenta conforme os itens de despesas são desagregados, em

conformidade com Fernández, Maldonado e Luque (2008). Esses autores estudaram a desigualdade dos gastos das famílias espanholas com lazer, espetáculos e cultura através dos dados da *Encuesta Continua de Presupuestos Familiares* de 2003. Quanto mais desagregados os gastos, maior o índice de Gini, tanto que a média do Gini para a Espanha é de 0,5597, enquanto para os diversos itens de despesa cultural de lazer foram acima de 0,8.

Figura 3.7: Diferença dos Índices de Gini dos valores domiciliares per capita mensais entre as POFs 2002-2003 e 2008-2009 para renda, despesas culturais totais, despesas culturais diretas e despesas culturais indiretas por RM



Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

Nota: Os valores detalhados estão no Apêndice C. Foram realizados teste t para as diferenças de Gini no pacote Dasp, sendo os graus de significância estatísticas representados por *** 1%; ** 5% e * 10%.

Os valores do Gini para despesa cultural mensurados na presente pesquisa foram diferentes dos índices de concentração que Silva, Araújo e Souza (2007) encontraram para o Brasil nos dados da POF 2002-2003, devido ao diferente agrupamento dos produtos e serviços. Porém, em conformidade com os autores, gastos fora do domicílio, artesanato, leitura, artigos de informática enquadraram-se dentre aqueles com maiores desigualdades entre as famílias, enquanto os gastos com vídeo, som e serviços de assinatura com TV e internet distribuem-se de maneira mais uniforme. No caso das despesas extradomiciliares, além dos coeficientes elevados, houve aumento na concentração na maioria das RMs do país.

Em magnitude, observa-se que o padrão de desigualdade de gastos manteve-se entre as RMs, salvo raras exceções. Belém e Porto Alegre destacam-se por apresentar índices de Gini mais baixos para consumo cultural e consumo cultural direto, enquanto Belém também se destacou para gastos fora do domicílio e Porto Alegre para dispêndios no domicílio, segundo Apêndice C. No que tange as maiores desigualdades, têm-se Recife e Rio de Janeiro quanto a renda e Fortaleza quanto aos gastos indiretos com cultura.

Nesse quesito, percebe-se que a desigualdade se expressa mais entre as diferentes classes de rendimento, como demonstrado na Tabela 3.7. Em geral, conforme aumenta o poder

aquisitivo, reduz-se o grau de desigualdade: na maioria dos itens de despesas, a diferença entre a faixa de renda alta e baixa atingiu 0,10 pontos.

Tabela 3.6: Índice de Gini para despesas culturais domiciliares per capita por faixa de renda segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs

Fonte de despesas	Classe de renda baixa			Classe de renda média			Classe de renda alta			Total		
	2002-03	2008-09	Dif.	2002-03	2008-09	Dif.	2002-03	2008-09	Dif.	2002-03	2008-09	Dif.
Total	0,7412	0,7071	-0,0341**	0,6686	0,6662	-0,0024	0,5759	0,5879	0,012	0,7522	0,7505	-0,0017
Diretos	0,7501	0,7277	-0,0224	0,6881	0,6965	0,0084	0,5805	0,6503	0,0698***	0,7502	0,7749	0,0247**
Indiretos	0,9308	0,8954	-0,0354***	0,8693	0,8186	-0,0507***	0,7648	0,6794	-0,0854***	0,8861	0,8355	-0,0506***
Dentro do dom.	0,7581	0,7144	-0,0437***	0,6937	0,6849	-0,0088	0,5955	0,5903	-0,0052	0,7623	0,7541	-0,0082
Fora do dom.	0,9432	0,9505	0,0073***	0,8765	0,9073	0,0308***	0,7765	0,8398	0,0633***	0,8911	0,9186	0,0275***
Audiovisual	0,7824	0,7445	-0,0379**	0,7282	0,7344	0,0062	0,6132	0,6615	0,0483***	0,766	0,7795	0,0135
Cinema	0,9781	0,9779	-0,0002	0,9216	0,935	0,0134**	0,8215	0,8599	0,0384**	0,9256	0,9348	0,0092
Vídeo	0,8824	0,8062	-0,0762***	0,8523	0,8163	-0,0360***	0,7082	0,7504	0,0422**	0,8529	0,8422	-0,0107
Som	0,8645	0,8918	0,0273**	0,8193	0,8791	0,0598***	0,7595	0,8447	0,0852***	0,8317	0,8895	0,0578***
Leitura	0,9398	0,9464	0,0066	0,8828	0,9015	0,0187*	0,7616	0,8341	0,0725***	0,8903	0,9189	0,0286***
Artesanato	0,9696	0,9768	0,0072	0,9539	0,9696	0,0157**	0,949	0,966	0,0170	0,9729	0,9843	0,0114
Informática	0,9696	0,9227	-0,0469***	0,9294	0,8446	-0,0848***	0,8491	0,6915	-0,1576***	0,9339	0,8477	-0,0862***
Artigos informática	0,9699	0,9582	-0,0117**	0,9368	0,9149	-0,0219***	0,8818	0,8552	-0,0266**	0,9449	0,9209	-0,0240***
Serviços internet	0,9993	0,9485	-0,0508***	0,9892	0,892	-0,0972***	0,9052	0,7338	-0,1714***	0,9725	0,8807	-0,0918***
Serviços de tv e internet	0,9966	0,9408	-0,0558***	0,9667	0,8745	-0,0922***	0,787	0,6653	-0,1217***	0,9351	0,8585	-0,0766***

Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

Nota: Foram realizados teste t para as diferenças de Gini no pacote Dasp, sendo os graus de significância estatísticas representados por *** 1%, ** 5% e * 10%.

No período de análise do presente estudo, as evidências empíricas mostram que a desconcentração do consumo ocorreu a favor das famílias com menor renda e consumo per capita, visto que a única classe de renda que apresentou queda no Gini estatisticamente significativa para despesas cultural total foi a classe baixa, como visto na Tabela 3.7. Também houve redução no grau de desigualdade dentro dessa faixa de renda para a maioria dos itens, com exceção dos gastos extradomiciliares e som.

Comparando com o período anterior, Silveira Neto e Menezes (2010) verificaram que a desconcentração do consumo em geral ocorreu a favor das classes menos favorecidas, ao mesmo tempo em que as despesas com cultura e recreação⁸³ estão dentre os itens de consumo que contribuíram para a significativa queda na desigualdade de gastos nas RMs entre as POFs 1995-1996 e 2002-2003. Embora não tenha ocorrido mudança real no grau de concentração do

⁸³ Essa comparação deve levar em consideração que a cesta de produtos mencionada, em conformidade com a divisão sugerida pelo IBGE, é muito mais ampla que a classificação de bens culturais para essa tese.

total de gastos culturais das RMs, alterou-se o peso com que cada um dos itens de despesas contribuiu para o coeficiente mensurado.

Sabe-se que a alteração nos índices de desigualdade pode ocorrer pelos seguintes motivos: aumento ou redução no montante gasto com determinado bem por uma parcela da população e/ou alteração da participação de determinada despesa no total do montante dispendido. Para averiguar como esses comportamentos afetaram o índice geral, isto é, quais itens de cultura contribuíram para a (des)concentração do consumo, a Tabela 3.8 apresenta a decomposição da variação do Índice de Gini para os gastos culturais por item de despesa.

Tabela 3.7: Decomposição da Variação do Índice de Gini (ΔG) para a distribuição das despesas domiciliares per capita com consumo cultural segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs

Fonte de despesas	Participação no total (<i>Sh</i>)		Coeficiente de concentração (<i>Ch</i>)		Efeito Participação % ΔG (<i>Ssh</i>)	Efeito Concentração % ΔG (<i>Sch</i>)	Efeito Total % ΔG (<i>Sh</i>)
	2002-2003	2008-2009	2002-2003	2008-2009			
Espectáculos	0,0182	0,0189	0,8260	0,8157	-3,01	11,36	8,34
Cinema	0,0567	0,0388	0,7674	0,7237	-6,15	123,78	117,63
Artigos de vídeo	0,1501	0,1485	0,6583	0,6288	-10,11	261,45	251,33
Serv. de TV	0,1022	0,0956	0,8419	0,8126	29,91	171,57	201,49
Artigos de som	0,1641	0,0708	0,6442	0,6340	-620,70	70,59	-550,11
Fotografia	0,0004	0,0145	0,8761	0,7396	-47,51	60,29	12,78
Leitura	0,1378	0,1105	0,7385	0,7643	0,07	-189,61	-189,54
Artesan., decor. e artes plásticas	0,0131	0,0148	0,7278	0,8447	-3,56	-96,88	-100,44
Curso de artes	0,0121	0,0073	0,8250	0,8706	27,30	-26,31	1,00
Instrumentos musicais	0,0182	0,0128	0,7819	0,7751	8,63	6,26	14,89
Artigos de informática	0,1770	0,1328	0,8456	0,7732	151,87	665,20	817,07
Serv. de internet	0,0317	0,2446	0,8575	0,7836	-873,62	605,37	-268,25
Festas e outras saídas	0,1184	0,0898	0,7633	0,8077	57,92	-274,15	-216,23
Total	1,0000	1,0000	0,7522	0,7505	-1.288,95	1.388,91	100,00

Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

Notas: $\Delta G=0,0017$. *Sh* e *Ch* obtidos por Rao's Approach (RAO, 1969), com variância estimada através de linearização. Método de decomposição conforme procedimento de Hoffmann (2006).

‘Artigos de informática’ foi o item de despesa que mais contribuiu para a queda do coeficiente, com percentual de 817%. Ambos os efeitos, participação e concentração, foram favoráveis à queda. Como o índice de concentração é alto, uma queda na participação do total destes gastos contribuiu para redução da desigualdade, mas a maior contribuição ocorreu devido à redução da concentração, cujo efeito é mais do que 4 vezes superior. Esse resultado deve-se tanto à queda de preços desses produtos, como da difusão do consumo entre as famílias. Por outro lado, os serviços de internet tiveram efeitos contrários: o aumento na participação relativa desses gastos favoreceu a concentração, dado o alto coeficiente de concentração, enquanto a redução na concentração operou em sentido oposto. Diferente ao esperado, os efeitos

concentradores do aumento da participação predominaram e este teve contribuição de 216% para o aumento do Gini.

Na segunda posição, os itens que mais contribuíram para queda no índice de Gini foram os pertencentes ao audiovisual, em especial, os serviços de TV. Sua participação nos gastos totais manteve-se praticamente constante, ao mesmo tempo em que o coeficiente de concentração diminuiu significativamente. Já nos casos de cinema e artigos de vídeo, o efeito participação foi favorável ao aumento do Gini, enquanto o efeito concentração, predominante, contribuiu para a redução de desigualdade. Instrumentos musicais, fotografia, espetáculos de cursos de artes também contribuíram para a sua redução, mas em modesta magnitude, já que a participação nos gastos totais desses itens de despesa é baixa. O item de maior participação são os espetáculos e artes, igual a 1,8%.

Cabe destacar que a desconcentração dos gastos ocorreu para praticamente todos os itens de despesa cultural. A exceção foi leitura, artigos de artesanato, decoração e artes plásticas, curso de artes e festas e outras saídas. Esses últimos produtos mencionados, juntamente com artigos de som e serviços de internet, foram os itens que desfavoreceram a redução do coeficiente de Gini. Os artigos de som apresentaram, nos dois períodos, um coeficiente de concentração menor que a média geral. Então, sua brusca queda na participação, por razões conjunturais do setor fonográfico já comentadas na seção 3.3.3, também impactou a favor do aumento do índice de Gini.

Os resultados para o Brasil metropolitano divergem dos observados na Espanha por Fernández, Maldonado e Luque (2008), sobretudo nos gastos com leitura, visto que imprensa, sobretudo publicações periódicas, é o bem mais bem distribuído entre as famílias espanholas. Estes, juntamente com livros e jogos de azar, também foram os bens que mais contribuíram para a redução do índice de Gini daquele país em 2003. Nas RMs brasileiras, houve elevação no índice de concentração de itens de leitura já acentuado, passando de 0,7385 em 2002-2003 para 0,7643 em 2008-2009 e contribuindo com o aumento do Coeficiente de Gini em -189,54 %.

Por sua vez, Silveira Neto e Menezes (2010) encontraram, entre 1996-1997 e 2002-2003, uma tendência de redução de concentração dos gastos com recreação e cultura nas RMs brasileiras. Aplicando decomposição da variação do Índice de Gini, auferiram que a contribuição desse grupo de despesa para redução do coeficiente de Gini dos gastos com consumo total foi de 2,32%, com predominância do efeito concentração⁸⁴. A delimitação diferente das cestas de bens dificulta a comparação, mas observa-se resultado inverso no

⁸⁴ Não foram encontrados estudos similares para despesas culturais no Brasil.

período mais recente analisado na presente pesquisa, em comparação ao anterior. Assim, apesar do coeficiente de concentração da maioria dos produtos ter apresentado redução, não houve alteração estatisticamente significativa do índice de Gini cultural para o conjunto das RMs.

3.4 SÍNTESE CONCLUSIVA

Observaram-se mudanças nas preferências relacionadas aos bens e serviços culturais, decorrentes tanto do aumento da renda, quanto das novas possibilidades de oferta, tais como surgimento de produtos substitutos e alteração nos preços relativos. Paralelamente, embora a despesa cultural seja distribuída de forma mais desigual que a renda, o coeficiente de concentração da maioria dos produtos caiu, entre 2002-2009. Porém, não o suficiente para impactar o índice de Gini cultural, conforme averiguado pela decomposição dos gastos.

Assim, as principais conclusões foram: (i) confirma-se o deslocamento de demanda para consumo no domicílio, acompanhado tanto do aumento da participação relativa desses gastos, como do maior número de famílias consumidoras; (ii) significativo aumento do consumo das novas tecnologias de comunicação, derivadas das mudanças tecnológicas; (iii) aumento da concentração dos gastos fora do domicílio em todas as RMs (salvo Belém); (iv) intensidade da concentração apresentaram-se similares entre as RMs e (v) dentro das RMs, os dados indicam que renda e educação são os principais fatores que influenciaram a propensão a consumir.

A distribuição desigual dos gastos culturais entre as diversas classes de renda dificulta avanços da democratização cultural, sobretudo porque a ascensão social não garante a incorporação dos hábitos das camadas que já eram superiores. No caso da elevação da proporção dos gastos em itens de uso doméstico, por exemplo, é importante destacar que o poder de escolha sobre que tipo de informação acessar (TV por assinatura e internet banda larga) é praticamente restrito as classes média e alta. Por sua vez, observou-se que as famílias de menor poder aquisitivo também realizam menores despesas com saídas culturais e, mais do que a renda, esse comportamento tem relação com a menor acumulação de capital cultural.

Dessa forma, as políticas em prol da democratização da cultura devem considerar tanto a inclusão digital, quanto as problemáticas relacionadas ao acesso aos espaços culturais, considerando o tema em sua abrangência, isto é, relacionando questões de política urbana e de formação de público. Para isso, cabe entender como os atributos das diferentes localidades estudadas explicam as disparidades dos gastos familiares com cinema, espetáculos e artes em geral, como exposto no próximo capítulo dessa tese.

CAPÍTULO 4

GASTOS COM SAÍDAS CULTURAIS NAS RMS: A LOCALIZAÇÃO IMPORTA? ANÁLISE DAS POFS 2002-2003 E 2008-2009

4.1 INTRODUÇÃO

No capítulo 3, verificou-se redução na participação relativa e aumento da concentração dos gastos familiares em atividades culturais fora do domicílio. Nas principais RMS do Brasil, o percentual de domicílios que realizaram gastos fora de casa caiu de 27,66%, em 2002-2003, para 23,73%, em 2008-2009. Observando apenas os gastos diretos, ou seja, aqueles realizados com cinemas, artes e espetáculos, esse valor passou de 18,17% para 15,58%. Quando inclui o interior do país, esse percentual reduz-se para 9,6% em 2008-2009, em parte, devido ao “vazio espacial” da oferta dos equipamentos culturais, visto que somente 23,3% dos municípios brasileiros possuíam museus, 21,1% teatros e 9,1% cinemas em 2009 (IBGE, 2010a).

A tendência da concentração da oferta de serviços culturais em grandes cidades é afirmação recorrente na literatura, visto que as amenidades de consumo, entre elas, as culturais, são resultado das externalidades de aglomeração. Por um lado, determinados tipos de serviços culturais só poderão ser oferecidos dada a existência de efeitos de aglomeração, pois requerem economias de escala, como é o caso das casas de ópera (GLAESER, 2011). Concomitantemente, a concentração gera *spillovers* – interação entre artistas e/ou indústria cultural – e possibilita redução de custos dos ‘insumos’ para produção cultural. Então, o *locus* com maior potencial de adequação a esses aspectos são as metrópoles e grandes cidades e, mais ainda, as chamadas cidades criativas.

Por outro lado, a inexistência de oferta cultural em determinada localidade, complementada de outros aspectos sócio demográficos que dificultam o acesso, impossibilita aos que ali residem a formação de hábitos de consumo extradomiciliar, particularmente no caso de cinema, apresentações musicais, espetáculos, concertos e museus. Cabe ressaltar que os bens culturais são bens de experiência e, portanto, a demanda depende de exposição prévia (STIGLER, BECKER, 1977)⁸⁵.

Assim, a despeito da facilitação do acesso a bens culturais e a informação após a expansão da internet e dos aparelhos eletrônicos, como visto no capítulo 3, entende-se que as práticas domiciliares de consumo deveriam relacionar-se às preferências e não como ‘única

⁸⁵ A discussão teórica sobre especificidades dos bens culturais, capital cultural e demanda com utilidade marginal crescente foi exposta na seção 2.2 desta tese.

opção’ dos indivíduos. Como destacado por Mantecón (2009, p. 91-92), são muitos os obstáculos às saídas culturais, sobretudo para as camadas populares, pois

[...] aquéllos que logran llegar y constituirse en sus públicos son los vencedores de una larga carrera de obstáculos: han recorrido la distancia geográfica que separa los espacios culturales cuya distribución concentrada e inequitativa los mantiene alejados del ámbito cotidiano de la mayoría de los habitantes de las ciudades y los pueblos; pagaron su traslado y el precio del boleto, en los casos en los que no podían gozar de alguna exención; recorrieron la distancia simbólica que aleja a muchos del patrimonio sacralizado, producto de su construcción social jerarquizada; estructuraron de determinada manera su tiempo libre y dejaron el abrigo de sus hogares, venciendo la poderosa atracción que ejerce la oferta mediática –que tiene también sus barreras específicas– y que alimenta la tendencia internacional hacia la disminución de la asistencia a espectáculos localizados, en tanto, crece el consumo a través de aparatos de comunicación masiva en el ámbito familiar.

As práticas coletivas de consumo a partir do uso do espaço público da cidade têm potencial de aumentar a interação social, o respeito às diferenças e o exercício da cidadania. Considerando que os diversos tipos de participação cultural extrapolam o uso do tempo livre para mero entretenimento, a restrição do acesso à determinadas ofertas culturais restringem também as “oportunidades de formar concepções do mundo, erigir consensos, construir cultura política e exercer cidadania [tradução nossa]” (MANTECÓN, 2009, p. 94).

Nesse contexto, não se pretende defender que cidades de todos os portes possuam todos os tipos de ‘equipamentos tradicionais’ – o multiuso de ginásios poliesportivos, por exemplo, tem sido uma solução apontada para as cidades de pequeno porte e para zonas periféricas excluídas da rota dos investimentos (BOTELHO, 2003). Tampouco se pode definir uma medida ideal de habitante por equipamento, dado a heterogeneidade dos hábitos presente inter e intra diferentes grupos sociais (CANCLINI, 1999).

Nesse contexto, a oferta cultural das principais RMs brasileiras influencia os gastos das famílias? Além disso, como se diferenciam tais práticas entre as diversas classes de renda? Os fatores relacionados às características dos consumidores já foram discutidos por um considerável número de trabalhos (AMESTOY, 2008; MACHADO, MENEZES, DINIZ, 2011; PAGLIOTO, MACHADO, 2012; QUINTERO, MARTOS, 2012). Porém, são escassas as investigações de como os fatores contextuais - aspectos demográficos particularmente relacionados às cidades e/ou países - afetam o consumo entre as diferentes localidades e entre as diferentes classes de renda.

Na literatura internacional, destacam-se os recentes estudos de Falk e Katz-Gerro (2016) e Notten et al. (2015)⁸⁶ sobre diferenças entre países desenvolvidos. No Brasil, as pesquisas apontam acentuadas diferenças entre cidades e microrregiões em termos de grau de

⁸⁶ Ver subseção 2.2.3.

desenvolvimento cultural (SILVA, 2010; FERREIRA NETO, PEROBELLI, 2013; MACHADO, 20-; MACHADO et al., 2013; GOLGHER, 2008), acompanhado da distribuição espacial e do uso desiguais dos equipamentos culturais, como exposto em Botelho (2003), Bógus e Pasternak (2011), Melo e Peres, (2005), Nussbaumer et al. (2006), Silveira e Silva (2010) e Ferreira, Fernandes e Huçulak (2011)⁸⁷.

Dessa forma, observa-se que a instalação de equipamentos culturais e restauração de patrimônio histórico em áreas degradadas têm sido adotadas como políticas urbanas por muitos municípios brasileiros desde os anos 1990. Em complemento, acentuou-se o debate sobre a necessidade de articulação das políticas culturais com outras áreas da gestão pública, além da inclusão dos equipamentos culturais dentre as metas do Plano Nacional de Cultura (PNC)⁸⁸. No entanto, os estudos mostram que as políticas culturais urbanas não têm se mostrado eficientes para sanar problemas sociais da realidade local e tampouco estimulado o consumo cultural das classes menos favorecidas economicamente. Ademais, as cidades têm perdido sua função de promover convívio social ao longo do tempo e o consumo cultural pode ocupar papel importante na reversão desse processo (BOTELHO, 2001; CANCLINI, 1999; 2005; LIBÂNIO, 2014; MANTECÓN, 2009; MORAES, 2012).

Assim, a hipótese é que problemas de infraestrutura agravam as desigualdades no consumo em nível regional/espacial, devido a concentração da oferta cultural e da renda. Nesse sentido, este quarto capítulo discute a relação entre os gastos familiares com saídas culturais e a oferta de espaços culturais nas principais RMs⁸⁹. Além de análises qualitativas, as discussões baseiam-se nos resultados da estimação de um modelo hierárquico (multinível) logístico de dois níveis (domicílios e RMs), cuja principal fonte de dados é a POF, especificamente, as publicações de 2002-2003 e 2008-2009, como explicitado na subseção 4.2. A subseção 4.3 traz uma exposição da distribuição das despesas e da oferta cultural, bem como os resultados das estimações e discussões. Por fim, na subseção 4.4, tem-se uma síntese conclusiva do capítulo.

4.2 ESTRATÉGIA EMPÍRICA

4.2.1 Delimitação conceitual e geográfica/espacial

A delimitação dos bens e serviços culturais investigados referem-se aos gastos com ingressos de cinema, teatro, show, museu, circo, seresta, opera e dança clássica, agrupados

⁸⁷ Os trabalhos mencionados foram discutidos na subseção 2.3.2.

⁸⁸ Sobre a discussão das metas do PNC quanto aos equipamentos culturais, ver Graeff, Waismann e Berg (2014).

⁸⁹ A delimitação dos itens que compõem as 'saídas culturais', assim como as razões da escolha pelas RMs, são expostas na subseção 3.2.1.

numa cesta de bens denominada ‘saídas culturais diretas’ (Apêndice A)⁹⁰. Tal escolha não se trata de entender a cultura erudita como apropriada da ‘cultura verdadeira’ (BOTELHO, 2003)⁹¹ - aliás, a ampliação do conceito de cultura é um avanço recente das políticas públicas – mas decorre das evidências de que estas são as práticas mais ‘elitizadas’, isto é, que apresentam maiores desigualdades de consumo entre as diferentes camadas sociais. Também são as manifestações artísticas mais dependentes dos equipamentos tradicionais.

No que tange a delimitação espacial, considerou-se que o planejamento sobre instalação e localização de equipamentos culturais, bem como outras políticas urbanas que possam afetar o consumo em virtude da mobilidade dos cidadãos, só fazem sentido se pensadas em nível de município ou RM. Essa afirmação encontra respaldo em Silva (2010), que afirma que “é nessa ‘unidade político-administrativa que se realizam as práticas relacionadas à vida cotidiana dos cidadãos’” (SILVA, 2010; p. 38).

Dessa forma, essa pesquisa abrangeu as nove principais RMs do país: Belém, Fortaleza, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba e Porto Alegre. Tendo em vista que os habitantes da RM podem usufruir dos equipamentos concentrados na capital e vice-versa⁹², impossibilitou-se a expansão para os demais estados do país, pois incluir capitais sem considerar seus municípios fronteiriços acarretaria em gastos culturais familiares relacionados aos equipamentos culturais subestimados⁹³.

4.2.2 Dados

4.2.2.1 Bases de dados

Para obter informações acerca dos gastos culturais e das variáveis socioeconômicas das famílias/localidades em estudo utilizou-se os microdados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF 2002-2003 e 2008-2009), aplicando-se os mesmos procedimentos do capítulo 3⁹⁴. A estrutura de dados hierárquica foi levada em consideração na escolha do modelo econométrico, explicado adiante.

⁹⁰ O termo ‘diretas’ é para diferenciar dos gastos indiretos com festas e outras formas de consumo extradomiciliar, conforme Apêndice A.

⁹¹ A cultura popular, que também é hábito extradomiciliar, é distribuída mais uniformemente no território nacional – inclusive em municípios de pequeno porte – bem como mais presente nos hábitos de camadas populares e vincula-se fortemente as especificidades regionais. Além disso, a base de dados utilizada não é apropriada para mapear esse tipo de participação, pois predomina o consumo gratuito.

⁹² Estudos sobre hábitos culturais mostram que existe forte fluxo dos moradores entre os municípios da RM com finalidade de participar de programações culturais (TOLEDO, 2014).

⁹³ Como a variável omitida estaria relacionada tanto com a variável explicativa (oferta de equipamentos), quando com a dependente (gastos), haveria presença de correlação entre esta última e o termo de erro, ocasionando viés nos estimadores.

⁹⁴ Repetir aqui a descrição da POF e o tratamento dos dados seria redundância.

A oferta dos equipamentos culturais foi obtida principalmente através da Pesquisa de Informações Básicas Municipais (MUNIC). Porém, em virtude de indícios de problemas de medida nessa base de dados, recorreu-se a coleta também junto ao Guia dos Museus Brasileiros - Instituto Brasileiro de Museus (Ibram/MinC), Pesquisa de Teatros/Fundação Nacional de Artes (FUNARTE) e Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA); tanto para validação dos dados da MUNIC, quanto para substituição nos casos de comprovação de erros de medida.

- Pesquisa de Informações Básicas Municipais (MUNIC)

A base MUNIC foi publicada pela primeira vez em 1999 e tem como principal objetivo trazer “informações sobre a estrutura, dinâmica e funcionamento das instituições públicas municipais, em especial à prefeitura, compreendendo também diferentes políticas e setores que envolvem o governo municipal e a municipalidade” (IBGE, 2010a, p. 29). Embora publicada anualmente, as informações sobre cultura são coletadas a cada dois anos e abrangem variáveis que caracterizam o grau de desenvolvimento dos municípios quanto às atividades culturais, gestão cultural, acesso à cultura e infraestrutura cultural.

As informações estão disponíveis em tabelas para os estados e grande região, mas para obtê-las desagregadas para os diferentes municípios é preciso coletá-las separadamente no próprio site do IBGE. Em consonância com o questionário, as informações são divulgadas na forma de quantidade, em relação aos estabelecimentos e gastos, por exemplo, e em relação à existência/ausência de determinado equipamento cultural, política municipal e instituição governamental de cultura e afins.

Para as estimações, foi utilizada a publicação de 2006, pois é o único ano em que as informações sobre equipamentos culturais estão divulgadas no detalhamento necessário, ou seja, tem-se acesso a quantidade dos bens culturais dos municípios. Nos demais anos, os gestores respondem apenas acerca da existência dos bens e não da sua quantidade.

- Guia dos Museus Brasileiros - Instituto Brasileiro de Museus (Ibram/MinC)

O Ibram disponibilizou, em 2011, o primeiro Guia de Museus Brasileiros, que traz informações acerca das mais de 3.200 instituições museológicas cadastradas junto ao Cadastro Nacional de Museus (CNM). É possível identificar os museus existentes por município e seus respectivos anos de criação, entre outras informações, tais como situação atual, endereço, horário de funcionamento, tipologia de acervo, acessibilidade, infraestrutura para recebimento de turistas estrangeiros e natureza administrativa.

- Pesquisa de Teatros - Fundação Nacional de Artes – FUNARTE

A Funarte, por meio do Centro Técnico de Artes Cênicas, disponibiliza um mapeamento dos teatros no país, por meio de consulta online através do site da instituição, no link ‘Pesquisa de Teatros’. A busca pode ser realizada por nome do teatro, tipologia (características arquitetônicas), lotação, condição atual (em atividade, desativado, em recuperação em construção), cidades, estados e regiões. As demais informações referem-se à localização (endereço, CEP, telefone e fax) e infraestrutura (palco, plateia, equipamentos de luz e cenários). Não é possível saber em que ano os teatros foram abertos.

- Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual - OCA

O OCA faz parte da Agência Nacional do Cinema (Ancine) e é responsável pela coleta de dados e publicações de informações do setor audiovisual, disponibilizando dados primários e secundários sobre o setor.

Além das citadas, outras bases de dados foram utilizadas para identificar dados específicos sobre as RMs, tais como: Atlas de Desenvolvimento Humano do Brasil (2000, 2010) – para informações sobre IDH Municipal; além das publicações Cultura em Números (MINC, 2009; 2010) e da Fecomercio (2014).

4.2.1.2 Variáveis

Na estimação econométrica, a variável dependente é o gasto domiciliar com bens de consumo culturais diretos realizados fora do domicílio, que são aqueles que, por hipótese, podem ser influenciados pelas características das RMs, particularmente, a oferta cultural. Os gastos são informados na forma de despesa individual, mas foi realizado o agrupamento dos gastos com bens/serviços diferentes em uma cesta de bens - gastos diretos fora do domicílio - entre outras razões, devido ao baixo percentual de famílias que declaram esse tipo de consumo e pela simplificação do modelo. A literatura aponta que a decisão de consumo entre os diferentes tipos de bens culturais não é independente e, em geral, a demanda por bens ligados aos equipamentos culturais são complementares⁹⁵.

As variáveis explanatórias relacionadas às características socioeconômicas das famílias relevantes para determinação dos gastos, apresentadas no Quadro 1, foram selecionadas conforme estudos teóricos e empíricos voltados ao setor cultural e/ou lazer, bem como foram considerados os resultados exploratórios do capítulo 3. Todos os trabalhos destacam a

⁹⁵ O valor intangível dos bens culturais depende também das relações sociais, nesse caso, captadas pelos hábitos dos outros membros da família (AMESTOY, 2008).

importância da renda e educação, mas outros fatores também podem influenciar, tais como gênero e raça do chefe familiar, estrutura familiar (cônjuge e/ou filhos), ocupação profissional do chefe e/ou cônjuge e meios de pagamento.

Quadro 4.1: Variáveis explicativas do nível 1 (domicílios) e explicativas de nível 2 (RMs)

Variáveis socioeconômicas ou contextuais	Referencial teórico e/ou empírico - internacional	Referencial teórico e/ou empírico -Brasil	Descrição da variável	Fonte/	Relação
Gênero	Amestoy (2008); Quintero, Martos (2012)	Machado, Menezes, Diniz (2011); Paglioto, Machado (2012)	1 se mulher; 0 caso contrário	POF 2002-2003; 2008-2009	+
Etnia	Quintero, Martos (2012)	Paglioto, Machado (2012)	1 se branco; 0 caso contrário	POF 2002-2003; 2008-2009	+
Idade ou Idade ²	Amestoy (2008); Quintero, Martos (2012)	Diniz, Machado (2011); Paglioto, Machado (2012)	Contínua (anos)	POF 2002-2003; 2008-2009	Ambíguo
Estado civil	Quintero, Martos (2012)	-	1 se casado; 0 caso contrário	POF 2002-2003; 2008-2009	+
Existência de filhos crianças ou adolescentes	Quintero, Martos (2012)	Paglioto, Machado (2012)	1 se existe criança: <11 anos; 0 caso contrário 1 se existe adolescente: entre 11 e 17 anos; 0 caso contrário	POF 2002-2003; 2008-2009	Crianças: - Adolesc: +
Religião	-	-	1 se Protestante; 0 caso contrário	POF 2002-2003; 2008-2009	-
Se chefe ou cônjuge tem nível superior	Amestoy (2008); Falk, Katz-Gerro (2016); Notten et al. (2015); Quintero, Martos (2012)	Diniz, Machado (2011); Machado, Menezes, Diniz (2011); Paglioto, Machado (2012)	1 se possui nível superior; 0 caso contrário	POF 2002-2003; 2008-2009	+
Classe de renda per capita			1 se classe média e 0 caso contrário 1 se classe alta e 0 caso contrário	POF 2002-2003; 2008-2009	+
Acesso a crédito (cartão)	-	Alves, Souza (2012)	1 se possui; 0 caso contrário	POF 2002-2003; 2008-2009	+
Status social - ocupação em classe criativa	Falk, Katz-Gerro (2016); Florida (2003)	-	1 se ocupação em classe criativa; 0 caso contrário	POF 2002-2003; 2008-2009	+
Indicador de oferta cultural	-	Diniz, Machado (2011); Ferreira Neto, Perobelli (2013)	Contínua (Índice padronizado)	MUNIC-IBGE (2006); Ibram (2011); Ancine	+
IDHM	--	Machado, Simões e Diniz (2013)	Contínua	Atlas de Desenvolvimento Humano do Brasil	+

Fonte: Elaboração do autor com base nos trabalhos citados.

Notas: 1 - Classe de renda segundo critério SAE (2012) - classe média: renda per capita mensal entre R\$458 e R\$1.661, a preços de abril de 2012, que foram deflacionados a partir do IPCA para valores de janeiro de 2009.

2 - Definição de criança e adolescente por idade, segundo critério do Estatuto da Criança e do Adolescente.

Diferente da maioria dos trabalhos, que consideram apenas características do chefe do domicílio, nessa tese optou-se por incluir o nível de escolaridade do cônjuge, ou seja, a variável explicativa refere-se se o chefe e/ou cônjuges possuem nível superior completo ou incompleto⁹⁶. Da mesma maneira, no que concerne profissão, verifica-se a influência das famílias serem formadas por um ou mais membros com ocupação pertencente a classe criativa (Apêndice B), com base na hipótese de que as práticas culturais são influenciadas pelos hábitos do grupo social.

A Tabela 4.1 apresenta as características da amostra, a proporção de domicílios que realizaram gastos com saídas culturais e os gastos domiciliares médios com cultura fora do domicílio diretos per capita. Observa-se que a amostra é composta por famílias em sua maioria chefiadas por homens e por indivíduos casados. Nos dois períodos, a proporção de domicílios

⁹⁶ Em 2002-2003, quando se considera a escolaridade do cônjuge, o número de famílias enquadradas com nível superior completo e/ou incompleto sobe de 3.708 para 4.847, enquanto em 2008-2009 esse valor aumenta de 4.582 para 6.119 domicílios.

que tiveram dispêndios extradomiciliares com essas características acompanha a distribuição da amostra.

Tabela 4.1: Despesas culturais diretas fora do domicílio conforme estrutura familiar segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs

Característica das famílias	Proporção de dom. no total da amostra (%)		Proporção de dom. que realizam despesas culturais fora diretos (%)		Despesas domiciliares médios mensais com cultura fora do domic. diretos per capita (R\$)		
	2002	2008	2002	2008	2002	2008	Var.
<i>Gênero do chefe da família</i>							
Homem	69,00%	66,05%	66,54%	67,73%	R\$ 2,60	R\$ 2,73	5,19%
Mulher	31,00%	33,95%	33,46%	32,27%	R\$ 4,11	R\$ 2,66	-35,19%
<i>Estado civil do chefe da família</i>							
Sem cônjuge	35,01%	36,11%	39,98%	35,93%	R\$ 5,26	R\$ 4,00	-23,99%
Com cônjuge	64,99%	63,89%	60,02%	64,07%	R\$ 1,88	R\$ 1,98	5,10%
<i>Raça do chefe da família</i>							
Não branca	45,21%	49,12%	28,21%	36,33%	R\$ 1,59	R\$ 1,37	-13,72%
Branca	54,79%	50,88%	71,79%	63,67%	R\$ 4,28	R\$ 4,00	-6,63%
<i>Religião do chefe da família</i>							
Não protestante ou sem religião	78,54%	76,88%	85,42%	81,87%	R\$ 3,60	R\$ 3,03	-15,93%
Protestante	21,46%	23,12%	14,58%	18,13%	R\$ 1,11	R\$ 1,65	48,60%
<i>Existência de uma ou mais crianças domicílio</i>							
Sem crianças	54,92%	62,04%	70,27%	70,07%	R\$ 4,79	R\$ 3,60	-24,84%
Com criança(s)	45,08%	37,96%	29,73%	29,93%	R\$ 4,79	R\$ 1,26	-73,71%
<i>Existência de um ou mais adolescentes no domicílio</i>							
Sem adolescente	67,24%	71,85%	57,38%	67,42%	R\$ 3,59	R\$ 3,14	-12,68%
Com adolescentes(s)	32,76%	28,15%	42,62%	32,58%	R\$ 1,99	R\$ 1,62	-18,54%
<i>Educação do chefe da família/cônjuge: se um ou ambos têm nível superior</i>							
Não possuem nível superior	80,47%	80,99%	49,29%	53,81%	R\$ 1,34	R\$ 1,27	-5,23%
Nível superior comp. ou incomp.	19,53%	19,01%	50,71%	46,19%	R\$ 10,19	R\$ 8,85	-13,12%
<i>Profissão: presença de um ou mais moradores com ocupação criativa</i>							
Não há	93,81%	94,82%	87,99%	88,87%	R\$ 2,83	R\$ 2,50	-11,45%
Morador(es) com ocup. criat.	6,19%	5,18%	12,01%	11,13%	R\$ 6,68	R\$ 6,47	-3,25%
<i>Faixa de renda do domicílio, segundo renda per capita</i>							
Classe renda baixa	29,37%	25,36%	7,79%	8,20%	R\$ 0,23	R\$ 0,33	41,28%
Classe renda média	46,62%	49,58%	41,20%	39,65%	R\$ 1,28	R\$ 1,15	-9,96%
Classe renda alta	24,01%	25,05%	51,01%	52,15%	R\$ 10,01	R\$ 8,21	-18,00%
<i>Acesso a crédito: se chefe possui cartão de crédito</i>							
Não	65,97%	53,87%	45,71%	30,90%	R\$ 1,38	R\$ 1,14	-17,50%
Sim	34,03%	46,13%	54,29%	69,10%	R\$ 6,34	R\$ 4,55	-28,29%

Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

A maior discrepância entre proporção na amostra e proporção de domicílios que gastaram relacionam-se a: (i) educação: cerca de 19% das famílias têm chefe ou cônjuge com nível superior completo ou incompleto, mas metade das famílias que consumiram via mercado tem essa característica; (ii) status profissional: domicílios com presença de indivíduo da classe criativa representam cerca de 5,5% da amostra, mas totalizam 11,5% dos domicílios que realizaram gastos culturais fora diretos; (iii) renda: famílias da classe de renda alta é apenas um quarto da população, mas representa metade das famílias que gastaram.

Por sua vez, as variáveis explicativas relacionadas às características das cidades que podem influenciar os padrões de gastos estão em consonância com os trabalhos apontados no Quadro 4.1. Assim, foram consideradas a infraestrutura de equipamentos culturais -

representada pelo Índice de Oferta Cultural (IOC) e Índice Padronizado de Oferta de Museus (Idemuseu) - e o grau de desenvolvimento da RM, mensurado pelo IDHM.

O IOC foi construído com base nos dados sobre a oferta de equipamentos culturais tradicionais – número de salas de cinema (OCA), teatros (MUNIC 2006) e museus (Ibram) – e permite captar a diversidade da infraestrutura existente, relacionada ao número de equipamentos e não a sua capacidade de público. Então, o primeiro procedimento foi calcular os índices dos equipamentos para cada RM, através da Equação 4.1⁹⁷.

$$\text{Índice}_{ij} = \text{Hab. da RM}_j / \text{Qtde do equipamento}_i / 100 \text{ mil hab.} \quad \text{Equação (4.1)}$$

Com base no trabalho de Silva (2010), que construiu um indicador – Idecult - para analisar o nível de desenvolvimento cultural dos municípios brasileiros⁹⁸, normalizou-se os índices de habitantes por quantidade de equipamentos (Índice_{ij}) entre 0 e 1 através do seguinte procedimento:

$$\text{Índice pad.}_{ij} = [(\text{Índice}_{ij} - \text{Índice mín. } i) / (\text{Índice máx. } i - \text{Índice mín. } i)] \quad \text{Equação (4.2)}$$

Onde Índice pad._{ij} é o índice normalizado do equipamento i na RM j ; $\text{Índice mín. } i$ é o índice de menor valor referente ao equipamento i observado nas RMs, enquanto o $\text{Índice máx. } i$ é o de maior valor. Dessa forma, o IOC_j é a média aritmética dos três índices normalizados – museus, teatros e cinemas – para a RM j e o Idemuseu é simplesmente o índice de museu normalizado obtido pela Equação 4.2. Como a relação dos índices é de habitantes por quantidade de equipamentos, quando maior o IOC/Idemuseu, menor a oferta relativa.

Cabe ressaltar algumas informações sobre as fontes de dados utilizadas para construção dos indicadores. No caso do cinema, optou-se por usar o número de salas de exibição disponíveis no OCA em nível municipal, a partir de 2007⁹⁹. Para museus e teatros, comparou-se os dados da base MUNIC referentes às RMs, com os disponibilizados pela Abram e Funarte. No caso dos museus, os valores encontrados são muito discrepantes, indicando a existência de erros de medida nos dados informados pelas Prefeituras ao IBGE¹⁰⁰. Por isso, utilizou-se a publicação do Ibram como fonte de informação e, tendo em vista que a mesma disponibiliza o ano de criação dos museus, foi possível descartar aqueles criados antes dos anos de interesse (2003 e 2009)¹⁰¹.

⁹⁷ Seguindo o procedimento utilizado no documento “Cultura em Números”.

⁹⁸ Esse trabalho foi comentado na subseção 2.3.3.

⁹⁹ A base MUNIC, mais comumente utilizada, traz somente a quantidade de cinemas e somente para o ano 2006.

¹⁰⁰ Em diversos municípios, na base MUNIC o número de museus é 50% inferior aos quantificados pelo IBRAM.

¹⁰¹ Para as estimações da POF 2002-2003, foi possível analisar a oferta apenas através da quantidade de museus, pois não há dados sobre teatros e salas de cinema para esse período.

Por sua vez, a Funarte disponibiliza as informações dos teatros referentes ao período corrente e, devido à dificuldade de mapear o ano em que os teatros foram criados, optou-se por utilizar os dados da base MUNIC referente ao ano de 2006. Para validar tais dados, procurou-se comparar com os dados correntes da Funarte, verificando que as discrepâncias não são significativas. Ademais, considerando que tais investimentos são realizados em médio prazo, espera-se que, entre os anos de 2006 e 2009, a oferta não tenha se alterado de forma a prejudicar a análise pretendida¹⁰².

A Tabela 4.2 traz as estatísticas descritivas das variáveis relacionadas as RMs. Em média, 18% dos domicílios realizaram dispêndios com saídas culturais em 2002-2003 e 16% em 2008-2009, confirmando a tendência a queda nos gastos fora observada no capítulo 3. Por outro lado, em geral, o IDHM médio das RMs aumentou de 0,66 para 0,76 entre 2000 e 2010.

Tabela 4.2: Estatísticas descritivas das variáveis contextuais – RMs, 2003 e 2009

RM	IOC	Idemuseu		IDHM		% dom. gastos fora dir.	
	2008-2009	2002-2003	2008-9	2000	2010	2002-2003	2008-9
Média	0,34	0,41	0,38	0,66	0,76	0,18	0,16
Desvio padrão	0,25	0,32	0,31	0,04	0,02	0,04	0,04

Fonte: ANCINE, Atlas do Desenvolvimento Humano do Brasil, IBGE/MUNIC (2006), IBRAM (2011); POF (2002-2003; 2008-2009).

Quanto aos indicadores relacionados a oferta de equipamentos culturais, uma análise isolada o valor do IOC não possibilita interpretação, mas o desvio padrão alto é indício de variabilidade entre as RMs. Por sua vez, a redução do Idemuseu entre os dois períodos analisados indica que houve aumento da oferta de museus nas localidades em estudo. Cabe ressaltar que a análise quantitativa da oferta cultural tem muitas limitações, que são discutidas na seção 4.3 desse capítulo. Logo, as análises foram complementadas com extensa revisão bibliográfica de relatórios e estudos de caso que tratavam especificamente das RMs em estudo.

4.2.2 Modelo Multinível¹⁰³

A relação entre a oferta de equipamentos culturais (variável explicativa) e os gastos das famílias (variável dependente) foi analisada através do modelo multinível (ou hierárquico) (MM). Esse modelo é indicado nos casos em que se pressupõe não independência das observações individuais de um mesmo grupo, o que significa que os dados se caracterizam por algum tipo de aglomeração ou hierarquia¹⁰⁴.

¹⁰² Devido a impossibilidade obter dados confiáveis, foram excluídos da análise os centros culturais e bibliotecas.

¹⁰³ Essa subseção é baseada principalmente em Goldstein (2011); Rabe-Hesketh e Skrondal (2008) e Snijders e Bosker (2012).

¹⁰⁴ Sobre o desenvolvimento do método, ver capítulo 1 de Goldstein (2011).

A principal vantagem do método é a possibilidade de estruturar o modelo em vários níveis de hierarquia, que permite analisar como as variáveis explicativas nos níveis superiores (nos grupos, que seriam as diferentes RMs) afetam as variáveis individuais medidas no primeiro nível (gastos das famílias)¹⁰⁵. Com uso de microdados, é possível observar ainda as variações de gastos entre famílias com características análogas, mas que residam em RMs diferentes.

Além disso, o modelo pressupõe correlação entre indivíduos do primeiro nível, ou seja, as famílias que pertencem a um mesmo grupo - vivem na mesma RM - estão sujeitas a um ambiente cultural semelhante e, logo, seus gastos não são independentes. Caso contrário, subestimaria o erro padrão, sob risco de rejeitar a hipótese nula quando esta é verdadeira, resultando em coeficientes viesados. Como agravante, quanto maior o número de observações, maior a subestimação (GOLDSTEIN, 2011; GELMAN, 2006).

Então, fez-se necessário realizar uma estimação com dois níveis de hierarquia: domicílios, no 1º nível; e RMs, no 2º nível. Como a variável dependente é dicotômica (y_{ij}), utilizou-se o Modelo Multinível Logístico (MML), sendo

$$\begin{cases} y_{ij} = 1 \text{ se houve algum gasto direto com cultura fora do domicílio} \\ y_{ij} = 0 \text{ no caso contrário} \end{cases}$$

$$y_{ij} = P_{ij} + R_{ij} \quad \text{Equação (4.3)}$$

onde P_{ij} é a probabilidade do domicílio i da RM j ter realizado gastos com cultura, R_{ij} é o resíduo, com média zero e distribuição binomial $(0, P(1 - P_{ij}))$. A função *Logit* de P_{ij} expressa o logaritmo neperiano da chance (*log-odds*) do i -ésimo domicílio (indivíduo) da j -ésima RM (grupo) ter realizado gastos culturais. Formalmente, tem-se que

$$\text{logit} \{P_{ij} (y_{ij} = 1)\} = \ln (P_{ij} / 1 - P_{ij}) \quad \text{Equação (4.4)}$$

Assim como a regressão logística, o MML é composto de uma parte fixa, mas inclui ainda um ou mais efeitos aleatórios referentes aos grupos, nesse caso, as unidades de segundo nível¹⁰⁶. Quanto a especificação do modelo, opta-se entre o Modelo de Intercepto Aleatório e o Modelo de Coeficientes Aleatórios¹⁰⁷. No primeiro, há somente um efeito aleatório de grupos, que é relacionado ao intercepto. Assim, no primeiro nível, tem-se:

¹⁰⁵ Existem outras formas de considerar a estrutura hierárquica dos dados, tais como uso de *dummies* de controle para localidade; regressões de dois níveis e até mesmo estimar separadamente a partir de subamostras. No entanto, o MM foi elaborado com objetivo de aproveitar a hierarquia como um potencial de explicação e não apenas como forma de ‘corrigir um problema’ e, assim, a facilidade de interpretação econômica dos seus resultados é superior às opções citadas, visto que calcula diretamente o ‘efeito da RM’ condizente com o objetivo do trabalho. (GOLDSTEIN, 2011).

¹⁰⁶ Ou unidades de nível mais alto, que não é o caso dessa pesquisa.

¹⁰⁷ Alguns trabalhos também trazem o Modelo Nulo, onde não são incluídas nenhuma das variáveis explicativas.

$$\text{logit} \{p_{ij} (y_{ij} = 1)\} = B_{0j} + \sum_{q=1}^Q B_q X_{qij} \quad \text{Equação (4.5)}$$

onde B_{0j} é o intercepto, que é a média do j -ésimo grupo, X_{qij} é a q variável explicativa referentes ao nível 1 (domicílios); B_q é parâmetro relacionado a ser estimados. No segundo nível, tem-se

$$B_{0j} = B_0 + \sum_{p=1}^P B_p Z_{pj} + u_{0j} \quad \text{Equação (4.6)}$$

onde Z_{pj} é a p variável contextual, ou seja, variável explicativa dos j grupos (RMs); u_{0j} é o efeito aleatório relacionado ao grupo, não correlacionado com as variáveis preditoras, com distribuição normal, média zero, variância constante (τ^2), sendo que esta última mede a variabilidade entre grupos. Substituindo, tem-se:

$$\text{logit} \{p_{ij} (y_{ij} = 1)\} = B_0 + \sum_{q=1}^Q B_q X_{qij} + \sum_{p=1}^P B_p Z_{pj} + u_{0j} \quad \text{Equação (4.7)}$$

Por sua vez, o Modelo de Coeficientes Aleatórios é utilizado quando se supõe que o efeito de uma ou mais das variáveis explicativas diferem entre os grupos. Supondo o caso em que uma das variáveis varia aleatoriamente entre os grupos, por exemplo, X_1^{108} , tem-se uma expressão *logit* com dois termos aleatórios de grupos:

$$\text{logit} \{p_{ij} (y_{ij} = 1)\} = B_0 + \sum_{q=1}^Q B_q X_{qij} + \sum_{p=1}^P B_p Z_{pj} + u_{0j} + u_{1j} X_{1ij} \quad \text{Equação (4.8)}$$

Cabe destacar que esse modelo deve ser utilizado com cautela, pois além do tempo computacional, um grande número de termos aleatórios dificulta a convergência e a interpretação dos modelos. Conforme Snijders e Bosker (2012), quando se tem poucos grupos independentes e há suspeita sobre a diferença entre grupos, o modelo de efeito fixo é mais robusto e, por isso, mais indicado.

Para testar o ajuste dos modelos, foram utilizadas as estatísticas Critério de Informação de Akaike (AIC), Critério de Informação Bayesiano (BIC), além do Teste de Máxima Verossimilhança (LR Test). Uma medida de ajuste específica de modelos multiníveis é Coeficiente de Correlação Intraclasse (CCI), que mede o percentual da variância entre grupos. Quanto maior o CCI, maior a importância das características dos grupos para explicar a variabilidade entre os indivíduos do nível 1. Como no modelo logístico a variância de primeiro nível é definida por $\pi^2/2 = 3,29$, o CCI pode ser expresso por:

$$CCI = \rho = \tau^2 / \tau^2 + 3,29 \quad \text{Equação (4.9)}$$

Como a POF é uma amostra complexa, em que o plano amostral é informativo, é necessário o uso dos pesos amostrais, caso contrário, pode ocorrer viés dos parâmetros e subestimação ou superestimação das variâncias. Nesse quesito, há uma forte discussão sobre a

¹⁰⁸ Essa variável pode ser tanto em nível de domicílio (X_q , por exemplo, $q=1$), como de RM (Z_p , com $p=1$).

necessidade ou não de escalar/dimensionar os pesos nos modelos hierárquicos, como apontado nos trabalhos de Pfeffermann et al. (1998) e Rabe-Hesketh e Skrondal (2006). Os autores também apontam que escalonamentos não apropriados resultam em estimadores viesados e a decisão deverá estar relacionada com as características da amostra. No caso da POF, dado que a estratificação estatística de primeiro nível é dada pela renda do chefe do domicílio e essa variável é muito correlacionada com o gasto, seguindo as instruções de Rabe-Hesketh e Skrondal (2006), optou-se pelo não escalonamento.

É preciso ressaltar que a natureza distorcida dos dados da POF impõe algumas limitações à presente pesquisa. O consumo pode estar subestimado por duas razões principais (a) em virtude da existência de subsídios à cultura, algumas famílias podem estar consumindo tais bens e serviços gratuitamente e essas informações não são registradas pela base de dados; (b) a periodicidade de referência de coleta dos dados, é de curto prazo e contribui para que um grande número de famílias declare gasto igual a zero, ainda que tenham costume de realização de parte dessas práticas culturais¹⁰⁹. O período de referência dos produtos encontra-se no Apêndice A. Não se pode descartar ainda um terceiro problema, a recordação imperfeita, que pode levar o indivíduo a não reportar corretamente o consumo, nesse caso, subestimando ou superestimando os dados.

O trabalho de Amestoy (2008, p. 10) classifica os consumidores em: (a) consumidores não genuínos – aqueles que não consomem o bem por razões não econômicas; (b) não consumidores para o período da pesquisa e (c) potenciais consumidores – aqueles que realmente decidiram não consumir dado o preço corrente e suas restrições orçamentárias e, logo, o consumo zero seria o consumo ótimo.

[...] the fact that it is not possible to disentangle if a zero observation comes from one sub-population or another”.

- Those individuals that never go to the theater, not even taking into account the possibility. This may be, for instance, because they do not like it, or because they have been socialized under other artistic participation (think on music), thus having accumulated a specific stock of cultural capital to satisfy in a more efficient way their cultural appreciation need.
- Those who may go or not. The behavior of individuals on this sub-population may diverge depending on resource availability: leisure time, financial constraints, skills to understand and appreciate the play... We can establish that the observed behavior of an individual belonging to this group, and demanding zero units of cultural good, is revealing a corner solution as the constrained optimum.

Assim, cabe esclarecer que os resultados se referem apenas ao consumo cultural advindo de bens adquiridos no mercado, já que não existe outra base de dados que possa fornecer tais informações. Quanto às diferentes razões dos domicílios não terem realizado gastos com

¹⁰⁹ O período de referência é igual a 30 dias para o caso de cinema, teatro, etc; e sete dias, para itens de leitura, por exemplo.

cultura, espera-se que a adoção do modelo logístico, bem como de uma cesta de bens ao invés de tratar os bens separadamente, reduza o problema de erro de medida.

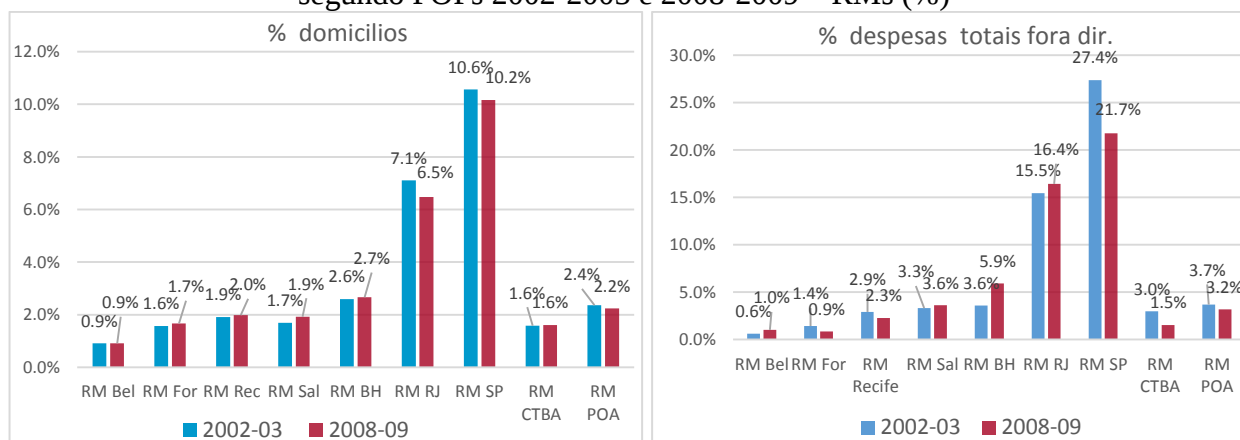
Por fim, as estimações foram realizadas a partir do uso do pacote *Gllamm - Generalized Linear Latent And Mixed Models*, desenvolvido por Rabe-Hesketh, Skrondal e Pickles (2004) para estimação de modelos multiníveis no software Stata. Utilizou-se 30 pontos de integração nas estimações finais, conforme sugestão de Rabe-Hesketh e Skrondal (2008).

4.3 DESIGUALDADES DE CONSUMO E EQUIPAMENTOS CULTURAIS

4.3.1 Despesas culturais fora do domicílio: diferenças espaciais

A distribuição espacial dos gastos culturais realizados fora do domicílio segue a lógica de concentração no Sudeste do país, principalmente nas RMs do Rio de Janeiro e São Paulo que, juntas, foram responsáveis por 43,9% dos gastos totais em 2002-2003 e 38,1% em 2008-2009. Ressalta-se que nesses anos, nas duas principais metrópoles do país residiam somente 17,7% dos domicílios brasileiros em 2002-2003 e 16,7% em 2008-2009, conforme Figura 4.1.

Figura 4. 1: Proporção de domicílios e do total das despesas culturais diretas fora do domicílio segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs (%)



Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

Já foi visto que a participação relativa dos gastos realizados por residentes das RMs reduziu entre os períodos em estudo, o que pode estar ligado a diversas razões, tais como deslocamento da população para o interior; aumento da oferta cultural nas cidades médias, entre outros. Porém, das localidades em estudo, as RMs de Belém, Salvador, Belo Horizonte e Rio de Janeiro foram exceção, pois aumentaram sua participação relativa, enquanto cabe investigar melhor o caso de Curitiba, cujos gastos passaram de 3% do montante dispendido em 2002-2003 para 1,5% em 2009-09.

A diferença também se expressa nos gastos médios domiciliares per capita com saídas culturais, como demonstrado na Tabela 4.3. Considerando apenas os gastos com programações

classificadas como atividades diretas, as famílias do Sudeste gastaram em média quatro vezes mais do que as famílias residentes da Região Norte em 2008-2009. Como esperado, o gasto médio com saídas é mais alto nas RMs, mas com fortes desigualdades entre as mesmas: a RM com maior gasto médio per capita no último período analisado foi Rio de Janeiro, com R\$ 3,85, contra R\$ 0,74 de Fortaleza.

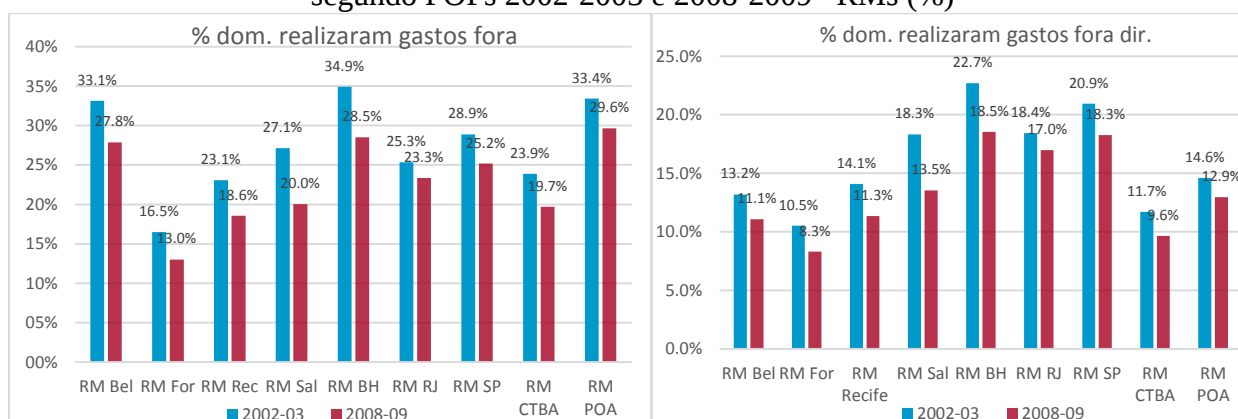
Tabela 4.3: Despesas culturais fora do domicílio per capita mensais segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – Brasil, Grandes Regiões e RMs (R\$)

	Gastos totais (R\$)			Gastos diretos (R\$)			Gastos indiretos (R\$)		
	2002-2003	2008-2009	Var.	2002-2003	2008-2009	Var.	2002-2003	2008-2009	Var.
Brasil	4,80	4,25	-11,58%	1,45	1,34	-7,21%	3,36	2,90	-13,46%
Norte	2,37	1,98	-16,14%	0,42	0,47	11,11%	1,94	1,51	-22,09%
Nordeste	1,77	1,80	1,58%	0,59	0,68	15,08%	1,18	1,12	-5,22%
Sudeste	6,43	5,60	-12,95%	2,22	2,00	-9,98%	4,21	3,60	-14,51%
Sul	6,13	6,06	-1,26%	1,00	1,07	6,17%	5,13	4,99	-2,72%
Centro-Oeste	4,44	3,19	-28,22%	1,49	1,14	-23,35%	2,95	2,04	-30,68%
RM Belém	4,06	3,64	-10,39%	0,89	1,21	36,00%	3,18	2,44	-23,34%
RM Fortaleza	2,94	1,42	-51,85%	1,04	0,74	-28,81%	1,91	0,68	-64,38%
RM Recife	3,26	3,34	2,20%	1,67	1,42	-15,27%	1,59	1,92	20,51%
RM Salvador	4,50	4,83	7,18%	2,32	2,53	8,94%	2,18	2,30	5,31%
RM Belo Horizonte	7,06	8,87	25,67%	1,62	3,41	110,92%	5,45	5,47	0,37%
RM Rio de Janeiro	7,21	7,04	-2,37%	3,54	3,85	8,92%	3,67	3,18	-13,25%
RM São Paulo	9,98	7,48	-25,07%	4,15	2,85	-31,25%	5,83	4,63	-20,68%
RM Curitiba	9,85	5,35	-45,74%	2,22	1,14	-48,85%	7,63	4,21	-44,83%
RM Porto Alegre	11,41	13,35	16,99%	2,82	2,44	-13,64%	8,59	10,92	27,06%
Média das RMs	7,91	6,93	-12,48%	3,07	2,71	-11,64%	4,85	4,22	-13,02%

Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

Como visto no capítulo 3, no país e, particularmente nas RMs, as famílias têm substituído as saídas culturais por atividades dentro do domicílio. Assim, famílias não apenas gastaram menos, como também muitas deixaram de realizar tais gastos e, conseqüentemente, a proporção dos domicílios que realizaram gastos culturais fora totais e diretos caiu em todas as RMs, conforme Figura 4.2. Nota-se que a discrepância regional é menor do que em termos de montante e gasto médio, mas ainda relevante, com as metrópoles do Sudeste liderando nas proporções de domicílios que decidiram gastar. Nos dois períodos, a RM com mais famílias que realizaram algum gasto direto foi Belo Horizonte, enquanto Fortaleza, além de ser a com menor gasto médio, foi a com menor percentual de domicílios com esses gastos.

Figura 4.2: Percentual de domicílios que realizaram despesas culturais fora do domicílio segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 –RMs (%)



Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

Quando se desagrega os dados, esses percentuais caem bruscamente. A Tabela 4.4 apresenta que, individualmente, o cinema é o item com maior despesa média e com maior proporção de domicílios com gastos positivos. Em segundo lugar, tem-se outras saídas, que incluem idas a boates, parques, zoológicos, etc, seguida de espetáculos e artes e festas populares.

Tabela 4.4: Despesas culturais domiciliares médias per capita mensais conforme itens de despesa cultural fora do domicílio segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs

Despesa cultural	2002-2003			2008-2009		
	Despesa média familiar per capita mensal	Partic. na despesa cultural total	Proporção de dom. que realizaram despesas cultural	Despesa média familiar per capita	Partic. na despesa cultural total	Proporção de dom. que realizaram despesa cultural
Total	R\$ 40,94	100,00%	73,47%	R\$ 46,94	100,00%	74,27%
<i>Fora do domicílio</i>	<i>R\$ 7,91</i>	<i>19,90%</i>	<i>29,63%</i>	<i>R\$ 6,93</i>	<i>15,10%</i>	<i>23,74%</i>
Diretos	R\$ 3,07	7,07%	17,96%	R\$ 2,71	5,60%	15,59%
Cinema	R\$ 2,32	5,55%	16,45%	R\$ 1,82	3,94%	13,80%
Espetáculos e artes	R\$ 0,74	1,54%	3,59%	R\$ 0,89	1,68%	3,57%
Indiretos	R\$ 4,85	12,83%	18,31%	R\$ 4,22	9,47%	12,04%
Outras saídas	R\$ 4,82	12,67%	18,25%	R\$ 4,22	9,47%	12,03%
Festas populares	R\$ 0,03	0,14%	0,13%	R\$ 0,00	0,00%	0,03%

Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

Cabe a ressalva que a POF só abrange o consumo realizado via mercado, logo, é muito provável que o ‘consumo real’ está subestimado, assim como é provável que a frequência a programações gratuitas se diferencie entre as RMs devido a fatores relacionados a gestão cultural, ofertas de espaços e de grupos artísticos, mobilidade urbana, entre outros.

No caso de Belém, a redução das famílias que gastam fora contrapõe-se ao “aumento considerável (de 3,9% para 16,7%) daqueles que se dirigiam ao equipamento procurando consumir produtos e eventos culturais e artísticos”, entre 2005 e 2008, pois no primeiro período a procura maior foi por entretenimento ao ar livre, bares e restaurantes (BARBALHO, FREITAS, 2011, p. 135). Por outro lado, em Salvador a oferta gratuita é restrita, pois apenas

três teatros disponibilizaram programação gratuita, sendo estes de baixa inserção no mercado (NUSSBAUMER et al., 2006).

Em geral, percebe-se que quando as pesquisas incluem consumo gratuito, os percentuais de frequência aumentam¹¹⁰. Pode-se citar como exemplo a pesquisa do Ibope publicada no *Cultura em Números* (MINC, 2009), na qual a frequência ao cinema nas capitais é maior do que os resultados da POF, assim como apresentou grande variabilidade. Cerca de 20% dos residentes de Porto Alegre e Distrito Federal frequentaram cinemas, contra 12% de Recife.

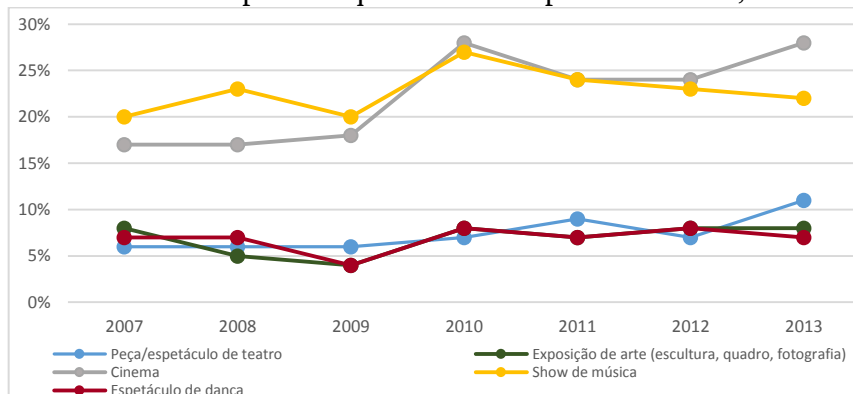
Na pesquisa *Hábitos culturais de Porto Alegre* (PORTO ALEGRE, 2015), considerando saídas dos últimos 30 dias, 39,8% dos respondentes foram ao cinema, 36,3% foram pelo menos a um show de música. Esses valores caem bruscamente quando se observa as “altas artes”: 9,6% foram a apresentação de pintura, escultura ou outras artes, 8,6% foram ao teatro, 6,6% assistiu apresentação de dança, 4,4% foi ao circo e 3,4% assistiu concerto de música clássica ou ópera. A discrepância é ainda maior quando se observa a proporção dos que nunca realizaram tais atividades: apenas 2,9% dos entrevistados nunca foram ao cinema, contra 43,2% que nunca foram ao teatro e 67,1% que nunca assistiram um concerto ou ópera.

Por sua vez, estudo sobre hábitos culturais realizado pela Fecomercio (2014) em diferentes localidades do país, 6% dos entrevistados assistiram ao menos uma peça de teatro em 2009, 4% foram a um espetáculo de dança, 20% foram a show de música e 18% ao cinema, como visto na Figura 4.3. Esses valores são superiores ao percentual de domicílios que declaram realizar gastos com saídas culturais nos últimos 30 dias na POF. Observa-se que o percentual de declarantes de dispêndio em cinema, em média 15%, é apenas ligeiramente abaixo da pesquisa da Fecomercio (2014) - acima de 15% em todos os anos - o que é esperado, pois a maior parte dos cinemas é privada e, portanto, os gastos são uma *proxy* mais próxima do consumo efetivo.

Porém, quando se analisa a cesta de bens espetáculos e artes, a proporção de domicílios da POF é muito baixa nos dois anos, cerca de 3,58%, em comparação aos itens separadamente – teatro, dança e exposição de arte – os percentuais auferidos pela Fecomercio (2014) são mais altos, o que indica que o consumo gratuito das artes consideradas eruditas faz parte das práticas de muitos brasileiros.

¹¹⁰ Os dados sobre frequência a determinada programação cultural são controversos e podem variar a mercê das características da amostra selecionada e do período de abrangência. No caso da POF, os respondentes devem incluir os gastos culturais fora de casa dos últimos 30 dias nos casos dos gastos diretos e de alguns itens dos indiretos, período considerado curto e alvo de críticas.

Figura 4.3: Percentual de pessoas que realizaram prática cultural, 2007 - 2013 (%)



Fonte: FECOMERCIO (2014).

O mesmo pode-se dizer em relação as festas populares: é evidente que o percentual da POF está muito subestimado, pois a maior parte dessas festas são realizadas ao “ar livre” e são de acesso gratuito. No estudo Hábitos Culturais dos Paulistas, festas populares são uma das atividades mais realizadas pelas famílias paulistas, perdendo apenas para cinema, com festa junina como a mais citada entre as várias possibilidades de festas tradicionais (MACEDO, 2014).

Como discutido em extensa literatura, as práticas culturais estão fortemente ligadas ao capital cultural e, conseqüentemente, a educação formal e classe de renda do indivíduo. Em 2008-2009, a pesquisa da POF indicou que 5,04% dos domicílios de renda baixa realizaram saídas culturais para atividades classificadas como diretas, contra 12,46% da classe média e 32,43% da classe alta, como visto na Tabela 4.5. Em termos de gastos per capita médios também há forte discrepância entre as classes: a classe de renda mais baixa gasta em média R\$ 0,33 ao mês, enquanto a média gasta R\$ 1,15 e a alta R\$ 8,21.

Tabela 4.5: Despesas culturais fora do domicílio per capita mensais por faixa de renda segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009 – RMs

			Classe de renda baixa		Classe de renda média		Classe de renda alta		Total	
			2002-03	2008-09	2002-03	2008-09	2002-03	2008-09	2002-03	2008-09
Número de domicílios			4.309.764	4.339.526	6.839.866	8.482.396	3.522.609	4.286.423	14.672.239	17.108.345
Proporção de domicílios			29,37%	25,36%	46,62%	49,58%	24,01%	25,05%	100,00%	100,00%
Gastos culturais	Total	Proporção de dom. que realizaram gastos	61,11%	65,35%	72,60%	72,35%	90,73%	87,80%	73,61%	74,23%
		Gasto médio familiar per capita mensal (R\$)	R\$ 7,92	R\$ 8,98	R\$ 23,03	R\$ 24,56	R\$ 116,11	R\$ 129,67	R\$ 40,94	R\$ 46,94
	Total fora	Proporção de dom. que realizaram gastos	13,26%	11,95%	28,14%	20,48%	52,78%	42,07%	29,69%	23,73%
		Gasto médio familiar per capita mensal (R\$)	R\$ 0,95	R\$ 1,29	R\$ 4,33	R\$ 2,90	R\$ 23,38	R\$ 20,60	R\$ 7,91	R\$ 6,93
	Fora direto	Proporção de dom. que realizaram gastos	4,77%	5,04%	15,90%	12,46%	38,22%	32,43%	17,99%	15,58%
		Gasto médio familiar per capita mensal (R\$)	R\$ 0,23	R\$ 0,33	R\$ 1,28	R\$ 1,15	R\$ 10,01	R\$ 8,21	R\$ 3,07	R\$ 2,71
	Fora indireto	Proporção de dom. que realizaram gastos	9,75%	7,40%	17,04%	10,20%	31,42%	20,38%	18,35%	12,04%
		Gasto médio familiar per capita mensal (R\$)	R\$ 0,72	R\$ 0,96	R\$ 3,06	R\$ 1,75	R\$ 13,37	R\$ 12,39	R\$ 4,85	R\$ 4,22

Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

Ademais, barreiras simbólicas prejudicam o acesso dos indivíduos das classes menos favorecidas, ainda que as programações sejam gratuitas (MANTECÓN, 2009). Na pesquisa realizada em Porto Alegre, por exemplo, percebe-se que quando aumenta a erudição, aumenta a frequência de respostas de não ir ‘por falta de interesse, não gosto’, em contraposição as respostas de ‘falta de tempo’ e ‘custo alto’, comuns nos casos de cinema, bem como ‘violência’ para as atividades mais populares, como show de música, “indicando a necessidade de políticas distintas e complementares para o enfrentamento das barreiras que afastam esse público em potencial” (PORTO ALEGRE, 2015, p. 71).

4.3.2 Oferta cultural nas RMs

Muitos estudos têm procurado encontrar evidências empíricas entre grau de desenvolvimento cultural das cidades e padrão dos hábitos culturais das famílias. Dentre as variáveis importantes para desenvolvimento cultural de uma localidade, tem-se a oferta institucional. Nesse sentido, entende-se que

[...] “equipamentos culturais” são “tanto edificações destinadas a práticas culturais (teatros, cinemas, bibliotecas, centros de cultura, filmotecas, museus) quanto grupos de produtores culturais abrigados ou não, fisicamente, numa edificação ou instituição (orquestras sinfônicas, corais, corpos de baile, companhias estáveis, etc.)” (COELHO, 1997, p. 546 apud GRAEFF, WAISMANN, BERG, 2014, p. 208-209).

A análise quantitativa dos equipamentos culturais de um determinada RM é limitada e evidencia somente “o estoque fixo ligado à cultura existente no momento da pesquisa no município, aberto ao público, podendo ou não ser mantido pelo poder público em qualquer esfera, seja ela federal, estadual ou municipal” (IBGE, 2010a, p. 55). Ignora, portanto, aspectos como eficiência da gestão cultural, tamanho do público atendido nos espaços culturais, preço/gratuidade dos ingressos, existência e abrangência das atividades ao “ar livre” em praças ou parques, qualidade da mobilidade urbana, entre outros. Porém, a importância da oferta institucional não pode ser menosprezada, tendo em vista que determinadas programações exigem infraestrutura física.

Com base nessa percepção, têm sido realizados esforços para mapeamentos da oferta institucional pelo Estado¹¹¹, bem como inclusão de metas de ampliação dessa oferta no âmbito da política cultural, a exemplo da Meta 31 do PNC, embora este tenha sido publicado após o período de abrangência dessa pesquisa¹¹². Há, portanto, certo consenso de que o equipamento cultural

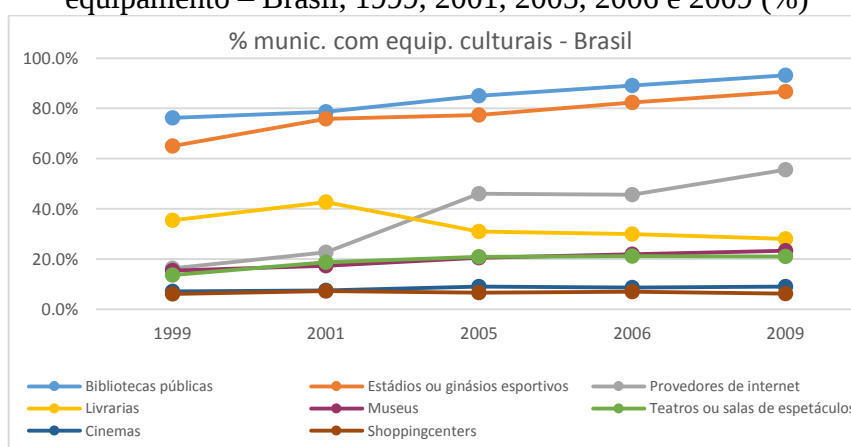
¹¹¹ A infraestrutura cultural passou a ser investigada e publicada pela MUNIC a partir de 2001, por exemplo.

¹¹² Uma discussão detalhada das metas do PNC relacionadas aos equipamentos é encontrada em Graeff, Waismann e Berg (2014).

[...] carrega consigo a tangibilidade, sem descartar as dinâmicas de fruição, produção, circulação e diversificação de práticas e bens culturais. Os equipamentos culturais dão conta potencialmente dos direitos culturais (dimensão cidadã), da promoção do trabalho, da renda e da tributação (dimensão econômica) e da difusão da diversidade cultural (dimensão simbólica) (GRAEFF, WAISMANN, BERG, 2014, p.208)

Dessa forma, com exceção das livrarias, o percentual de municípios brasileiros com presença de equipamentos culturais tem aumentado ou vem mantendo-se constante nos últimos anos. As bibliotecas públicas e os ginásios poliesportivos mantêm a tradição como os equipamentos mais bem distribuídos, enquanto shopping centers e cinemas são os mais concentrados espacialmente, como apresentado na Figura 4.4.

Figura 4.4: Percentual de municípios com presença de equipamento cultural por tipo de equipamento – Brasil, 1999, 2001, 2005, 2006 e 2009 (%)



Fonte: IBGE/MUNIC (2010a).

Em termos de distribuição espacial entre as grandes regiões, a Tabela 4.4 evidencia disparidades e, novamente, tem-se as regiões Sudeste e Sul do país apresentando percentual de municípios com presença de equipamentos acima da média nacional. Já no caso da existência de grupos artísticos, a desigualdade territorial é menor, com a região Nordeste liderando ou ocupando segunda posição no percentual de municípios com presença de grupos de teatro, tradicional e popular, dança, musical e orquestra. Esse fato pode estar relacionado a importância da regionalidade nordestina, em grande monta, expressada nas tradições populares¹¹³.

¹¹³ Obviamente, deve-se levar em consideração que esses valores podem estar subestimados, pois nem todos os artistas estão cadastrados junto as prefeituras, nesse caso, as responsáveis em passar as informações ao IBGE.

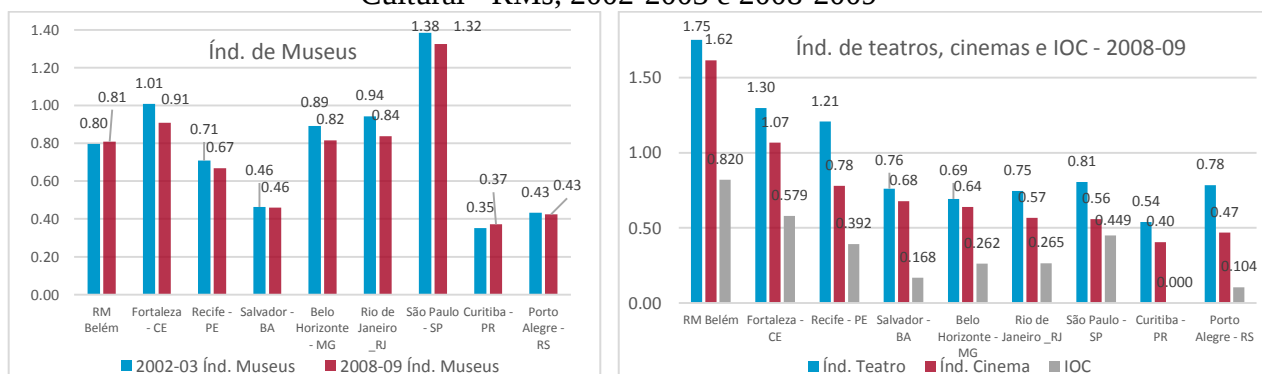
Tabela 4.6: Percentual de municípios com presença de equipamentos culturais, grupos artísticos e órgão gestor de cultura por Grande Região - 2009

		Brasil	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro Oeste
Número total de municípios		5565	449	1794	1668	1188	466
Percentual de municípios com existência de							
Equipamentos culturais	Bibliotecas públicas	93,21%	85,52%	89,58%	97,78%	94,70%	94,42%
	Estádios ou ginásios esportivos	86,68%	76,39%	75,08%	94,30%	93,94%	95,49%
	Provedores de internet	55,62%	46,10%	57,92%	59,05%	48,57%	61,59%
	Livrarias	27,98%	20,27%	21,07%	26,86%	41,92%	30,47%
	Museus	23,34%	10,69%	14,77%	28,12%	37,37%	15,67%
	Teatros ou salas de espetáculos	21,06%	11,14%	16,67%	30,28%	21,46%	13,52%
	Cinemas	9,13%	5,12%	4,46%	16,19%	8,59%	7,08%
	Shopping Centers	6,33%	2,45%	3,40%	10,13%	7,24%	5,36%
Grupos artísticos	Teatro	32,97%	24,72%	35,73%	37,17%	28,70%	26,18%
	Tradicional/popular	55,11%	49,22%	66,61%	57,13%	38,38%	51,93%
	Dança	53,91%	47,22%	55,63%	51,92%	62,04%	40,13%
	Musical	43,07%	35,41%	44,48%	46,40%	43,60%	31,76%
	Orquestra	13,46%	8,46%	17,00%	14,81%	10,86%	6,44%
	Circo	2,73%	0,89%	2,17%	4,26%	2,44%	1,93%
Gestão	Artes plásticas	23,59%	16,26%	20,96%	30,10%	22,05%	21,46%
	Secretaria de Cultura Exclusiva	9,36%	13,81%	9,98%	12,29%	4,12%	5,58%
	Legislação de patrimônio cultural	29,07%	14,48%	13,32%	55,16%	20,88%	18,67%
	Conselho Municipal	24,65%	8,24%	10,76%	44,48%	18,10%	39,70%

Fonte: IBGE/MUNIC (2010a).

No que tange a quantidade de museus, o relatório do Ibram (2011) aponta que Sudeste e Sul concentram 67% dos museus do país, seguido do Nordeste, com 21%, enquanto Norte e Centro-Oeste, juntos, concentram 12%. Para comparar a oferta entre as RMs, a Figura 4.5 traz os índices da proporção de cada 100.000 mil habitantes por equipamento, portanto, quanto maior o índice, menor a oferta relativa. Nesse caso, a maior quantidade relativa de museus encontra-se nas RMs do Sul e em Salvador, enquanto as RMs do Sudeste apresentaram índices mais altos, ou seja, menor oferta – Fortaleza está em situação ligeiramente pior que Belo Horizonte. A situação inverte quando se trata de teatros e cinema, com as RMs nordestinas com maiores índices, salvo o caso de Salvador.

Figura 4.5: Índice de equipamento cultural por tipo de equipamento e Índice de Oferta Cultural - RMs, 2002-2003 e 2008-2009



Fonte: ANCINE; IBGE/MUNIC (2006); IBRAM (2011).

Embora superficialmente, esses resultados já permitem algumas observações, ligadas ao caráter administrativo dos equipamentos em questão. No caso dos teatros e cinemas, muitos são

administrados pela iniciativa privada, o que explica maior concentração nas RMs que apresentam maiores gastos familiares, isto é, a demanda potencial influencia a oferta.

Já os museus são, em sua grande maioria, de administração pública. De acordo com o Ibram (2011), em 2010, 67,2% dos museus eram administrados por órgãos públicos, 22% por privados e 10,8% por outra categoria. Isso explica o caso de Salvador, tradicionalmente uma cidade conhecida pelas atrações turísticas ligadas ao patrimônio histórico. Equipamentos culturais em geral, sobretudo museus e patrimônios históricos, são comumente transformados em produtos turísticos através de políticas públicas, como fatores de atração de pessoas em prol do desenvolvimento econômico. De acordo com (NUSSBAUMER et al., 2006, p. 2).

Os equipamentos culturais de uma cidade fazem parte de um mercado, de um circuito organizado que depende das políticas culturais vigentes, dos segmentos que o constituem e das relações de poder que esses segmentos travam – relações que, em última instância, determinam os modos de funcionamento desse circuito na sociedade contemporânea.

No intuito de comparar a oferta agregada dos equipamentos entre as RMs – museus, teatros e cinemas - utilizou-se o Índice de Oferta Cultural referente ao ano 2009, mencionado na seção 4.2.1.2. Dessa forma, tem-se que Curitiba, Porto Alegre e Belo Horizonte encontram-se com as maiores quantidades relativas de equipamentos, enquanto Fortaleza e Belém estão nas últimas posições, segundo Figura 4.5.

Dentre as diversas limitações da análise quantitativa, tem-se a exclusão da possibilidade de avaliar um fator de muita relevância: a qualidade do acesso aos equipamentos. Isso inclui o aspecto físico – se a oferta existe e, em caso afirmativo, quais as condições de infraestrutura, posicionamento espacial dentro da cidade e capacidade de público – tanto quanto

o aspecto financeiro (se o valor cobrado e os gastos adicionais são acessíveis) e o aspecto relacionado à formação/disposição (se há estímulo e intervenção pedagógica, mediação, que possibilite a compreensão dos significados das diversas manifestações culturais). Neste sentido, não adianta, a cidade possuir uma infinidade de equipamentos públicos se as pessoas não são estimuladas a frequentá-los ou se apenas certos estratos sociais são estimulados a acessar tais equipamentos (MELO, ALVES, 2003 apud MELO, PERES, 2005, p.134).

Diante da restrição de informações do setor cultural, a utilização dos índices tem intuito de possibilitar comparação, porém sem pretensão de afirmar que as RMs devam possuir a mesma proporção relativa de equipamentos, mesmo porque sequer existe um ‘valor ótimo’ sugerido pelas organizações internacionais ou pelo MINC. Como já ressaltado, o tipo de equipamento a ser ofertado deve (ou ao menos deveria) estar relacionado aos hábitos culturais dos residentes, em conformidade as discussões sobre políticas culturais (BOTELHO, 2003).

Assim, espera-se que os moradores das grandes metrópoles, como São Paulo por exemplo, sejam beneficiados com economias de escala, com um maior número de habitantes

sendo atendidos por determinado equipamento. Porém, tais economias de escala, próprias das economias de aglomeração (GLAESER, 2005; 2011), são melhores ou piores utilizadas em decorrência das diversas características das cidades. Nesse quesito, um ponto importante na discussão do acesso aos equipamentos é a espacialidade (MELO, PERES, 2005), incluindo sua distribuição dentro da RM, a própria extensão territorial da RM, a qualidade dos sistemas de transporte, entre outros fatores que podem afetar o deslocamento das pessoas.

Na impossibilidade de mapear a localização exata dos equipamentos, a Figura 4.6 apresenta a proporção de municípios, dentro da RM, com presença dos equipamentos culturais, bem como a concentração da quantidade de equipamentos na capital como um indicativo preliminar da distribuição. Em situação oposta a relação equipamento/habitante, as RMs de São Paulo e Rio de Janeiro apresentam maior proporção de municípios com presença de museus, teatros e cinemas, o que também pode estar relacionado ao número maior de habitantes que compõem os municípios dessas RMs¹¹⁴.

A Figura 4.6 também traz o índice de concentração na capital, mostrando concentração de salas de cinema em poucos municípios das RMs – supõe-se que relacionado a predominância da oferta da iniciativa privada e da estratégia do mercado exibidor de alocar salas em grandes complexos dentro dos shopping centers– enquanto museus, que são mantidos pelo poder público, são menos concentrados espacialmente.

Novamente, não é possível afirmar que maior proporção de municípios com presença de equipamentos e sua consequente menor concentração na capital é sinônimo de melhor distribuição da oferta institucional, pois não se considerou o importante aspecto da extensão territorial: quanto maior a população e o espraiamento da RM, maior o impacto de uma concentração dos equipamentos na região central de sua capital. Recorrendo-se a estudos acerca das RMs abordadas, discutidos no capítulo 2, observa-se que é comum a todas as RMs a concentração dos espaços culturais e de lazer nas áreas centrais e nos bairros nobres¹¹⁵. Conforme Graeff, Waismann e Berg (2014, p. 219),

a decisão pela construção de um equipamento cultural – teatro, museu etc. – pode ser esmiuçada a partir de relações de força estabelecidas entre grupos sociais e as classes dirigentes de um município, ao longo do tempo, quer seja do ponto de vista de equipamentos públicos ou privados. Ou, no caso de uma reflexão sobre as relações entre polos regionais e cidades vizinhas, é possível que a presença/ausência de equipamentos culturais em um polo próximo sirva de justificativa para investimentos ou desinvestimentos nessa modalidade de oferta de bens culturais.

¹¹⁴ Inclusive as metas sobre quantidade de equipamentos nos municípios do PNC estão relacionadas ao número de habitantes dos mesmos.

¹¹⁵ Iniciativas recentes tem contribuído para democratização do acesso, a exemplo do CineCarioca instalado no Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro e do projeto Spcine, que abrange instalação de salas em regiões não atendidas ou pouco atendidas na cidade de São Paulo. (PREFEITURA DE..., 2016).

Figura 4.6: Distribuição espacial dos equipamentos culturais dentro das RMs por tipo de equipamento, 2002-2003 e 2008-2009



Fonte: ANCINE, IBGE/MUNIC (2006), IBRAM (2011).

Nota: Para os anos de 2002-2003, tem-se os dados apenas de museus.

Na RM de Belém, apesar da ampliação da inauguração de praças na RM a partir dos anos 90, em 2009 todos os museus e cinemas e 80% dos teatros localizavam-se na capital, pois “[...] tiveram pouca atenção no que se refere à implantação, manutenção e conservação” por parte do setor público (BAHIA, FIGUEIREDO, 2008, p.6). Porém, destaca-se a o papel da Estação das Docas na facilitação do acesso as artes, atendendo um público de cerca de 6 mil pessoas por dia, em sua grande maioria residentes. No intervalo entre 2005 e 2008, observou-se o aumento significativo da quantidade de frequentadores de espetáculos gratuitos, como auferido por Barbalho e Freitas (2011), indicando o papel desse equipamento urbano na formação de público.

É consenso que o tipo de consumo cultural realizado está fortemente ligado a educação formal e renda familiar. Porém, até que ponto a distância da residência em relação ao equipamento e o tipo de programação cultural afeta a disposição dos consumidores? Estudo realizado em São Paulo aponta indícios de a preferência por utilizar equipamentos próximos da residência diferencia-se por classe de renda. Os indivíduos de todas as classes que utilizam bibliotecas procuram por aquelas próximas de casa. No caso dos frequentadores de espetáculos de dança, as classes A e B tem maior disposição para percorrer distância, já que 34% declararam

que costumam participar de programações nas redondezas, contra 53% dos pertencentes as classes D e E¹¹⁶ (BARBOSA, 2014).

Soma-se às ações públicas, o papel das parcerias público-privadas e das instituições não governamentais mediadoras que também realizam políticas culturais. Em Belo Horizonte, destaca-se o projeto ‘Circuito Cultural da Praça da Liberdade’, fruto da parceria entre Governo do Estado e empresas privadas, cujas funções englobam (alguns espaços ainda não foram inaugurados) implantação e manutenção dos espaços culturais (LEMONS JUNIOR, BORTOLOZZI, 2014).

Por sua vez, as instituições mediadoras, pela proximidade e conhecimento da heterogeneidade do público, são, muitas vezes, mais eficientes que o setor público em “tornar alguns conteúdos, que envolvem linguagens específicas, passíveis de apreensão e fruição aos indivíduos que não possuem previamente domínio dessas linguagens” (OLIVEIRA, 2009, p 36). Cita-se como exemplo da atuação do Sesc em todo o estado de São Paulo, cujas unidades diferentes e programação diversificada é geralmente oferecida a preços simbólicos. Ademais, em 2013, juntamente com o Museu do Ipiranga, as unidades do Sesc foram os equipamentos culturais mais frequentados no município de São Paulo (RIBEIRO, 2014). Oliveira (2009), em estudo de três unidades do Sesc na capital paulista, concluiu que a mediação realizada – que inclui as características do espaço físico e seu posicionamento em relação ao entorno, o relacionamento com o público e a programação – foi capaz de influenciar “a relação que os indivíduos têm com o universo da cultura e das práticas culturais” (OLIVEIRA, 2009, p. 177).

4.3.3 Estimação econométrica: modelo multinível logístico (MML) para as RMs

No intuito de observar as relações entre a decisão das famílias em gastar com saídas culturais e suas características socioeconômicas e contextuais da RM onde vivem, fez-se opção pelo modelo multinível logístico por duas principais razões: adequar a estimação à estrutura hierárquica dos dados e inferir sobre a variabilidade geográfica. Os resultados das estimações do MML para os anos de 2002-2003 e 2008-2009 são apresentados na Tabela 4.7.

Primeiramente, estimou-se modelos de intercepto aleatório apenas com as variáveis explanatórias de primeiro nível (Modelo A), sendo estas as características socioeconômicas das famílias. É essencial controlar tais características, sob o risco de atribuir a variância entre os

¹¹⁶ A Zona Leste e Sul, áreas mais populosas e de menor poder aquisitivo da capital, são os locais onde mais pessoas nunca frequentaram as atividades culturais listadas. Os residentes da Zona Leste e Norte também são os que precisam deslocar-se para bairros mais distantes para realizar tais atividades (RIBEIRO, 2014).

grupos como decorrente dos atributos contextuais quando esse efeito não existe¹¹⁷. É possível, portanto, obter os efeitos de variabilidade intragrupo, no qual a probabilidade média de gastar varia entre as RMs, mas não a intensidade com que cada variável preditora está correlacionada com a decisão de dispêndio.

Tabela 4.7: Modelo multinível logit com intercepto aleatório: variável dependente gastos diretos com cultura fora do domicílio, 2002-2003 e 2008-2009

Gastos culturais diretos fora do domicílio	Modelo intercepto aleatório													
	Variáveis explicativas de nível 1 (Mod. A)				Variáveis explicativas de níveis 1 e 2									
					IDHM (Mod. B1)				Idemuseu (Mod. B2)				IOC (Mod. B3)	
	2002-2003		2008-2009		2002-2003		2008-2009		2002-2003		2008-2009		2008-2009	
	Coef.	SE	Coef.	SE	Coef.	SE	Coef.	SE	Coef.	SE	Coef.	SE	Coef.	SE
<i>Variáveis de primeiro nível</i>														
Gênero (mulher=1)	-0,188	0,135	-0,007	0,131	-0,185	0,135	-0,007	0,133	-0,183	0,135	-0,008	0,132	-0,008	0,132
Raça (branca=1)	0,617***	0,213	0,189	0,153	0,616***	0,215	0,185	0,162	0,607***	0,214	0,188	0,157	0,185	0,153
Idade	0,040	0,026	0,015*	0,009	0,039	0,027	0,015*	0,009	0,039	0,027	0,015*	0,009	0,015*	0,009
Idade ²	-0,001*	0,000	0,000***	0,000	-0,001***	0,000	0,000***	0,000	-0,001*	0,000	0,000***	0,000	0,000***	0,000
Cônjuge (casado=1)	-0,451***	0,114	-0,131*	0,070	-0,449***	0,114	-0,131*	0,070	-0,447***	0,115	-0,132*	0,070	-0,131*	0,070
Exis. criança	-0,369***	0,115	-0,068	0,056	-0,370***	0,115	-0,070	0,057	-0,372***	0,116	-0,069	0,056	-0,074	0,053
Exis. adolesc	1,025***	0,174	0,708***	0,151	1,028***	0,175	0,707***	0,150	1,030***	0,174	0,708***	0,150	0,707***	0,151
Religião (protest=1)	-0,120	0,103	-0,265***	0,100	-0,121	0,103	-0,265***	0,098	-0,120	0,102	-0,265***	0,099	-0,264***	0,099
Educ. (sup.=1)	1,193***	0,243	0,900***	0,065	1,195***	0,244	0,901***	0,066	1,197***	0,243	0,903***	0,066	0,906***	0,066
Renda média	1,114***	0,104	0,953***	0,088	1,120***	0,101	0,950***	0,095	1,116***	0,106	0,953***	0,090	0,949***	0,088
Renda alta	1,796***	0,245	1,581***	0,110	1,802***	0,249	1,579***	0,105	1,796***	0,242	1,579***	0,109	1,575***	0,112
Cartão crédito	0,302**	0,135	0,568***	0,143	0,300**	0,133	0,569***	0,140	0,301**	0,135	0,568***	0,142	0,570***	0,142
Profissão (criat.=1)	0,756***	0,061	0,702***	0,162	0,762***	0,060	0,700***	0,164	0,767***	0,060	0,699***	0,163	0,697***	0,161
Intercepto	-4,004***	0,450	-3,268***	0,398	-2,650***	0,873	-6,360***	0,631	-4,034***	0,418	-3,696***	0,377	-3,608***	0,395
<i>Variáveis de segundo nível</i>														
IOC	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,611***	0,055
Idemuseu	-	-	-	-	-	-	-	-	-0,149***	0,021	0,178***	0,035	-	-
IDHM	-	-	-	-	-1,685**	0,671	3,787***	1,233	-	-	-	-	-	-
Efeitos aleatórios														
var(1):	0,080	-	0,017	-	0,081	-	0,089	-	0,118	-	0,066	-	0,154	-
		0,031		0,001		0,018		0,014		0,031		0,009		0,027
<i>Estatísticas para verificação de ajuste dos modelos</i>														
Log Likelihood	-6,06E+09		-1,57E+10		-6,06E+09		-1,57E+10		-6,06E+09		-1,57E+10		-1,58E+10	
AIC	1,21E+10		3,15E+10		1,21E+10		3,15E+10		1,21E+10		3,15E+10		3,15E+10	
BIC	1,21E+10		3,15E+10		1,21E+10		3,15E+10		1,21E+10		3,15E+10		3,15E+10	
CCI	0,0237		0,0051		0,0241		0,0262		0,0345		0,0197		0,0447	

Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados. ANCINE. IBRAM (2011). IBGE/MUNIC (2006).

Notas: Número de observações: 1º nível = 5.935 em 2002-2003 e 7.327 em 2008-2009; 2º nível = 9. Graus de significância estatísticas representados por *** 1%; ** 5% e * 10%.

Nos dois períodos analisados, o modelo de interceptos aleatórios não obteve melhor ajuste pelos critérios de informação de Akaike (AIC) e Bayesiano (BIC), bem como pelo teste de razão de verossimilhança (LRT). Optou-se, então, por não o utilizar, tendo em vista as

¹¹⁷ Suponha que educação seja um fator positivamente correlacionado com os gastos e que não foi incluído no modelo, pode-se concluir erroneamente variabilidade entre RMs ligadas a atributos contextuais, quando em verdade isso ocorre porque os residentes de algumas das localidades possuem maior escolaridade.

orientações de Snijders e Bosker (2012). Segundo os autores, quando são poucos grupos independentes e há suspeita sobre a diferença entre grupos, o modelo de intercepto aleatório é mais robusto e, por isso, mais indicado¹¹⁸.

Dessa forma, para analisar os efeitos ligados à espacialidade, incluíram-se as variáveis de segundo nível no modelo de intercepto aleatório (Modelos B1, B2 e B3)¹¹⁹. A matriz de correlação (Apêndice E) mostrou que as variáveis contextuais selecionadas são muito correlacionadas – caso do IDHM e Idemuseu – e, além disso, algumas representam o mesmo significado – IOC e Idemuseu são proxies de oferta cultural/gestão cultural. Logo, optou-se por estimá-las em modelos separados (Modelos B1, B2 e B3), conforme exposto na Tabela 4.7.

Todas as variáveis contextuais foram estatisticamente significantes, ao menos, em nível de 5%. Porém, as estatísticas de ajuste da sequência de ‘Modelos B’ não foram melhores do que as do Modelo A, que continham somente variáveis de primeiro nível. A variância de segundo nível e o CCI são baixos em todos os modelos, indicando baixa variabilidade entre grupos. Dessa forma, antes de aprofundar as discussões dos resultados, é preciso avaliar a consistência dos parâmetros estimados, sobretudo em relação as variáveis de segundo nível.

Como já mencionado na seção 4.2.2, optou-se por estimar com pesos não escalonados. Porém, diante do debate sobre a necessidade (ou não) do uso e escalonamento dos pesos amostrais, o primeiro teste de consistência dos níveis de significância dos coeficientes consistiu na reestimação dos ‘Modelos B’ sem uso dos pesos, bem como a reestimação utilizando pesos escalonados pelo método sugerido por Pfeiffermann et al. (1998)¹²⁰.

Conforme os resultados expostos no Apêndice F, os coeficientes estimados e o erro padrão das variáveis de segundo nível foram mais sensíveis ao uso do peso do que os coeficientes das variáveis preditoras de nível domiciliar e todas as variáveis contextuais perderam significância estatística, salvo o caso da Idemuseu para o ano 2008-2009. Além disso, também foram muito sensíveis em relação ao número de pontos de interação utilizados, com exceção da variável Idemuseu para o ano de 2008-2009. Como já mencionado na seção 4.2.2, optou-se por utilizar 30 integrações nas estimações finais, mas foram realizados testes com números menores.

Tais resultados estão em consonância com as suspeitas iniciais sobre seus impactos reais sobre variabilidade intergrupo, mediante os resultados de que a inclusão causou pouca ou

¹¹⁸ Tanto os resultados do capítulo 3, quanto os CCI, revelam que a diferença dentro do grupo é maior do que entre grupos. Além disso, os efeitos aleatórios dificultam a convergência, logo, em caso da necessidade de inclusão, é indicado especificar um baixo número de coeficientes aleatórios.

¹¹⁹ Se não levarmos em consideração a diferenças entre as RMs, podemos superestimar as diferenças decorrentes das variáveis sócio demográficas.

¹²⁰ *Peso amostral escalonado do domicílio i da RM j = peso dom ij / média do peso dom ij na RMj*

nenhuma alteração nos coeficientes de primeiro nível e/ou na variância de segundo nível, além da performance de estatísticas de ajuste indiferentes. Portanto, apenas os coeficientes do Idemuseu para o ano de 2008-2009 mantiveram-se estatisticamente significantes tanto nas estimações sem uso dos pesos amostrais, quanto nas de pesos escalonados, aumentando a confiança acerca desse resultado.

Um segundo teste de consistência foi aplicado para o Modelo B2 para 2008-2009, no qual foram retiradas as RMs consideradas *outliers*, no intuito de verificar a consistência da variável Idemuseu. A partir da estimação original com pesos não escalonados, estimou-se primeiramente retirando da amostra apenas os domicílios localizados na RM de São Paulo, por se tratar da cidade que mais concentra oferta e gastos culturais do país. Em seguida, fez-se o mesmo procedimento para a RM de Curitiba, diferenciada por apresentar a maior oferta de equipamentos culturais em termos de relação equipamento por habitante e onde os gastos caíram bruscamente no intervalo de tempo analisado. Em ambas as estimações, a variável Idemuseu manteve-se positiva e estatisticamente significativa em nível de 1%.

Cabe ressaltar que, no caso das características de primeiro nível (famílias), em virtude da obtenção dos sinais esperados - confirmando as hipóteses de estudos teóricos e empíricos anteriores - bem como do consenso na literatura da relevância de tais variáveis, reduzem-se as suspeitas sobre tais resultados. Isto posto, as discussões adiante baseiam-se, portanto, no Modelo A, para 2002-2003, e Modelo B2, para 2008-2009, cujas *odds ratios* são apresentadas na Tabela 4.8.

Tabela 4.8: Razões de chance do modelo multinível para gastos diretos com cultura fora do domicílio, 2002-2003 e 2008-2009

Gastos culturais diretos fora do domicílio	Modelo intercepto aleatório	
	Modelo A: 2002-2003	Modelo B2: 2008-2009
	Coef.	Coef.
<i>Variáveis de primeiro nível</i>		
Gênero (mulher=1)	0,828	0,993
Raça (branca=1)	1,853***	1,207
Idade	1,041	1,015*
Idade2	0,999*	1,000***
Cônjuge (casado=1)	0,637***	0,877*
Exis. criança	0,692***	0,933
Exis. adolesc	2,787***	2,029***
Religião (protestante=1)	0,887	0,768***
Educ. (nível superior=1)	3,299***	2,468***
Renda média	3,048***	2,593***
Renda alta	6,027***	4,852***
Cartão crédito	1,353**	1,765***
Profissão (ocup. criat.=1)	2,130***	2,012***
Intercepto	0,018***	0,025***
<i>Variáveis de segundo nível</i>		
Idemuseu	-	1,195***

Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados. IBRAM (2011).

Nota: Graus de significância estatísticas representados por *** 1%; ** 5% e * 10%.

Contrariando a maior parte dos trabalhos, o chefe do domicílio ser do gênero feminino não foi estatisticamente significativo em nenhum dos períodos. A variável idade, em 2008-2009, eleva a chance de gastar para cada adicional em somente 1,5% e, no caso da relação não linear, apesar de significativa nos dois períodos, a correlação é muito próxima de zero. Por sua vez, a existência de criança no domicílio (negativamente correlacionada) e chefe declarar-se de raça branca (positivamente correlacionado) exerceram influência apenas em 2002-2003, enquanto o chefe do domicílio declarar-se a religião protestante reduziu a probabilidade de gastar (23,2%) apenas em 2008-2009.

Como já consolidado pela literatura, os principais fatores correlacionados com a decisão familiar de gastar com saídas culturais foram classe de renda e nível de escolaridade. Supondo que a classe de renda de referência é a classe baixa, pertencer a classe média acresce a chance em cerca de 3 vezes em 2002-2003 e 2,5 vezes em 2008-2009, enquanto pertencer a classe alta majora em 6 e 4,9 vezes, respectivamente. Famílias com chefe ou cônjuge com nível superior completo ou incompleto aumenta a probabilidade de gastar em 3,3 vezes em 2002-2003 e 2,5 vezes em 2008-2009.

Em segundo lugar, as características dos domicílios com maiores coeficientes positivamente correlacionadas aos gastos culturais extradomiciliares diretos nos dois períodos foram: ocupação profissional, acesso ao crédito e presença de adolescente. Domicílios nos quais tem algum morador cuja uma das profissões enquadra-se em ocupação criativa, bem como aqueles com adolescente(s) residindo no mesmo, aumenta-se a chance de gastar em cerca de 2 vezes. Se o chefe possui cartão de crédito, aumenta-se a probabilidade de realizar despesas em 35,3% em 2002-2003 e 76,5% em 2008-2009.

Esse resultado está em linha com pesquisa de Barbalho e Freitas (2011), que encontraram que grande parte dos espectadores dos projetos na Estação das Docas em Belém tinham nível superior e/ou pertenciam ao setor cultural. No caso do Centro Cultural Dragão do Mar em Fortaleza, apesar do espaço ser frequentado por diversas etnias, classes sociais e idades, “quando se tratam de espaços fechados, [...] é diminuta a presença de pessoas de baixa renda em concertos e espetáculos de dança, mesmo quando o ingresso aos mesmos tem preço simbólico” (GONDIM, 2011, p. 62). Soma-se o fato de o consumidor de baixa renda que frequenta esse equipamento cultural possui maior escolaridade que a média para as classes C, D e E desse município, sendo que mais de 70% dos mesmos frequentam o local quinzenal ou mensalmente, segundo pesquisa de Leocadio, Parente e Prado (2007).

Isso evidencia que tanto o consumo via mercado, quanto o consumo gratuito, é mais frequentemente realizado por uma pequena parcela da população, em geral, de média e alta

renda e com alta escolaridade. Análises diversas e interdisciplinares explicam tal comportamento, com destaque para a discussão sobre utilidade marginal crescente de Becker e Stigler (1977), sobre a influência do capital cultural (tese de Bourdieu) e das barreiras simbólicas ao consumo (MANTECÓN, 2009; GONDIM, 2011), como explicitado no capítulo 2. Conforme Gondim (2007 apud GONDIM, 2011, p.63), “Sabe-se que há conteúdos psicológicos no espaço. Talvez alguns grupos sociais enxerguem, agora, ‘portas invisíveis’ num espaço que outrora lhes fora familiar”.

Assim como dispor de maior renda, possuir cartão de crédito aumenta as possibilidades de meios de pagamento para usufruir de lazer. De acordo com Alves e Souza (2014, p. 148), parte considerável dos gastos realizados com cartão foram voltados para entretenimento, que, juntamente com o turismo

[...] encerram e potencializam uma miríade de atividades artístico-culturais. Todas elas, no entanto, têm em comum a feitura e o consumo fora do lar, o que, necessariamente, mobiliza uma rede de serviços, como alimentação, transporte e hospedagem, mesmo quando os frequentadores são do próprio perímetro urbano ou da mesma cidade. Os vetores que mais encabeçam os gastos nesse segmento (17% do total de gastos das famílias com o cartão de crédito em 2011) são os shows, a visitação aos equipamentos culturais públicos ou privados (cinemas, espaços culturais, balneários litorâneos, etc.) e o circuito ampliado das festas populares, como o carnaval e os festejos juninos.

Já a correlação positiva entre presença de adolescente e maior probabilidade de gasto justifica-se ao considerar que, em primeiro lugar, o cinema responde pela maior participação relativa dentre os itens de dispêndio cultural direto fora do domicílio nas duas POFs. Em segundo lugar, estudos revelam que o pico do interesse por cinema dá-se na adolescência, particularmente entre 12 e 15 anos (OLIVEIRA, 2014). Nos jovens, o interesse manifesta-se tanto pelo bem cultural em si, quanto pela possibilidade de interação social entre seus pares (GONDIM, 2011).

Como os resultados das variáveis contextuais em relação ao período 2002-2003 não se mostraram consistentes, discute-se apenas as estimações referente a 2008-2009¹²¹. A variável Idemuseu foi positivamente correlacionada, isto é, quanto maior a oferta cultural das RMs, menos famílias optam por realizar programações culturais pagas fora do domicílio, mesmo resultado encontrado por Diniz e Machado (2011). Considerando que quanto maior o índice, menor a oferta para cada 100 mil habitantes, seria, então, esse resultado contraditório? Antes de apresentar os argumentos, cabe explicitar algumas características da oferta de equipamentos e do consumo cultural.

¹²¹ Cabe ressaltar que o coeficiente do IDHM mostrou-se estatisticamente significativo para 2008-2009 (Modelo B1) e está em consonância com a hipótese de que RMs mais desenvolvidas têm um maior número de famílias com propensão a gastar. Porém, ao contrário do esperado, o parâmetro estimado não passou nos testes de consistência.

Grande parte dos museus são administrados pelo setor público, oferecendo acesso gratuito ou a preços baixos. Ademais, foi verificado que nas RMs onde existem mais museus, também há maior número de teatros e salas de cinemas, como visto na seção 4.3.2 e através da matriz de correlação do Apêndice E. Acerca do consumo, vários estudos mostram que os bens culturais são complementares e não substitutos e, ainda que os gastos das famílias reportados são, em sua maioria, com outras programações culturais e não com museus, mantém-se a hipótese de que famílias que detém o hábito de ir a museus (pagando ou não por isso) tem maior chance de também realizar gastos com outras saídas culturais.

Portanto, supor que a relação negativa entre oferta de museus e gastos ocorre porque a escassez desse equipamento eleva a demanda por outros espaços culturais está descartada. Então, que fatores refletem a maior (menor) oferta de museus? Diniz e Machado (2011), que encontraram resultado equivalente ao da presente tese, interpretaram a oferta de equipamentos como uma proxy de gestão cultural, ou seja, quanto menor o índice de oferta, mais ativa é a gestão pública municipal e/ou estadual e, conseqüentemente, pode haver uma maior oferta de eventos, exposições e espetáculos gratuitos. Ao conjecturar que os frequentadores dos espaços privados pagos têm perfil socioeconômico semelhante ao dos que usufruem dos gratuitos, confirma-se a hipótese de que a política voltada aos equipamentos culturais e aos subsídios aos grupos artísticos beneficia principalmente o público de maior poder aquisitivo e nível educacional.

Cabe argumentar a respeito da inexpressividade das variáveis geográficas, dado que explicam pouco ou nada as diferenças entre as RMs, segundo a delimitação espacial e modelo adotado. Assim, pode-se afirmar que os resultados assinalam que a variabilidade se deve majoritariamente as características das famílias¹²². Isso é refletido na baixa variância de segundo nível, igual a 0,08 em 2002-2003 e 0,066 em 2008-2009, bem como no CCI de ambos os períodos, que indica que apenas cerca de 2,4% da variabilidade do modelo deve-se as diferenças entre os grupos. Dessa forma, confirma-se também as conclusões obtidas no capítulo 3, quando se observou que as diferenças entre RMs em termos de coeficiente de Gini foram pouco acentuadas diante da concentração existente dentro das mesmas.

Além disso, os resultados são coerentes com os encontrados por Falk e Katz-Gerro (2016), que a partir de um modelo multinível verificaram que as diferenças de frequência à museus, galerias de arte, monumentos históricos e sites de arqueologia dentro dos países são

¹²² Tanto que os resultados o modelo Logit com apenas variáveis de nível 1 (Apêndice F) são praticamente idênticos ao do MML. Como o Logit estima o efeito das variáveis para todos os domicílios em conjunto, enquanto o MML estima o efeito dentro da RM, esperava-se que o efeito aleatório de RM reduzisse a influência das características familiares (RABE-HESKETH, SKRONDAL, 2008).

mais expressivas do que as observadas entre países, independente da implementação de diferentes políticas culturais.

[...] we would have expected to find significant variation in the effect of education and income as the main signals of demand for culture. The assumption is that in countries with generous cultural policies, education and income should have less of an effect on cultural participation. However, our findings indicate that this is not the case, and that the impact of both educational and economic conditions is only somewhat smaller in the Scandinavian countries. This result means that even in the context of very different policies, there is no attenuation of inequality (FALK, KATZGERRO, 2016, p. 147).

Enfim, isso significa concluir que a espacialidade não importa? Os argumentos seguintes respondem negativamente essa indagação, discutindo especificamente a oferta cultural, em que centra a problemática desse capítulo. Assim, a primeira possibilidade da inexpressividade dos equipamentos relaciona-se ao fato da pesquisa abranger somente as principais RMs do país. Considerando que o objetivo foi mensurar se oferta institucional está correlacionada às desigualdades geográficas de gastos, o resultado foi afetado em decorrência de todas as localidades possuírem tais equipamentos, somando-se que a disparidade de oferta não é significativa. Dessa forma, se a delimitação espacial abrangesse RMs com menor número de habitante ou mesmo o Brasil interiorano, é provável que a variância de segundo nível (entre localidades diferentes) seria maior¹²³. Fialho (2014) expõe a situação do estado de São Paulo:

A diferença de frequência a museus e exposições de arte entre quem habita a capital e as cidades do interior é significativa. A mesma tendência é observada em outros países e compreensível no contexto da oferta cultural das grandes metrópoles. As capitais têm muito mais equipamentos culturais disponíveis do que a maioria das cidades do interior, com poucas ou nenhuma opção nessa área.

Em segundo lugar, a existência de problemas de mobilidade nas grandes cidades, por exemplo, reflete em diferentes oportunidades de consumo para os residentes das distintas áreas dentro da RM. Além disso, muitas manifestações artístico-culturais, eruditas inclusive, podem ocorrer em outros espaços, que estarão mais (menos) presentes e distribuídas mais (menos) uniformemente dentro das cidades conforme a gestão pública de política cultural.

Novamente, os resultados das estimações não permitem concluir que a distribuição dos equipamentos não é importante, mas que, dado que as RMs apresentam situações semelhantes em termos de oferta geral, a diferença poderá estar relacionada, portanto, a distribuição dentro das mesmas. Como mostrado na seção 4.3.2, a oferta apresenta-se desigual dentro de todas as RMs em estudo, com as áreas de maior renda como privilegiadas.

Em terceiro lugar, é preciso considerar que, além das características socioeconômicas das famílias e, de certa forma, influenciadas por elas, destacam-se as barreiras simbólicas como

¹²³ Os índices poderiam apresentar significância estatística e até ocorrer inversão de sinal, já que em lugares onde não existem tais equipamentos, sequer haveriam gastos, o que é algo óbvio.

linhas invisíveis que dividem os espaços públicos (MANTECÓN, 2009, LIBANIO, 2014). Essa situação é evidenciada por diversos estudos de casos do uso de equipamentos públicos. Freitas e Barbalho (2011, p. 138) trazem o relato de uma frequentadora da Estação das Docas em Belém, que implicitamente exemplifica as barreiras simbólicas e, conseqüentemente, explicita umas das dificuldades de êxito a partir da realização de políticas de democratização de consumo meramente baseadas na oferta:

[...] relatou que entres os seus conhecidos, muitos não frequentavam a Estação das Docas, pois pensam que seriam mal atendidos ou até impedidos de entrar. Segundo ela, “aqui é público não é?! Mas eu pensava que era mais para as pessoas de alta sociedade, porque a gente é de baixa renda, não é? [...] Este relato parece revelador da barreira simbólica que se impõe nos espaços culturais. Tal barreira, por sua vez, nos remete à discussão se o acesso gratuito aos bens culturais promove necessariamente a democratização da cultura.

Dessa forma, percebe-se que os indivíduos que gastam são marcados por características muito semelhantes dos consumidores que participam de atividades culturais gratuitas e é indício de que a política não tem revertido a inércia das desigualdades culturais entre as diferentes classes de renda e educacionais. Além disso, em consonância com o que Falk e Katz-Gerro (2016) encontrou para os países desenvolvidos quanto as políticas culturais, percebe-se que diferentes graus de desenvolvimento cultural no âmbito da oferta não têm reduzido de forma significativa a desigualdade dentro das RMs.

4.4 SÍNTESE CONCLUSIVA

Apesar dos indícios de desigualdades nos dispêndios com saídas culturais e na oferta de equipamentos culturais entre as RMs, os resultados econométricos revelaram baixa variabilidade entre as mesmas, com predominância de não existência de correlação entre gastos e oferta institucional. Tendo em vista que a maior parte dos museus são públicos, a significância estatística da variável *Idemuseu* para o ano 2008-2009 pode ser interpretada como proxy da gestão cultural. Assim, nas RMs onde a oferta é relativamente maior, as famílias tendem usufruir de um maior número de programações culturais gratuitas.

A inexpressividade dos equipamentos culturais na maior parte das estimações não permite descartar sua influência sobre o consumo, ao menos, por duas razões. Primeiramente, as RMs assemelham-se em termos de proporção de equipamento por habitante acima da média nacional, bem como pela distribuição desigual dos equipamentos em seus territórios, decorrentes das políticas urbanas e culturais que privilegiam a instalação de equipamentos em áreas centrais e nobres das cidades. Em segundo lugar, a existência de problemas de mobilidade nas grandes cidades, que reflete em diferentes oportunidades de consumo para os residentes das

diferentes áreas urbanas, pode estar contribuindo para aumentar a variabilidade dentro das mesmas, abrindo amplo um leque de possibilidades analíticas¹²⁴.

Dessa forma, o modelo multinível foi um avanço no estudo dos gastos com saídas culturais, pois o modelo engloba a estrutura hierárquica dos dados e reduz possibilidade de viés decorrente da não independência entre as observações de uma mesma RM. Além disso, foi possível auferir a correlação entre gastos e aspectos ligados as famílias que confirmaram a hipótese de que os mais beneficiados com as políticas culturais de acesso são as camadas mais dotadas de capital cultural e financeiro.

Finalmente, pode-se afirmar que somente a facilitação do acesso por meio da expansão dos equipamentos culturais tradicionais é insuficiente para estimular o consumo, visto que as práticas culturais estão fortemente ligadas ao nível educacional, vivência e experiência passadas do indivíduo e, conseqüentemente, com sua identificação com determinada linguagem¹²⁵. Embora não se pretenda colocar a frequência aos mesmos como a forma legítima e única de consumo cultural, sua importância - como opção de lazer, construção de capital cultural ou forma de inserção na cidade - não podem ser menosprezados.

Assim, a decisão de consumo não se dá unicamente pela combinação de preferências e restrição orçamentária, mas também por faltas de oportunidades, que desencadeiam no impedimento do exercício do direito ao acesso a diversidade das manifestações artísticas e consequente restrição das práticas de consumo cultural ao espaço doméstico. Nesse sentido, os resultados da presente pesquisa estão em consonância com as questões levantadas nos debates recentes sobre políticas públicas de cultura, particularmente, que uma democratização cultural para inserção das classes menos favorecidas quanto ao acesso aos espaços culturais deve considerar o tema em sua abrangência, isto é, relacionando questões de oferta institucional, política urbana e formação de público.

¹²⁴ No entanto, mapear os setores censitários dos consumidores em cada um dos municípios das RM, bem como a localização de cada um dos equipamentos culturais seria demasiado exaustivo para uma tese de doutorado.

¹²⁵ “O fato dos equipamentos estarem no centro não quer dizer que o acesso a eles esteja restrito a um pequeno grupo que tem o repertório para frequentá-los. Não é o existir. Eu posso ter um teatro do lado da minha casa e se eu não tenho o repertório para ter interesse (e para ter interesse em alguma coisa você tem que ter curiosidade, que foi despertada em algum momento), pode ser que eu nunca pise lá”. (BOTELHO, 2006).

CONCLUSÕES

A análise do padrão das despesas culturais nas principais RMs brasileiras concentrou-se na questão das desigualdades espaciais e entre as classes de renda, bem como na relação entre oferta cultural e consumo extradomiciliar. Como apresentado no capítulo 3, há **elevada concentração da distribuição de gastos entre regiões e entre os diferentes grupos socioeconômicos em termos da distribuição regional e dentro das RMs, que se eleva conforme aumenta a desagregação dos itens de despesa e reduz o poder aquisitivo das famílias.**

Dessa forma, embora o coeficiente de Gini nas RMs aponte manutenção do grau de concentração das RMs entre 2002-2003 e 2008-2009, houve um movimento de redução da desigualdade em diversos itens de gastos culturais, alterando a proporção dispendida a favor das práticas de consumo dentro do domicílio, sobretudo gastos indiretos (informática). As mudanças tecnológicas favoreceram a redução no coeficiente de concentração de produtos como serviços de TV e internet em todas as RMs e, dentro das mesmas, em todas as faixas de renda, gerando aumento do gasto mensal médio e ampliando o número de famílias consumidoras.

Assim, tem-se que a elevada concentração é fator comum em todas as RMs, com forte discrepância entre as classes de renda: a distribuição desigual da cultura reflete as demais hierarquias quanto a falta de acesso típicas de países em desenvolvimento, ao mesmo tempo em que é retroalimentada por elas. **Comparando famílias de uma mesma classe, a presença de chefe ou cônjuge com escolaridade de nível superior completo e/ou incompleto aumenta os valores monetários médios mensais e o percentual de famílias que declaram despesas.** Particularmente, é consenso que a educação é fator crucial para avanços da democratização cultural, pois a ascensão social não garante a incorporação dos hábitos voltados ao consumo para fins de desenvolvimento pessoal. Consequentemente, políticas de ampliação do acesso, sem preocupação com o incremento da capacidade de discernimento do público alvo, não transforma os indivíduos capazes de tomar decisões independentes sobre suas preferências.

No que concerne a participação em programações culturais extradomiciliares, houve redução dos gastos médios das classes média e alta, assim como da proporção de

famílias que declaram despesas em todas as classes de renda. Os resultados do capítulo 4 demonstram que esse comportamento teve relação principalmente com a renda e com a educação. Especificamente no caso dos itens ‘diretos’ (cinema, espetáculos e artes), mostrou-se fracamente correlacionado com os atributos das diferentes RMs estudadas.

Sobre esse ponto, é importante ressaltar que a inexpressividade dos equipamentos culturais nas estimações não permite concluir que os mesmos não influenciam os gastos culturais. O modelo proposto permitiu avaliar somente se as disparidades quanto a oferta institucional entre as RMs afeta as despesas. Por sua vez, o resultado está ligado ao fato de que as RMs estudadas apresentam características semelhantes em termos de proporção de equipamentos por habitante (acima da média nacional) e instalação dos mesmos em seus territórios (distribuição desigual). **Assim, observou-se que a localização – habitar em uma determinada RM e não em outra - importa, porém, a maior variabilidade de dispêndios ocorre dentro das mesmas.** Isso pode ocorrer por muitos fatores, que fogem ao escopo da presente pesquisa, inclusive residir mais próximo (longe) dos equipamentos.

Nesse sentido, **os resultados da presente pesquisa estão em consonância com as questões levantadas nos debates recentes sobre políticas públicas de cultura, particularmente, que uma democratização cultural de fato deverá considerar principalmente a inserção das classes menos favorecidas quanto: (i) à inclusão digital, sobretudo universalizando o acesso à internet banda larga e aumentando a variedade de conteúdo programático da TV; e (ii) ao acesso aos espaços culturais,** considerando o tema em sua abrangência, isto é, relacionando questões de oferta institucional, política urbana e formação de público.

No caso dos equipamentos, houve um aumento da oferta no período analisado em linha com as metas do Plano Nacional de Cultura, mas permanece ausente a preocupação da distribuição dos equipamentos dentro da RM. Por sua vez, nota-se desconhecimento da parte das instituições responsáveis acerca dos ‘públicos da cultura’, dificultando a implementação de políticas culturais. A estreita relação entre renda, educação e consumo cultural expõe que a formação de público perpassa tanto pela necessidade de mediação entre ‘consumidores’ e ‘manifestação cultural’ ou informacional (a exemplo da atuação do Sesc no estado de São Paulo), quanto as barreiras geográficas, socioeconômicas e simbólicas.

Dessa forma, os resultados confirmam **a hipótese norteadora da pesquisa, de que o amplo acesso cultural se restringe as camadas de maior renda e com maior nível de escolaridade. Considerando que esse setor é marcado pela presença de subsídios, os**

avanços recentes em termos de democratização das políticas não têm sido suficientes para reversão da inércia das desigualdades.

Esse contexto evidencia um **abismo entre as preferências e oportunidades dos indivíduos**. Por um lado, a falta de capital cultural – tanto a educação formal, quanto o contato com determinadas linguagens culturais na infância ou adolescência - dificulta o entendimento das informações e/ou obras/manifestações artísticas, restringindo escolhas. Por outro lado, a distribuição desigual dos equipamentos dentro das cidades e/ou ausência de meios de acesso, agravados pelas barreiras simbólicas, reduzem as oportunidades de consumo, ainda que as programações sejam gratuitas e que os indivíduos tenham intenção de consumir. Em suma, as políticas devem oferecer oportunidades de escolha, perpassando pela melhoria dos níveis de educação (o programa ‘Mais cultura nas escolas’ pode ser citado como exemplo), pela ampliação da oferta e da distribuição dos equipamentos, pela articulação com as políticas urbanas, pela inclusão digital, entre outras.

Por fim, é importante ressaltar alguns aspectos que limitaram a presente pesquisa. Em primeiro lugar, a base de dados utilizada (e única disponível para o país) impede inferir mais precisamente sobre o consumo gratuito. O último período disponível (2008-2009) confere curto intervalo de tempo para analisar o impacto das políticas iniciadas nos anos 2000. Além disso, muitos dos impactos não são verificáveis, pois não ocorrem via mercado.

Em segundo lugar, a importância das variáveis contextuais, sobretudo dos equipamentos culturais, pode ser explorada em estudos futuros, através da análise de RMs específicas. Dessa forma, é possível mapear a localização exata dos equipamentos e identificar os setores censitários (segundo a POF) no intuito de abranger questões relacionadas a distância entre domicílio e equipamento, bem como de fatores contextuais dos locais de residência das famílias. Em complemento, análises das políticas urbanas (mobilidade urbana, Plano Diretor, etc.) e culturais (plano de cultura e gestão cultural municipal, oferta gratuita de eventos culturais, etc.) implementadas podem contribuir para reflexões e encaminhamentos de intervenções governamentais particulares. Tais temas abrem possibilidades para futuras investigações.

REFERÊNCIAS

- ABPD - Associação Brasileira dos Produtores de Discos. **Mercado Brasileiro de Música 2009**. Disponível em < http://abpd.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Final_Publicacao_2009_CB.pdf>
- ABPD - Associação Brasileira dos Produtores de Discos. **Mercado Brasileiro de Música 2003**. Disponível em < http://www.abpd.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Mercado_Brasileiro_de_Musica_2003.pdf>
- ALMEIDA, A. N.; AZZONI, C. R. Custo de Vida Comparativo das Regiões Metropolitanas Brasileiras. **TD Nereus 11-2013** São Paulo. 2013. Disponível em <http://www.usp.br/nereus/wp-content/uploads/TD_Nereus_11_2013.pdf>
- ALVES, E. P. M., SOUZA, C. A. As políticas econômico-culturais no (do) governo Dilma: o Vale-Cultura e a expansão do mercado editorial brasileiro. In: RUBIM, A. A. C.; BARBALHO, A., CALABRE, L. (Orgs.) **Políticas culturais no governo Dilma**. Salvador: EDUFBA, 2015. 281 p. (Coleção Cult).
- ALVES, E. P. M.; SOUZA, C. A. C. A economia criativa no Brasil: o capitalismo cultural brasileiro contemporâneo. **Latitude**, v. 6, n. 2, p. 119-173, 2012.
- AMESTOY, V. A. Determining heterogeneous behavior for theater attendance. **Journal of Cultural Economics**, v. 32, n. 2, p. 127-151, 2008.
- AMESTOY, V. A. El capital humano como determinante del consumo cultural. **Estudios de Economía Aplicada**, v. 27, n. 1, p. 89-112, 2009.
- ANATEL – AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. **Dados**. Disponível em <<http://www.anatel.gov.br/dados/>>
- ANCINE – AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA. **Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual**. Dados de Mercado. Disponível em <<http://oca.ancine.gov.br/dados-mercado.htm>>
- ARAAR, A., DUCLOS, J. DASP: Distributive Analysis Stata Package, **PEP**, World Bank, UNDP and Université Laval. 2007.
- ATLAS DO DESENVOLVIMENTO HUMANO DO BRASIL. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – Pnud. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – Ipea. Fundação João Pinheiro – FJP. Disponível em <<http://www.atlasbrasil.org.br/>>
- BAHIA, M. C.; FIGUEIREDO, S. Os espaços verdes e os equipamentos de lazer: um panorama de Belém. **LICERE-Revista do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer**, v. 11, n. 2, 2008.
- BARBALHO, A.; FREITAS, A. P. N. Política cultural e consumo na região amazônica: um estudo dos públicos da Estação das Docas em Belém do Pará. **ALCEU**. v. 12, n.23, p. 130-142, 2011.
- BARBOSA, F. Práticas culturais, interesses e legitimidade. In: Leiva, João (Org.) **Cultura SP: Hábitos culturais dos paulistas**. São Paulo Tuva Editora, 2014.
- BENHAMOU, F. **A Economia da Cultura**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.
- BÓGUS, L.; PASTERNAK, S. A distribuição dos equipamentos culturais e os processos de segregação na cidade de São Paulo: O acesso à cultura na urbe metropolitana. In: XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciência Sociais. Salvador-BA. **Anais**. Salvador: UFBA, 2011. Disponível em <http://www.xiconlab.eventos.dype.com.br/resources/anais/3/1308157902_ARQUIVO_Culturanaurbe metropolitana3.pdf>
- BOTELHO, I. Dimensões da cultura e políticas públicas. **São Paulo em Perspectivas**, São Paulo, v.15, n.2, p.73-83, 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/spp/v15n2/8580.pdf>>
- BOTELHO, I. Entrevista: Isaura Botelho: as práticas culturais em São Paulo. **Acesso, o blog da democratização cultural**. 12/06/2006. Disponível em < www.blogacesso.com.br/?p=3>

BOTELHO, I. Os equipamentos culturais na cidade de São Paulo: um desafio para a gestão pública. **Espaço & Debates – Revista de Estudos regionais e urbanos**. n. 43/44, 2003. Disponível em <http://www.fflch.usp.br/centrodametropole/antigo/v1/pdf/espaco_debates.pdf>

BOTELHO, I. Políticas culturais: discutindo pressupostos. In: NUSSBAUMER, G. (Org.) **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007. 257 p. — (Coleção Cult).

BOTELHO, I.; FIORE, M. O uso do tempo livre e as práticas culturais na região metropolitana de São Paulo. In: XVIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais. A questão social no novo milênio. Coimbra, Portugal. **Anais**. Centro de Estudos Sociais (CES), Universidade de Coimbra: 2004. Disponível em <http://www.ces.uc.pt/lab2004/pdfs/IsauraBotelho_MauricioFiore.pdf>

CANCLINI, N. Todos tienen cultura: ¿quiénes pueden desarrollarla? In: Conferencia para el Seminario sobre Cultura y Desarrollo. Washington. **Anais**. Washington: Banco Interamericano de Desenvolvimento, 2005.

CANCLINI, N.G. **Consumidores e cidadãos**. Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

CAVALCANTI, F. L.; SILVEIRA NETO, R. M. Creative Class, Human Capital and Urban Dynamism: Empirical Evidence for the Brazilian Cities. In: XLI Encontro Nacional de Economia. Natal-RN. **Anais**. ANPEC-Associação Nacional dos Centros de Pós-Graduação em Economia, 2014. Disponível em <http://www.anpec.org.br/encontro/2014/submissao/files_I/i10-af14be88f49075862f316c401e816f21.pdf>

DINIZ, S. C. **Análise do consumo de bens e serviços artístico-culturais no Brasil metropolitano**. Dissertação (Mestrado em Economia). Belo Horizonte, MG: UFMG/Cedeplar, 2009.

DINIZ, S. C. Análise do Setor Cultural nas Regiões Metropolitanas Brasileiras. In: XXXVI Encontro Nacional de Economia. Salvador-BA. **Anais**. ANPEC-Associação Nacional dos Centros de Pós-Graduação em Economia, 2008. Disponível em <<http://www.anpec.org.br/encontro2008/artigos/200807211651060-.pdf>>

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.

EARP, F. S. O expectador eventual: notas sobre demanda por cinema no Brasil. **Políticas Culturais em Revista**. v. 2, n. 1, p. 77-87, 2009. Disponível em <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/pculturais/article/viewArticle/3738>>

EARP, F. S.; PAULANI, L. M. Mudanças no consumo de bens culturais no Brasil após a estabilização da moeda. **Nova Economia**, v. 24, n. 3, p. 469-490, 2014. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/neco/v24n3/0103-6351-neco-24-03-00469.pdf>>

FALK, M.; KATZ-GERRO, T. Cultural participation in Europe: Can we identify common determinants? **Journal of Cultural Economics**, v. 40, n. 2, p. 127-162, 2016.

FECOMERCIO-RJ. **Cai o consumo de produtos piratas no Brasil**. Núcleo Econômico. Estudos / Análises Econômicas. Sistema Firjan. 05/12/2012. Disponível em <http://www.fecomercio-rj.org.br/publicue/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?UserActiveTemplate=fecomercio2008&from_info_index=1&infoid=12331&sid=90>

FECOMERCIO-RJ. **Livro volta a ganhar espaço no lazer do brasileiro**. Núcleo Econômico. Estudos / Análises Econômicas. Rio de Janeiro: Sistema Firjan. 24/07/2014. Disponível em <http://www.fecomercio-rj.org.br/media/Pesquisa%20de%20Cultura.pdf>

FECOMERCIO-RJ. **Pirataria no Brasil: radiografia do consumo**. Núcleo Econômico. Estudos / Análises Econômicas. Sistema Firjan. 30/11/2010. Disponível em <<http://www.fecomercio-rj.org.br/publicue/media/estudo.pdf>>

FEREIRA NETO; PEROBELLI. Spatial Analysis of Cultural Activities in the microregions of Minas Gerais. **Economia**. v. 14, n. 3-4, p. 139-157, 2013.

FERNÁNDEZ, J. S.; MALDONADO, J. S.; LUQUE, J. M. Descomposición multidimensional del Índice de Gini: Una perspectiva de la desigualdad territorial del consumo de bienes y servicios socio culturales. In: XV Encuentro de Economía Pública: políticas públicas y migración. Salamanca. Espanha. **Anais**. Salamanca, 2008.

FERREIRA NETO, A. B.; FREGUGLIA, R. S.; FAJARDO, B. A. G. Diferenciais salariais para o setor cultural e ocupações artísticas no Brasil. **Economia Aplicada**, v. 16, n. 1, p. 49-76, 2012. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ecoa/v16n1/a03v16n1.pdf>>

FERREIRA, A. G.; FERNANDES, F. A.; HUÇULAK, J. A internacionalização de Curitiba: uma análise a partir de equipamento urbanos de consumo e lazer. **Revista Geomae**. v.1, n. 1, p. 17-35, 2011.

FERREIRA, J. A reversão de equívocos históricos para novos imaginários urbanos. **Folha de São Paulo**. 03/01/2016. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2016/01/1723759-a-reversao-de-equivocos-historicos-para-melhorar-as-cidades.shtml>>

FIALHO, A. L. Artes visuais: o lugar dos museus e das exposições. In: Leiva, João (Org.) **Cultura SP: Hábitos culturais dos paulistas**. São Paulo Tuva Editora, 2014.

FIRJAN - Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. **A cadeia da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN-Estudos para o desenvolvimento do estado do Rio de Janeiro. n. 2, mai. 2008.

FIRJAN - Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN-Diretoria de Desenvolvimento Econômico/Gerência de Economia e Estatística/Divisão de Economia Empresarial, 2014. Disponível em: <<http://publicacoes.firjan.org.br/economiacriativa/mapeamento2014/#/14/>>

FLORIDA, R. Cities and the creative class. **City & Community**, v. 2, n. 1, p. 3-19, 2003.

FLORIDA, R. The rise of the Creative Class. Why cities without gays and rock bands are losing the economic development race. **Washington Monthly**. v. 34, n. 5. 2002.

FUNARTE – FUNDAÇÃO NACIONAL DAS ARTES. Pesquisa de Teatro. Disponível em <<http://www.ctac.gov.br/teatros.htm>>

GELMAN, A. Multilevel (hierarchical) modeling: what it can and can't do. **Technometrics**, v. 48. n. 3. 2006.

GLAESER, E. J. **The Triumph of the City**: how our greatest invention makes us richer, smarter, greener, healthier, and happier. New York: The Penguin Press, 2011.

GLAESER, E. L. Review of Richard Florida's The Rise of the Creative Class. **Regional Science and Urban Economics**. v. 35, n. 5, 2005.

GLAESER, E. L.; KOLKO, J.; SAIZ, A. Consumer City. **Journal of Economic Geography**. v.1, n.1, p. 27-50, 2001.

GLAESER, E. L.; MARÉ, D. C. Cities and Skills. **Working Paper Series n. 4728**. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, 1994. Disponível em <<http://www.motu.org.nz/files/docs/MEL0252.pdf>>

GOLDSTEIN, H. **Multilevel statistical models**. John Wiley & Sons: 2011. Disponível em <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.159.1560&rep=rep1&type=pdf>>

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 Populacionais**, v. 25, n. 1, p. 109-129, 2008.

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**, n. 17, p. 59-69, 2011.

GRAEFF, L.; WAISMANN, M.; BERG, O. A. Equipamentos culturais na Região Metropolitana de Porto Alegre: desafios e possibilidades de avaliação a partir das metas do Plano Nacional de Cultura.

Políticas Culturais em Revista, v. 8, n. 1, p. 206-221, 2014. Disponível em <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/pculturais/article/viewArticle/12337>>

GRANT, J. L.; BUCKWOLD, B. Precarious creativity: immigrant cultural workers. **Cambridge Journal of Regions, Economy and Society**, v. 6, n. 1, p. 113–126, 2013. Disponível em <<http://cjres.oxfordjournals.org/content/6/1/1.1.short>>

HOFFMANN, R. Desigualdade da renda e das despesas per capita no Brasil, em 2002-2003 e 2008-2009, e avaliação do grau de progressividade ou regressividade de parcelas da renda familiar. **Economia e Sociedade**, v. 19, n. 3, p. 647-61, 2010.

HOFFMANN, R. Transferências de renda e a redução da desigualdade no Brasil e cinco regiões entre 1997 e 2004. **Revista Econômica**, v. 8, n. 1, p. 55-81, 2006.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Diretoria de Pesquisas. Coordenação de População e Indicadores Sociais. Estudos e Pesquisas. Informação Demográfica e Socioeconômica. número 31. **Sistema de Informações e Indicadores Culturais – SIIC 2007-2010**. Rio de Janeiro, 2013.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios** – PNAD. 2003-2009.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa de Informações Básicas Municipais - MUNIC**. Cultura 2006.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa de Informações Básicas Municipais – Perfil dos Municípios Brasileiros 2009 - MUNIC 2009**. Rio de Janeiro: IBGE, 2010a.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa de Orçamentos Familiares – POF 2008-2009 e 2002-2003**. Microdados.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009**. Despesas, rendimentos e condições de vida. Rio de Janeiro: IBGE, 2010b.

IBRAM – INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **Guia dos Museus Brasileiros**. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, 2011. 592 p.

LEE, I. Impacto das tecnologias na produção, na distribuição e no consumo culturais. In: REIS, A. C. F.; MARCO, K. (Orgs.) **Economia da cultura: ideias e vivências**. Rio de Janeiro: Publit, 2009. 252 p.

LEIVA, João (Org.) **Cultura SP: Hábitos culturais dos paulistas**. São Paulo Tuva Editora, 2014.

LEMOIS JÚNIOR, C. B.; BORTOLOZZI, A. Patrimônio cultural em território urbano contemporâneo: o caso do Circuito Cultural Praça da Liberdade–Belo Horizonte (MG). **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, v. 16, n. 2, p. 97-115, 2014.

LEOCADIO, A.; PARENTE, E. S.; PRADO, K. P. L. A. Avaliação de políticas públicas culturais para a população de baixa renda: um estudo no Centro Cultural Dragão do Mar, em Fortaleza. **eGesta**, v. 3, n. 4, p. 53-76, 2007.

LIBANIO, C. A. Política Cultural e Acesso à Cidade. In: V Seminário Internacional de Políticas Culturais. Rio de Janeiro-RJ. **Anais**. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2014. Disponível em <<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2014/06/Clarice-de-Assis-Lib%C3%A2nio.pdf>>

LINS, C. P. C. Estatísticas da Cultura: Um Levantamento dos Estudos Recentes da Unesco, SICSUR e IBGE. In: III Seminário Internacional de Políticas Culturais. Rio de Janeiro. **Anais**. Rio de Janeiro: Fundação Casa Rui Barbosa, 2012. Disponível em <<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2012/09/Cristina-Pereira-de-Carvalho-Lins.pdf>>

LUCKEWE, P.; PADILHA, M. F. F. G.; WANDERLEY, A. L. Qualidade dos gastos públicos em cultura no Brasil: uma abordagem sob a ótica da demanda. **Revista Desenharia**. v. 11, n. 19, p.151-78, 2014.

MACEDO, T. Festas Populares: a força da tradição. In: Leiva, João (Org.) **Cultura SP: Hábitos culturais dos paulistas**. São Paulo Tuva Editora, 2014.

MACHADO, A. F.; GOLGHER, A. B.; DINIZ, S. C.; GAMA, L. D. Consumption of Cultural goods and services and time allocation: a case of Brazilian Metropolitan Areas. In: 18th International Conference on Cultural Economics. Montreal. **Anais**. Association for Cultural Economics International (ACEI), 2014. Disponível em <https://editorialexpress.com/cgi-bin/conference/download.cgi?db_name=ACEI2014&paper_id=214>

MACHADO, A. F.; MENEZES, T. A.; DINIZ, S. C. Perfil os consumidores de cinema no Brasil Metropolitano. **Revista Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos**, v. 5, n. 1, p. 33-43, 2011.

MACHADO, A. F.; RABELO, A.; MOREIRA, A. G. Specificities of the artistic cultural labor market in Brazilian metropolitan regions between 2002 and 2010. **Journal of Cultural Economics**, v. 38, n. 3, p. 237-251, 2014.

MACHADO, A. F.; SIMÕES, R. F.; DINIZ, S. C Urban Amenities and the Development of Creative Clusters: The Case of Brazil. **Current Urban Studies**. v.1, n.4, p. 92-101, 2013.

MACHADO, A. P. Estudo 44: Cidades Criativas. **Projeto Perspectivas de Investimentos Sociais no Brasil (PIS)**, Cedeplar/UFGM: (20-). Disponível em <<http://www.cedeplar.ufmg.br/pesquisas/pis/Estudo%2044.pdf>>

MANTECÓN, A. R. Consumos culturales y ciudadanía en tiempos de globalización. **Indicadores Culturales**. Editorial de la Universidad Nacional de Tres de Febrero, Buenos Aires, Argentina. p. 90-99, 2009. Disponível em <http://www.untref.edu.ar/documentos/indicadores_culturales/2009/Consumos%20-%20Ana%20Rosas%20Mantecon.pdf>

MARKUNSEN, A.; KING, D. **The Artistic Dividend**: The Arts' Hidden Contributions to Regional Development. Humphrey Institute of Public Affairs. University of Minnesota, 2003.

MARKUSEN, A. **How cities can nurture cultural entrepreneurs**. Social Science Research Network - SSEP, nov. 2013. Disponível em <<http://ssrn.com/abstract=2357724>>

MATOS, M. G., PADILHA, M. F. G., CASTRO, S. D. Perspectivas do investimento cultura. In: CAVALCANTI FILHO, P. F. M. (Coord.). **Projeto PIB: Perspectivas do Investimento em Cultura**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009. 184 p. Disponível em <http://www3.eco.unicamp.br/neit/images/stories/arquivos/PerspectivasdoInvestimento/ie_ufrj_sp10_cultura.pdf>

MELO, P. B. O financiamento do cinema no Brasil: as leis de incentivo e a possibilidade de autonomia. In: II União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura - ULEPICC. **Anais**. 2008. Disponível em <http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/ulepicc2008/anais/2008_Ulepicc_0895-0911.pdf>

MELO, V. A.; PERES, F. F. A cidade e o lazer: as desigualdades sócio espaciais na distribuição dos equipamentos culturais na cidade do Rio de Janeiro e a construção de um indicador que oriente as ações em políticas públicas. **Movimento**, v. 11, n. 3, p. 127-151, 2005.

MINC – MINISTÉRIO DA CULTURA. Acesso à Informação. **Programas e Ações**. Disponível em <<http://www.cultura.gov.br/programas-e-acoes>> Acesso em março/2016.

MINC – MINISTÉRIO DA CULTURA. **Cultura em números**: anuário de estatísticas culturais - 2ª edição. Brasília: MinC, 2010. 252 p.

MINC – MINISTÉRIO DA CULTURA. **Cultura em números**: anuário de estatísticas culturais 2009. Brasília: MinC, 2009. 243 p.

MINC – MINISTÉRIO DA CULTURA. **Estruturação, Institucionalização e Implementação do Sistema Nacional de Cultura**. Conselho Nacional de Política Cultural / Secretaria de Articulação Institucional –SAI. Brasília: MinC, 2011. 108 p. Disponível em

<<http://www.cultura.gov.br/documents/10907/963783/livro11-602-para-aprovacao.pdf/d17c52f9-3a60-4196-af5c-a6655f028f3b>>

MINISTÉRIO DA FAZENDA. TESOURO NACIONAL. FINBRA – Finanças do Brasil – Dados Contábeis dos Municípios 2002-2009. Disponível em <http://www.tesouro.fazenda.gov.br/pt_PT/contas-anuais>

MORAES, J. L. Cultura e Transformação Urbana na Pauta Criativa. **Boletim Informações FIPE** - jan. 2012. Disponível em <http://www.fipe.org.br/publicacoes/downloads/bif/2012/1_14-16-jul.pdf>

MORAES, J. L. Economia da cultura: a incorporação de Bourdieu. **Boletim Informações FIPE** - fev. 2010. Disponível em <http://www.fipe.org.br/publicacoes/downloads/bif/2010/2_23-25-luc.pdf>

MORAES, J. L. Economia da Cultura: a tradição anglo-saxônica. **Boletim Informações FIPE** - out. 2009a. p. 24-26. Disponível em: <http://downloads.fipe.org.br/content/downloads/publicacoes/bif/2009/10_bif349.pdf>

MORAES, J. L. Economia da cultura: dilemas da Indústria Cultural. **Boletim Informações FIPE** - nov. 2009b. p. 26-28. Disponível em: <http://www.fipe.org.br/publicacoes/downloads/bif/2009/11_26-28-jul.pdf>

MORAES, J. L. Economia da Cultura: lacuna ou apatia? **Boletim Informações FIPE** - set 2009c. p. 16-18. Disponível em: <http://www.fipe.org.br/publicacoes/downloads/bif/2009/9_16-18-julio.pdf>

MORAES, J. L.; SAMPAIO. Economia da cultura e consumo cultural (Parte 1). **Boletim Informações FIPE** - mai. 2010. Disponível <http://www.fipe.org.br/publicacoes/downloads/bif/2010/5_34-36-jul.pdf>

NEPOMUCENO, H. Políticas Culturais de Salvador e Recife: análise da Fundação Gregório de Mattos e da Secretaria de Cultura do Recife (2005–2008). In: Seminário Internacional Políticas Culturais: teoria e prática. Rio de Janeiro. **Anais**. Rio de Janeiro: Fundação Casa Rui Barbosa, 2010. Disponível em <<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2010/09/16-HORT%C3%80NCIA-NEPOMUCENO.1.pdf>>

NOTTEN, N. et al. Educational stratification in cultural participation: cognitive competence or status motivation? **Journal of Cultural Economics**, v. 39, n. 2, p. 177-203, 2015.

NUSSBAUMER, G. M et. al. Um mapa dos teatros de Salvador. In: II Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura - II ENECULT. Salvador. **Anais**. Salvador: Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura-UFBA, 2006. Disponível em <http://www.cult.ufba.br/arquivos/mapa_teatros_salvador.pdf>

OLIVEIRA, A. Cinema: mudanças nos hábitos e interesses. In: Leiva, João (Org.) **Cultura SP: Hábitos culturais dos paulistas**. São Paulo Tuva Editora, 2014.

OLIVEIRA, M. C. V. **Instituições e públicos culturais**: um estudo sobre mediação a partir do caso SESC-São Paulo. Dissertação (Mestrado em Sociologia). São Paulo: USP, 2009.

PAGLIOTO, B. F.; MACHADO, A. F. Perfil dos frequentadores de atividades culturais: o caso nas metrópoles brasileiras. **Estudos Econômicos (São Paulo)**, v. 42, n. 4, p. 701-730, 2012.

PAWLOWSKI, PAWLOWSKI. Expenditure Elasticities of the Demand for Leisure Services. **Working Paper Series**, Paper n. 10-04. International Association of Sport Economics, 2010.

PESSOA, D. G. C.; SILVA, P. L. N. Análise de dados amostrais complexos. **São Paulo: Associação Brasileira de Estatística**, v. 1, 1998.

PFEFFERMANN, D. et al. Weighting for unequal selection probabilities in multilevel models. **Journal of the Royal Statistical Society: series B (statistical methodology)**, v. 60, n. 1, p. 23-40, 1998.

PINHO, D. B. Economia da Cultura. **Boletim Informações FIPE** - ago. 2007. p. 14-17. Disponível em: <http://www.fipe.org.br/publicacoes/downloads/bif/2007/8_bif323.pdf>

PORTO ALEGRE (RS). Observatório da Cultura. **Usos do tempo livre e práticas culturais dos portoalegrenses: relatório de pesquisa**. Observatório da Cultura. – Porto Alegre: Observatório da Cultura, 2015. 92 p.

PORTUGAL, M. S. et al. Incentivo à cultura e efeitos economicos: análise da produção cinematográfica no Rio Grande do Sul. In: VALIATI, L., FLORISSI, S. (Orgs.) **Economia da Cultura: bem-estar economico e evolução cultural**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007. 118 p.

PRATT, A. C. Creative cities: the cultural industries and the creative class. **Geografiska annaler: Series B, Human Geography**, v. 90, n. 2, p. 107-117, 2008.

PRATT, A. C. Urban regeneration: from the arts ‘feel good’ factor to the cultural economy. A case study of Hoxton, London. **Urban Studies**. v. 46, n. 5-6, p. 1041-1061, 2009.

PREFEITURA DE São Paulo inaugura salas públicas de cinema nesta quarta. **Folha de São Paulo**. 28/03/2016. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/03/1754763-prefeitura-de-sao-paulo-inaugura-salas-publicas-de-cinema-nesta-quarta.shtml?platform=hootsuite>>. Acesso em Abril/2016.

QUINTERO, L. F.; MARTOS, L. Determinants of performing arts participation in Colômbia. In: 17th International Conference on Cultural Economics by the ACEI Kyoto/Japan. 2012. **Anais**. Kyoto, 2012.

RABE-HESKETH, S.; SKRONDAL, A. **Multilevel and longitudinal modeling using Stata**. 2 ed. Texas: STATA Press, 2008.

RABE-HESKETH, S.; SKRONDAL, A. Multilevel modelling of complex survey data. **Journal of the Royal Statistical Society: Series A (Statistics in Society)**, v. 169, n. 4, p. 805-827, 2006.

RABE-HESKETH, S.; SKRONDAL, A.; PICKLES, A. **GLLAMM manual**. Berkeley Division of Biostatistics Working Paper Series. Paper 160. Berkeley U.C.: University of California, 2004.

RAO, V. M. Two decompositions of concentration ratio. **Journal of the Royal Statistical Society. Series A (General)**, p. 418-425, 1969.

REIS, A. C. F. **Cidades Criativas: análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo**. 2011. 297 f. 2011. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo São Paulo, 2011.

REIS, A. C. F.; KAGEYAMA, P. **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

RIBEIRO, B. Movimento, inovação e convergência. In: Leiva, J. (Org.) **Cultura SP: Hábitos culturais dos paulistas**. São Paulo: Tuva Editora, 2014.

RINGSTAD, LOYLAND, 2006. The demand for books estimated by means of consumer. survey data. **Journal of Cultural Economics**. v. 30, n. 2, p. 141-155, 2006.

RUBIM, A. A. C. Políticas culturais na Bahia contemporânea. In: BARBALHO, A.; BARROS, J. M.; CALABRE, L. (Orgs.) **Federalismo e políticas culturais no Brasil**. Salvador: Edufba, 2013. 316 p. (Coleção Cult).

RUBIM, A. A. C. Políticas culturais no primeiro governo Dilma: patamar rebaixado. In: RUBIM, A. A. C.; BARBALHO, A., CALABRE, L. (Orgs.) **Políticas culturais no governo Dilma**. Salvador: EDUFBA, 2015. 281 p. (Coleção Cult).

SAE/PR – SECRETARIA DE ASSUNTOS ESTRATÉGICOS DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Perguntas e Respostas sobre a Definição da Classe Média**. Brasília: SAE/PR, 2012. Disponível em: <http://www.sae.gov.br/wp-content/ciclodepalestras/livro.php?id=120927215948-c08b47412f5b4804b28709f7eded14e0&name=02_Perguntas_e_Respostas_Sobre_a_definicao_da_classe_media>

SILVA, F. A. B. **Economia e Política Cultural: acesso, emprego e financiamento**. Brasília: Ministério da Cultura, 2007. 308 p. – (Coleção Cadernos de Políticas Culturais; v. 3).

- SILVA, F. B. (Coord.) **Indicador de Desenvolvimento Cultural da Economia da Cultura**. Brasília: Ipea, 2010.
- SILVA, F. B.; ARAÚJO, H. E.; SOUZA, A. L. O consumo cultural das famílias brasileiras. In: SILVEIRA, F. G. et al. (Org.). **Gasto e consumo das famílias brasileiras contemporâneas**. Brasília: Ipea, 2007.
- SILVEIRA NETO, R. S.; MENEZES, T. A. Nível e evolução da desigualdade dos gastos familiares no Brasil: uma análise para as regiões metropolitanas no período 1996 a 2003. **Estudos Econômicos (São Paulo)**, v. 40, n. 2, p. 341-372, 2010.
- SILVEIRA, A. C. C.; SILVA, R. H. A. Os espaços de lazer na cidade: a política urbana de Belo Horizonte. **LICERE-Revista do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer**. v.13, n.3, 2010.
- SNIJDERS, T. A.B.; BOSKER, R. J. **Multilevel Analysis: An Introduction to Basic and Advanced Multilevel Modeling**. 2 ed. London etc.: Sage Publishers, 2012.
- SOARES, S. S. D. Análise de bem-estar e decomposição por fatores da queda na desigualdade entre 1995 e 2004. **Revista Econômica**, v. 8, n. 1, p. 83-115, 2006.
- STIGLER, G. J.; BECKER, G. S. De gustibus non est disputandum, **American Economic Review**, Nashville, v. 67, n. 2, p. 76-90, 1977.
- STOPER, M.; SCOTT, A. J. Rethinking human capital, creativity and urban growth. **Journal of Economic Geography**. v.9, n. 2, p. 147-167, 2009.
- TOLEDO, J. R. Mobilidade: tudo depende da oferta e da geografia. Ou não? In: Leiva, João (Org.) **Cultura SP: Hábitos culturais dos paulistas**. São Paulo Tuva Editora, 2014.
- TOLILA, Paul. **Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas**. Editora Iluminuras Ltda, 2007.
- VAZ, L. F. Planos e projetos de regeneração cultural: notas sobre uma tendência urbanística recente. **Anais: Seminário de História da Cidade e do Urbanismo**, v. 8, n. 3, 2004. Disponível em <<http://unuhospedagem.com.br/revista/rbeur/index.php/shcu/article/view/1013>>
- VAZ, L. F; JACQUES, P. B. Reflexões sobre o uso da cultura nos processos de revitalização urbana. In: XV Encontro da ANPUR-ENANPUR. Recife. **Anais: ANPUR**, 2013. Disponível em <<http://unuhospedagem.com.br/revista/rbeur/index.php/anais/article/viewFile/2192/2145>>
- YAMAMURA, E. The effect of young children on their parents' anime-viewing habits: evidence from Japanese microdata. **Journal of Cultural Economics**, v. 38, n. 4, p. 331-349, 2014.
-

APÊNDICES

APÊNDICE A - Classificação das atividades e artigos culturais, atividades de lazer e outros itens complementares, segundo classificação da POF 2008-2009

Itens complementares, segundo classificação da POF 2008 2009						
Classificação	Grupamento - SNIIC ^(a)	Tradutor - SNIIC ^(a)	Produto (POF)	Código do subgrupo (POF)	Quadro (POF)	Período de referência (POF)
Atividades realizadas na RM	Atividades de cultura, lazer e festas	1	Cinema (ingresso)	00101	28	30 dias
		2	Teatro (ingresso)	00201		
		2	Show (ingresso)	01101		
		2	Museu (ingresso)	01401		
		4	Circo (ingresso)	01901		
		4	Seresta (ingresso)	03801		
		2	Opera (ingresso)	04601		
		2	Dança clássica (ingresso)	05901		
Atividades realizadas em viagens		5	Atividades culturais (ingresso)	02601	41	90 dias
			Cinema (ingresso)	02602		
			Videotecas (ingresso)	02603		
			Cinematecas (ingresso)	02604		
			Teatros (ingresso)	02605		
			Shows (ingresso)	02606		
Circos (ingresso)	02607					
Atividades de lazer e festas (não inclui atividades culturais tradicionais)	Atividade de esporte	nd	Futebol (ingresso) Outros eventos esportivos (ingresso) Basquetebol (ingresso) Futebol de salão (ingresso) Corrida automobilística (ingresso) Tênis (ingresso) Voleibol (ingresso)	00301-00406	28	30 dias
	Atividades de cultura, lazer e festas / Cultura e Lazer	3	Boite, danceterias e discoteca	Vários	28	30 dias
		4	Atividades de lazer		28	
		5	Outros (ativ. realizadas em viagens)		41	
	Atividades de cultura, lazer e festas / Festas ligadas a cultura popular populares	2	Carnaval	01401-01402	45	12 meses
				01301	33	90 dias
				00701	40	90 dias
				01701, 01801	45	12 meses
				02201	28	30 dias
	Cursos de artes	Educação profissional e atividades de ensino	3	Curso e aula de bale	03601	49
5			Curso de bale	03602		
			Aula de bale	03603		
3			Aula de dança	03604		
			Curso de musica	03801		
			Aula de musica	03802		
			Curso de dança	06601		
			Curso de pintura	07001		
			Curso de teatro	07201		
			Curso de artesanato	07801		
			Curso de artes	08301		
			Aula de pintura	08302		
Outros itens de educação, exceto os ligados as artes	Educação profissional e atividades de ensino	1	Informática	Vários	49	12 meses
		2	Curso de idioma			
		3	Outros cursos			
		4	Livros e material didático			
		5	Outros cursos			
Instrumentos musicais (aquisição, aluguel, concerto e manutenção ^(b))	Instrumentos e acessórios musicais	nd	Instrumentos musicais (aluguel)	00701, 00901	13	12 meses
		nd	Instrumentos musicais (aquisição)	00101-01501, 02801-03801, 04001	16	
	nd	nd	Concerto e manutenção	06901, 07001, 07101, 14401, 14501, 14601	9	90 dias

(continua)

APÊNDICE A - Classificação das atividades e artigos culturais, atividades de lazer e outros itens complementares, segundo classificação da POF 2008-2009 (continuação)

Audiovisual	Aquisição e aluguel de eletrodomésticos / Vídeo	3	Aluguel de artigos de vídeo	00301; 00401, 01101, 01201, 01701	13	12 meses
		1, 2, 3	Aquisição de artigos de vídeo	Vários	15	
	Aquisição e aluguel de eletrodom. / Som	3	Aluguel de artigos de som	00901, 01401	13	12 meses
		1, 2, 3	Aquisição de artigos de som	Vários	15	
	Reprodução de material gravado	1, 2, 3	Disco vinil, fita de videocassete gravada, CD e DVD (aluguel e aquisição)	Vários, exceto ligados a informática	28	30 dias
	nd	nd	Fotografia	00701-00803	28	30 dias
	Outros - nd	nd	Conserto e manutenção de TV	01701-01901, 02601-02801, 03601-04101	9	90 dias
			Conserto e manutenção de aparelhos sonoros	04201-05001		
			Conserto e manutenção de aparelhos DVD, vídeo	05101-05301, 1401-14301		
	Serviços de TV por assinatura e internet	2	Serviços de TV por assinatura	00701, 01001, 01401, 01501	6	90 dias
02001-02101				12	12 meses	
Informática	Aquisição e aluguel de eletrodomésticos / Informática	3	Aluguel de artigos de informática	01001, 01301	13	12 meses
		1, 2, 3	Aquisição de artigos de informática	03701, 06201-06301, 07201-07203, 10601-10605, 12001, 12002, 12301, 20001, 20701	15	12 meses
				01201, 01202	33	90 dias
	Reprodução de material gravado	1, 3	CD e fita de videogame, CD-ROM, disquete (aquisição e aluguel)	04003, 04005, 04101, 04201, 04801	28	30 dias
		1	Softwares de jogos	01601, 01602	33	90 dias
		3	Softwares de cursos	04801, 04802	49	12 meses
	nd	nd	Conserto e manutenção de aparelhos de informática e videogame	11401-11601, 13201-13401, 12601, 12801	9	90 dias
	Serviços de TV por assinatura e internet	1	Acesso a internet	00501-00506, 00801, 00901, 01301	6	90 dias
				02201	12	12 meses
				00501, 00502, 00503	22	7 dias
Leitura	Edição e impressão	1	Jornal e outras revistas	00101-01601, 02001, 02101	27	7 dias
			Assinaturas de jornal, revista e periódicos			
		1, 2	Livros não didáticos	00401-00503	32	90 dias
Artesanato, decoração e artes plásticas	Artefatos de madeira e decoração	nd	Artesanato e decoração	Vários, 1805301	18	12 meses
	Artes plásticas	nd	Material para prática de artes plásticas	01501-01504, 01701, 02401	40	90 dias

Fonte: IBGE/POF (2008-2009), Diniz (2009), IBGE/SIIC (2013). Adaptado.

(fim)

Notas: Para 2002-2003, a classificação é análoga, com variações em alguns códigos. ^(a)Com o grupamento e tradutor, é possível identificar os códigos do subproduto (POF) na publicação do SIIC. ^(b)Conserto e manutenção não consta na lista do SNIIC.

APÊNDICE B - Ocupações da Classe Criativa conforme Classificação Brasileira de Ocupações

Grupo		Código e Ocupação
Trabalhadores diretos	Artes performáticas	2622 Coreógrafos e bailarinos 2623 Atores, diretores de espetáculos e afins 3761 Bailarinos de danças populares 3763 Palhaços, acrobatas e afins 2624 Compositores, músicos e cantores 3762 Músicos e cantores populares
	Escritores	2615 Escritores e redatores
	Artesanato	7523 Ceramistas (preparação e fabricação) 7524 Vidreiros e ceramistas (acabamento e decoração) 7681 Trabalhadores artesanais da tecelagem 7682 Trabalhadores artesanais da confecção de roupas 7683 Trabalhadores artesanais da confecção de calçados e artefatos de couro e peles
Trabalhadores indiretos	Artes performáticas	3764 Apresentadores de espetáculos 2621 Produtores de espetáculos 7421 Confeccionadores de instrumentos musicais 9152 Reparadores de instrumentos musicais 7401 Supervisores de mecânica de precisão e instrumentos musicais
	Artes visuais	2625 Desenhistas industriais (designer), escultores, pintores e afins 2627 Decoradores de interiores e cenógrafos 3751 Decoradores e vitrinistas de nível médio 3722 Fotógrafos 3721 Cinegrafistas
	Informação	2613 Arquivologistas e museólogos 3711 Técnicos em biblioteconomia 3712 Técnicos em museologia 7686 Trabalhadores tipográficos, linotipistas e afins 7687 Encadernadores e recuperadores de livros (pequenos lotes ou a unidade)
	Mídia e comunicação	2616 Especialistas em editoração 2531 Profissionais de marketing, publicidade e comercialização 2611 Profissionais do jornalismo 2612 Profissionais da informação 2614 Filólogos, tradutores e intérpretes 2617 Locutores e comentaristas 3731 Técnicos em operação de estação de rádio 3732 Técnicos em operação de estação de televisão 3741 Técnicos em operação de aparelhos de sonorização 3742 Técnicos em operação de aparelhos de cenografia 3743 Técnicos em operação de aparelhos de projeção 3524 Agentes de fiscalização de espetáculos e meios de comunicação
	Artes gráficas	3713 Técnicos em artes gráficas 7606 Supervisores das artes gráficas 7660 Trabalhadores polivalentes das artes gráficas 7661 Trabalhadores da pré-impressão gráfica 7662 Trabalhadores da impressão gráfica 7663 Trabalhadores do acabamento gráfico 7664 Trabalhadores de laboratório fotográfico
	Outros	2141 Arquitetos 3765 Modelos

Fonte: IBGE/POF (2008-2009); Machado, Simões e Diniz (2013). Adaptado.

Nota: Para 2002-2003, a classificação é análoga.

APÊNDICE C - Índice de Gini para Renda per capita e Gastos com consumo, educação, cultura, cultura direto, cultura indireto, bens culturais no domicílio e fora do domicílio segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009– Brasil, Grande Região, RM

	Ano	Brasil	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste	RM Belém	RM Fortaleza	RM Recife	RM Salvador	RM Belo Horizonte	RM Rio de Janeiro	RM São Paulo	RM Curitiba	RM Porto Alegre	Média das RM
Renda	2002-03	0,5955	0,5662	0,5937	0,5648	0,5600	0,6124	0,5182	0,6107	0,5341	0,5809	0,5631	0,6100	0,5429	0,5289	0,5808	0,5786
	2008-09	0,5655	0,5479	0,5614	0,5471	0,5123	0,5633	0,5690	0,5617	0,6050	0,5758	0,5853	0,6234	0,5495	0,5525	0,5124	0,5838
	Diff	-0,0300***	-0,0183	-0,0323***	-0,0177	-0,0477***	-0,0491***	0,0508	-0,0490*	0,0709***	-0,0051	0,0222	0,0134	0,0066	0,0236	-0,0684**	0,0052
Consumo cultural	2002-03	0,7935	0,7933	0,8177	0,7704	0,7650	0,7967	0,7343	0,7731	0,7302	0,7409	0,7315	0,7623	0,7408	0,7130	0,7197	0,7522
	2008-09	0,7631	0,7539	0,7801	0,7408	0,7321	0,7721	0,7016	0,7641	0,7606	0,7446	0,7491	0,7661	0,7265	0,7436	0,7044	0,7505
	Diff	-0,0304***	-0,0394***	-0,0376***	-0,0296***	-0,0329***	-0,0246***	-0,0327	-0,0090	0,0304	0,0037	0,0176	0,0038	-0,0143	0,0306	-0,0153	-0,0017
Cult. direto	2002-03	0,7964	0,7982	0,8225	0,7753	0,7690	0,7995	0,7491	0,7772	0,7604	0,7521	0,7352	0,7473	0,7394	0,6969	0,7205	0,7502
	2008-09	0,7778	0,7540	0,7688	0,7703	0,7543	0,7957	0,7203	0,7421	0,7479	0,7522	0,7811	0,7940	0,7589	0,7867	0,6986	0,7749
	Diff	-0,0186***	-0,0442***	-0,0537***	-0,0050	-0,0147*	-0,0038	-0,0288	-0,0351	-0,0125	0,0001	0,0459**	0,0467**	0,0195	0,0898***	-0,0219	0,0247**
Cultura indireto	2002-03	0,9111	0,9326	0,9353	0,8933	0,8910	0,9268	0,8742	0,8903	0,8648	0,8685	0,8610	0,9142	0,8730	0,8659	0,8531	0,8861
	2008-09	0,8629	0,8932	0,9190	0,8320	0,8314	0,8639	0,8378	0,9112	0,8824	0,8357	0,8124	0,8417	0,8139	0,8302	0,8143	0,8355
	Diff	-0,0482***	-0,0394***	-0,0163***	-0,0613***	-0,0596***	-0,0629***	-0,0364**	0,0209	0,0176	-0,0328*	-0,0486***	-0,0725***	-0,0591***	-0,0357*	-0,0388*	-0,0506***
Cult. no domicílio	2002-03	0,8043	0,8118	0,8279	0,7813	0,7802	0,8126	0,7558	0,7820	0,7482	0,7472	0,7397	0,7682	0,7516	0,7202	0,7434	0,7623
	2008-09	0,7669	0,7639	0,7836	0,7450	0,7366	0,7780	0,7241	0,7664	0,7671	0,7456	0,7516	0,7737	0,7297	0,7447	0,6878	0,7541
	Diff	-0,0374***	-0,0479***	-0,0443***	-0,0363***	-0,0436***	-0,0346***	-0,0317	-0,0156	0,0189	-0,0016	0,0119	0,0055	-0,0219	0,0245	-0,0556***	-0,0082
Cultura fora do domicílio	2002-03	0,9187	0,9333	0,9432	0,9014	0,9064	0,9217	0,8915	0,9060	0,8853	0,8953	0,8892	0,8996	0,8813	0,8775	0,8595	0,8911
	2008-09	0,9323	0,9374	0,9553	0,9175	0,9180	0,9400	0,8849	0,9586	0,9252	0,9189	0,9064	0,9093	0,9104	0,9244	0,9234	0,9186
	Diff	0,0136***	0,0041**	0,0121***	0,0161***	0,0116	0,0183***	-0,0066	0,0526***	0,0399**	0,0236	0,0172	0,0097	0,0291**	0,0469**	0,0639***	0,0275***
Audiovisual	2002-03	0,8079	0,8170	0,8340	0,7879	0,7875	0,8070	0,7912	0,7825	0,7847	0,7808	0,7435	0,7688	0,7527	0,7227	0,7432	0,7660
	2008-09	0,7845	0,7749	0,7725	0,7770	0,7677	0,8124	0,7320	0,7466	0,7472	0,7575	0,7911	0,8008	0,7614	0,8070	0,7247	0,7795
	Diff	-0,0234***	-0,0421***	-0,0615***	-0,0109	-0,0198***	0,0054	-0,0592**	-0,0359	-0,0375*	-0,0233	0,0476**	0,0320**	0,0087	0,0843***	-0,0185	0,0135
Cinema	2002-03	0,9613	0,9825	0,9808	0,9470	0,9631	0,9545	0,9650	0,9378	0,9485	0,9327	0,9201	0,9146	0,9192	0,9154	0,9219	0,9256
	2008-09	0,9627	0,9749	0,9834	0,9468	0,9666	0,9605	0,9489	0,9723	0,9456	0,9465	0,9196	0,9318	0,9179	0,9556	0,9413	0,9348
	Diff	0,0014	-0,0076***	0,0026	-0,0002	0,0035	0,0060*	-0,0161	0,0345***	-0,0029	0,0138	-0,0005	0,0172	-0,0013	0,0402***	0,0194*	0,0092
Vídeo	2002-03	0,8807	0,8878	0,8999	0,8658	0,8656	0,8891	0,8699	0,8802	0,8827	0,8771	0,8428	0,8370	0,8425	0,8369	0,8580	0,8529
	2008-09	0,8426	0,8234	0,8278	0,8355	0,8400	0,8656	0,7849	0,8290	0,8373	0,8216	0,8601	0,8440	0,8304	0,8426	0,8184	0,8422
	Diff	-0,0381***	-0,0644***	-0,0721***	-0,0303***	-0,0256***	-0,0235***	-0,0850***	-0,0512***	-0,0454***	-0,0555***	0,0173	0,0070	-0,0121	0,0057	-0,0396**	-0,0107

(continua)

APÊNDICE C - Índice de Gini para Renda per capita e Gastos com consumo, educação, cultura, cultura direto, cultura indireto, bens culturais no domicílio e fora do domicílio segundo POFs 2002-2003 e 2008-2009– Brasil, Grande Região, RM

(continuação)

	Ano	Brasil	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste	RM Belém	RM Fortaleza	RM Recife	RM Salvador	RM Belo Horizonte	RM Rio de Janeiro	RM São Paulo	RM Curitiba	RM Porto Alegre	Média das RM
Som	2002-03	0,8655	0,8828	0,8887	0,8480	0,8569	0,8748	0,8360	0,8311	0,8535	0,8244	0,8124	0,8498	0,8228	0,7860	0,8104	0,8317
	2008-09	0,8870	0,9026	0,8837	0,8874	0,8599	0,9180	0,8784	0,8381	0,8382	0,8866	0,8862	0,9067	0,8948	0,9119	0,8390	0,8895
	Diff	0,0215***	0,0198***	-0,0050	0,0394***	0,0030	0,0432***	0,0424	0,0070	-0,0153	0,0622**	0,0738***	0,0569***	0,0720***	0,1259***	0,0286	0,0578***
Leitura	2002-03	0,9330	0,9471	0,9628	0,9126	0,9245	0,9472	0,8874	0,9352	0,9344	0,8989	0,9073	0,8430	0,8960	0,8833	0,8720	0,8903
	2008-09	0,9383	0,9321	0,9682	0,9240	0,9206	0,9419	0,9066	0,9688	0,9463	0,9248	0,8891	0,9007	0,9237	0,9344	0,8469	0,9189
	Diff	0,0053	-0,0150***	0,0054**	0,0114*	-0,0039	-0,0053	0,0192	0,0336***	0,0119	0,0259*	-0,0182	0,0577***	0,0277**	0,0511***	-0,0251	0,0286***
Artesanato	2002-03	0,9767	0,9716	0,9698	0,9782	0,9698	0,9880	0,9278	0,9713	0,9508	0,9375	0,9660	0,9832	0,9694	0,9800	0,9427	0,9729
	2008-09	0,9836	0,9815	0,9749	0,9863	0,9718	0,9871	0,9791	0,9785	0,9644	0,9719	0,9739	0,9947	0,9732	0,9764	0,9491	0,9843
	Diff	0,0069**	0,0099	0,0051	0,0081	0,0020	-0,0009	0,0513***	0,0072	0,0136	0,0344***	0,0079	0,0115**	0,0038	-0,0036	0,0064	0,0114
Informática	2002-03	0,9558	0,9775	0,9639	0,9454	0,9502	0,9692	0,9426	0,9185	0,9050	0,8903	0,9194	0,9472	0,9299	0,9252	0,9245	0,9339
	2008-09	0,8809	0,9190	0,9344	0,8493	0,8602	0,8794	0,8802	0,9233	0,8977	0,8455	0,8305	0,8515	0,8263	0,8375	0,8267	0,8477
	Diff	-0,0749***	-0,0585***	-0,0295***	-0,0961***	-0,0900***	-0,0898***	-0,0624***	0,0048	-0,0073	-0,0448**	-0,0889***	-0,0957***	-0,1036***	-0,0877***	-0,0978***	-0,0862***
Artigos informática	2002-03	0,9633	0,9794	0,9673	0,9554	0,9594	0,9752	0,9456	0,9296	0,9152	0,8926	0,9301	0,9562	0,9444	0,9451	0,9308	0,9449
	2008-09	0,9376	0,9588	0,9641	0,9210	0,9253	0,9466	0,9316	0,9609	0,9496	0,9108	0,9064	0,9299	0,9109	0,9128	0,8981	0,9209
	Diff	-0,0257***	-0,0206***	-0,0032	-0,0344***	-0,0341***	-0,0286***	-0,0140	0,0313	0,0344***	0,0182	-0,0237***	-0,0263***	-0,0335***	-0,0323**	-0,0327***	-0,0240***
Serviços internet	2002-03	0,9822	0,9956	0,9914	0,9759	0,9775	0,9857	0,9918	0,9760	0,9815	0,9762	0,9670	0,9737	0,9644	0,9647	0,9732	0,9725
	2008-09	0,9100	0,9420	0,9488	0,8857	0,8944	0,9011	0,9201	0,9351	0,9210	0,8714	0,8728	0,8840	0,8562	0,8796	0,8748	0,8807
	Diff	-0,0722***	-0,0536***	-0,0426***	-0,0902***	-0,0831***	-0,0846***	-0,0717***	-0,0409***	-0,0605***	-0,1048***	-0,0942**	-0,0897***	-0,1082***	-0,0851***	-0,0984***	-0,0918***
Serviços de tv e internet	2002-03	0,9638	0,9886	0,9850	0,9461	0,9629	0,9784	0,9816	0,9609	0,9716	0,9480	0,9232	0,9170	0,9254	0,9332	0,9559	0,9351
	2008-09	0,8968	0,9394	0,9479	0,8636	0,8789	0,8955	0,9195	0,9378	0,9184	0,8627	0,8427	0,8559	0,8294	0,8405	0,8451	0,8585
	Diff	-0,0670***	-0,0492***	-0,0371***	-0,0825***	-0,0840***	-0,0829***	-0,0621***	-0,0231**	-0,0532***	-0,0853***	-0,0805***	-0,0611***	-0,0960***	-0,0927***	-0,1108***	-0,0766***

(fim)

Nota: Foram realizados teste t para as diferenças de Gini no pacote Dasp (Software Stata), sendo os graus de significância estatísticas representados por *** 1%; ** 5% e * 10%.

Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados.

APÊNDICE D - Distribuição dos equipamentos culturais - RMs

APÊNDICE D.1: Proporção de equipamentos culturais em relação a população – RMs, 2003

RM	^(a) Pop. 2003	^(b) Qtde Museus	Índ. Museus
Belém	1.914.000	24	0,80
Fortaleza	3.329.000	33	1,01
Recife	3.542.000	50	0,71
Salvador	3.425.000	74	0,46
Belo Horizonte	4.640.000	52	0,89
Rio de Janeiro	11.305.000	120	0,94
São Paulo	18.958.000	137	1,38
Curitiba	2.961.000	84	0,35
Porto Alegre	3.896.000	90	0,43
Total RM	53.970.000	664	--
Média RM	5.996.667	73,78	0,78

Fonte: ^(a)IBGE/PNAD (2003); ^(b)IBRAM (2011).

APÊNDICE D.2: Proporção de equipamentos culturais em relação a população – RMs, 2009

RM	^(a) Pop. 2009	^(b) Qtde Museus	Índ. Museus	^(c) Teatros	Índ. Teatro	^(b) Qtde Cinemas	Índ. Cinema
Belém	2.102.000	26	0,81	12	1,75	13	1,62
Fortaleza	3.632.000	40	0,91	28	1,30	34	1,07
Recife	3.746.000	56	0,67	31	1,21	48	0,78
Salvador	3.731.000	81	0,46	49	0,76	55	0,68
Belo Horizonte	4.979.000	61	0,82	72	0,69	78	0,64
Rio de Janeiro	11.719.000	140	0,84	157	0,75	207	0,57
São Paulo	20.131.000	152	1,32	250	0,81	361	0,56
Curitiba	3.230.000	87	0,37	60	0,54	80	0,40
Porto Alegre	4.081.000	96	0,43	52	0,78	87	0,47
Total RMs	57.351.000	739	--	711	--	963	--

Fonte: ^(a)IBGE/PNAD (2009); ^(b)IBRAM (2011); ^(c)IBGE/MUNIC (2006); ^(d)ANCINE.

APÊNDICE D.3: Concentração dos equipamentos culturais dentro da RM, 2003

RM	Municípios com presença de museus			Concentração na capital da RM	
	(a)Total munic.	(b)Qtde munic museu	Proporção	(b)Qtde museus	Proporção
Belém	6	1	16,67%	24	100,00%
Fortaleza	15	5	33,33%	28	84,85%
Recife	14	6	42,86%	37	74,00%
Salvador	13	4	30,77%	70	94,59%
Belo Horizonte	48	17	35,42%	31	59,62%
Rio de Janeiro	19	11	57,89%	98	81,67%
São Paulo	39	20	51,28%	113	82,48%
Curitiba	26	13	50,00%	59	70,24%
Porto Alegre	31	17	54,84%	60	66,67%
Total RMs	211	94	--	520	--
Média das RMs	23,44	10,44	41,45%	57,78	79,35%

Fonte: (a)IBGE/PNAD (2009); (b)IBRAM (2011); (c) IBGE/MUNIC (2006); (d) ANCINE.

APÊNDICE D.4: Concentração dos equipamentos culturais dentro da RM, 2009

RM	(a)Qtde munic. na RM	Qtde municípios com presença de			Proporção de munic. com presença de			Qtde de equip. na capital da RM			Proporção de equip. na capital da RM		
		museus	teatros	cinemas	museus	teatros	cinemas	museus	teatros	cinemas	museus	teatros	cinemas
Belém	6	1	2	1	16,67%	33,33%	16,67%	26	10	13	100,00%	83,33%	100,00%
Fortaleza	15	6	9	1	40,00%	60,00%	6,67%	31	17	34	77,50%	60,71%	100,00%
Recife	14	6	7	3	42,86%	50,00%	21,43%	43	20	35	76,79%	64,52%	72,92%
Salvador	13	4	10	2	30,77%	76,92%	15,38%	77	35	54	95,06%	71,43%	98,18%
Belo Horizonte	48	18	21	5	37,50%	43,75%	10,42%	39	33	70	63,93%	45,83%	89,74%
Rio de Janeiro	19	13	13	7	68,42%	68,42%	36,84%	113	133	163	80,71%	84,71%	78,74%
São Paulo	39	24	28	11	61,54%	71,79%	28,21%	121	190	275	79,61%	76,00%	76,18%
Curitiba	26	14	14	3	53,85%	53,85%	11,54%	59	48	73	67,82%	80,00%	91,25%
Porto Alegre	31	19	13	8	61,29%	41,94%	25,81%	63	22	68	65,63%	42,31%	78,16%
Média RMs	23,44	11,67	13	4,56	45,88%	55,56%	19,22%	63,56	56,44	87,22	78,56%	67,65%	87,24%

Notas: A localização dos equipamentos museus, teatros e cinemas foram consultadas, respectivamente, no Ibram, IBGE/MUNIC e Ancine.

Fonte: (a)IBGE/PNAD (2009); IBRAM (2011); IBGE/MUNIC (2006); ANCINE.

APÊNDICE E – Matrizes de correlação - RMs

APÊNDICE E.1: Matriz de correlação das variáveis explicativas de primeiro e segundo nível (domicílios e RMs) para estimação do MML – RMs, 2002-2003

Variáveis	Gênero (mulher=1)	Raça (branca=1)	Idade	Cônjuge (casado=1)	Exis. criança	Exis. adolesc	Religião (protestante=1)	Educ. (nível superior=1)	Renda baixa	Renda média	Renda alta	Cartão crédito	Prof. (ocup. criat.=1)	IDHM	Idemuseu
Gênero (mulher=1)	1,0000														
Raça (branca=1)	-0,0192	1,0000													
Idade	0,1911	0,0948	1,0000												
Cônjuge (casado=1)	-0,6328	0,0059	-0,1912	1,0000											
Exis. criança	-0,1496	-0,1066	-0,3680	0,2791	1,0000										
Exis. adolesc	0,0165	-0,0506	-0,0142	0,0898	0,0352	1,0000									
Religião (protestante=1)	0,0401	-0,0636	-0,0184	0,0086	0,0646	-0,0015	1,0000								
Educ. (nível superior=1)	-0,0231	0,2047	-0,0257	0,0304	-0,1078	-0,0444	-0,1027	1,0000							
Renda baixa	-0,0026	-0,2252	-0,1625	0,0695	0,3276	0,1581	0,0826	-0,2897	1,0000						
Renda média	-0,0041	0,0182	0,0508	0,0091	-0,0848	-0,0153	0,0292	-0,1689	-0,6027	1,0000					
Renda alta	0,0076	0,2188	0,1140	-0,0848	-0,2502	-0,1507	-0,1223	0,5062	-0,3625	-0,5253	1,0000				
Cartão crédito	-0,0189	0,1300	-0,0610	0,0225	-0,0327	-0,0287	-0,0626	0,3339	-0,2675	-0,0501	0,3438	1,0000			
Profissão (ocup. criat.=1)	-0,0113	0,0298	0,0141	0,0114	-0,0223	0,0172	-0,0352	0,1073	-0,0680	0,0159	0,0539	0,0205	1,0000		
IDHM	-0,0280	0,2199	-0,0255	0,0194	-0,0444	-0,0546	0,0192	0,0948	-0,2248	0,0867	0,1385	0,0044	0,0176	1,0000	
Idemuseu	-0,0361	0,0155	-0,0408	0,0160	-0,0106	-0,0259	0,0110	0,0680	-0,0848	0,0171	0,0704	-0,0105	0,0259	0,5795	1,0000

Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados. ATLAS DE DESENVOLVIMENTO HUMANO (2000, 2010). IBRAM (2011).

APÊNDICE E.2: Matriz de correlação das variáveis explicativas de primeiro e segundo nível (domicílios e RMs) para estimação do MML – RMs, 2008-2009

Variáveis	Gênero (mulher=1)	Raça (branca=1)	Idade	Cônjuge (casado=1)	Exis. criança	Exis. adolesc	Religião (protestante=1)	Educ. (nível superior=1)	Renda baixa	Renda média	Renda alta	Cartão crédito	Profissão (ocup. criat.=1)	IOC	Idemuseu	IDHM
Gênero (mulher=1)	1,0000															
Raça (branca=1)	-0,0280	1,0000														
Idade	0,1238	0,0972	1,0000													
Cônjuge (casado=1)	-0,6499	0,0408	-0,1558	1,0000												
Exis. criança	-0,0940	-0,0896	-0,3806	0,2239	1,0000											
Exis. adolesc	-0,0279	-0,0681	-0,1100	0,1252	0,1064	1,0000										
Religião (protestante=1)	0,0552	-0,0794	-0,0367	-0,0244	0,0317	0,0463	1,0000									
Educ. (nível superior=1)	-0,0448	0,2286	0,0095	0,0365	-0,1002	-0,0768	-0,0795	1,0000								
Renda baixa	0,0283	-0,1977	-0,2081	0,0391	0,3453	0,2428	0,0331	-0,2476	1,0000							
Renda média	-0,0154	-0,0571	0,0659	0,0336	-0,0861	-0,0467	0,0525	-0,2334	-0,5781	1,0000						
Renda alta	-0,0107	0,2644	0,1328	-0,0780	-0,2474	-0,1899	-0,0938	0,5179	-0,5734	1,0000						
Cartão crédito	-0,0390	0,1081	-0,0474	0,0468	-0,0547	-0,0444	-0,0181	0,2980	-0,2557	-0,0649	0,3316	1,0000				
Profissão (ocup. criat.=1)	-0,0218	0,0444	-0,0042	0,0189	-0,0140	-0,0168	0,0026	0,1434	-0,0632	-0,0357	0,1047	0,0670	1,0000			
IOC	-0,0027	-0,1274	-0,0203	-0,0037	0,0497	0,0336	0,0147	-0,0466	0,0652	-0,0198	-0,0426	-0,0276	0,0289	1,0000		
Idemuseu	-0,0561	0,0200	0,0004	0,0243	0,0011	-0,0013	0,0107	0,0050	-0,0826	0,0302	0,0480	-0,0167	0,0365	0,6984	1,0000	
IDHM	-0,0714	0,2131	0,0261	0,0436	-0,0442	-0,0296	0,0022	0,0528	-0,2094	0,0773	0,1210	0,0076	0,0333	-0,0432	0,6272	1,0000

Fonte: IBGE/POF (2002-2003; 2008-2009). Microdados. ANCINE. ATLAS DE DESENVOLVIMENTO HUMANO (2000, 2010). IBRAM (2011). IBGE/MUNIC (2006).

APÊNDICE F – Estimações dos Modelos Logit e Multinível Logit com intercepto aleatório -
RMs

APÊNDICE F.1: Modelo logit e modelo multinível logit com intercepto aleatório: variável
dependente gastos diretos com cultura fora do domicílio, 2002-2003

Gastos culturais diretos fora do domicílio	Modelo LOGIT		MML (IDHM)				MML (Idemuseu)			
	Com peso		Sem peso		Peso escalonado		Sem peso		Peso escalonado	
	Coef.	SE	Coef.	SE	Coef.	SE	Coef.	SE	Coef.	SE
<i>Variáveis de primeiro nível</i>										
Gênero (mulher=1)	-0,026	0,143	0,125	0,103	-0,088	0,162	0,127	0,104	-0,087	0,161
Raça (branca=1)	0,438***	0,113	0,300***	0,089	0,556**	0,228	0,299***	0,086	0,562**	0,222
Idade	0,046**	0,023	0,035**	0,017	0,040*	0,022	0,035**	0,017	0,041*	0,022
Idade ²	-0,001**	0,000	0,000**	0,000	-0,001**	0,000	0,000**	0,000	-0,001**	0,000
Cônjuge (casado=1)	-0,375**	0,147	-0,212**	0,105	-0,313**	0,126	-0,211**	0,105	-0,313**	0,127
Exis. criança	-0,364***	0,123	-0,411***	0,091	-0,444***	0,099	-0,411***	0,091	-0,444***	0,100
Exis. adolescente	0,958***	0,114	0,949***	0,086	1,017***	0,135	0,949***	0,086	1,016***	0,136
Religião (protestante=1)	-0,180	0,141	-0,326***	0,108	-0,179	0,112	-0,326***	0,108	-0,179	0,113
Educ. (nível superior=1)	1,227***	0,133	1,050***	0,097	1,087***	0,188	1,049***	0,097	1,084***	0,186
Renda média	1,052***	0,167	1,013***	0,126	1,092***	0,098	1,012***	0,125	1,092***	0,102
Renda alta	1,667***	0,203	1,701***	0,151	1,858***	0,191	1,700***	0,150	1,856***	0,180
Cartão crédito	0,261**	0,111	0,219***	0,085	0,280**	0,123	0,220***	0,085	0,281**	0,127
Profissão (ocup. criat.=1)	0,701***	0,173	0,504***	0,137	0,710***	0,102	0,505***	0,137	0,708***	0,101
Intercepto	-4,120***	0,588	-3,842***	1,155	-4,415***	0,910	-3,926***	0,430	-4,217***	0,501
<i>Variáveis de segundo nível</i>										
Idemuseu							0,072	0,165	0,079	0,061
IDHM			-0,083	1,646	0,365	1,050				
<i>Efeitos aleatórios</i>										
var(1):			0,012	-0,015	0,000	0,000	0,010	-0,015	0,000	0,000
CCI			0,0036		0,0000		0,0032		0,0000	

Fonte: IBGE/POF (2002-2003). Microdados. ATLAS DE DESENVOLVIMENTO HUMANO (2000). IBRAM (2011).

Notas: Número de observações: 1º nível = 5.935; 2º nível = 9. Graus de significância estatísticas representados por *** 1%; ** 5% e * 10%. Estatísticas de ajuste não apresentadas, pois nas estimações sem pesos os coeficientes são viesados.

APÊNDICE F.2: Modelo logit e modelo multinível logit com intercepto aleatório: variável dependente gastos diretos com cultura fora do domicílio, 2008-2009

Gastos culturais diretos fora do domicílio	Modelo LOGIT		MML (IDHM)				MML (IOC)				MML (Idemuseu)				MML (Idemuseu) - com peso			
	Com peso		Sem peso		Peso escalonado		Sem peso		Peso escalonado		Sem peso		Peso escalonado		Sem RM SP		Sem RM Ctba	
	Coef.	SE	Coef.	SE	Coef.	SE	Coef.	SE	Coef.	SE	Coef.	SE	Coef.	SE	Coef.	SE	Coef.	SE
<i>Variáveis de primeiro nível</i>																		
Gênero (mulher=1)	-0,006	0,132	0,124	0,100	-0,005	0,126	0,122	0,100	-0,008	0,126	0,123	0,100	-0,006	0,126	-0,099	0,165	-0,001	0,138
Raça (branca=1)	0,106	0,098	0,183**	0,083	0,199	0,136	0,200**	0,081	0,213	0,130	0,191**	0,080	0,193	0,129	0,338***	0,115	0,211	0,160
Idade	0,017	0,021	0,040**	0,017	0,024**	0,010	0,040**	0,017	0,024**	0,010	0,040**	0,017	0,025**	0,010	0,029***	0,006	0,016**	0,009
Idade2	0,000	0,000	0,000***	0,000	0,000***	0,000	0,000***	0,000	0,000***	0,000	0,000***	0,000	0,000***	0,000	0,000***	0,000	0,000***	0,000
Cônjuge (casado=1)	-0,129	0,131	0,040	0,101	-0,092	0,087	0,043	0,101	-0,090	0,086	0,041	0,101	-0,093	0,087	-0,055	0,088	-0,131**	0,073
Existência criança	-0,068	0,116	-0,105	0,087	-0,035	0,056	-0,105	0,087	-0,035	0,055	-0,106	0,087	-0,037	0,057	0,005	0,039	-0,072	0,058
Existência adolescente	0,747***	0,111	0,689**	0,086	0,686***	0,115	0,690***	0,086	0,686***	0,116	0,687***	0,086	0,684***	0,116	0,549***	0,088	0,708***	0,154
Religião (protestante=1)	-0,237	0,124	-0,219***	0,094	-0,278***	0,075	-0,218**	0,094	-0,277***	0,076	-0,219**	0,094	-0,280***	0,076	-0,369***	0,069	-0,252**	0,100
Educ. (nível superior=1)	0,897***	0,117	0,861***	0,091	0,899***	0,117	0,857***	0,091	0,898***	0,116	0,860***	0,091	0,905***	0,115	0,884***	0,102	0,917***	0,065
Renda média	0,976***	0,160	0,934***	0,124	0,964***	0,094	0,944***	0,123	0,975***	0,095	0,939***	0,123	0,966***	0,098	1,010***	0,119	0,967***	0,094
Renda alta	1,699***	0,197	1,752***	0,148	1,666***	0,132	1,764***	0,148	1,680***	0,132	1,759***	0,148	1,669***	0,136	1,563***	0,150	1,571***	0,107
Cartão crédito	0,486***	0,102	0,349***	0,081	0,466***	0,148	0,345***	0,081	0,462***	0,148	0,351***	0,081	0,470***	0,149	0,584**	0,229	0,586***	0,141
Profissão (ocup. criat.=1)	0,666***	0,180	0,517***	0,139	0,658***	0,155	0,515***	0,139	0,656***	0,155	0,512***	0,139	0,653***	0,155	0,863***	0,221	0,681***	0,170
Intercepto	-3,587***	0,511	-6,327***	2,277	-5,861**	2,348	-4,357***	0,431	-4,033***	0,297	-4,464***	0,421	-4,105***	0,324	-4,390***	0,140	-3,599***	0,390
<i>Variáveis de segundo nível</i>																		
IDHM			2,667	2,974	2,543	3,268												
Idemuseu											0,378**	0,177	0,419**	0,176	0,943***	0,120	0,177***	0,038
IOC							0,103	0,309	0,288	0,363								
<i>Efeitos aleatórios</i>																		
var(1):			0,022	-0,019	0,025	-0,029	0,028	-0,021	0,027	-0,017	0,013	-0,014	0,011	-0,011	0,174	-0,060	0,068	-0,009
CCI			0,0067		0,0077		0,0085		0,0082		0,0039		0,0033		0,0504		0,0203	

Fonte: IBGE/POF (2008-2009). Microdados. ATLAS DE DESENVOLVIMENTO HUMANO (2010). IBRAM (2011). IBGE/MUNIC (2006). ANCINE.

Notas: Número de observações: 1º nível = 7.327; 2º nível = 9. Graus de significância estatísticas representados por *** 1%; ** 5% e * 10%. Estatísticas de ajuste não apresentadas, pois nas estimações sem pesos os coeficientes são viesados.