

## **Pesquisa Economia da Cultura - Resumo**

Texto preparado por José Álvaro Moisés, com a colaboração de Roberto Chacon de Albuquerque, com base em pesquisa realizada pela Fundação João Pinheiro, para ser distribuído no Encontro do Conselho de Cultura da Associação Comercial do Rio de Janeiro, dia 05 de agosto de 1998.

### **O PIB DA CULTURA**

A produção cultural brasileira movimentou, em 1997, cerca de 6,5 bilhões de reais. Isto corresponde a aproximadamente 1% do PIB brasileiro, nos termos dos cálculos feitos para 1994, último ano para o qual existem dados abrangentes e confiáveis. Além disso, para cada milhão de reais gasto em cultura, o país gera 160 postos de trabalho diretos e indiretos. Isso revela uma dimensão que, habitualmente, não aparece nas avaliações sobre a cultura, isto é, o seu impacto social e econômico mostrando claramente a potencialidade da área para a geração de renda e de emprego.

Em 1994, por exemplo, havia 510 mil pessoas empregadas na produção cultural brasileira, considerando-se todos os seus setores e áreas; elas distribuíam-se da seguinte forma: 391 mil empregadas no setor privado do mercado cultural (76,7% do total), 69 mil como trabalhadores autônomos (13,6%) e 49 mil ocupados nas administrações públicas, isto é, União, Estados e Municípios (9,7%). Esse contingente era 90% maior do que o empregado pelas atividades de fabricação de equipamentos e material elétrico e eletrônico; 53% superior ao da indústria automobilística, de autopeças e de fabricação de outros veículos e 78% superior do que o empregado em serviços industriais de utilidade pública (energia elétrica, distribuição de água e esgotos e equipamentos sanitários).

Com base nesses dados, e levando-se em consideração que o Ministério da Cultura terá investido cerca de 400 milhões de reais no patrimônio histórico, artístico e cultural do país, entre 1995 e 1999, isto é, cerca de 80 milhões/ano, pode-se estimar que terão sido gerados 12.800 novos postos de trabalho a cada ano somente nessa atividade cultural.

Ainda sobre o PIB da cultura, a pesquisa revelou que, já em 1980 (um dos anos analisados

para fins de comparação), enquanto o valor da produção cultural brasileira global alcançava 1%, os serviços de saúde chegavam a 2,2% e os de educação alcançavam 3,1%. Isso mostra a importância das atividades culturais para a economia e a sociedade brasileiras, quando comparadas com os dados relativos aos serviços daquelas outras duas áreas tão importantes.

## GASTOS PÚBLICOS COM CULTURA

O Brasil gastou, entre 1985-1995, cerca de R\$ 5,00 per capita com cultura, levando-se em conta os dispêndios da União, Estados e Municípios de capital. A Inglaterra, por exemplo, gastou sempre menos de US\$ 5,00 per capita, entre 1979 e 1982, segundo alguns estudos. Ao longo dos onze anos estudados pela pesquisa do Ministério da Cultura, os gastos públicos brasileiros cresceram a uma média anual de 2,8%, o que dá uma idéia da importância que a cultura passou a ter depois da democratização do país.

Com efeito, entre 1985 e 1995, a despesa total com cultura do Estado brasileiro, isto é, do Governo Federal, Estados, Distrito Federal e Municípios de capital, alcançou a média de 725 milhões de reais/ano (expressos em preços de dezembro de 1996). Deste total, o Governo Federal é responsável por 32%, aproximadamente, enquanto aos estados e municípios de capital correspondem, respectivamente, 50% e 17% do total dispendido. Uma avaliação realista desses dados deve levar em conta que, enquanto no caso do Governo Federal a capacidade de gastar cerca de 1/3 do total dos dispêndios públicos está concentrada em uma única agência, isto é, o Ministério da Cultura e outros órgãos federais, no caso dos Estados e Municípios, os outros 2/3 de recursos dispendidos distribuem-se entre mais de 50 agências, isto é, 27 Estados e 27 Municípios de Capital, respectivamente.

Os Estados da Federação tiveram gastos crescentes de 1985 a 1992, o que foi o oposto do ocorrido com o Governo Federal que, em 1992, chegou ao seu pico mais baixo. Quanto às capitais, considerando o conjunto de 26 municípios e o Distrito Federal, a despesa total com cultura, em 1995, foi de 76,5 milhões, enquanto, em 1995, chegou a 179,5 milhões, registrando uma taxa média anual de crescimento de 8,06%. Neste particular, chama a atenção o fato de que do total de gastos com cultura feitos por Municípios de capital, 88,83% do total correspondam a somente a oito capitais, a saber, S. Paulo, Rio de Janeiro, Belo

Horizonte, Salvador, Fortaleza, Recife, Curitiba e Porto Alegre.

Quanto ao Governo Federal, verificou-se um padrão claramente estável de gastos com cultura entre 1985 e 1990, durante o governo Sarney, quando as taxas de gastos oscilaram de 208 a 197 milhões de reais. Mas, a partir de 1990 e, particularmente, entre 1991 e 1992, no auge do governo Collor, ocorreu uma queda drástica de recursos alocados para a cultura, ou seja, 131 e 108 milhões de reais, respectivamente, para cada ano. Isso explica-se pela orientação daquele governo de, praticamente, desobrigar o Estado de suas responsabilidades com a cultura. Os gastos com cultura voltaram a registrar algum crescimento, no entanto, em 1993, já no governo Itamar Franco e, depois, começaram a crescer significativamente a partir do início do governo Fernando Henrique Cardoso. De fato, em 1995 chegaram a 245 milhões e em 1996 a 336 milhões de reais; além disso, quando a análise comparativa de todo o período estudado concentra-se exclusivamente nos dados relativos aos gastos do Ministério da Cultura, isto é, somente de sua administração direta, sem levar em conta fundações e outros órgãos públicos, inclusive de administração indireta, o maior volume de gastos públicos com cultura é alcançado em 1996, no governo FHC, atingindo nesse ano cerca de R\$ 157 milhões de reais, enquanto em 1988, por exemplo, esse índice não havia ultrapassado a cifra de 95 milhões, em 1990 não havia chegado a 17,5 milhões e em 1994 alcançara somente 40 milhões.

## INVESTIMENTOS DE EMPRESAS PRIVADAS E PÚBLICAS EM CULTURA

A pesquisa do Ministério da Cultura também analisou os investimentos em cultura realizados por empresas privadas e públicas. Nesse caso, partindo do pressuposto de que as 500 maiores empresas privadas, 99 maiores empresas públicas, 50 maiores bancos e 2 mais importantes holdings estatais constituem o universo mais significativo de empresas que investem em cultura, no país, os pesquisadores da Fundação João Pinheiro basearam-se em uma amostra do mesmo universo, composta por 111 empresas dos ramos financeiro e não-financeiro, para aplicar um questionário especialmente desenhado para os fins da pesquisa.

Os resultados mostram, em primeiro lugar, que 53% das empresas consultadas escolhem o marketing cultural como meio preferencial de ação de comunicação com o mercado consumidor. De outra parte, as empresas que investem em cultura – segundo a amostra de

111 firmas consultadas – dão prioridade às seguintes áreas culturais em suas ações de comunicação: música, audiovisual, patrimônio histórico, artes cênicas e produção editorial.

A pesquisa também revelou o papel extremamente importante das leis de incentivo à cultura – federal, estaduais e municipais – para o crescimento do número de projetos culturais que, no período de 1990 a 1997, foram patrocinados por empresas. No grupo das 111 empresas consultadas, o investimento em cultura, nos 8 anos analisados, totalizou 604 milhões de reais. O crescimento dos gastos, nesse período, passou de 33 milhões, em 1990, para 147 milhões em 1997, o que representa uma ampliação efetiva de cerca de 350% no período. Também o número de empresas que investem em cultura cresceu bastante – mais precisamente 267% -, levando-se em conta as respostas das 111 empresas ao questionário aplicado pela Fundação João Pinheiro: ele vai de 27, em 1990, para 99 em 1997. Na realidade, segundo as informações da Secretaria de Apoio à Cultura, do Ministério da Cultura, em 1997, mais 1 mil empresas investiram em projetos culturais em todo o país; a diferença de números, nesse caso, explica-se porque os resultados da pesquisa baseiam-se na amostra de apenas 111 empresas, enquanto os dados computados pelo Ministério referem-se a conjunto de empresas brasileiras que investem em cultura.

Finalmente, duas outras informações mostram, ainda, a importância das descobertas dessa pesquisa: de um lado, as respostas das empresas mostraram, claramente, a relação entre o aumento do patrocínio a projetos culturais e a existência e funcionamento das leis de incentivo fiscal ao setor. A pesquisa mostrou que as leis federais foram as mais utilizadas, particularmente, a Lei Rouanet (8.313), que viabilizou cerca de 84% dos projetos patrocinados no período em análise, enquanto 16% dos mesmos foram apoiados pelas 12 leis estaduais e/ou pelas 17 leis de Municípios de capital em vigência. A outra revelação interessante refere-se aos principais motivos invocados pelas empresas para tomarem a decisão de investir em projetos culturais: 65% delas considera que esse investimento representa ganho de imagem institucional, enquanto 28% acham que o investimento agrega valor à marca da empresa.

## **O PIB da Cultura - Produto Interno Bruto das Atividades Culturais - 1980 / 1985 / 1991 / 1994**

Senão o mais importante, um dos achados mais interessantes da pesquisa de economia da cultura encomendada pelo Ministério da Cultura é que, com a estrutura de atividades culturais de 1994 (último ano para o qual existem dados abrangentes e confiáveis), para cada milhão de reais gastos na área, no Brasil, geram-se 160 postos de trabalho diretos e indiretos. Isso revela uma dimensão que, habitualmente, se desconhece, isto é, a face social da cultura. De fato, levando-se em consideração, por exemplo, apenas os gastos com o patrimônio histórico-cultural, de 1995 a 1999, que deverão somar cerca de R\$ 400 milhões no final do período, isto é, R\$ 80 milhões por ano (entre gastos diretos do Estado e os investimentos privados através da lei de incentivo fiscal), terão sido gerados, no País, 12.800 novos postos de trabalho a cada ano. Isso mostra a enorme importância da cultura para o ingresso em uma nova fase do desenvolvimento no Brasil, tanto para a geração de renda, como de emprego.

Quanto ao PIB da cultura (valor adicionado à economia pelas atividades específicas da área cultural), o conjunto das atividades da área representava, em 1994, 0,8% da economia brasileira. Esse valor corresponde, nos termos do PIB brasileiro de 1997, a 6,5 bilhões de reais, ou, mantida a mesma estrutura de 1.994, cerca de 53% do PIB das atividades de fabricação de equipamentos e material elétrico e eletrônico; 42% do PIB da indústria de material de transportes; 29% do PIB dos serviços industriais de utilidade pública e a 60% do PIB das atividades de comunicações, tudo de 1.994 (ver quadro 1).

Quadro 1: PIB DA CULTURA EM COMPARAÇÃO COM O DE OUTRAS ÁREAS DA ECONOMIA EM 1994 (R\$ 1.000,00)

ATIVIDADES SELECIONADAS	VALOR	PARTICIPAÇÃO
	ADICIONADO	(%)
Atividades Culturais .....	2.707.849	0,8
Agropecuária .....	30.457.595	8,6
Fabricação de Equipamentos e Material Elétrico e Eletrônico.....	5.125.344	1,5
Fabricação de Automóveis, Caminhões, Ônibus e suas peças e acessórios e outros veículos .....	6.394.700	1,8
Serviços Industriais de Utilidade Pública (SIUP).....	9.368.877	2,7
Construção .....	28.296.067	8,0
Comunicações .....	4.504.798	1,3
Instituições Financeiras .....	49.174.082	13,9
Administração Pública.....	46.845.669	13,3
Outros .....	169.951.829	48,2
<b>Total.....</b>	<b>352.826.810</b>	<b>100</b>

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Como se pode observar pelo quadro 2 a seguir, em 1994, a cultura brasileira, considerando-se todos os seus setores, empregava cerca de 510 mil pessoas, divididos em 391 mil empregados no setor privado (76,7% do total); 69 mil trabalhadores autônomos (13,6%) e 49 mil nas administrações públicas (9,7%). Esse contingente é 90% superior ao empregado pelas atividades de fabricação de equipamentos e material elétrico e eletrônico; 53% superior ao da indústria de material de transportes (incluída a indústria automobilística, de autopeças e de fabricação de outros veículos); 78% acima dos serviços industriais de utilidade pública (energia elétrica e distribuição da água e esgotamento sanitário). Com relação ao setor de telecomunicações e correios, o total de empregados na cultura é 2,8 vezes maior.\*

Quadro 2: PARTICIPAÇÃO DO PESSOAL OCUPADO EM CULTURA EM COMPARAÇÃO COM OUTRAS ÁREAS DA ECONOMIA BRASILEIRA EM 1994.

ATIVIDADES SELECIONADAS	PESSOAL OCUPADO	PARTICIPAÇÃO (%)
Atividades Culturais .....	509.507	0,8
Agropecuária .....	15.365.300	25,4
Fabricação de Equipamentos e Material Elétrico e Eletrônico.....	266.400	0,4
Fabricação de Automóveis, Caminhões, Ônibus e suas peças e acessórios e outros veículos.....	332.300	0,6
Serviços Industriais de Utilidade Pública (SIUP).....	283.500	0,5
Construção .....	3.484.100	5,8
Comunicações.....	184.600	0,3
Instituições Financeiras.....	839.800	1,4
Administração Pública.....	5.584.306	9,2
Outros.....	33.557.087	55,6
<b>Total.....</b>	<b>60.406.900</b>	<b>100</b>

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Quadro 3: SALÁRIO MÉDIO POR ATIVIDADE NA ECONOMIA BRASILEIRA EM 1994 (R\$ 1,00)

ATIVIDADES SELECIONADAS	SALÁRIOS MÉDIOS	PARTICIPAÇÃO (%)
Atividades Culturais .....	3.642.35	1,97
Agropecuária .....	256.49	0,14
Fabricação de Equipamentos e Material Elétrico e Eletrônico.....	4.462.14	2,41
Fabricação de Automóveis, Caminhões, Ônibus e suas peças e acessórios e outros veículos.....	5.436.01	2,94
Serviços Industriais de Utilidade Pública (SIUP).....	15.306.63	8,28
Construção .....	1.074.24	0,58
Comunicações.....	8.507.32	4,6
Instituições Financeiras.....	19.118.03	10,34
Administração Pública.....	5.480.31	2,96
Outros.....	1.388.00	0,75
<b>Total.....</b>	<b>1.848.81</b>	<b>1</b>

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Outro aspecto extremamente relevante, revelado pela pesquisa, e que se pode constatar no quadro 4, refere-se ao salário médio pago na área cultural: em 1994, era quase 2 vezes superior à média do conjunto de todas as atividades econômicas do País. Era superior, ainda, aos salários de áreas tão importantes como saúde, construção e agropecuária.

Quadro 4: SALÁRIOS DA CULTURA EM COMPARAÇÃO COM OUTRAS ÁREAS DA ECONOMIA BRASILEIRA EM 1980 (EM CR\$ 1.000,00)

ATIVIDADES SELECIONADAS	PESSOAL OCUPADO	VALOR ADICIONADO	SALÁRIOS PAGOS	SALÁRIOS MÉDIOS
Agropecuária.....	14.913.107	1.137.890	220.440	14,78
Fabricação de Equipamento e Material Elétrico e Eletrônico.....	303.043	205.279	70.836	233,75
Fabricação de Automóveis, Caminhões, Ônibus e suas peças e acessórios e outros veículos.....	392.970	210.214	104.458	265,82
Serviços Industriais de Utilidade Pública (SIUP).....	251.189	192.669	87.109	346,79
Construção.....	3.526.836	829.689	318.750	90,38
Comunicações.....	165.483	98.485	42.599	257,42
Instituições Financeiras.....	740.478	974.062	297.628	401,94
Administração Pública.....	1.964.260	665.591	443.823	225,95
Atividades Culturais.....	320.069	128.267	46.581	145,53
Educação.....	1.743.273	344.302	273.916	157,13
Saúde.....	941.224	246.492	133.392	141,72
Outros.....	18.116.521	6.133.186	1.906.289	105,22
Total.....	43.378.453	11.166.126	3.945.821	90,96

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Para 1980, por exemplo, a pesquisa pôde ainda comparar a ocupação de mão de obra na área da cultura com as atividades de saúde e educação (públicas e privadas). Enquanto a cultura empregava 320 mil pessoas naquele ano, as atividades de saúde tinham um efetivo de cerca de 941 mil pessoas, e as de educação, de 1743 mil pessoas. Ou seja, o conjunto das atividades culturais mantinha, naquele ano, um volume de emprego equivalente a 33% e 17%, respectivamente, dessas outras duas importantes atividades.

Ainda com relação ao PIB da cultura, a pesquisa também mostrou que, em 1980, as atividades da área representavam cerca de 1% do total, contra 2,2% dos serviços de saúde e

3,1% dos serviços de educação. Por aí, pode-se observar a magnitude que as atividades culturais representam para a economia e a sociedade brasileiras. Deve-se observar que estão considerados apenas os serviços que compõem diretamente essas duas outras atividades, não estando contemplada, por exemplo, a indústria farmacêutica, no caso da saúde. O salário médio nas atividades culturais, na época, era ligeiramente superior ao dessas duas atividades e situava-se 73% acima da média da economia.

Quadro 5: ESTRUTURA DE PESSOAL OCUPADO, VALOR ADICIONADO AO PIB, SALÁRIOS PAGOS E SALÁRIO MÉDIO NA ECONOMIA BRASILEIRA EM 1980 - EM PORCENTAGEM (%)

ATIVIDADES SELECIONADAS	PESSOAL OCUPADO	VALOR ADICIONADO	SALÁRIOS PAGOS	SALÁRIOS
				EM RELAÇÃO À MÉDIA
Agropecuária.....	34.4	10.2	5.6	0.16
Fabricação de Equipamento e Material Elétrico e Eletrônico.....	0.7	1.8	1.8	2.57
Fabricação de Automóveis, Caminhões, Ônibus e suas peças e acessórios e outros veículos.....	0.9	1.9	2.6	2.92
Serviços Industriais de Utilidade Pública (SIUP).....	0.6	1.7	2.2	3.81
Construção.....	8.1	7.4	8.1	0.99
Comunicações.....	0.4	0.9	1.1	2.83
Instituições Financeiras.....	1.7	8.7	7.5	4.42
Administração Pública.....	4.5	6.0	11.2	2.48
Atividades Culturais.....	0.7	1.1	1.2	1.60
Educação.....	4.0	3.1	6.9	1.73
Saúde.....	2.2	2.2	3.4	1.56
Outros.....	41.8	54.9	48.3	1.16
Total.....	100.0	100.0	100.0	1.00

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

### Os Gastos Públicos em Cultura no Brasil: 1985-1995

O Estado brasileiro, isto é, a União, Estados e Municípios de capitais gastou, entre 1985-1995, a média anual per capita de R\$ 4,98 (Tabela 1.1 e Gráfico 1.1) com investimentos na cultura brasileira. Embora o procedimento seja sempre problemático (uma vez que, muitas vezes, cada pesquisador ou país adotam procedimentos diferentes para produzir a medida dos gastos per capita), uma comparação com a Grã Bretanha - um país onde usualmente o

Estado não é a principal fonte do financiamento da cultura -, mostra que lá se gastou, de 1979 a 1982, sempre menos de US\$ 5,00 per capita em cultura (Who's to Pay for the Arts? The International Search for Models of Support; Milton C. Cummings, Jr. e J. Mark Davidson Schuster; ACA Books; New York; p. 22).

Isso dá uma idéia da importância que os gastos públicos em cultura vem adquirindo no Brasil, embora, como se sabe o quadro de necessidades e carências ainda seja muito significativo, e muitas as resistências para se reconhecer a importância que a cultura tem para a qualidade de vida da sua população.

De fato, como pode-se concluir da Tabela 1, a seguir, os gastos públicos do Estado brasileiro como um todo, nos onze anos estudados, cresceram a uma média anual de 2,81%, sendo, nesse período, os estados da federação e municípios das capitais os principais responsáveis por isso.

Tabela 1: BRASIL - GASTOS PÚBLICOS COM CULTURA (\*). GOVERNO FEDERAL, ESTADOS E MUNICÍPIOS DAS CAPITAIS; PERÍODO 1985-1995 (em milhões de reais)

A N O	GASTO COM CULTURA - R\$1.000.000,00			POPULAÇÃO	GASTO PER CAPITA - R\$1,00		
	UNIÃO	ESTADOS E CAPITAIS	TOTAL	Milhões de Habitantes	UNIÃO	ESTADOS E CAPITAIS	TOTAL
1985	208	370	578	132	1,58	2,80	4,38
1986	254	442	696	135	1,88	3,30	5,16
1987	302	408	710	137	2,20	3,00	5,18
1988	279	345	624	140	1,99	2,50	4,46
1989	296	441	737	142	2,08	3,10	5,19
1990	197	538	735	145	1,36	3,70	5,07
1991	131	542	673	147	0,89	3,70	4,58
1992	222	729	951	149	1,49	4,90	6,38
1993	222	519	741	152	1,46	3,40	4,88
1994	213	620	833	154	1,38	4,00	5,41
1995	245	448	693	156	1,57	2,90	4,44
Total	2.572	5.402	7.974	1.589	1,63	3,39	5,01
Média Anual	234	491	725	144	1,62	3,40	5,02
Taxa Linear de							
Crescimento	-1,35%	6,08%	2,81%	1,83%	-3,23%	3,26%	0,69%

(\* ) Em vista da existência de superestimação dos valores para 1993 e subestimação para os valores de 1992, decorrentes de problemas na legislação contábil, optou-se por trabalhar com a média dos dois períodos.

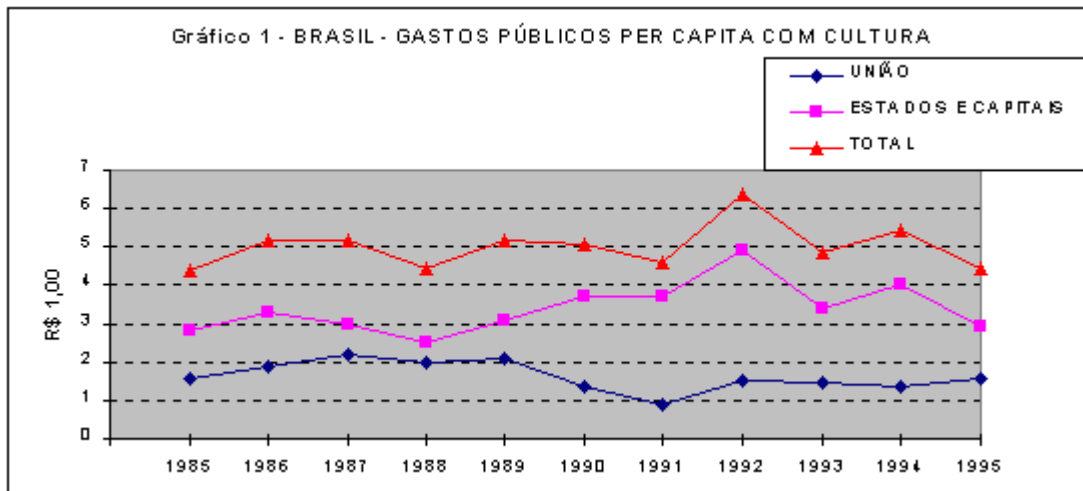
Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP), Centro de Estudos Históricas e Culturais

Como é possível observar da tabela 1, embora a taxa de crescimento anual de gastos públicos (União, Estados e Municípios) seja quase de 3% ao ano, os gastos do governo federal apresentam crescimento negativo e isso foi devido, fundamentalmente, à política do governo Collor, 1990-1992, de desobrigar o Estado com a cultura.

Com efeito, a despesa total com cultura do Estado brasileiro, isto é, governo federal, estados, Distrito Federal e capitais, atinge, de 1985 a 1995, a média anual de R\$ 725 milhões (Tabela 1), expressos a preços de dezembro de 1996. Deste total, o Governo Federal tem sido

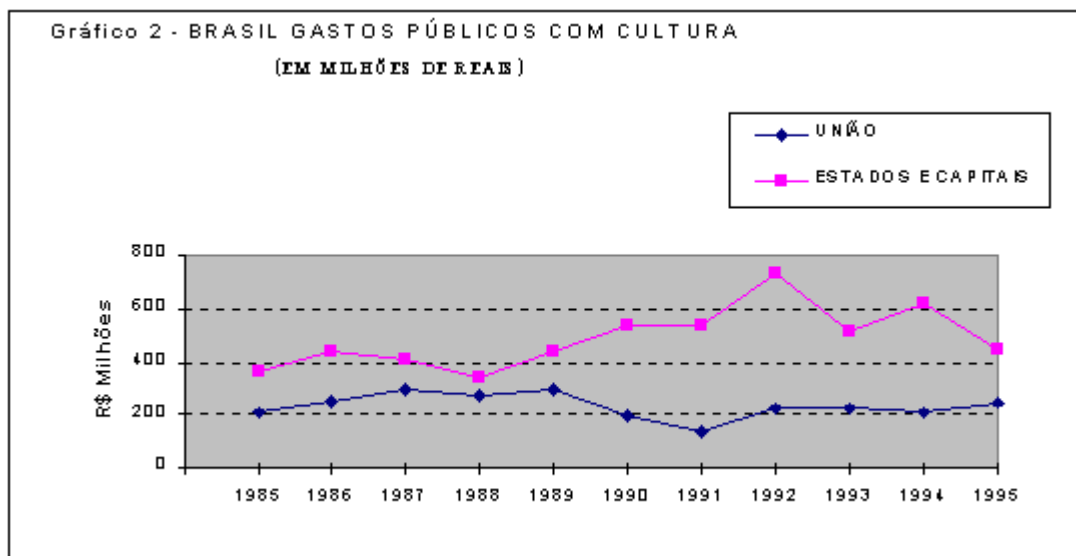
responsável, aproximadamente, por 32%, enquanto os Estados e Capitais representam, respectivamente, 50% e 17% do total geral (Gráfico 1.3); os estados e municípios das capitais, somados, realizaram, portanto, parcela significativa dos gastos com cultura no Brasil, média de 68% no período 1985-1995. Para o último ano da série histórica da pesquisa, o valor estimado de gastos públicos com cultura no Brasil atingiu cerca de R\$ 700 milhões, expressos a preços de dezembro de 1996.

GRÁFICO 1: BRASIL - GASTOS PÚBLICOS PER CAPITA COM CULTURA



Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

GRÁFICO 2: BRASIL - GASTOS PÚBLICOS COM CULTURA (EM MILHÕES DE REAIS)



Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

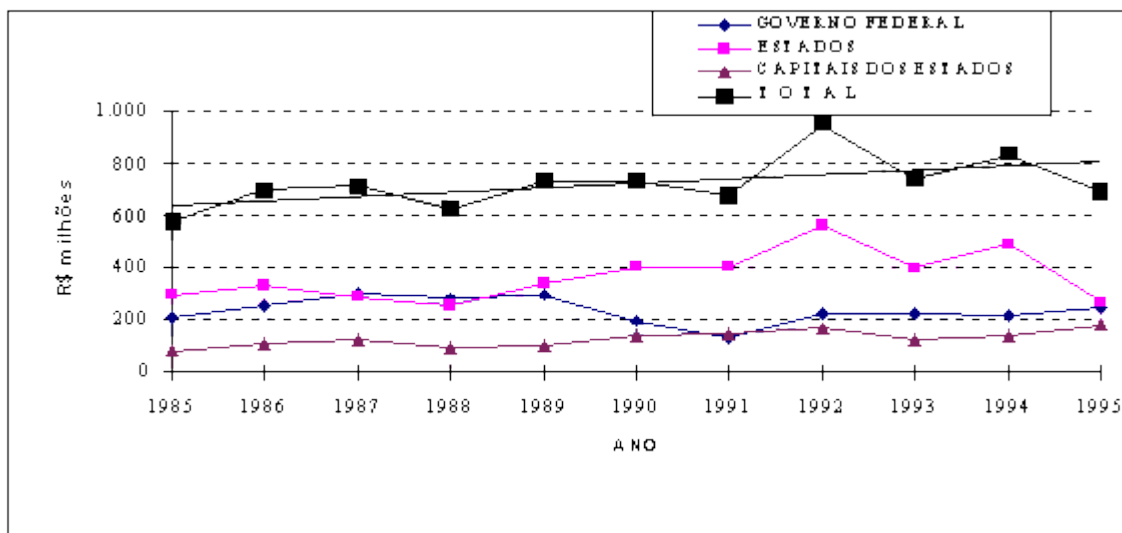
Tabela 2 : BRASIL - GASTOS COM CULTURA (1). GOVERNO FEDERAL, ESTADOS E MUNICÍPIOS DAS CAPITAIS; PERÍODO 1985-1995 (EM MILHÕES DE REAIS)

A N O	GOVERNO FEDERAL	ESTADOS	CAPITAIS DOS ESTADOS	T O T A L
1985	208	293	76	578
1986	254	334	108	696
1987	302	288	119	710
1988	279	250	96	625
1989	296	337	104	737
1990	197	403	135	735
1991	131	401	141	673
1992	222	564	164	951
1993	222	398	121	741
1994	213	486	134	833
1995	245	268	179	692
Totale m 11 Anos	2 571	4 022	1 378	7 971
M é dia Anual	234	366	125	725
Participação (%)	21	50,81	17,41	100,00
Taxa Linear de Crescimento:	-1,35%	4,82%	8,90%	2,81%

(1) A partir de 1992 foram incluídos os recursos do Tesouro Nacional utilizados como incentivo fiscal, através de Imposto de Renda não arrecadado, através das Leis de nº 8.313 (Rouanet) e nº 8.685 (Audiovisual). Em vista da existência de superestimação dos valores para 1993 e subestimação para os valores de 1992 - decorrentes de, problemas na legislação contábil - optou-se por trabalhar com as médias dos dois primeiros períodos.

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP), Centro de Estudos Históricos e Culturais

GRÁFICO 3: BRASIL - GASTOS COM CULTURA. GOVERNO FEDERAL, ESTADOS E MUNICÍPIOS DAS CAPITALS; PERÍODO 1985-1995 (EM MILHÕES DE REAIS)



Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Verifica-se que os Estados da federação brasileira apresentam comportamento de gastos crescentes até 1992, quando aplicam o maior volume de recursos, exatamente o oposto do ocorrido com o Governo Federal que, neste ano, apresenta o seu menor volume. A partir deste exercício, as aplicações dos estados entram em queda, até alcançar seu menor valor em 1995 (deve-se considerar que essa diminuição tem forte relação com a queda dos gastos do Estado de São Paulo que, no cômputo geral, representa um percentual bastante importante do conjunto dos gastos da esfera estadual), contrastando com a recuperação dos gastos do Governo Federal e dos Municípios, a partir de 1993. Apesar da queda ocorrida no final do período, os Estados apresentam, no entanto, uma taxa de crescimento médio anual, nos 11 anos da série (1985-1995), de 4,82%.

Por outro lado, para o conjunto dos municípios das capitais dos estados brasileiros, verificou-se que a política cultural é resultante de uma ação mais centralizada de governo, comparativamente a outras esferas de administração pública (federal e estadual), com a presença de menor número de órgãos de administração indireta. São Paulo e Rio de Janeiro, por exemplo, destacam-se, por terem uma atividade cultural mais consolidada e, também, bastante mais apoiada pelo poder público. Considerando-se o conjunto das 26 capitais, o

gasto média per capita (expresso em R\$ de dezembro de 1996 por habitante por ano) passa de 2,55 em 1985, para 4,08, em 1990, e 5,12, em 1995 (Diagnóstico dos Investimentos Culturais no Brasil - Módulo 1: Gastos Públicos com Cultura no Brasil 1985-1995 - Municípios das Capitais 1985-1995 - Volume 1 - Análise de Dados, p. 51).

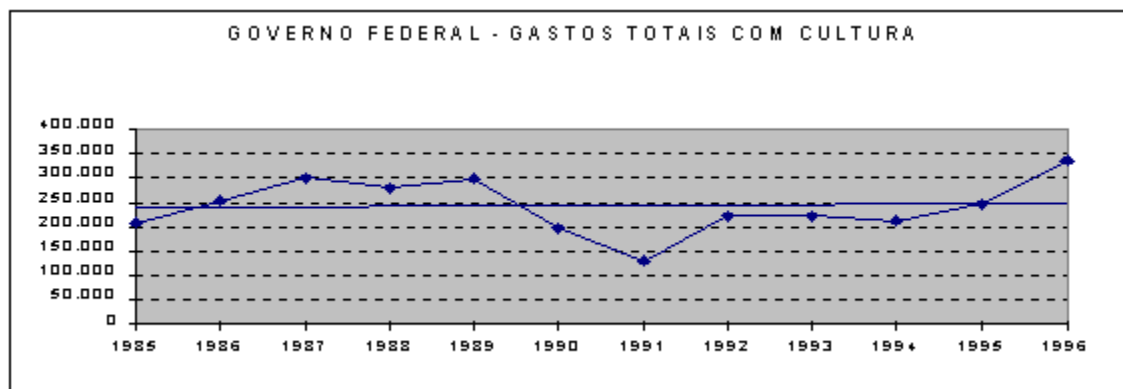
Para o conjunto dos 26 municípios das capitais de estados brasileiros, a despesa total realizada na execução do Programa 48, isto é, de Cultura, é estimada, em reais de dezembro de 1996, para 1985 em 76,5 milhões de reais, registrando um crescimento médio anual de 8,06% no período 1985-1995, alcançando, em 1995, 179,5 milhões de reais. Apenas oito municípios de capitais dos estados brasileiros - São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Belo Horizonte, Fortaleza, Curitiba, Recife e Porto Alegre - são responsáveis por 88,83% do gastos com Cultura do conjunto dos municípios de capital. (idem, p. 52).

O comportamento com gastos com cultura é, obviamente, sensível à capacidade financeira de cada esfera de governo. Conforme comprovado por vários estudos de receitas públicas, ocorreu uma sensível melhoria no volume dos recursos captados pelos principais municípios da Federação a partir da Constituição de 1988 (ib., p. 52). A par de conceder aos municípios uma repartição tributária mais favorável (CF, arts. 156 e 158), a Constituição estabeleceu como atribuição dos municípios “promover a proteção do patrimônio histórico-cultural local [...]” (CF, art. 30, IX).

Ao mesmo tempo, enquanto os Governos Federal e Estadual aportam volumes de recursos orçamentários em cultura bastante variáveis, a partir de 1989 as capitais dos estados apresentaram valores crescentes, pouco afastados da taxa de crescimento linear de 8,9%, revelando política mais estável de aplicação de recursos, apesar de que, em valor, correspondam a, aproximadamente, 1/5 do que aplicam os dois outros níveis do Estado; por isso, no conjunto, tem menor influência no comportamento do total de gastos com cultura realizados no País. Uma conclusão importante da pesquisa, então, é que os Estados e Municípios substituíram o Governo Federal quando este reduziu seus gastos com cultura no período estudado, e vice-versa, isto é, reduziram seus gastos quando o Governo Federal alocou maiores volumes de recursos.

O outro achado importante dessa pesquisa refere-se à evolução da despesa do Governo Federal. De 1985 a 1990 (Tabela 1), é clara a tendência estável, isto é, durante o Governo Sarney, quando oscilou de R\$ 208 milhões a R\$ 197 milhões. Em 1990 e, mais ainda depois, em 1991, ou seja, no início do Governo Collor, houve uma queda drástica - para R\$ 131 milhões, seguida de outra redução rediviva, em 1992, para R\$ 108 milhões. Com o Governo Itamar, os gastos voltaram a subir um pouco: R\$ 222 milhões em 1993, para depois alcançarem, em 1995, R\$ 245 milhões (Tabela 1 e Gráfico 1.4). Mas os gastos do governo federal voltam a crescer mesmo na administração FHC, como mostra a curva relativa a 1995-1996 no Gráfico 1.4. Aliás, só num aspecto, a alocação de renúncia fiscal (recursos do Tesouro Nacional utilizados como incentivo fiscal através de imposto de renda não-arrecadado, via Lei n. 8.313/91 (Lei Rouanet) e Lei n. 8.685 (Lei do Audiovisual), os gastos chegaram, em 1997, à cifra recorde de R\$ 138.545.181,71, que, comparados com os R\$ 598.152,58 de 1992, evidenciam a tendência de significativo aumento.

GRÁFICO 4: GASTOS PÚBLICOS COM CULTURA. GOVERNO FEDERAL; PERÍODO 1985-1994 (valores expressos em R\$ 1.000,00 de dezembro/96)



Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Com efeito, a tendência de crescimento dos gastos da União, como um todo, durante o governo FHC, consolida-se em 1.996, quando o volume de recursos alocados ultrapassou o maior índice atingido durante o governo Sarney e praticamente alcançou o maior índice registrado no governo de Itamar Franco. Por outro lado, mais importante, como se pode observar na tabela 3, em termos de aplicação direta de recursos pelo Ministério da Cultura, 1.996 é o ano de maior investimento para todo o período de 12 anos considerado, quando o

governo federal aplica, através da administração direta do Ministério da Cultura, R\$ 156.968.000,00 na área.

TABELA 3: GASTOS PÚBLICOS COM CULTURA (\*). GOVERNO FEDERAL; PERÍODO 1985-1996 (valores expressos em R\$ 1.000,00 de dezembro/96)

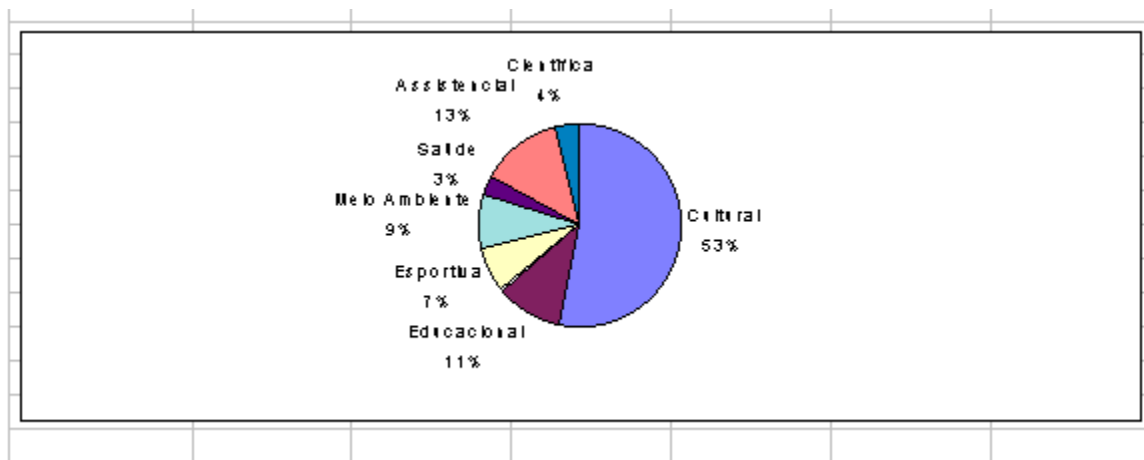
A N O	GOVERNO FEDERAL	ESTADOS	CAPITAIS DOS ESTADOS	T O T A L
1985	208	293	76	578
1986	254	334	108	696
1987	302	288	119	710
1988	279	250	96	625
1989	296	337	104	737
1990	197	403	135	735
1991	131	401	141	673
1992	222	564	164	951
1993	222	398	121	741
1994	213	486	134	833
1995	245	268	179	692
Total em 11 Anos	2.571	4.022	1.378	7.971
Média Anual	234	366	125	725
Participação (%)	21	50,81	17,41	100,00
Taxa Linear de Crescimento:	-1,35%	4,82%	8,90%	2,81%

(1) Para 1993, 1994 e 1995 os valores aplicados diretamente pelo Ministério são estimados. Para 1996, os valores aplicados por entidades supervisionadas pelo MEC são estimados. A partir de 1992 foram incluídos os recursos do Tesouro Nacional de incentivo fiscal, através de Imposto de Renda não arrecadado, segundo as Leis 8.313 (Rouanet) e 8.685 (Audiovisual).  
Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

### O Investimento em Cultura por Empresas Públicas e Privadas - 1990-1997

A participação da cultura em ações de comunicação e marketing, por empresas públicas e privadas, em 1997, ocupa o primeiro lugar, com 53% das preferências das empresas entrevistadas pela Fundação João Pinheiro, como mostra o gráfico abaixo, enquanto as demais áreas de investimento - assistencial, científica, educacional, esportiva, meio ambiente, saúde, turismo - não passam, cada uma, de 13%. Essa revelação consagra o marketing cultural como o meio mais importante, para as empresas, para divulgarem a sua marca.

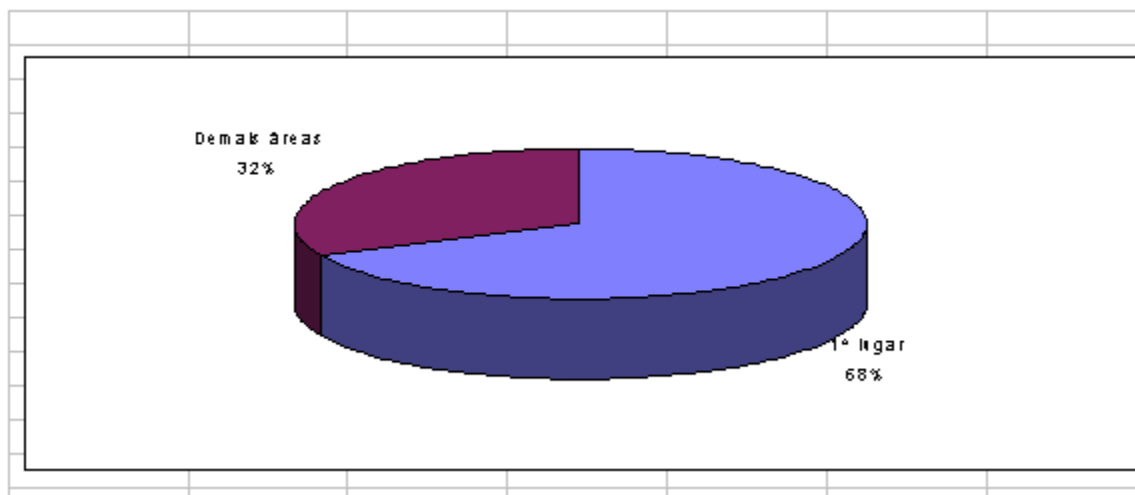
GRÁFICO 5: PREFERÊNCIA DAS EMPRESAS POR ÁREAS DE AÇÕES DE COMUNICAÇÃO - 1997



Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

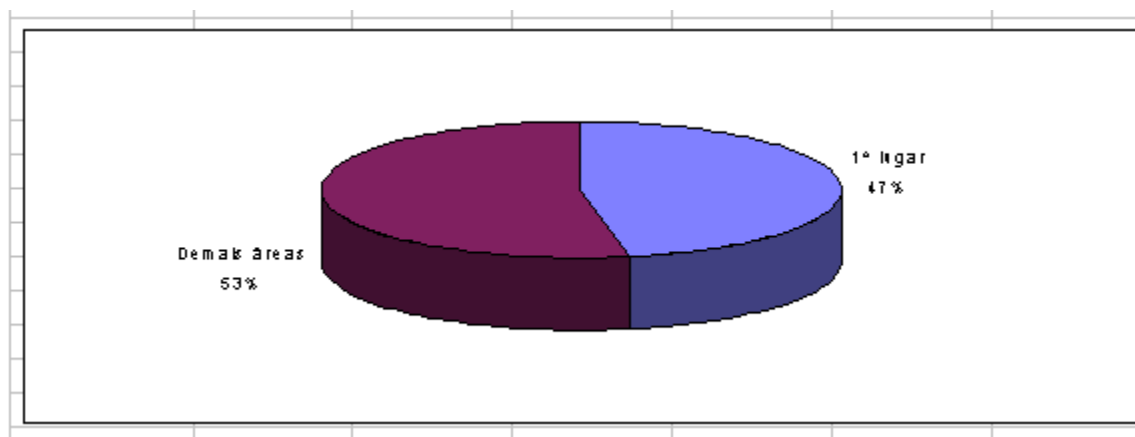
Analisando-se, a partir da pesquisa, o comportamento dos setores empresariais público e privado que têm a cultura como área preferencial de marketing, verifica-se, em seguida, que cerca de 68% das empresas públicas colocam-na em primeiro lugar, contra os 47% das privadas. Nota-se ainda que as últimas atuam num leque mais diversificado de áreas em suas ações de comunicação, ocorrendo, portanto, maior competitividade entre as áreas neste grupo de empresas.

GRÁFICO 6: IMPORTÂNCIA DA CULTURA NA COMUNICAÇÃO DAS EMPRESAS PÚBLICAS - 1997



Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

GRÁFICO 7: IMPORTÂNCIA DA CULTURA NA COMUNICAÇÃO DAS EMPRESAS PRIVADAS - 1997



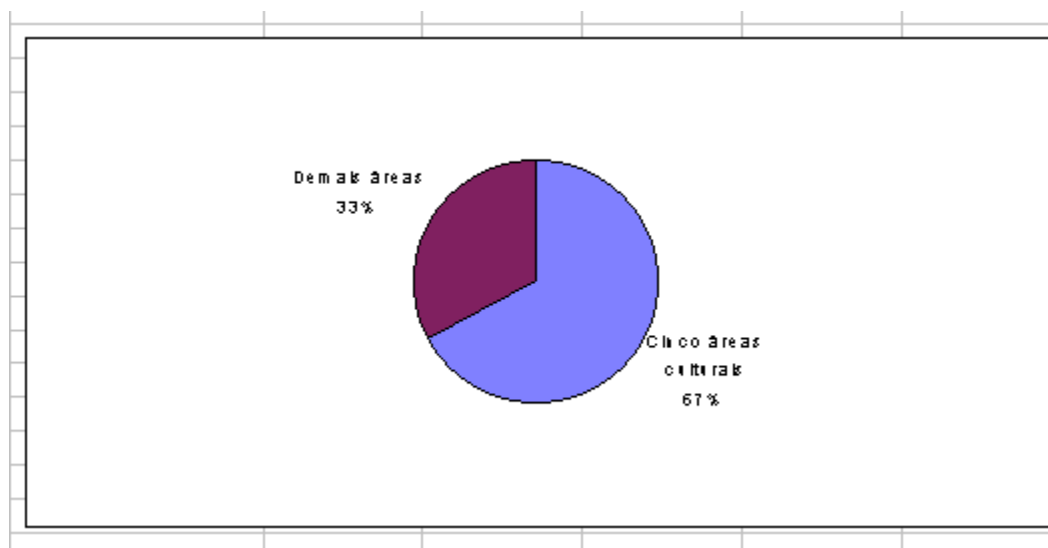
Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

A evolução do comportamento empresarial de investimento em cultura, nos últimos anos, após a modernização das leis de incentivo à cultura levada a efeito pelo governo FHC, foi influenciada pela política de parceria entre Estado, empresários e comunidade cultural, implementada pelos governos federal, estaduais e municipais.

A pesquisa de economia da cultura revelou, ainda, que à exceção de 1990 a 1991, quando o número de empresas investidoras permaneceu praticamente inalterado, é possível observar, a partir de 1992, um crescimento contínuo de empresas brasileiras que investem em cultura como ação de comunicação e marketing. Nos anos de 1995 e 1996, após o governo FHC ter aumentado o limite de descontos permitidos do imposto devido pela Lei n. 8.313/91 de 2 para 5% e de 1 para 3% pela Lei n. 8.685/93, o crescimento foi ainda maior do que nos anos anteriores - de 27% e 29%, respectivamente.

A pesquisa também evidenciou uma preferência do patrocínio empresarial em cinco áreas culturais: música, cinema/vídeo, patrimônio histórico e cultural, artes cênicas e produção editorial.

GRÁFICO 8: PREFERÊNCIA DE PATROCÍNIO EM CINCO ÁREAS CULTURAIS: MÚSICA, CINEMA/VÍDEO, PATRIMÔNIO HISTÓRICO E CULTURAL, ARTES CÊNICAS E PRODUÇÃO EDITORIAL



Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

### **LEIS DE INCENTIVO RESPONSÁVEIS POR GASTO EXPONENCIAL EM CULTURA**

O crescimento do número de projetos culturais patrocinados, no período de 1990 a 1997, foi fortemente influenciado pela legislação federal de incentivo à cultura (Lei n. 8.313/91 (Lei

Rouanet) e Lei n. 8.685/93 (Lei do Audiovisual)). Empresas tradicionalmente investidoras intensificaram seu patrocínio a partir da modernização e desburocratização destas leis, e outras passaram a investir desde então, segundo os empresários entrevistados.

Observando-se as taxas de crescimento anual dos investimentos empresariais em cultura, tem-se que as mais altas ocorreram nos anos 1992, 1994 e 1996, comportamento que se manteve elevado também em 1997. Em 1995, os valores dos projetos efetivamente patrocinados por intermédio dessas leis superaram aqueles relativos aos projetos que não se beneficiaram da legislação fiscal.

#### 1996 E 1997: MAIS DE 50% DE PATROCÍNIOS DOS ÚLTIMOS OITO ANOS

A pesquisa revelou, de modo claro, que as leis federais foram as mais utilizadas da legislação de incentivo, particularmente a Lei Rouanet, tendo viabilizado 83,5% dos projetos patrocinados no período em análise. Na seqüência, com cerca de 16% dos projetos apoiados, encontram-se as 12 leis estaduais e 17 leis de municípios de capital, em funcionamento sobretudo a partir de 1994.

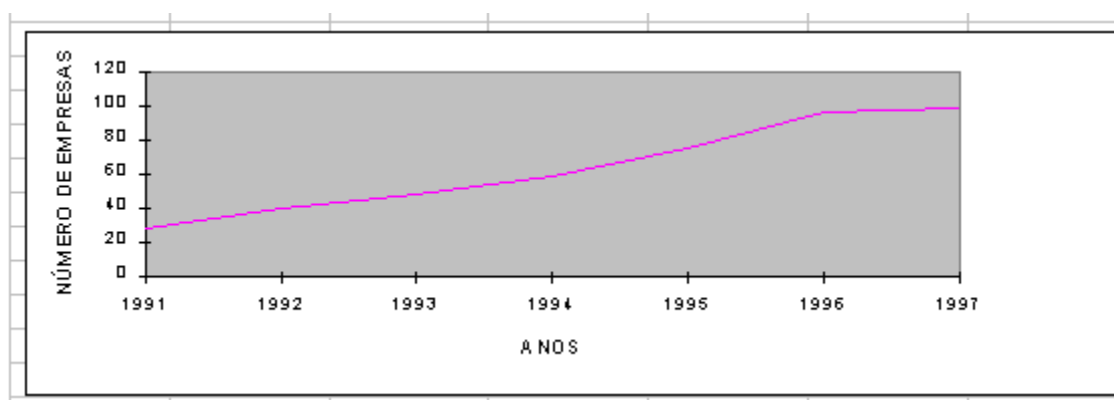
Estimando-se o número de projetos patrocinados em 1997, de acordo com as empresas consultadas, a partir da divisão do gasto com cultura estimado para esse ano (R\$ 147,4 milhões) pela média de gasto por projeto cultural no mesmo ano (R\$ 190,9 mil), chega-se a 772. Isso significa que, segundo a avaliação das grandes empresas consultadas, o total de projetos patrocinados no período de 1990 para 1997 sobe para 2.575, sendo que os dois últimos anos juntos passam a responder por 1.355, o que representa 52,6% do total de todo período analisado pela pesquisa do Ministério da Cultura. Isso corrobora a convicção de que a política de parceria do governo FHC está atraindo cada vez mais empresas a participarem do marketing cultural, tanto as que se utilizam das leis de incentivo, como as que não o fazem.

#### **CRESCIMENTO RECORDE DE PROJETOS PATROCINADOS**

No grupo formado pelas 111 grandes empresas brasileiras pesquisadas pela Fundação João Pinheiro, o investimento em cultura, nos últimos 8 anos, foi de R\$ 604 milhões. O

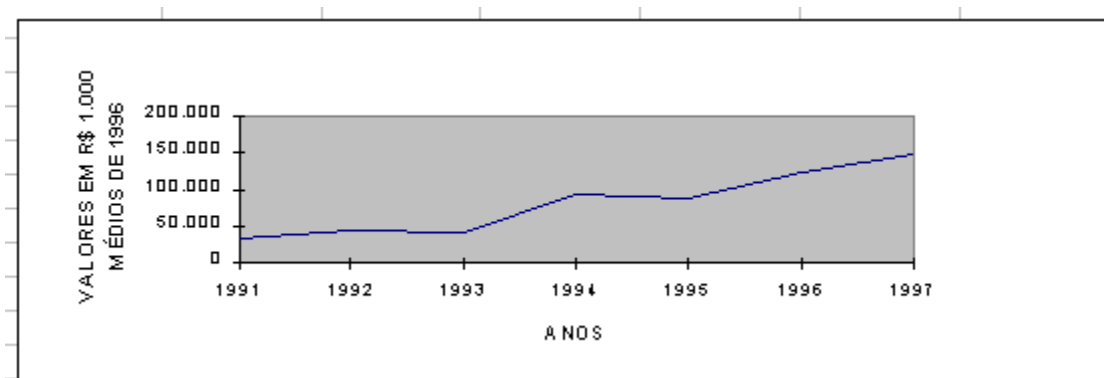
crescimento dos gastos neste período passou de R\$ 33 milhões, em 1990, para R\$ 147 milhões, em 1997, representando uma ampliação de 349%. O número de empresas investidoras em cultura, nesta amostra de 111 empresas, aumentou 267%, passando de 27, em 1990, para 99 empresas em 1997. O número de projetos culturais patrocinados apresentou um percentual de crescimento recorde, de 737%, muitas vezes maior que aquele apresentado pelo crescimento dos gastos com cultura e pelo número de empresas investidoras, indicando que as empresas começaram a investir mais recursos e que o montante acrescido foi distribuído por um número maior de projetos.

GRÁFICO 9: CRESCIMENTO DO NÚMERO DE EMPRESAS INVESTIDORAS EM CULTURA NO PERÍODO 1990-1997



Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

GRÁFICO 10: CRESCIMENTO DOS GASTOS COM CULTURA NO PERÍODO 1990-1997 (valores em R\$ 1.000 médios de 1996)



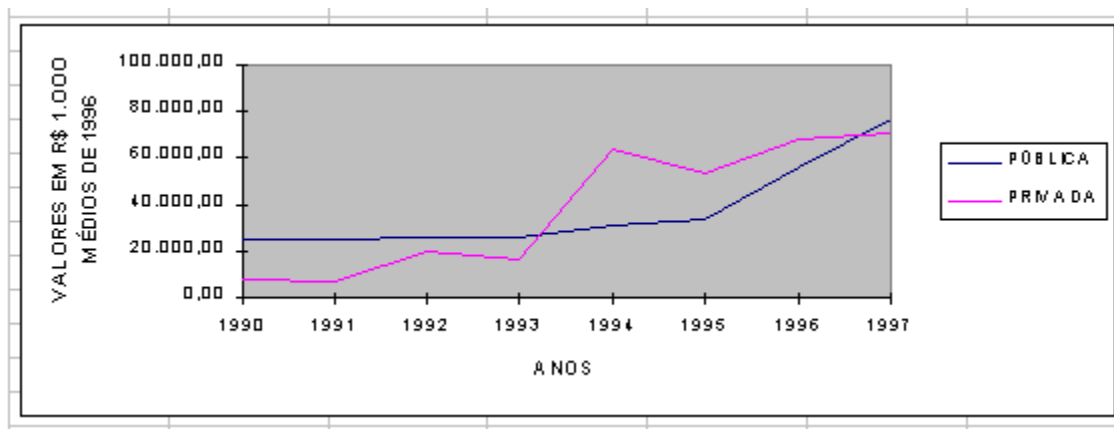
Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

## INSTITUIÇÕES PRIVADAS INVESTEM MAIS QUE AS PÚBLICAS

Embora tenham uma tradição mais longa de investimento em cultura, as empresas públicas apresentam crescimento constante pouco expressivo de 1990 até 1993, de R\$ 25 milhões ao ano, com taxas de crescimento anual variando entre 0,5% e 2,4%. Em 1994, o seu gasto com cultura cresceu 20% em relação ao ano posterior, saltando em 1996 para R\$ 56 milhões, o que representa uma taxa de crescimento de 67,6% em relação ao ano de 1995.

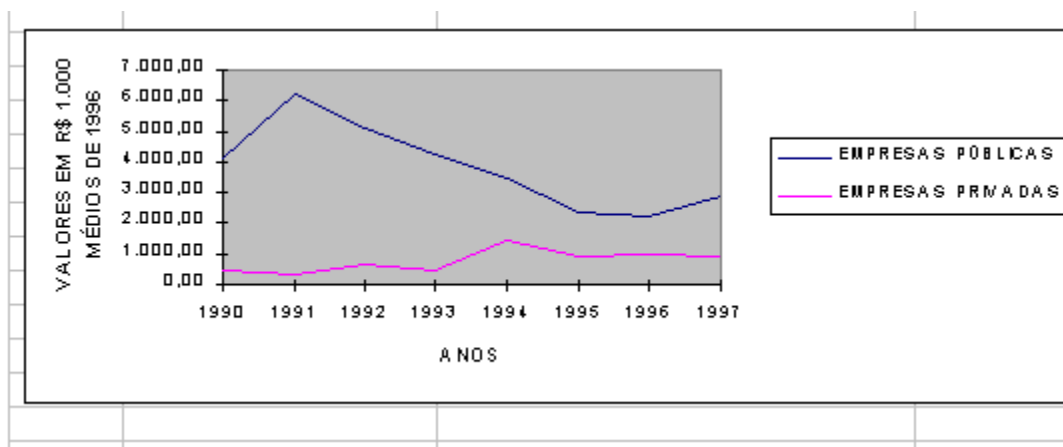
As empresas privadas, por seu lado, apresentaram crescimento oscilante dos gastos com cultura até 1993, variando entre R\$ 8 milhões e R\$ 19 milhões, inferior aos gastos efetuados pelas empresas públicas nesse período. Em 1994, no entanto, as empresas privadas apresentaram taxa recorde de crescimento anual de 280%. A partir dessa data, os gastos anuais dessas empresas variaram entre R\$ 53 milhões e R\$ 68 milhões, ficando acima dos investimentos culturais apresentados pelas empresas públicas no mesmo período.

GRÁFICO 11: CRESCIMENTO DOS GASTOS COM CULTURA, POR EMPRESAS PÚBLICAS E PRIVADAS – BRASIL – 1990-1997 (valores em R\$ 1.000 médios de 1996)



Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

GRÁFICO 12: MÉDIA DE GASTOS COM CULTURA PELAS EMPRESAS PÚBLICAS E PRIVADAS – BRASIL – 1990-1997 (valores em R\$ 1.000 médios de 1996)

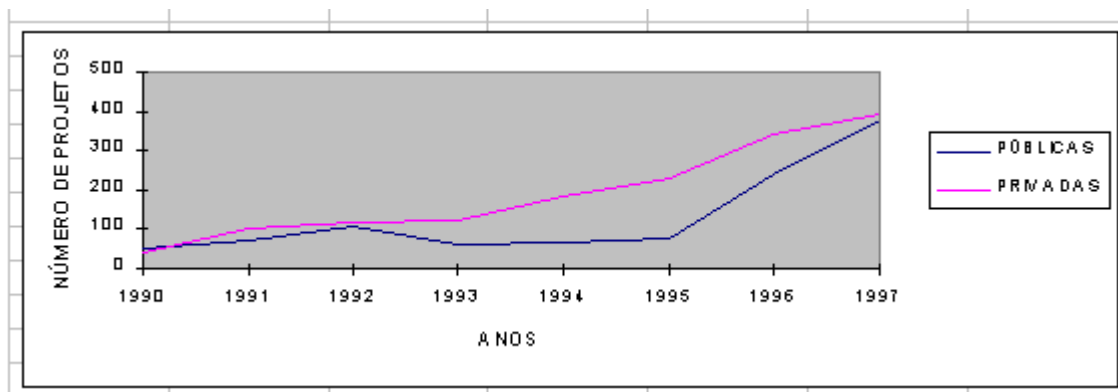


Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Ou seja, foi a partir de 1994 que os gastos com cultura das empresas privadas começaram a ultrapassar aqueles efetuados pelas empresas do setor público. Depois disso, com as mudanças na legislação de incentivo introduzidas no governo FHC, a tendência de crescimento aumentou ainda mais. As empresas públicas investidoras, embora sempre em número inferior ao de privadas, suplantaram os gastos com cultura dessas últimas até 1993.

Assim, houve um crescimento mais regular do número de projetos culturais patrocinados pelas empresas privadas do que o das empresas públicas. As primeiras patrocinaram, até 1994, uma média de 113 projetos culturais ao ano; as maiores taxas de crescimento do número de projetos incentivados pelas empresas privadas ocorreram nos anos de 1991, 1994 e 1996. As empresas públicas, por sua vez mantiveram, até 1995, um baixo número de projetos culturais incentivados, ou seja, 70 projetos ao ano, em média. A partir de 1996, por decisão política do presidente Fernando Henrique Cardoso e dos Ministérios da Cultura, Comunicações, Minas e Energia e outros, elas apresentaram uma taxa de crescimento recorde de 226%. A partir daí até 1997, as empresas públicas patrocinaram 619 projetos, o que significa 59% do total de projetos por elas patrocinados em todo o período analisado.

GRÁFICO 13: CRESCIMENTO DO NÚMERO DE PROJETOS CULTURAIS PATROCINADOS POR EMPRESAS PÚBLICAS E PRIVADAS – BRASIL – 1990-1997



Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

## GANHO DE IMAGEM INSTITUCIONAL

Os resultados da pesquisa do Ministério da Cultura permitem concluir que a saturação da publicidade convencional e a conseqüente busca de novas formas de comunicação empresarial que sejam capazes, de forma ágil e eficiente, de atrair um público consumidor mais exigente e diferenciado, fazem do investimento em cultura uma ferramenta com grande potencial de utilização por empresas públicas e privadas.

O mecenato, em realidade, é uma forma de humanizar a imagem das empresas. Os clientes não vêem apenas uma empresa e sim o seu lado humano. Investir em cultura significa estar presente em lugares de muito público; estar associado a momentos de emoção, com ações ligadas, por exemplo, às artes plásticas, a pintores de renome, cujo mercado consumidor tem bastante capacidade aquisitiva.

Os principais aspectos motivadores para o investimento em cultura, apresentados pelas empresas pesquisadas, foram: ganho de imagem institucional (65,04%), agregação de valor à marca da empresa (27,64%), reforço do papel social da empresa (23,58%) e benefícios fiscais (21,14%) (os percentuais expressam respostas múltiplas e não excludentes).

## QUADRO 6: MOTIVAÇÕES DAS EMPRESAS AMOSTRADAS PARA INVESTIMENTO EM CULTURA \*

MOTIVO	%
1. Ganho de imagem institucional	65,04
2. Agregação de valor à marca da empresa	27,64
3. Reforço do papel social da empresa	23,58
4. Benefícios fiscais	21,14
5. Retorno de mídia	6,5
6. Aproximação do público alvo	5,89
7. Outro	3,25
8. Não citou	11,38

\*Resultados de respostas múltiplas e não excludentes

Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP)

Investir em cultura é, portanto, uma forma de criar uma proteção invisível a favor da imagem das empresas. O apoio à cultura expressa muito bem a face que elas querem projetar de compromisso com a comunidade. Passa a imagem de agente econômico moderno, que está inserido na sociedade e considera os seus valores. A cultura, então, é uma excelente área para formar imagem. Oferece muitas possibilidades e pode atingir muitos segmentos do mercado consumidor.

As leis federais de incentivo (Lei Rouanet e do Audiovisual) estimulam as empresas a participarem de forma mais ativa dessas possibilidades, desenvolvendo a área cultural, gerando renda e criando mais empregos diretos e indiretos. Isso reforça a compreensão de que o investimento privado e público em cultura não é gasto, mas ganho em qualidade de vida da população e avanço em termos de desenvolvimento. Trata-se, em realidade, de uma outra face do desenvolvimento, a sua face humana, tornada possível pela afirmação da identidade daqueles que compartilham a mesma cultura.

Presidente da República  
Fernando Henrique Cardoso

Ministro da Cultura  
Francisco Weffort

Secretária Executiva  
Maria Delith Balaban

Secretário de Apoio à Cultura  
José Álvaro Moisés

Secretário de Política Cultural  
Ottaviano de Fiore

Secretário para o Desenvolvimento Audiovisual  
Moacir de Oliveira

Secretário de Intercâmbio Cultural  
Antônio Humberto F. Braga

Presidente do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional  
Glauro Campello

Presidente da Fundação Biblioteca Nacional  
Eduardo Portella

Presidente da Fundação Casa de Rui Barbosa  
Mário Brockmann machado

Presidente da Fundação Nacional de Arte  
Márcio de Souza

Presidente da Fundação Cultural Palmares  
Dulce Pereira

1998