

# Indústrias culturais e criativas no Brasil

Marcelo Lages Murta

## I. Introdução

EM JANEIRO de 2003, ao assumir o Ministério da Cultura no Brasil, Gilberto Gil proferiu discurso que explicitava a importância do setor cultural e as possibilidades que a cultura poderia trazer para o desenvolvimento do país. Em seu discurso, considera-se o papel do Estado na promoção do desenvolvimento cultural ao criar condições para a produção de bens culturais. O discurso é afeto à diversidade cultural brasileira, em uma “dialética permanente entre a tradição e a invenção, numa encruzilhada de matrizes milenares e informações e tecnologias de ponta” (Gil 2003).

Esperava-se, assim, o incentivo às diversas matizes da cultura no Brasil, da memória à invenção, das tradições às produções culturais e artísticas contemporâneas. A diversidade cultural, juntamente com a biodiversidade, seriam pontos fulcrais para a afirmação da soberania nacional brasileira e ponto de atração e interesse internacionais, de forma a convergir as “mensagens do Brasil ao mundo”, ao mesmo tempo em que gerar alternativas para o desenvolvimento cultural e sustentável (Gil 2003). Ainda que não mencione diretamente termos como indústria cultural, indústria criativa, economia da cultura ou economia criativa, o discurso de 2003 revela um contexto de vontades políticas para a convergência de várias potencialidades da cultura, enquanto direito, enquanto identidade, mas também enquanto possibilidade de gerar meios econômicos.

Em 2004, na realização da XI Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD), na cidade de São Paulo, foi proposto um painel sobre indústrias criativas e desenvolvimento, que gerou o “Fórum Internacional de Indústrias Criativas”, em Salvador, em 2005. No fórum, decidiu-se pela instalação, em Salvador, do “Centro Internacional das Indústrias Criativas”.<sup>1</sup> Após a realização do encontro de 2004, Gilberto Gil declarou:

1. <http://www.economiacriativa.com/ec/pt/index.asp>

Estamos conscientes de que a maior garantia das vantagens mútuas que possamos ter advém da natureza da matéria-prima que está em jogo: a criatividade das pessoas, comunidades e povos do mundo, a essência do nosso patrimônio imaterial, expressando-se a partir do preciso lastro da nossa diversidade cultural. (Gilberto Gil, citado por Reis, 2012).

Nesses mais de 10 anos decorrentes desde o discurso de 2003, o contexto social e cultural brasileiros apresentaram evidências da crescente importância da economia da cultura e da criatividade para o desenvolvimento. Nessa mesma linha, seriam adotadas três dimensões da cultura no texto para o Plano Nacional de Cultura (PNC), publicado em dezembro de 2007: a simbólica, a cidadã e a econômica. Buscava-se, assim, conciliar a cultura associada ao acesso a direitos, à diversidade cultural e ao desenvolvimento sustentável. O PNC foi finalmente instituído como lei em 2010. O seu texto claramente expõe entre as atribuições do Estado o fomento à economia da cultura e às indústrias culturais. Entre os pontos abordados, estão a revisão da legislação tributária (especialmente sobre produções do audiovisual, da música e do livro), o incentivo à difusão cultural e a diversificação da capacidade produtiva como meio de geração de trabalho, emprego e renda.

Da mesma forma, busca a colaboração entre agentes públicos e privados para desenvolver a economia da cultura, através da sua estruturação,

construindo modelos sustentáveis, estimulando a economia solidária e formalizando as cadeias produtivas, ampliando o mercado de trabalho, o emprego e a geração de renda, promovendo o equilíbrio regional, a isonomia de competição entre os agentes, principalmente em campos onde a cultura interage com o mercado, a produção e a distribuição de bens e conteúdos culturais internacionalizados. (PNC, 2010).

Em 2011, foi criada no Ministério da Cultura a Secretaria de Economia Criativa<sup>2</sup>. Lançou-se, então, o Plano da Secretaria da Economia Criativa, com políticas, diretrizes e ações para o período de 2011 a 2014.<sup>3</sup> O documento define o setor cultural e criativo como recurso para o desenvolvimento, com princípios norteadores com base na diversidade cultural, na sustentabilidade, na inovação e na inclusão social. Nesse sentido, identifica as dinâmicas de funcionamento e arranjos produtivos existentes, no intento de definir conceitos, e prevê ações de fomento a empreendimentos criativos, além de estudos e pesquisas que viabilizem a criação de uma Conta Satélite da Cultura, dentre outras diversas ações.

2. <http://www.cultura.gov.br/secretaria-da-economia-da-cultura1>

3. <http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071>

**FIGURA 1: A ECONOMIA CRIATIVA BRASILEIRA E SEUS PRINCÍPIOS NORTEADORES**

*Fonte: figura reproduzida diretamente do Plano da Secretaria da Economia Criativa – Políticas, diretrizes e ações – 2011 a 2014. Ministério da Cultura, 2012.*

Em discurso de 2015, o então Ministro da Cultura, Juca Ferreira, se apega ao conceito da economia da cultura.<sup>4</sup> Nos anos 2000, no Brasil, convencionou-se a crescente substituição do termo indústrias culturais por economia criativa e economia da cultura. Ainda que complementares, ou associados, os termos Economia da Cultura e Economia Criativa parecem cada vez mais usuais e aceitos, ou ao menos mais amplos, que o termo indústria cultural ou indústria criativa, seja no âmbito acadêmico, político ou de produção cultural (Machado, 2009).

O objetivo deste texto não é se ater exclusivamente a abordagens conceituais da academia ou discursos políticos, mas apontar dados que evidenciam o ponto de situação do setor na atualidade. O texto inicia-se com um breve panorama sobre o desenvolvimento de sistemas estatísticos para a cultura no Brasil. Em seguida, são apresentados ativos e atividades do setor criativo identificado em pesquisas disponibilizadas, principalmente pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Em um terceiro momento, são abordadas a formação, a educação e a investigação para o setor, considerando cursos ligados à gestão cultural e à economia da cultura, seja em aspectos críticos ou pragmáticos. Finalmente, são

4. [http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset\\_publisher/OiKX3xIR9iTn/content/id/1277347](http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xIR9iTn/content/id/1277347)

apontadas as considerações finais, com limitações e oportunidades do setor no Brasil. Trata-se de uma temática demasiado ampla para o aprofundamento em poucas páginas, mas espera-se contribuir para o debate acerca das economias criativas na Ibero-América.

## **II. O desenvolvimento de sistemas estatísticos para a Economia da Cultura no Brasil**

Os dados estatísticos disponíveis no Brasil são ainda díspares e de complexa interpretação. Isso se deve, principalmente, à inexistência de uma Conta Satélite da Cultura, no IBGE, e da carência de uniformização nas classificações e enquadramentos pelo poder público. Outro ponto que limita as estatísticas diz respeito à alta informalidade do setor. Os serviços criativos brasileiros, principalmente aqueles de circulação local, são costumeiramente exercidos de maneira informal, o que dificulta a geração de dados e informações sobre o setor. Desde 2011, entretanto, estão em curso discussões para a implantação de uma Conta Satélite da Cultura, com o estabelecimento de um Grupo Executivo entre o Ministério da Cultura e o IBGE, com a participação de instituições culturais (Valiati e Morrone, 2014).

Em 2004, o Ministério da Cultura e o IBGE estabeleceram convênio para o desenvolvimento de uma base sistemática de informações sobre o setor cultural. Dessa forma, os indicadores e informações fornecidos poderiam servir para o acesso público e para a geração de subsídios às tomadas de decisões. Assim, seria possível visualizar de forma mais objetiva dados que quantificassem a participação da economia da cultura na economia brasileira. Desde então, foram publicadas três edições do estudo, com informações e indicadores culturais em todo o país referentes aos períodos: 2003, 2003-2005 e 2007-2010.

Além disso, foram produzidos dois estudos sobre a situação do setor cultural nos estados da federação e nos municípios, nos anos 2006 e 2014. Esses documentos permitem a visualização da diversidade cultural e territorial do país a partir de informações fornecidas pelos órgãos públicos gestores da cultura, principalmente em âmbito local. Os dados coletados referem-se principalmente às infraestruturas existentes, recursos humanos, políticas culturais, instrumentos de gestão, legislação, meios de financiamento, participação social e atividades desenvolvidas. Nesse sentido, é possível um diagnóstico da situação do setor em todo o país, no sentido de institucionalização e estruturas existentes, equipamentos disponíveis e acesso a bens culturais (IBGE, 2014).

O relatório do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC), publicado em 2013, buscou definir e desenvolver bases estatísticas para a compreensão do setor cultural e a consolidação de políticas públicas para a cultura. O estudo toma por base as concepções de cultura adotadas pela UNESCO, que define o setor de forma ampliada, relacionando-o a atividades

econômicas geradoras de bens e serviços ligados à criatividade e à produção de conteúdos. Dessa forma, consideram-se como integrantes do setor não somente aqueles processos associados aos bens culturais tradicionais, aos livros e às artes, mas toda a cadeia gerada por processos contemporâneos da economia do conhecimento, incluindo aí atividades ligadas à comunicação e à informática, por exemplo. O estudo considera o trabalho sobre dados já disponíveis, mas não sistematizados enquanto setor cultural. Dessa forma, buscou-se investigar o setor cultural nos dados estatísticos constantes das “atividades de indústria, comércio e serviços”, do IBGE.

A Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) publicou, em dezembro de 2016, o Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil (FIRJAN, 2016). O estudo segue a linha de edições de pesquisas similares da própria FIRJAN, que desde 2008 empreende esforços nesse sentido, quando lançou o estudo “A cadeia da Indústria Criativa no Brasil” (FIRJAN, 2008). O estudo de 2016 considerou o triênio 2013-2015, abordando segmentos divididos entre Consumo (Design, Arquitetura, Moda e Publicidade), Mídias (Editoria e Audiovisual), Cultura (Patrimônio e Artes, Música, Artes Cênicas e Expressões Culturais) e Tecnologia (P&D, Biotecnologia e TIC).

Outros estudos vinculados ao mercado artístico e cultural são disponibilizados por empresas de consultoria, como a Pricewaterhouse Coopers – PwC, e abrangem os impactos do setor no mercado, com dados associados, principalmente, a programas de entretenimento, música, mercado editorial e videogames. Tais dados traçam a situação do setor no mercado, com previsões de crescimento e informações sobre a comercialização de produtos culturais. Trata-se de fonte complementar aos dados oficiais, o que permite abrangente visualização sobre o setor. São fontes que se associam a outras ligadas ao mercado consumidor, como as de institutos de pesquisa, como o Ibope – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística.

O estudo de tais documentos, conjugado a outras pesquisas contemporâneas permitiu a visualização do papel da economia da cultura no Brasil. As estatísticas disponibilizadas pelo Ministério da Cultura, principalmente aquelas referentes à Lei Rouanet,<sup>5</sup> permitem a visualização da importância desse mecanismo para a economia da cultura no Brasil, ainda que apresente suas limitações, principalmente em termos de concentração de recursos. Todas as fontes mencionadas foram utilizadas para uma breve análise do setor em todo o território nacional para a interpretação do contexto cultural. Ainda faz-se necessária, entretanto, a efetivação da Conta Satélite da Cultura, o que permitirá melhor comparabilidade seja em termos internacionais, seja nas variações do setor ano a ano.

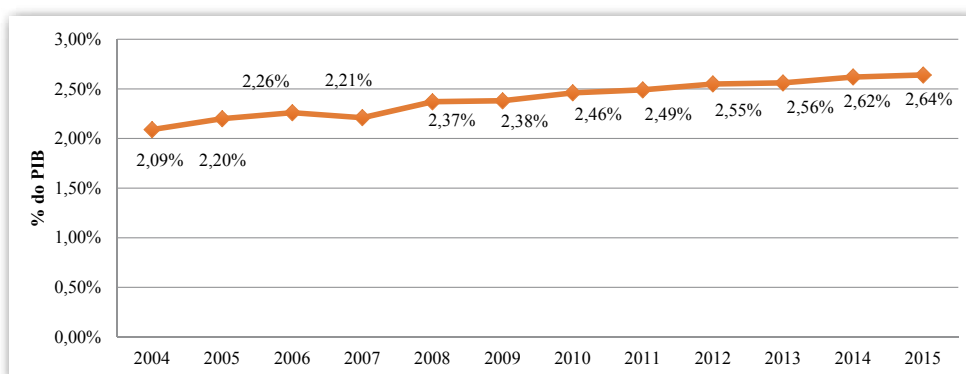
5. A lei nacional de incentivo fiscal para o setor cultural - Lei 8.313/91 – é chamada “Lei Rouanet”, em referência a um dos seus criadores, o ex-secretário de cultura do governo Fernando Collor - Sérgio Paulo Rouanet.

### III. Ativos e atividades do setor cultural

#### *O PIB Criativo*

A diversidade cultural brasileira potencializa o setor criativo, com a geração expressiva de emprego e renda em todo o território nacional. De acordo com a FIRJAN, em 2015, 2,64 %<sup>6</sup> do PIB brasileiro corresponderam ao setor criativo, chamado o PIB criativo, o que gerou uma riqueza de R\$ 155,6 bilhões<sup>7</sup> nesse ano. O percentual, de acordo com a pesquisa, subiu em comparação com o ano 2013, quando era de 2,56 %. Apesar da crise econômica no Brasil, a participação do setor criativo no PIB total apresenta crescimento constante desde o ano 2004:

**GRÁFICO 1: PARTICIPAÇÃO DO PIB CRIATIVO NO PIB TOTAL BRASILEIRO (% POR ANO)**



*Fonte: FIRJAN, 2016.*

Os dados publicados pela FIRJAN permitem a visualização do mesmo contexto de expressiva participação percentual do PIB criativo em todo o território nacional. Entretanto, ao se cruzarem os dados de participação no PIB com os de Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), percebe-se uma conexão direta entre o PIB Criativo e o desenvolvimento humano:

6. Participação estimada com base na massa salarial (FIRJAN, 2016).

7. A maioria dos valores apresentados no artigo está expresso em reais (R\$). Para referências comparativas com outros capítulos desta edição, no dia 11 de abril de 2018, a cotação da moeda brasileira correspondia a: 1 USD = R\$ 3,40. Fonte: Banco Central do Brasil, acessado em 11 de abril de 2018. <http://www4.bcb.gov.br/pec/conversao/conversao.asp>

TABELA 1: % DO PIB CRIATIVO E IDH

Estado	Região	PIB Criativo 2015	IDH 2010
São Paulo	Sudeste	3,9 %	0,783
Rio de Janeiro	Sudeste	3,7 %	0,761
Distrito Federal	Centro-Oeste	3,1 %	0,824
Santa Catarina	Sul	2,3 %	0,774
Rio Grande do Sul	Sul	1,9 %	0,746
Paraná	Sul	1,8 %	0,749
Minas Gerais	Sudeste	1,8 %	0,731
Amazonas	Norte	1,7 %	0,674
Pernambuco	Nordeste	1,6 %	0,673
Ceará	Nordeste	1,5 %	0,682
Espírito Santo	Sudeste	1,3 %	0,740
Mato Grosso do Sul	Centro-Oeste	1,3 %	0,729
Goiás	Centro-Oeste	1,1 %	0,735
Mato Grosso	Centro-Oeste	1,1 %	0,725
Roraima	Norte	1,1 %	0,707
Rio Grande do Norte	Nordeste	1,1 %	0,684
Sergipe	Nordeste	1,1 %	0,665
Pará	Norte	1,1 %	0,646
Piauí	Nordeste	1,1 %	0,646
Acre	Norte	1,0 %	0,663
Bahia	Nordeste	1,0 %	0,660
Paraíba	Nordeste	1,0 %	0,658
Rondônia	Norte	0,8 %	0,690
Amapá	Norte	0,7 %	0,708
Alagoas	Nordeste	0,7 %	0,631
Tocantins	Norte	0,6 %	0,699
Maranhão	Nordeste	0,6 %	0,639

*Fonte: elaboração própria com base em FIRJAN, 2016 e PNUD, 2013.*

Ainda que haja exceções, os estados das regiões sul e sudeste prevalecem entre os estados com maior PIB criativo e IDH, representados pela concentração no eixo Rio-São Paulo, pelos estados da região sul (Rio Grande do Sul, Paraná e Santa Catarina) e por Minas Gerais. O Distrito Federal aparece como a única unidade da federação do centro-oeste entre os maiores índices, pela própria concentração representada pela capital, Brasília. E há apenas um único estado do eixo sul-sudeste, o Espírito Santo, com índices mais baixos que três estados do Norte-Nordeste. Os treze piores índices, ademais, são de estados das regiões norte e nordeste.

Mesmo que os dados publicados por distintas instituições apresentem certa disparidade, conforme já foi abordado no tópico anterior, todos os estudos convergem para um fenômeno: a potência do setor criativo na economia nacional. A investigação publicada em 2013 pelo IBGE identificou que, em 2010, eram 239

mil as empresas ativas no setor cultural. De acordo com o estudo, 1,7 milhão de pessoas estavam empregadas no setor, com a geração de R\$ 374,8 bilhões de receita líquida. (IBGE, 2013). As famílias brasileiras, no período 2008-2009, gastaram, em média, 8,6 % de seu orçamento em produtos e serviços associados ao setor cultural. Excluídos os gastos com telefonia, que estão entre os gastos do setor, configurariam cerca de 5 % das despesas familiares. (IBGE, 2013).

Segundo dados publicados pela FIRJAN, com base nas próprias pesquisas do IBGE, em 2015 eram mais de 850000 os empregos gerados pela Indústria Criativa. Entre os segmentos identificados com o maior número de empregos, estão Pesquisa & Desenvolvimento, Publicidade, Arquitetura e Design. O segmento identificado como “Cultura”, que abrange as expressões culturais, patrimônio, artes, música e artes cênicas, empregou em 2015 mais de 65000 pessoas.

**TABELA 2: NÚMERO DE EMPREGADOS NA INDÚSTRIA CRIATIVA POR ÁREAS E SEGMENTOS – ANO 2015:**

Segmento	Empregos em 2015
<b>Consumo</b>	
Publicidade	131.717
Arquitetura	113.499
Design	81.863
Moda	49.196
<b>Cultura</b>	
Expressões Culturais	26.815
Patrimônio e Artes	16005
Música	11.989
Artes Cênicas	11.718
<b>Mídias</b>	
Editorial	48.930
Audiovisual	46.169
Tecnologia	
P&D	164.346
TIC	120.601
Biotecnologia	28.396
<b>TOTAL - Indústria Criativa</b>	<b>851.244</b>

*Fonte: FIRJAN, 2016.*

A UNESCO realizou, em 2015, um mapeamento de indústrias culturais e criativas pelo mundo. O Brasil é abordado em um tópico específico, que enfatiza principalmente as indústrias da música e do audiovisual. O Brasil é apontado como o nono maior mercado de música gravada no mundo, e o maior na América Latina, com receitas anuais que se aproximam de 200 milhões de dólares. Tais números consideram a decadência do mercado de CD,s, a partir de 2011, e a ascensão do



mercado online, seja por *downloads*, seja por *streaming*. Se em 2009, 86 % do mercado era da produção de discos, em 2013 esse percentual caiu para 61 %.

Cada vez mais, parte considerável desse mercado desempenha-se por meio de redes móveis, e o número de smartphones chegou a 200 milhões em 2015. A demanda por produções nacionais supera a demanda por produções internacionais, mesmo com o acesso online a produções estrangeiras. Cerca de 65 % do acesso a música em rádios e concertos refere-se a artistas brasileiros. E nove em cada dez dos best-sellers são de autores brasileiros.<sup>8</sup> O mercado de festivais ganha destaque, com a realização de grandes eventos no eixo Rio-São Paulo, mas também em outros estados, com grandes produções que vão do samba à música sertaneja, de tradicionais cantores baianos da Tropicália, do mangue-beat pernambucano, e da bossa nova, aos novos expoentes do *tecnobrega* paraense, no norte do país. Só em 2013, foram 215 milhões de dólares de receita (UNESCO, 2015).

O setor do audiovisual representa grande participação na economia da cultura no Brasil. A TV é o meio mais presente nos lares brasileiros. Presente em 99,9 % dos municípios, o sinal da TV aberta continua sendo o maior meio de acesso aos conteúdos culturais no país. Em 2013, foram 13,7 bilhões de dólares de receita, e só a novela “Avenida Brasil”, produzida pela rede Globo, teve cerca de 38 milhões de audiência diária<sup>9</sup>. Entretanto, há exagerada concentração da produção e da distribuição em poucas redes, e mais de 70 % da audiência concentra-se em quatro delas: Globo, SBT, Record e Band. Ademais, como a legislação brasileira não restringe a propriedade cruzada, os grupos estendem o domínio a outros meios, como rádio, internet, e mercado editorial. Além disso, as redes são capilarizadas por retransmissoras e afiliadas em todo o território nacional. Apenas 12,1 % dos municípios brasileiros contam com produção local de conteúdo, sendo que a maior parte é por meio de replicadoras (IBGE, 2014).

Os informes da PwC Global Entertainment para o período de 2015 a 2019 destacam o crescimento da economia criativa no Brasil em 5 segmentos: entretenimento, televisão, música, videogames e mercado editorial. Segundo o relatório, o setor de programas de entretenimento alcançará 2.7 bilhões de dólares em 2019, superando os 2.2 bilhões de 2015. Um dos crescimentos mais rápidos, segundo o estudo, será o de *streaming* e de acesso a vídeos pela internet, caso explicitado na expansão de provedores e produtores como Netflix, HBO Go e *Amazon Prime Video*. Ainda que sejam empresas estrangeiras, também produzem conteúdo no Brasil, como séries e documentários. No caso de videogames, o Brasil possui o segundo maior mercado na América Latina, e as projeções indicam que em 2019 será o maior mercado, quando ultrapassará o México. Já o mercado editorial, alcançará 2.4 bilhões de dólares de receitas em 2019.<sup>10</sup>

O Brasil possui imenso potencial no campo do Patrimônio Cultural. Atualmente são 28 os bens culturais protegidos pelas listas da UNESCO: 14 sítios de patrimônio cultu-

8. UNESCO, 2015.

9. UNESCO, 2015.

10. <https://promocionmusical.es/industria-cultural-brasil-analisis-mercado/>

ral, 7 sítios de patrimônio natural e 7 patrimônios imateriais.<sup>11</sup> Há programas específicos no âmbito do Ministério da Cultura e do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) para o desenvolvimento do setor, com chamadas específicas para o patrimônio material e para o patrimônio imaterial. O patrimônio cultural apresenta direta conexão com as políticas associadas à diversidade, e o fato de 53.9 % dos municípios brasileiros realizarem iniciativas específicas relacionadas à Diversidade Cultural (IBGE, 2014) enseja essa importância no âmbito local.

Ainda que o turismo cultural não esteja incluído em diversos levantamentos estatísticos brasileiros referentes à Economia da Cultura, é um ponto de destaque, principalmente ao se comparar os dados de 2006 com os de 2014. Se em 2006 26.2 % dos municípios apoiavam programas de incentivo ao turismo cultural, esse percentual subiu para 61 % em 2014. Todas as 27 unidades da federação apoiaram financeiramente festas, celebrações e manifestações tradicionais e populares (IBGE, 2014). Ainda assim, a melhoria de aspectos-chave como a infraestrutura de transportes terrestres faz-se necessária para um efetivo desenvolvimento e para a interiorização do setor.

#### IV. Políticas Públicas

Os orçamentos públicos não conferem ainda a devida importância ao setor cultural. Há carência de investimentos, principalmente nas regiões mais isoladas dos grandes centros urbanos e econômicos e nas periferias. Os gastos públicos, consolidados nas três esferas de governo (União, estados e municípios) representam somente 0,3 % do total das despesas públicas (IBGE, 2013), valor considerado baixo frente às demandas do setor e aos movimentos identificados, sobretudo no Brasil e Portugal, pelo mínimo de 1 % das despesas públicas para a cultura. Esse número, entretanto, refere-se aos gastos diretos dos governos, não incluindo aí meios de isenção fiscal concedidos a empresas que apresentem investimentos em projetos culturais.

Um dos programas do governo federal que se destaca na gestão da cultura no Brasil é o Programa Cultura Viva, criado em 2004 e efetivado por lei em 2014.<sup>12</sup> O programa estabelece chamadas públicas para o repasse de recursos para organizações da sociedade civil, incluindo coletivos, redes e grupos sociais em todo o território nacional. Desde 2004 foram implementados projetos em mais de 1000 municípios em todos os 26 estados brasileiros e no Distrito Federal, sob a coordenação da Secretaria da Cidadania e da Diversidade Cultural.<sup>13</sup> O Cultura Viva é uma das políticas culturais do Ministério da Cultura com maior visibilidade e está presente em todo o território nacional. Entre 2012

11. <http://www.UNESCO.org/new/pt/brasil/culture/world-heritage/list-of-world-heritage-in-brazil/>

12. Lei 13018/2014.

13. <http://www.cultura.gov.br/cidadaniaediversidade>

e 2015, o volume total de recursos alocados alcançou R\$ 241.402.719,00<sup>14</sup>. O Cultura Viva, ademais, inspirou a criação de um novo programa de cooperação internacional ibero-americano no âmbito da SEGIB<sup>15</sup>, o IberCultura Viva<sup>16</sup>.

Outra linha programática do Ministério da Cultura que merece destaque é a Lei Rouanet, existente desde 1991, e que permite isenções fiscais a empresas que patrocinam projetos culturais. Ao contrário do Cultura Viva, que apresenta grande capilaridade e presença em todo o Brasil, a Lei Rouanet proporciona aspectos centralizadores, pela própria dinâmica mercadológica que apresenta. Os empreendedores culturais apresentam os projetos ao governo e, após aprovação, o expõem a empresas interessadas, que podem lograr descontos fiscais, muitas vezes equivalentes ao total investido nos projetos. Trata-se, portanto, de um mecanismo de aplicação indireta de recursos públicos por meio de seleções privadas, o que muitas vezes deturpa alguns sentidos das políticas culturais, principalmente aqueles associados à descentralização e distribuição justa de recursos.

Entre 1992 e março de 2018, segundo dados do Ministério da Cultura<sup>17</sup>, mais de 50000 projetos em todo o Brasil haviam sido apoiados financeiramente por meio de renúncia fiscal. O valor alcançado superou os 10 bilhões de reais (o que equivaleria, em valores atuais, a mais de 3 bilhões e duzentos milhões de dólares<sup>18</sup>). A tabela a seguir destaca os valores captados e investidos em projetos culturais desde 2009, com variações entre 980 milhões e 1.3 bilhão de reais por ano.

**TABELA 3: VALORES CAPTADOS POR ANO - PROGRAMA DE MECENATO E RENÚNCIA FISCAL (LEI ROUANET)**

Ano	Valor Captado (R\$)
2009	980052.362,32
2010	1.166.400.733,82
2011	1.324.910.268,71
2012	1.277.246.604,65
2013	1.261.545.471,61
2014	1.336039.325,44
2015	1.204.263.183,13
2016	1.148.163.510,03
2017	1.185.543.252,38
2018*	104010.659,15
<b>Total</b>	<b>10.988.175.371,20</b>

\*Dados disponíveis no mês de abril de 2018.

**Fonte:** Ministério da Cultura – Sistema Salic, 2018. Acesso em 11 de abril de 2018.

14. Informações disponíveis no Relatório Periódico Quadrienal - Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais. Ministério da Cultura, 2016.

15. Secretaria Geral Ibero-Americana. <https://www.segib.org/>

16. <http://iberculturaviva.org/>

17. Dados do sistema Salic disponíveis no endereço eletrônico: <http://sistemas.cultura.gov.br/comparar/salicnet/salicnet.php> (acesso em 11 de abril de 2018).

18. Conversão do Banco Central do Brasil, em 11 de abril de 2018. <http://www4.bcb.gov.br/pec/conversao/conversao.asp>

Ao se cruzarem os dados de distribuição de valores captados e população por estado, evidencia-se o processo de incremento da concentração de recursos em regiões do sudeste e do sul. A tabela a seguir apresenta o número de projetos que captaram recursos de empresas via renúncia fiscal, com os respectivos valores e o cruzamento de dados com a população de cada estado. Foi elaborada uma razão de concentração de recursos, ao gerar um índice sobre a divisão de valores por proporção de populações. Dessa forma, quanto maiores os valores indicados na última coluna, maior a recepção proporcional de recursos pelos respectivos estados.

**TABELA 4: MECENATO PARA PROJETOS BENEFICIADOS POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO EM 2017**

Unidade da Federação	N. de proj.	Sobre total de proj. (%)	Valor captado (R\$)	% do valor captado	População	Da População brasileira (%)	Razão de concentração – Proporção de valores (R\$) por % da população
Acre	0	0	0	0	829619	0,40	0,00
Amapá	0	0	0	0	797722	0,38	0,00
Alagoas	1	0,03	38000	0	3 375 823	1,63	0,00
Amazonas	4	0,14	2.485010	0,21	4 063 614	1,96	0,11
Bahia	34	1,19	11050.216	0,93	15 344 447	7,39	0,13
Ceará	87	3,04	16.630.293	1,40	9 020 460	4,34	0,32
Distrito Federal	33	1,15	12.902.403	1,09	3 039 444	1,46	0,74
Espírito Santo	23	0,80	7.833.547	0,66	4 016 356	1,93	0,34
Goiás	15	0,52	2.830.635	0,24	6 778 772	3,26	0,07
Maranhão	7	0,24	4.939.861	0,42	7 000 229	3,37	0,12
Mato Grosso	10	0,35	2.188.840	0,18	3 344 544	1,61	0,11
Mato Grosso do Sul	7	0,24	2.148.958	0,18	2 713 147	1,31	0,14
Minas Gerais	355	12,42	122.297.682	10,32	21 119 536	10,17	1,01
Pará	19	0,66	5.959.498	0,50	8 366 628	4,03	0,12
Paraíba	11	0,38	1.148.480	0,10	4 025 558	1,94	0,05
Paraná	264	9,24	55.434.309	4,68	11 320 89	5,45	0,86
Pernambuco	48	1,68	18.977.442	1,60	9 473 266	4,56	0,35
Piauí	7	0,24	1.152.834	0,10	3 219 257	1,55	0,06

Unidade da Federação	N. de proj.	Sobre total de proj. (%)	Valor captado (R\$)	% do valor captado	População	Da População brasileira (%)	Razão de concentração – Proporção de valores (R\$) por % da população
Rio de Janeiro	368	12,88	264.720.888	22,33	16 718 956	8,05	2,77
Rio Grande do Norte	10	0,35	2.486.976	0,21	3 507 003	1,69	0,12
Rio Grande do Sul	432	15,12	73.176.640	6,17	11 322 895	5,45	1,13
Rondônia	3	0,10	1.264000	0,11	1 805 788	0,87	0,13
Roraima	0	0	0	0	522 636	0,25	0,00
Santa Catarina	218	7,63	33.942.412	2,86	7 001 161	3,37	0,85
São Paulo	891	31,18	539.413.451	45,50	45 094 866	21,72	2,10
Sergipe	5	0,17	1.342.400	0,11	2 288 116	1,10	0,10
Tocantins	6	0,21	1.178.469	0,10	1 550 194	0,75	0,13
<b>Total Geral(24)</b>	<b>2.858</b>	<b>100,00</b>	<b>1.185.543.252</b>	<b>100</b>	<b>207 660 929</b>	<b>100</b>	<b>1</b>

*Fonte:* Elaboração própria a partir do cruzamento de dados disponíveis no Sistema Salic (Ministério da Cultura), na publicação sobre a estimativa da população brasileira – agosto de 2017 (IBGE) e no *World PopulationsProspects* (ONU).

A tabela revela a concentração dos recursos entre os estados do sul e sudeste, com destaque para São Paulo e Rio de Janeiro. O estado do Rio de Janeiro, com cerca de 8 % da população brasileira, recebe mais de 22 % dos recursos de mecenato nacional. São Paulo, com cerca de 21 % da população nacional, recebe mais de 45 % dos recursos. Só a região sudeste (São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo) recebe quase 80 % dos recursos. Ademais, os únicos três estados que não tiveram captação de recursos em 2017 estão na região norte: Acre, Amapá e Roraima. Esse quadro se deve, em parcela, à dinâmica de funcionamento da lei de incentivo. Uma vez que é na região sudeste, principalmente no eixo Rio-São Paulo, onde se concentram as grandes empresas e relações comerciais, além da concentração de riqueza, é natural que as empresas que busquem tal mecanismo optem por fomentar projetos culturais nessas regiões.

As principais áreas contempladas foram Artes Cênicas, Música, Artes Visuais e Patrimônio Cultural. Cumpre salientar que essa concentração deve-se a aspectos mercadológicos, uma vez que após aprovado o projeto, os empreendedores culturais partem para nova investida no sentido de conseguirem a captação de recursos junto a empresas interessadas, que muitas vezes buscam a visibilidade permitida pelas linguagens artísticas, o que lhes gera ganho de imagem.

**TABELA 5: VALOR TOTAL DE PROJETOS BENEFICIADOS  
POR ÁREA ARTÍSTICA 2013 – 2018 (R\$)**

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Artes Cênicas	410 004 849	442 742 461	434 276 706	391 014 372	450 878 005	55 421 600
Artes Inte-gradas	13 470 503	3 254 134	536 933	27 415	0,00	0,00
Artes Visuais	184 142 565	230 499 577	195 705 895	192 478 490	159 933 473	13 345 195
Audiovisual	93 545 822	87 141 825	89 475 720	89 419 538	79 355 293	4 423 561
Humanidades	100 431 700	99 645 469	91 517 761	87 745 572	82 395 966	4 164 274
Museus e Memória	0,00	0,00	0,00	0,00	8 935 161	279 800
Música	272 906 393	305 526 171	275 325 683	252 420 653	255 588 973	18 799 633
Patrimônio Cultural	187 043 634	167 229 684	117 424 482	135 057 466	148 486 377	8 256 683
<b>Total</b>	<b>1 261 545 471</b>	<b>1 336 039 325</b>	<b>1 204 263 183</b>	<b>1 148 163 510</b>	<b>1 185 573 252</b>	<b>104 690 749</b>

\*Dados disponíveis no mês de abril de 2018.

*Fonte: Ministério da Cultura – Sistema Salic, 2018. Acesso em 11 de abril de 2018.*

Os dados apresentados estão vinculados a pesquisas específicas, principalmente no âmbito do IBGE e da FIRJAN. Outros dados e informações esparsos, considerados neste tópico, são importantes para esboçar um retrato do setor cultural e da economia criativa no Brasil. Avanços são notados na transparência sobre os investimentos públicos, o que possibilita amplo acesso aos dados para cidadãos interessados e investigadores.

## V. Educação e Investigação

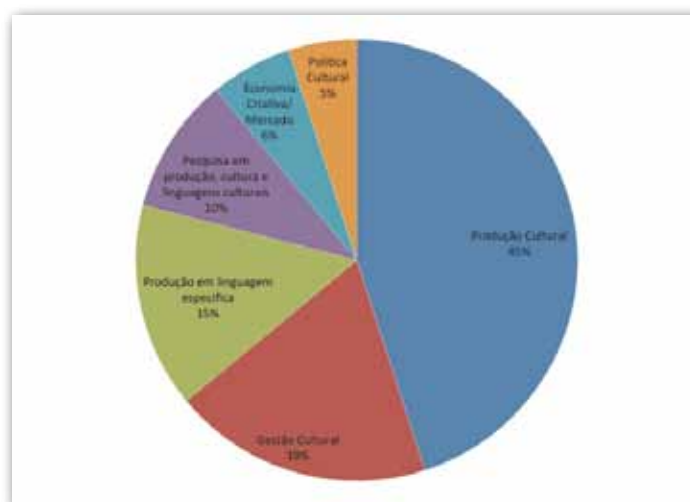
A educação, a formação e a investigação envolvem uma amplitude e diversidade de áreas referentes às próprias dinâmicas da economia criativa. Os estudos a esse respeito considerados neste texto abrangem, principalmente, a pesquisa e a investigação no campo da gestão e da produção cultural, pontos fulcrais para o desenvolvimento do setor criativo. Tais estudos, ademais, são de diversos níveis, dos cursos técnicos aos doutoramentos, e abarcam diversas áreas do conhecimento, da produção e gestão cultural à antropologia e estudos culturais.

O desenvolvimento da economia da cultura tem exigido cada vez mais profissionais habilitados não somente nas áreas artísticas e criativas específicas, mas em um campo que se amplia de maneira convergente no decorrer desde os anos 1980 e que se intensifica nos anos 2000: o da gestão cultural. A profissionalização de

gestores culturais na Ibero-América desenvolve-se nos anos 1980 e 1990, na consolidação das democracias em Portugal e na Espanha, e nos respectivos processos de integração à União Europeia (Martinell, 2009). No Brasil, esse processo se fortalece a partir da criação do Ministério da Cultura, em 1985, e com a institucionalização da cultura e o desenvolvimento de leis de incentivo à cultura, desde os anos 1980 e 1990 (Cunha, 2005).

Em 1995, foi criado o primeiro curso de graduação em Produção Cultural, na Universidade Federal Fluminense. No ano seguinte, a Universidade Federal da Bahia criou a habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, no âmbito da graduação em Comunicação Social. Desde então, até o ano 2016, 131 cursos haviam sido criados nas áreas de Gestão Cultural e Produção Cultural, em 90 instituições. Em 2016, 62 cursos mantinham-se em funcionamento. Dos cursos atualmente vigentes, 37 são de especialização e 9 de graduação (Observatório Itaú Cultural, 2016). Os 131 cursos criados são divididos seis categorias: produção cultural, gestão cultural, produção em linguagem específica, pesquisa em produção, cultura e linguagens culturais, economia criativa/mercado e política cultural. O gráfico abaixo apresenta a distribuição percentual desses cursos.

**GRÁFICO 2: DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DE CURSOS CRIADOS – 1995 A 2015**



**Fonte:** Observatório Itaú Cultural, 2016. *Mapeamento dos Cursos de Gestão e Produção Cultural no Brasil 1995-2015. Centro de Memória, Documentação e Referência - Itaú Cultural.*

Os cursos de formação, assim como a cadeia da economia criativa, estão concentrados na região sudeste do país, principalmente no eixo Rio-São Paulo, que possui 65 dos 131 cursos criados desde 1995 (Observatório Itaú Cultural, 2016). Isso revela mais uma vez a concentração da cadeia produtiva da cultura e da economia criativa na região sudeste. Trata-se de um desafio a ser enfrentado por meio

de políticas públicas efetivas para o desenvolvimento do setor em todo o país, e a formação de recursos humanos é essencial para isso.

Deve-se dedicar especial menção à gestão cultural no setor público. A pesquisa sobre os órgãos gestores de cultura realizada pelo IBGE em 2014 permitiu a visualização da situação de cursos de formação nos órgãos públicos por todo o território brasileiro. De acordo com os dados publicados, mais de 36 % dos 5.570 municípios brasileiros ofereceram cursos associados à gestão do setor cultural aos seus servidores. As principais áreas abordadas foram gestão de projetos (19,2 % dos municípios), gestão cultural (17,4 %), captação de recursos (12,2 %) e legislação de incentivo (10,9 %). Em 2014, ademais, 46,9 % dos municípios brasileiros possuíam cursos de capacitação ou profissionalizantes em diversas áreas artísticas, com destaque para artesanato (30,3 %) e música (30 %). (IBGE, 2014). Trata-se de uma evidência da importância dada ao setor pelas prefeituras. Ainda que represente pouco mais de uma terça parte dos municípios, trata-se de um número considerável, principalmente ao se levar em conta que todos os 26 estados e o Distrito Federal ofereceram cursos de capacitação aos servidores no período pesquisado.

## VI. Considerações finais

Em tempos de confusão entre consumidores e cidadãos, os bens culturais transitam entre os direitos de cidadania e a sua correspondência como ativos econômicos. Ainda que recentes declarações da UNESCO busquem a afirmação da cultura como direito, outros mecanismos compreendem-na como ativos nas dinâmicas da economia criativa. Faz-se necessária, nesse contexto, a ampla articulação entre formação, investigação e produção cultural, com o devido valor à diversidade cultural, para um possível desenvolvimento sustentável.

A concentração regional no Brasil, um dos problemas identificados neste texto, não abarca somente o setor cultural, mas toda uma gama de setores que refletem o desigual desenvolvimento social e econômico do país. A distribuição populacional brasileira caracteriza-se por uma maior concentração na faixa litorânea e em centros urbanos da região sudeste, que conformam o eixo Rio de Janeiro – São Paulo. Entretanto, a concentração dos investimentos nas áreas culturais consegue superar essa margem, ampliando as desigualdades brasileiras. Ainda que em muitas convocatórias públicas sejam adotados critérios para a descentralização, tais medidas apresentam limitações quando se observa a insistente concentração em regiões tradicionalmente mais atendidas pelas políticas culturais.

A análise de dados é ainda complexa, pela inexistência de uma Conta Satélite da Cultura, o que causa dificuldades de trabalho para investigadores e gestores. Mas o processo para a sua criação está em andamento, em reuniões coordenadas entre o IBGE e o Ministério da Cultura. A apreciação dos dados disponíveis, entretanto, revela as grandes possibilidades de crescimento da economia criativa, servindo muitas vezes como resposta aos contextos de crise. Mesmo com a evi-



dência da crise econômica, o setor manteve pujança e aumentou a participação percentual no PIB do país, o que confirma o seu poder de resiliência em contextos de crise. Cumpre aos governos apoiar medidas de desenvolvimento cultural tanto em matéria de valorização da diversidade cultural, das identidades, dos valores de cidadania relacionados à cultura como direito, como em seu aspecto econômico, na tripla dimensão da cultura. Busca-se, assim, a possibilidade de desenvolvimento sustentável com base nas potências da diversidade cultural, do patrimônio material e imaterial, robustos na região ibero-americana.

A instabilidade política afeta diretamente a economia criativa. As diversas áreas das artes e da cultura possuem estreita relação com as políticas públicas para a cultura, desenhadas sobretudo no Ministério da Cultura, que desde a conflagração do impeachment da presidente Dilma Rousseff e a instalação do governo interino de Michel Temer tem apresentado instabilidades sem precedentes desde a redemocratização nos anos 1980. Em apenas dois anos de governo Temer, o Ministério da Cultura já foi extinto e recriado, e quatro ministros já assumiram a pasta. Isso gera incertezas e inseguranças para o setor, com constantes mudanças em secretarias e políticas que colaboram para um ambiente de preocupação.

Finalmente, cumpre salientar o papel da economia criativa no espaço cultural ibero-americano. Com o advento da carta cultural ibero-americana, em 2006, diversos processos foram desenvolvidos com base na gestão de programas regionais focados na cooperação internacional. Ao aprofundar laços anteriormente existentes em programas multilaterais, os 22 países da Ibero-América fomentam a economia criativa e as indústrias culturais em seus 13 programas, que abarcam setores como museus, artesanato, música, artes cênicas, arquivos e bibliotecas.

## VII. Referências bibliográficas

- CUNHA, M. H. (2005). *Gestão Cultural: Profissão em Formação*. Dissertação de Mestrado. Belo Horizonte: Faculdade de Educação da UFMG. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/FAEC-856N9M/1000000598.pdf?sequence=1> (Acessado em 11 de abril de 2018).
- GIL, G. (2003). *Discurso do ministro Gilberto Gil na solenidade de transmissão do cargo*. Brasília: Ministério da Cultura. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/discursos> (Acessado em 3 de abril de 2018).
- IBGE (2013). *Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2007-2010*. Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv65974.pdf> (Acessado em 10 de abril de 2018).
- IBGE (2015). *Perfil dos Estados e dos Municípios Brasileiros – Cultura 2014*. Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv95013.pdf> (Acessado em 10 de abril de 2018).
- FERREIRA, J. (2015). *A economia da cultura e o desenvolvimento do Brasil*. Brasília: Ministério da Cultura. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/discursos> (Acessado em 3 de abril de 2018).

- FIRJAN (2016). *Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil*. Rio de Janeiro: Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro - FIRJAN. Disponível em: <http://www.firjan.com.br/economicriativa/download/mapeamento-industria-criativa-sistema-firjan-2016.pdf> (Acessado em 10 de abril de 2018).
- MACHADO, R. M. (2009). “Da indústria cultural à economia criativa” em *Revista ALCEU*. V. 9 – N. 18. pp. 83-95. Rio de Janeiro: PUC-Rio. Disponível em: [http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu\\_%2018\\_artigo\\_%206\\_%20\(pp83\\_%20a\\_%2095\).pdf](http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu_%2018_artigo_%206_%20(pp83_%20a_%2095).pdf) (Acessado em 2 de abril de 2018).
- MARTINELL, A. (2009). Lasinteraccionesenlaprofesionalizaciónengestión cultural. *Cuadernosdel CLAEH 2ª serie, año 32*. Montevideo: CLAEH. pp. 97-105. Disponível em: <https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/10787/Interacciones-profesionalizacion.pdf?sequence=1> (Acessado em 3 de abril de 2018).
- Mapeamento dos Cursos de Gestão e Produção Cultural no Brasil 1995-2015*. Centro de Memória, Documentação e Referência - Itaú Cultural. São Paulo: Itaú Cultural. Disponível em: <http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/2016/10/MapCGPCultural-final.pdf> (Acessado em 11 de abril de 2018).
- Industria Cultural en Brasil – Análisis de Mercado*. Disponível em: <https://promocionmusical.es/industria-cultural-brasil-analisis-mercado/> (Acessado em 3 de abril de 2018).
- REIS, A. C. F. (2012). *Cidades criativas: da teoria à prática*. São Paulo: SESI-SP editora.
- VALIATI, L. &MORRONE, H. (2014). *Conta Satélite de Cultura no Brasil – considerações técnicas e paradigmas internacionais*. Centro de Estudos Internacionais sobre Governo. Porto Alegre: UFRGS. Disponível em: <http://livrozilla.com/doc/1737916/conta-sat%C3%A9lite-de-cultura-do-brasil.-ufrgs.2014> (Acessado em 10 de abril de 2018).
- UNESCO. (2015). *Cultural times: thefirst global mapof cultural andcreative industries*. pp. 68-69. Disponível em: [https://en.UNESCO.org/creativity/sites/creativity/files/cultural\\_times\\_the\\_first\\_global\\_map\\_of\\_cultural\\_and\\_creative\\_industries.pdf](https://en.UNESCO.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf)(Acessado em 3 de abril de 2018).