



# Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2009-2020

# SIIC

ISBN 978-65-80162-00-2  
© IBGE, 2021

O Sistema de Informações e Indicadores Culturais - SIIC<sup>1</sup>, com período de referência 2009-2020, chega à sua quinta edição. Inclui estatísticas de cultura, que são instrumentos para compreender essa dimensão relevante da vida das pessoas, relacionada ao entretenimento, ao lazer, à socialização e, finalmente, à economia. A cultura é um setor gerador de renda e emprego.

O projeto foi iniciado em 2004 com uma parceria entre o IBGE e o então Ministério da Cultura. Cabe destacar que, inicialmente concebido como uma ferramenta com vistas a uma conta-satélite de cultura, o SIIC serve atualmente ao propósito de retratar o setor, ser instrumento para elaboração de políticas públicas, subsidiar decisões de investimento públicas e privadas, estudos acadêmicos etc. Trata-se de um compilado de informações relevantes para atores de diferentes naturezas.

O recorte de cultura abordado aqui é o mesmo utilizado na edição anterior, publicada em dezembro de 2019 (com referência a 2007-2018) no que tange a atividades, ocupações e produtos. Da mesma forma, mantém como quadro orientador o Marco Referencial para as Estatísticas Culturais (Framework for Cultural Statistics - FCS) da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - UNESCO<sup>2</sup>).

Algumas fontes utilizadas aqui se prestam a uma análise de mais curto prazo, muito relevante nesse momento, para dar conta dos efeitos da pandemia de COVID-19; outras permitem delinear a estrutura do setor, viabilizando comparações em um horizonte de dez anos.

Além de atualizar e aprofundar temas, duas inovações se destacam no SIIC 2009-2020: o formato de informativo e a inclusão de estimativas da pesquisa Regiões de Influência das Cidades - REGIC, do IBGE, no que tange à atratividade para atividades culturais. Em seu portal na Internet, consta, ainda, um plano tabular detalhado, com desagregações que possibilitam a exploração dos usuários sob diferentes perspectivas.

<sup>1</sup> Por decisão editorial, a publicação é divulgada em duas partes. A primeira parte corresponde a este informativo, que destaca os principais resultados da pesquisa, e é disponibilizado tanto em meio impresso como em meio digital (formato PDF) no portal do IBGE na Internet. A segunda é constituída pelo documento de Notas técnicas, que traz considerações de natureza metodológica sobre o levantamento e é veiculada apenas em meio digital (formato PDF) no portal do IBGE na Internet, no endereço: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/cultura-recreacao-esporte/9388-indicadores-culturais.html>>.

<sup>2</sup> Para mais informações, consultar: UNESCO INSTITUTE FOR STATISTICS. *The 2009 UNESCO framework for cultural statistics (FCS)*. Montreal: UIS, 2009. 98 p. Disponível em: [http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en\\_0.pdf](http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf). Acesso em: nov. 2021.

### Setor cultural CEMPRE 2019

**6,5%** das empresas **3,8%** dos ocupados

Sector mais dinâmico | Design e serviços criativos **↑92%** empresas em 10 anos

### Mercado de trabalho PNAD Contínua 2020

Perfil dos ocupados

Com ensino superior **31%**

Mulheres **50%**

Pretos ou pardos **44%**

Trabalhador por conta própria **42%**

---

### Dados econômicos PIA-Empresa, PAC, PAS - 2019

Receita líquida (1) **R\$ 608 bilhões** | Valor adicionado **R\$ 256 bilhões**

(1) Proxy de faturamento.

---

### Despesa familiar com cultura (R\$/mês) POF 2017-2018

Total	Urbano	Branços	Sem instrução
<b>291,18</b>	<b>318,59</b>	<b>373,85</b>	<b>87,32</b>
	Rural	Pretos ou pardos	Superior completo
	<b>119,58</b>	<b>212,14</b>	<b>704,18</b>

---

### Acesso à Internet e telefone celular PNAD Contínua 2019

Dos usuários de Internet... **96%** Enviaram mensagem de texto ou voz | **91%** Conversaram por voz ou vídeo | **89%** Assistiram vídeos | **62%** Acessaram e-mail

---

### Consumo de serviços e produtos culturais IPCA 2017-2018

Importância na nova cesta do IPCult | Serviços de telefonia, TV por assinatura e Internet **60,8%** | Despesas com serviços culturais **11,9%** | Artigos de residência **11,3%**

---

### Gastos públicos APU 2020

Despesa em cultura **R\$ 9,8 bilhões**

Esfera administrativa (%)

Federal	Estadual	Municipal
12,9	36,8	50,3

### Atratividade cultural REGIC 2018

Cidades com maior atratividade específica para atividades culturais

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas e Diretoria de Geociências.

## Atividades formalmente constituídas

O Cadastro Central de Empresas - CEMPRE, do IBGE, dispõe de informações cadastrais e econômicas de empresas e outras organizações formalmente constituídas<sup>3</sup> no País. Ele permite traçar um perfil das entidades classificadas em 72 classes da Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE 2.0, consideradas parte do setor cultural, e compará-las com o total do CEMPRE<sup>4</sup>.

### Principais indicadores do setor cultural, em comparação com o total do CEMPRE

Variáveis	2019		Participação da cultura no CEMPRE (%)	
	Setor cultural	CEMPRE	2009	2019
Empresas e outras organizações	338 674	5 239 249	7,8	6,5
Pessoal ocupado total	2 028 803	53 220 285	4,2	3,8
Pessoal ocupado assalariado	1 560 253	46 214 846	3,5	3,4
Salários e outras remunerações (R\$ bilhões)	73,50	1820,60	4,4	4,0
Salário médio mensal (R\$)	3 595,26	2 975,74	..	..

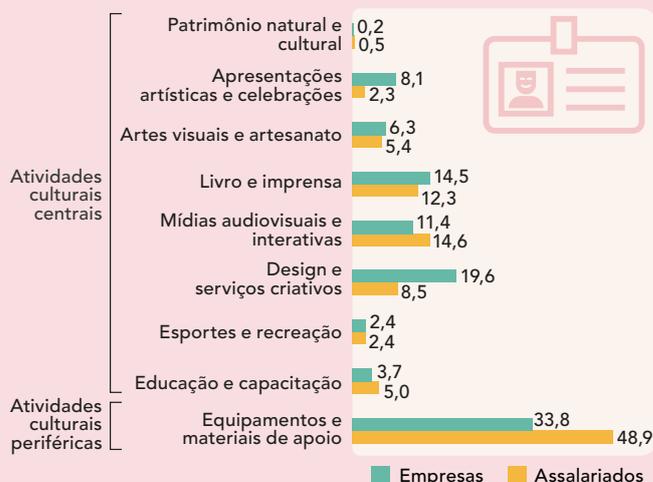
Fonte: IBGE, Cadastro Central de Empresas 2009/2019.

Em 2019, cerca de 338,7 mil organizações atuaram nas atividades do setor cultural e corresponderam a 6,5% do total das organizações formais. Essas organizações (sobretudo empresas) ocuparam 2,0 milhões de pessoas em 31 de dezembro, sendo cerca de 1,6 milhão de assalariados, ou seja, 3,4% do pessoal ocupado assalariado no País. Houve perda de participação do setor na comparação com 2009, quando a cultura representava 7,8% das empresas e 3,5% dos assalariados. Salários e outras remunerações somaram R\$ 73,5 bilhões em 2019, resultando em um salário médio mensal de R\$ 3 595, ficando 21% acima da média para o total do CEMPRE.

Quando analisadas por porte, as organizações com 0 a 4 pessoas ocupadas representaram 79,9% do total, embora empregassem apenas 6,6% de todos os assalariados do setor cultural. Já as organizações de maior porte, com 500 ou mais pessoas ocupadas, apesar de representarem apenas 0,1% do total de organizações, ocuparam 29,1% dos assalariados. Na comparação com 2009, observa-se que as organizações com até 4 pessoas perderam representatividade no total do setor cultural, pois em 2009, elas representavam 82,5% das organizações e ocupavam 7,8% do total de assalariados.

Para explorar os domínios culturais, tais como definidos no Marco da UNESCO, as atividades consideradas culturais foram classificadas como centrais (letras A, B, C, D, E, F, H, domínio transversal Educação e capacitação) e periféricas (domínio transversal Equipamentos e materiais de apoio), compondo dois conjuntos: atividades culturais centrais e atividades culturais periféricas.

### Distribuição de empresas e pessoal ocupado assalariado na cultura, segundo os domínios (%)



Fonte: IBGE, Cadastro Central de Empresas 2019.

As atividades econômicas dentro do conjunto atividades culturais centrais respondem pela maioria das organizações e dos assalariados nesse setor, 66,2% e 51,1% do total, respectivamente, e pagaram R\$ 2 840 mensais, em média. Enquanto as atividades culturais periféricas incluíram o restante das organizações (33,8%) e dos assalariados (48,9%), mas com remuneração média maior, de R\$ 4 366 mensais.

Em uma década, Equipamentos e materiais de apoio foi o domínio que mais contribuiu para a queda de 10,3% do número de organizações no setor cultural, com a redução de 40,2 mil empresas, tendo a CNAE 2.0 *Comércio varejista especializado de equipamentos e suprimentos de informática*<sup>5</sup> importante papel na queda do setor. Já nas atividades culturais centrais, o comportamento foi bastante heterogêneo: enquanto as atividades no domínio Livro e imprensa perderam 26,7 mil organizações (-35,2%), no mesmo período, as do domínio Design e serviços criativos ganharam 31,7 mil (crescimento de 91,9%), tornando-se o domínio com maior número de organizações (19,6% do total da cultura). Em termos de assalariados, Mídias audiovisuais e interativas teve maior participação em 2019 (14,6%), com crescimento na década de 29,3% de assalariados e, ainda, teve em 2019 o segundo maior salário médio mensal (R\$ 4 139).

<sup>3</sup> São consideradas formalmente constituídas as pessoas jurídicas inscritas no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ, da Secretaria Especial da Receita Federal. Ressalta-se que o CEMPRE não contempla os Microempreendedores Individuais - MEI, em razão de nem todos eles serem obrigados a declarar a Relação Anual de Informações Sociais - RAIS, principal fonte de registro administrativo utilizado na atualização do CEMPRE.

<sup>4</sup> As comparações com o CEMPRE são realizadas apenas com o universo das organizações consideradas ativas. Ainda, por simplicidade, o termo Cadastro é usado como sinônimo de CEMPRE.

<sup>5</sup> Essa atividade se refere à classe CNAE 2.0 47.51-2 - *Comércio varejista especializado de equipamentos e suprimentos de informática*.

Analisando os domínios que compõem o setor cultural, os três em que as mulheres mais predominaram foram Educação e capacitação (68,4%), Artes visuais e artesanato (64,2%) e Livro e imprensa (53,2%). Já os homens estiveram mais presentes em Mídias audiovisuais e interativas (63,2%), Equipamentos e materiais de apoio (62,2%) e Apresentações artísticas e celebrações (57,4%).

De um modo geral, as mulheres ganharam menos do que os homens. Enquanto eles receberam, em média, R\$ 4 139 ao mês em 2019, elas, R\$ 2 910. Apenas em dois domínios elas ganharam mais: Patrimônio natural e cultural e Apresentações artísticas e celebrações.

Quanto à escolaridade, no setor cultural, 32,2% dos assalariados tinham nível superior em 2019; no CEMPRES, 23,1%. Quando se analisa por domínios culturais, verifica-se importante heterogeneidade: apenas 9,3% dos assalariados em Artes visuais e artesanato e 10,0% em Esportes e recreação eram de nível superior, em Patrimônio natural e cultural e Educação e capacitação eles representaram 42,4% e 41,5%, respectivamente.

Para análise regionalizada, que também mostra heterogeneidade, não se utiliza o número de organizações, mas de unidades locais (recorte a partir dos endereços de atuação, que inclui, por exemplo, as filiais). Na cultura, em 2019, unidades locais eram 6,3% do total de unidades locais do CEMPRES. No Estado do Rio de Janeiro, 8,0% das unidades locais eram do setor cultural, maior concentração verificada. Outras três Unidades da Federação também registraram participação acima da média nacional: Distrito Federal (7,7%), São Paulo (7,6%) e Roraima (6,4%). Já as menores participações estavam em Piauí (4,3%), Pará (4,5%) e Tocantins (4,6%). Também merece destaque o fato de que, em uma década, essa participação reduziu para todas as Unidades da Federação, exceto Ceará, que saiu de 5,1% para 5,3% e Piauí, que se manteve em 4,3%.

Os dados também apontam, em linha com o que acontece com todo o CEMPRES, uma mudança estrutural ao longo da década, entre capitais e não capitais, e do perfil da mão de obra do setor cultural.

Em 2009, 55,6% do pessoal ocupado assalariado estava nas capitais e, em 2019, reduziu para 50,8%. Essa redução foi ainda maior para algumas Unidades da Federação (ex: Amapá, Ceará e Alagoas).

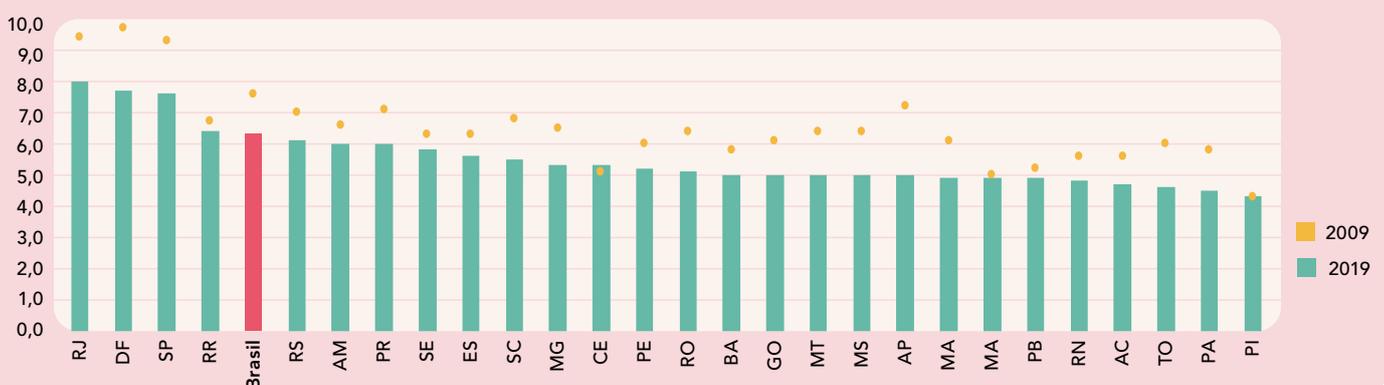
A participação do setor cultural no CEMPRES também foi analisada para os Municípios com 150 mil habitantes ou mais. Destacam-se três com maior participação, em 2019, do pessoal ocupado assalariado do setor cultural no total do CEMPRES: Hortolândia (São Paulo) (16,1%), Barueri (São Paulo) (9,9%) e Maricá (Rio de Janeiro) (8,8%).

Em complemento a esse retrato do setor, o estudo do IBGE que trata da Demografia das Empresas permite avaliar a dinâmica de entrada e saída das empresas, bem como o desempenho delas, por meio da taxa de sobrevivência. Em 2019, as taxas de entrada e saída das empresas do setor cultural foram 22,2% e 16,2%, respectivamente, valores semelhantes aos encontrados no CEMPRES. Quanto à sobrevivência, daquelas nascidas de 2008 a 2014, em média, apenas 38,5% sobreviveram no quinto ano de vida. No total do CEMPRES essa taxa foi de 40,5%.

Ao se analisar os domínios culturais, observam-se características bem distintas entre eles. Os domínios mais dinâmicos, ou seja, com maiores taxas de entrada e saída, em 2019, foram Design e serviços criativos (57,3% entrada e 32,8% saída) e Mídias audiovisuais e interativas (29,0% e 18,8%). Com relação à capacidade de sobrevivência, Educação e capacitação destaca-se com 48,5% das empresas sobrevivendo após o quinto ano de vida. Em contraste, o domínio com a menor taxa de sobrevivência foi Esportes e recreação, 27,8%, ou seja, em média, apenas 1 a cada 4 empresas nascidas de 2008 a 2014 sobreviveram após cinco anos em operação.

Por fim, um indicador relacionado ao empreendedorismo e a geração de emprego é o de empresas de alto crescimento<sup>6</sup>. Em 2019, o setor cultural apresentou 1 621 empresas de alto crescimento, isto é, 6,5% do total das empresas de alto crescimento, o que representa um ganho de participação em comparação a 2009, quando a proporção era 5,1%. Em relação aos domínios culturais, sobressaiu Mídias audiovisuais e interativas como o setor com mais empresas de alto crescimento (9,6%).

**Participação das unidades locais do setor cultural no total do CEMPRES (%)**



Fonte: IBGE, Cadastro Central de Empresas 2009/2019.

<sup>6</sup> Para mais informações sobre empresas de alto crescimento, ver **Glossário** nas Notas Técnicas.

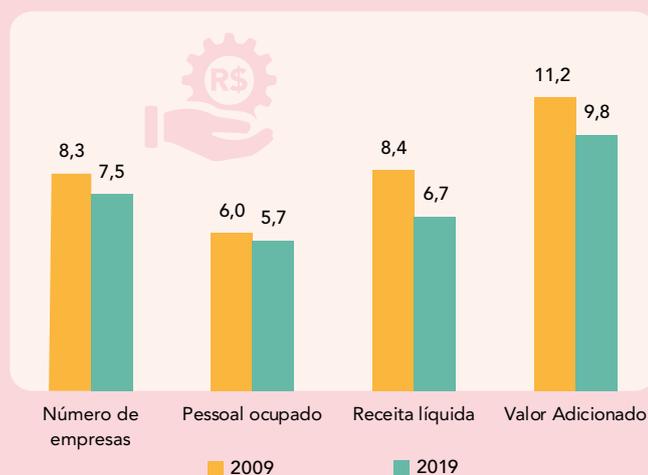
## Pesquisas estruturais em empresas

As pesquisas estruturais do IBGE, Pesquisa Industrial Anual-Empresa - PIA-Empresa, Pesquisa Anual de Comércio - PAC e Pesquisa Anual de Serviços - PAS trazem mais detalhamento do que o CEMPRE, mas abarcam um universo menor de empresas. As pesquisas estruturais incluem estimativas de receitas, custos, valor adicionado<sup>7</sup>, entre outros, para indústria de transformação, comércio e serviços não financeiros.

Estimou-se, em 2019, que as empresas do setor cultural representavam 7,5% do universo considerado, com 5,7% do total de pessoas ocupadas. Em relação a 2009, o setor cultural encolheu na representatividade dessas variáveis, uma vez que os percentuais eram 8,3% e 6,0%, respectivamente.

Tomando a variável receita líquida como referência de faturamento, tem-se um total de R\$ 608 bilhões apurado pelas empresas classificadas nas atividades culturais em 2019, o que correspondeu a 6,7% do total faturado pelo universo das pesquisas. Em relação ao valor adicionado pelas atividades culturais, atingiu-se um montante de R\$ 256 bilhões em 2019, o equivalente a 9,8% do total de riqueza criada pelos setores econômicos considerados. Esses resultados evidenciam a perda de importância do âmbito cultural dentro da economia brasileira entre 2009 e 2019, detectados no número de empresas e emprego, sendo que, no caso da receita e do valor adicionado, a perda de participação foi ainda superior, já que a queda foi de 1,7 ponto percentual (p.p.) e 1,4 p.p., respectivamente.

### Participação das atividades associadas ao setor cultural no total das atividades cobertas pelas pesquisas estruturais em empresas do IBGE (%)



Fonte: IBGE, Pesquisa Industrial Anual-Empresa 2009/2019; Pesquisa Anual de Comércio 2009/2019; e Pesquisa Anual de Serviços 2009/2019.

Nota: Consideraram-se os resultados apurados para a indústria de transformação, o comércio e os serviços não financeiros selecionados.

<sup>7</sup> O valor adicionado é uma medida do quanto foi acrescentado pela empresa na economia durante aquele ano, porém não se iguala ao Produto Interno Bruto - PIB, já que não considera variáveis e tratamentos necessários para a consolidação desse indicador.

A perda de importância pode ser melhor caracterizada através da observação do setor cultural de forma segmentada, a partir dos domínios que compõem o conjunto atividades culturais centrais e o conjunto atividades culturais periféricas. A seguir, esse enfoque será aplicado na análise do valor adicionado.

Nota-se que a importância econômica do setor cultural está mais concentrada no grupo das atividades culturais periféricas, que geraram 67,0% do total do valor adicionado cultural em 2019, aumentando sua participação em 0,8 p.p. na comparação com 2009. Essa parte periférica, representada pelo domínio Equipamentos e materiais de apoio, abrange atividades econômicas que agregam, em uma mesma classificação, as consideradas propriamente culturais e outras não necessária ou exclusivamente vinculadas à cultura.

Cabe destacar, dentro desse domínio, a classe de atividade CNAE 2.0 *Telecomunicações por fio, sem fio e por satélite*, que se destaca como principal geradora de valor adicionado dentro do setor cultural, com participação de 29,6% em 2019, a despeito de significativa perda de importância em relação a 2009, quando representava 36,4%. Essa queda de participação pode estar relacionada ao surgimento de novos modelos de negócios, que ampliaram a concorrência, forçando a queda nos preços praticados e diminuição de faturamento por parte das empresas do setor.

Também é relevante mencionar, dentro desse domínio periférico, outras duas atividades que aumentaram sua participação no período de 10 anos considerado, minimizando os efeitos da forte retração de telecomunicações dentro do domínio. A primeira delas, a atividade de Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador – que inclui a criação e a manutenção de aplicativos para celular e atividades de *web design* –, correspondia a 17,4% do total do conjunto de atividades periféricas em 2019, com ganho de 6,2 p.p. em comparação com 2009, mantendo a segunda maior participação no total do valor adicionado cultural. A segunda atividade é Tratamento de dados, hospedagem na Internet e outros serviços relacionados, que aumentou em 1,8 p.p. sua participação no valor adicionado cultural total, atingindo 5,6% em 2019, o suficiente para lhe garantir o terceiro lugar entre todas as atividades culturais no período.

Em outro sentido, isto é, tomando como referência as atividades culturais centrais, formadas por aqueles setores que possuem uma relação mais estreita com o âmbito cultural, observa-se perda de 0,8 p.p. de participação, atingindo-se em 2019 uma contribuição de 33,0% no total do valor adicionado cultural.

A análise do conjunto atividades culturais centrais também mostra heterogeneidade. O domínio Mídias audiovisuais e interativas aumentou em 0,6 p.p. sua relevância dentro do âmbito cultural, mantendo-se como a segunda maior participação (14,8% em 2019). Nesse domínio, destaca-se a atividade de Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na Internet – que inclui redes sociais e serviços de *streaming* – com 3,1% do valor adicionado cultural em 2019, enquanto, em 2009, essa par-

ticipação era inferior a 0,5%. Ainda dentro desse domínio, é relevante o crescimento da classe da CNAE 2.0 *Outras atividades de telecomunicações*, que abrange provedores que possibilitam o acesso doméstico e empresarial à Internet, e que gerou 3,9% do valor adicionado da cultura em 2019, ganhando 1,5 p.p. em relação a 2009. O crescimento dessas duas atividades foi suficiente para se sobrepôr à perda de importância em relação ao total do valor adicionado cultural, observada de 2009 para 2019, de duas importantes atividades pertencentes a esse domínio: Atividades de televisão aberta (de 5,0% para 3,3%) e Operadoras de televisão por assinatura (de 2,8% para 1,2%).

Ainda no tocante às atividades culturais centrais, o domínio que teve maior crescimento de importância entre 2009 e 2019 foi o de Design e serviços criativos, que aumentou sua relevância em 0,7 p.p., o que o levou a atingir 6,7% do valor adicionado cultural em 2019, passando da quarta para terceira colocação no ranking de participação. Vale destacar nesse domínio o crescimento da atividade de Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação, com aumento de 0,5 p.p. de participação no total do valor adicionado das atividades culturais.

Por outro lado, a perda de importância mais expressiva ocorreu no domínio Livro e imprensa, que participou com 6,0% da geração total de valor adicionado cultural em 2019, perdendo relevância em relação a 2009 (8,9%) e caindo da terceira para quarta posição no ranking. Uma atividade desse domínio foi a principal responsável por sua perda de importância: Edição e edição integrada à impressão, que teve retração de 2,9 p.p. de participação no valor adicionado cultural total no período considerado.

### Ranking de participação dos domínios no valor adicionado cultural

2009		2019	
1	Equipamentos e materiais de apoio	1	Equipamentos e materiais de apoio
2	Mídias audiovisuais e interativas	2	Mídias audiovisuais e interativas
3	Livro e imprensa	3	Design e serviços criativos ↑
4	Design e serviços criativos	4	Livro e imprensa ↓
5	Artes visuais e artesanato	5	Artes visuais e artesanato
6	Apresentações artísticas e celebrações	6	Apresentações artísticas e celebrações
7	Educação e capacitação	7	Educação e capacitação
8	Esportes e recreação	8	Esportes e recreação

### Domínios em destaque na variação de participação no valor adicionado cultural

	2009	2019	Varição (p.p.)
Equipamentos e materiais de apoio	66,2	67,0	↑ 0,8
Design e serviços criativos	6,0	6,7	↑ 0,7
Mídias audiovisuais e interativas	14,2	14,8	↑ 0,6
Livro e imprensa	8,9	6,0	↓ 2,8

● Atividades culturais periféricas ● Atividades culturais centrais

Fonte: IBGE, Pesquisa Industrial Anual-Empresa 2009/2019; Pesquisa Anual de Comércio 2009/2019; e Pesquisa Anual de Serviços 2009/2019.

## Ocupação no setor cultural (formal e informal)

Com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua, do IBGE<sup>8</sup>, é possível detalhar o mercado de trabalho do setor cultural para pessoas com vínculo formal (como no CEMPRE e nas pesquisas estruturais) ou informal, captando a inserção laboral da população a partir de entrevistas domiciliares. Também à diferença das análises anteriores, que definiram cultura exclusivamente a partir de atividades econômicas, aqui o setor cultural inclui pessoas com ocupações e/ou atividades culturais<sup>9</sup>.

Em 2020, o setor cultural representou um total de 4,8 milhões de ocupados (5,6% do total), uma queda de 11,2% em relação a 2019, quando o setor ocupava 5,5 milhões de pessoas e representava 5,8% do total. A pandemia de COVID-19 teve forte efeito na ocupação e o setor cultural perdeu mais postos de trabalho em comparação com o total, 8,7% a menos (de 95,0 milhões para 86,7 milhões de pessoas). Tal tendência inverte um ganho crescente de importância do setor desde 2016.



Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2014-2020.  
Nota: Dados consolidados de primeiras visitas de 2014 a 2019 e de quintas visitas em 2020.

Entre as Unidades da Federação, no ano de 2020, São Paulo (7,5%), Rio de Janeiro (7,0%) e Rio Grande do Norte (6,7%) apresentaram o maior percentual de pessoas trabalhando no setor cultural. Por outro lado, Tocantins (2,7%), Acre (2,8%), Rondônia (3,1%), Amapá (3,1%) e Roraima (3,1%) apresentaram as menores taxas.

Ao detalhar o setor por características das pessoas ocupadas, tem-se que, de 2014 a 2020, os trabalhadores do setor cultural apresentavam um nível de instrução mais elevado que o observado entre os ocupados no mercado de trabalho em geral. Em 2020, para a totalidade dos trabalhadores, 22,6% tinham nível superior completo, enquanto no setor cultural, 30,9% dos trabalhadores o tinham.

A participação das mulheres no setor cultural aumentou em 3,1 p.p. desde 2014, atingindo o maior percentual em 2020 (49,5% das pessoas ocupadas). Na cultura, 43,8% dos ocupados eram de cor ou raça preta ou parda, enquanto no geral, esse número foi de 53,5%. Entre 2019 e 2020, houve uma queda de participação das pessoas pretas ou pardas tanto no setor cultural quanto em todos os setores, tendo sido as mais afetadas pela pandemia.

Sob a ótica de posição na ocupação, o trabalhador por conta própria é a principal categoria de ocupados no setor cultural. Em 2020, o percentual desse grupo foi de 41,6%, seguido dos empregados do setor privado com carteira (37,7%) e sem carteira (11,3%). Em todos os setores, nesse mesmo ano, o grupo com o maior número de ocupados foi o de empregados do setor privado com carteira (37,6%), seguido do conta própria (25,4%) e empregados do setor público (13,0%). Destacam-se, no ano de 2020, as categorias mais associadas com a informalidade, os empregados do setor privado sem carteira e os conta própria, que perderam participação relativa na ocupação, principalmente no setor cultural. A pandemia destruiu mais postos de trabalho informais<sup>10</sup> do que formais.

### Pessoas ocupadas de 14 anos ou mais de idade, segundo características sociodemográficas selecionadas (%)

Características sociodemográficas	Pessoas ocupadas de 14 anos ou mais de idade (%)	
	Todos os setores	Setor cultural
Com ensino superior completo ou mais	22,6	30,9
Mulheres	41,7	49,5
Pretas ou pardas	53,5	43,8
Trabalhadores por conta própria	25,4	41,6

Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2020.

Apesar de um perfil com maior nível de instrução, houve mais trabalhadores em ocupações informais no setor cultural do que em todos os setores juntos. Em 2020, esse percentual foi de 41,2% dos ocupados no setor cultural e 38,8% dos ocupados em todos os setores. Por Unidades da Federação, os maiores percentuais de informalidade no setor cultural no ano de 2020 estiveram no Amapá (71,3%), Pará (67,7%) e Maranhão (64,9%), enquanto os menores, em Santa Catarina (24,9%), Rio Grande do Sul (28,4%) e São Paulo (34,9%).

<sup>8</sup> A PNAD Contínua é uma pesquisa que entrevista o mesmo domicílio cinco vezes, uma vez por trimestre. Em 2020, com o início da pandemia de COVID-19 no Brasil e as medidas de distanciamento social, a coleta passou a ser realizada por telefone, em substituição ao formato presencial, adotado até então. De forma a não prejudicar a qualidade dos indicadores, o IBGE adotou duas mudanças metodológicas: Houve revisão de toda a série histórica; foi adotada a utilização da visita domiciliar com melhor aproveitamento (menos não resposta) no tempo, quer dizer, quintas visitas para o ano de 2020, enquanto para o período anterior, utilizam-se estimativas coletadas com as primeiras visitas (ver **Notas Técnicas** para detalhes).

<sup>9</sup> Para mais informações, consultar: UNESCO INSTITUTE FOR STATISTICS. *Summary report of the 2013 UIS cultural employment metadata survey*. Montreal: UIS, 2014. 43 p. (Information paper, n. 23). Disponível em: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/summary-report-of-the-2013-culture-employment-metadata-survey-en.pdf>. Acesso em: nov. 2021.

<sup>10</sup> Corresponde a empregados e trabalhadores domésticos sem carteira de trabalho assinada; trabalhadores por conta própria e empregadores que não contribuem para a previdência social; e trabalhadores familiares auxiliares.

### Pessoas de 14 anos ou mais de idade, com ocupação informal na semana de referência, ocupadas no setor cultural (%)



Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2014-2020.

O rendimento médio mensal do trabalho principal da população de 14 anos ou mais de idade, ocupada em atividades culturais, foi estimado em R\$ 2 564, em 2014, e em R\$ 2 392, em 2019, o que representa uma redução de 6,7% (levando em conta a inflação). Esses valores estiveram acima dos rendimentos recebidos pela população ocupada no total das atividades produtivas, R\$ 2 352, em 2014, e R\$ 2 285, em 2019 (redução de 2,8%). Em 2020, esses rendimentos foram para R\$ 2 478 (aumento de 3,6%) no setor cultural e R\$ 2 372 (aumento de 3,8%) em todos os setores, também reflexo da transição de pessoas em trabalhos informais para a desocupação. Tal movimento levou a aumento do rendimento médio para os que permaneceram ocupados. Uma parcela pequena da população tem mais de um trabalho, ou seja, tem pelo menos um trabalho principal e um secundário (2,5 milhões de pessoas em 2020). Dito isso, o número de pessoas cujo trabalho secundário estava dentro do setor cultural era de 157 mil pessoas, o que representava 6,2% dos trabalhos secundários, uma proporção maior do que no trabalho principal, que, conforme informado anteriormente, apresentou percentual de 5,6% para a cultura.

## Índice de Preços da Cultura - IPCult

Os índices de preços ao consumidor são variações médias de preços ponderadas pela importância relativa dos bens e serviços que integram uma cesta fixa. Nesta média ponderada, os pesos refletem a participação dos bens e serviços como percentual do total da despesa de consumo das famílias.

A manutenção de uma estrutura de ponderação atualizada e representativa dos padrões e tendências de consumo das famílias é fundamental para a qualidade de um índice de preços ao consumidor e um desafio constante devido à evolução dos hábitos de consumo presentes em uma economia dinâmica. Existe um movimento contínuo de substituição de produtos e pontos de venda no mercado, e, a todo instante, bens e serviços podem ser introduzidos, retirados do mercado, ou simplesmente sofrer modificações evolutivas ao longo do tempo, segundo o documento *Consumer price index manual: concepts and methods*, publicado pela Organização Internacional do Trabalho - OIT (International Labour Office - ILO).

A derivação de tais cestas no âmbito do Sistema Nacional de Índices de Preços ao Consumidor - SNIPC, do IBGE, é dada a partir de informações levantadas de tempos em tempos pela Pesquisa de Orçamentos Familiares - POF. A POF mais recente foi realizada pelo IBGE entre os anos de 2017 e 2018 e seus resultados incorporados para atualização das estruturas do SNIPC que passaram a vigorar a partir de 2020<sup>11</sup>.

O Índice de Preços da Cultura - IPCult reflete o comportamento, ao longo do tempo, dos preços de uma cesta fixa de produtos predominantemente utilizados para fins culturais. A definição da cesta de elementos culturais tem como base a mesma população-objetivo e fonte de despesas do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA, derivadas da POF. A cesta nacional da cultura é, portanto, limitada a um subconjunto dos subitens da cesta do IPCA nacional, e seus respectivos pesos são derivados a partir dos hábitos de consumo de famílias com rendimentos mensais, oriundos de qualquer natureza, entre 1 e 40 salários mínimos, residentes nas áreas urbanas de abrangência do IPCA<sup>12</sup>.

Com uma nova estrutura para o IPCult, adotada recentemente, em 2020, além de haver desafios vindos da pandemia para a coleta, explora-se aqui então a comparação da nova estrutura em relação à estrutura anterior, que esteve vigente de 2012 a 2019.

Dentre as novas tendências de consumo que emergiram ao longo do período transcorrido entre as duas últimas POFs, destaca-se o advento e aumento da importância de produtos e serviços tecnológicos, tais como serviços de *streaming* e combos de telefonia, Internet e TV por assinatura. Por outro lado, observou-se a obsolescência e diminuição da importância de alguns produtos e serviços, como CDs e DVDs – tanto o aparelho de reprodução quanto a locação de títulos<sup>13</sup>.

<sup>11</sup> Conforme detalhado em: SISTEMA nacional de índices de preços ao consumidor: estruturas de ponderação a partir da pesquisa de orçamentos familiares 2017-2018. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. 215 p. (Série relatórios metodológicos, v. 46). Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/precos-e-custos/9258-indice-nacional-de-precos-ao-consumidor.html?=&t=notas-tecnicas>. Acesso em: nov. 2021.

<sup>12</sup> Para mais informações, consultar: SISTEMA nacional de índices de preços ao consumidor: métodos de cálculo. 8. ed. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. 149 p. (Série relatórios metodológicos, v. 14). Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/precos-e-custos/9258-indice-nacional-de-precos-ao-consumidor.html?=&t=notas-tecnicas>. Acesso em: nov. 2021.

<sup>13</sup> Conforme o documento publicado pelo IBGE, *Sistema nacional de índices de preços ao consumidor: estruturas de ponderação a partir da pesquisa de orçamentos familiares 2017-2018*.

Nesta seção são discutidos os principais resultados observados a partir da nova cesta nacional do IPCult. Os pesos são apresentados a valores de janeiro de 2018 (pesos originais), base de referência das informações da POF 2017-2018, e comparados aos pesos originais derivados a partir da edição anterior da pesquisa (POF 2008-2009), a valores de janeiro de 2009, referência para a construção da estrutura de ponderação prévia do indicador.

A cesta de bens e serviços que compõem o IPCult se divide em sete agrupamentos: Artigos de residência; Acessórios pessoais; Despesas pessoais com serviços culturais; Despesas pessoais com produtos culturais; Jornais, revistas e assinaturas; Produtos e atividades de ensino; e Serviços de telefonia, TV por assinatura e Internet.

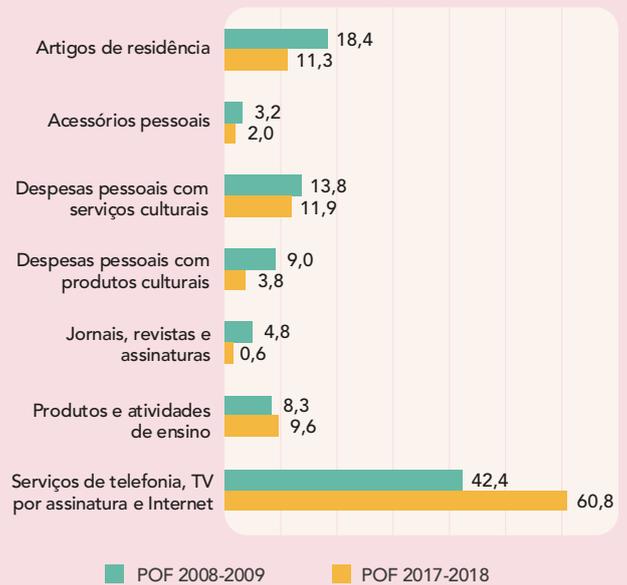
Na nova estrutura de ponderação obtida a partir da POF 2017-2018, o grupo Serviços de telefonia, TV por assinatura e Internet se mantém como o principal componente do IPCult, ampliando a sua participação para 60,8% da cesta. Despesas pessoais com serviços culturais torna-se o segundo grupo com maior peso, 11,9%, seguido por Artigos de residência (11,3%) e Produtos e atividades de ensino (9,6%). Os grupos com menor peso na composição do índice passam a ser Despesas pessoais com produtos culturais (3,8%), Acessórios pessoais (2,0%) e Jornais, revistas e assinaturas (0,6%).

Na comparação das cestas derivadas a partir das duas últimas POFs, observa-se que Serviços de telefonia, TV por assinatura e Internet e Produtos e atividades de ensino ganham peso na composição do indicador, enquanto os demais subgrupos culturais perdem participação.

Aspectos importantes da cesta também são revelados a partir de uma análise do nível de agregação mais baixo da estrutura, isto é, dos subitens. A nova estrutura de ponderação revela um total de 30 subitens culturais para a cesta do IPCult no Brasil. Com isso, há um decréscimo de cinco subitens em relação à cesta anterior, baseada na POF 2008-2009. Videogame (console), TV por assinatura, Serviços de *streaming* e Combo de telefonia, Internet e TV por assinatura são alguns dos novos subitens que passam a integrar a cesta. Por outro lado, alguns subitens tornam-se obsoletos ou perdem relevância na cesta nacional do IPCA e são retirados da cesta do indicador cultural, como Assinatura de jornal, Máquina fotográfica, CD e DVD, Locação de DVD e Revelação e cópia. O subitem *Livro* passa a ser segmentado em Livro didático e Livro não didático. Por fim, subitens presentes na cesta anterior são renomeados para melhor retratar as mudanças e características dos produtos cujos preços são coletados. É o caso dos subitens Cinema, teatro e concertos, Computador pessoal, Casa noturna, Pacote turístico e Plano de telefonia móvel e Plano de telefonia móvel. Códigos e detalhes estão nas **Notas Técnicas**.

Nota-se que, apesar da redução do número de subitens na cesta nacional do IPCult, de 35 para 30, o seu peso na cesta de bens e serviços do IPCA aumentou entre as duas POFs. Na cesta baseada na POF 2008-2009, os subitens culturais integrantes do IPCult totalizavam 8,7% da cesta nacional do IPCA. Já na nova cesta derivada a partir da POF 2017-2018, este peso cresceu para 9,6%.

### Composição dos subgrupos culturais no Índice de Preços da Cultura - IPCult (%)



Fonte: IBGE, Sistema Nacional de Índices de Preços ao Consumidor.

## Acesso à Internet e posse de telefone celular para uso pessoal

Atualmente, o consumo de serviços e produtos culturais está muito relacionado ao acesso e utilização de novas tecnologias, com destaque para Internet, por meio do telefone celular (principalmente os *smartphones*). Para analisar esse aspecto do potencial de acesso e fruição cultural, a PNAD Contínua apresenta um módulo de Tecnologia da Comunicação e da Informação - TIC, desde 2016, que investiga alguns aspectos relevantes sobre o acesso a tecnologias sob a ótica de domicílios e da população de 10 anos ou mais de idade<sup>14</sup>.

Em 2019, 81,4% das pessoas de 10 anos ou mais de idade possuíam um telefone celular para uso pessoal, aumento de 4,0 pontos percentuais (p.p.) em relação a 2016. Esse percentual foi maior para as mulheres (82,8%) em relação aos homens (79,9%). Também foi mais elevado entre as pessoas de cor ou raça branca (86,3%) em comparação com preta ou parda (77,7%). Destaca-se, ainda, o grupo etário de 30 a 59 anos de idade (88,4%) e as pessoas com ensino superior completo (98,3%).

Em 2019, a população de 10 anos ou mais de idade chegou a 180,8 milhões de pessoas, sendo que 79,5% ou 143,7 milhões de pessoas acessaram a Internet pelo menos uma vez nos três meses anteriores à entrevista. Esse percentual aumentou, anualmente, desde o início da série na PNAD Contínua, em 2016, quando foi de 66,1% ou 116,3 milhões de pessoas.

<sup>14</sup> Devido a restrições da pandemia de COVID-19, o questionário da PNAD Contínua que investiga Tecnologia da Comunicação e da Informação - TIC não foi aplicado no ano de 2020, portanto a série histórica disponível até o momento vai de 2016 (início do suplemento nessa Pesquisa) até 2019. Como dito anteriormente, essa série de dados também passou por alterações, devido a reponderação.

Dando destaque às pessoas que acessaram a Internet, justamente o telefone celular foi o equipamento mais utilizado, com uso por 141,7 milhões de pessoas, ou 98,6% das pessoas de 10 anos ou mais de idade que utilizaram Internet em 2019. Em segundo lugar, ficou o microcomputador, utilizado por 46,2% (66,4 milhões) das pessoas de 10 anos ou mais de idade que utilizaram Internet. Em terceiro lugar, estava o subgrupo da televisão ou outro equipamento, utilizado por 32,5% (46,7 milhões) das pessoas de 10 anos ou mais de idade que utilizaram Internet. Por fim, temos o acesso por *tablet*, utilizado por 10,9% (15,7 milhões) das pessoas de 10 anos ou mais de idade que utilizaram Internet.

Apesar dessa série de dados sobre TIC na PNAD Contínua ter somente quatro anos, percebe-se como a população está alterando o meio de utilizar a Internet. O acesso pelo celular, desde 2016, é o mais comum e aumentou a relevância do seu uso nesse período. A utilização de televisão ou outro equipamento para acessar a Internet aumentou 20,8 p.p. de 2016 a 2019. Por outro lado, os acessos por microcomputador e por *tablet* caíram consideravelmente nesse período. O aparelho de televisão, que há muito tempo é um meio de acesso à cultura muito difundido na população, está passando por uma evolução tecnológica e ocupando cada vez mais espaço no acesso a conteúdos pela Internet, por meio de serviços de *streaming*, embora ainda exista desigualdades regionais e por grupos populacionais quanto a esse tipo de acesso.

Sob a ótica sociodemográfica, a utilização da Internet, em 2019, foi mais frequente para alguns grupos de pessoas: brancas (84,1%);

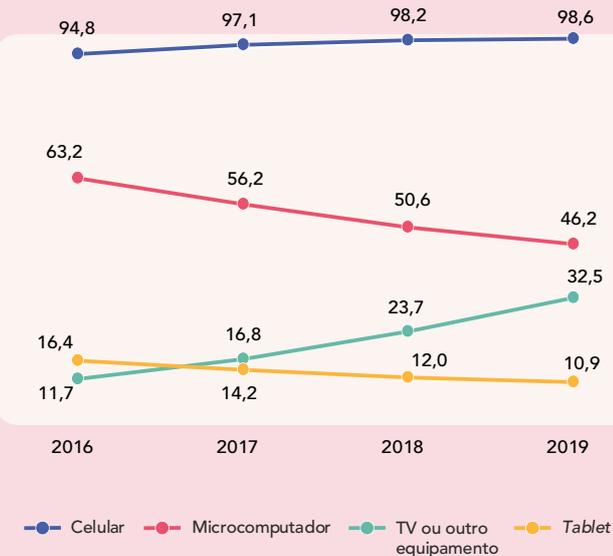
de 15 a 29 anos (92,0%) e de 30 a 59 anos (84,2%); com ensino médio completo ou superior incompleto (94,5%) ou ensino superior completo (97,9%).

Analisando a utilização da Internet por Unidades da Federação, Distrito Federal (92,7%), São Paulo (87,5%) e Rio de Janeiro (85,8%) apresentaram as taxas mais elevadas no ano de 2019. Já as menores taxas foram encontradas no Maranhão (58,0%), no Piauí (65,2%) e em Alagoas (65,3%). Todas as Unidades da Federação apresentaram aumento dessas taxas de 2016 a 2019, com destaque para Rondônia e Ceará, com aumentos de 22,0 e 20,2 p.p., respectivamente.

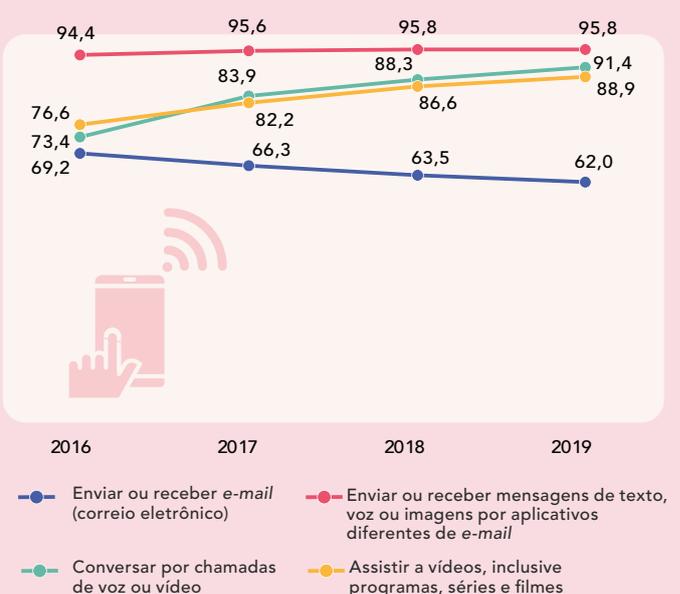
Dentre as finalidades de acesso investigadas, enviar ou receber mensagens de texto, voz ou imagens por aplicativos diferentes de e-mail foi a mais recorrente, utilizada por 95,8% dos usuários, em 2019, sendo um pequeno incremento ante 2016 (94,4%). Em segundo lugar ficou conversar por chamadas de voz ou vídeo, utilizada por 91,4% dos usuários, em 2019, com um incremento de 18,0 p.p. desde 2016. Em terceiro lugar, estava a finalidade mais próxima da definição *core* de cultura, assistir a vídeos, inclusive programas, séries e filmes, utilizada por 88,9% dos usuários, em 2019, com um incremento relevante (12,3 p.p.) ante 2016. A quarta finalidade de acesso, enviar ou receber e-mail (correio eletrônico), teve diminuição entre 2016 (69,2%) e 2019 (62,0%), o que é um indicativo da preferência ou uso exclusivo por parte dos usuários de formas de comunicação mais novas, com maior interatividade, como aplicativos de mensagens instantâneas e redes sociais.

## Pessoas que utilizaram a Internet, na população de 10 anos ou mais de idade (%)

### Equipamento utilizado



### Finalidade de acesso



Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2016-2019.  
Nota: No período de referência dos três meses anteriores à pesquisa.

## Gastos das famílias

A Pesquisa de Orçamentos Familiares - POF visa mensurar as estruturas de consumo, dos gastos e dos rendimentos das famílias, e possibilita traçar um perfil das condições de vida da população brasileira.

A análise dos resultados da edição mais recente da POF, aplicada em 2017-2018, possibilita tanto a identificação da estrutura de gastos, quanto o levantamento de algumas características dos gastos com bens e serviços culturais realizados pelas famílias<sup>15</sup>.

No Brasil, a despesa média mensal das famílias com cultura foi de R\$ 291,18. Se levarmos em conta que a despesa média de consumo para as famílias brasileiras foi de R\$ 4 116,76, ou seja, a média do conjunto das principais despesas como habitação, alimentação, transporte, saúde educação etc., a despesa com cultura correspondia a 7,1% do desse total. Ao quebrar a despesa com cultura pela forma de aquisição, a parte monetária correspondia a R\$ 270,53 (92,9% da despesa de cultura) e a não monetária (inclui doações, acesso público etc.), R\$ 20,65 (7,1%).

A despesa total com cultura variou segundo o local de moradia e o perfil das famílias. Na área urbana foi de R\$ 318,59 (9,4% maior que a média Brasil), enquanto na área rural foi de R\$ 119,58 (o que corresponde a 41,1%, portanto menos da metade da média Brasil). Outro destaque, quando se consideram as diferenças geográficas, foi a Região Sudeste, que apresentou a maior despesa média mensal familiar com o grupo (R\$ 355,24), 22,0% superior à média nacional, seguida da Centro-Oeste (R\$ 341,92), 17,4% superior. As Regiões Norte (R\$ 186,87) e Nordeste (R\$ 187,91) por sua vez, apresentaram médias em torno de 35,5% inferiores à média nacional. A Região Nordeste, em contraste, teve uma parcela não monetária significativa, contribuindo com 10,5% para a média mensal familiar com o grupo cultura. Por Unidades da Federação, a contribuição não monetária variou fortemente. Os maiores valores foram encontrados em Sergipe (13,0%) e na Bahia (12,0%), os menores, em Roraima (2,0%), Tocantins e Rio de Janeiro, ambos com 4,0%.

### Despesa de consumo e com cultura monetária e não monetária média mensal familiar, por forma de aquisição, segundo características da pessoa de referência e do arranjo familiar

Características da pessoa de referência e do arranjo familiar		Despesa de consumo (R\$)	Despesa com cultura (R\$)	Proporção da cultura (%)	Despesa com cultura, por tipo de aquisição (%)	
					Monetária	Não monetária
Brasil		4 116,76	291,18	7,1	92,9	7,1
Situação do domicílio	Urbano	4 381,78	318,59	7,3	93,0	7,0
	Rural	2 457,52	119,58	4,9	90,8	9,2
Grandes Regiões	Norte	2 816,30	186,87	6,6	92,6	7,4
	Nordeste	2 961,31	187,91	6,3	89,5	10,5
	Sudeste	4 796,88	355,24	7,4	93,7	6,3
	Sul	4 389,09	306,93	7,0	94,0	6,0
	Centro-Oeste	4 823,77	341,92	7,1	92,7	7,3
Cor ou raça	Branca	5 178,50	373,85	7,2	93,8	6,2
	Preta ou parda	3 212,49	221,14	6,9	91,6	8,4
Sexo	Homem	4 410,83	310,95	7,0	94,1	5,9
	Mulher	3 708,09	263,71	7,1	91,0	9,0
Nível de instrução	Sem instrução	2 016,68	87,32	4,3	88,3	11,7
	Ensino fundamental incompleto	2 761,88	159,70	5,8	89,7	10,3
	Ensino fundamental completo	3 352,05	225,04	6,7	92,3	7,7
	Ensino médio incompleto	3 209,86	223,23	7,0	90,3	9,7
	Ensino médio completo	4 173,41	306,65	7,3	93,0	7,0
	Ensino superior incompleto	5 441,07	447,91	8,2	92,9	7,1
	Ensino superior completo	8 724,52	704,18	8,1	95,2	4,8
Composição da família	Um adulto sem criança	2 673,60	195,81	7,3	92,9	7,1
	Um adulto com ao menos uma criança	2 758,43	193,13	7,0	87,1	12,9
	Mais de um adulto sem criança	4 484,49	346,99	7,7	94,0	6,0
	Mais de um adulto com ao menos uma criança	4 399,96	313,99	7,1	92,3	7,7
	Um ou mais idosos com ou sem crianças	3 267,56	151,39	4,6	91,5	8,5
	Um ou mais idosos, com ao menos um adulto, com ou sem crianças	4 398,19	289,09	6,6	92,8	7,2

Fonte: IBGE, Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018.

Nota: O termo família está sendo utilizado para indicar a unidade de investigação da pesquisa, unidade de consumo.

<sup>15</sup> Os resultados apresentados levam em consideração uma delimitação específica para cultura, própria do SIIC, haja vista que as publicações com resultados da POF apresentam o recorte recreação e cultura, conforme documento do IBGE, *Pesquisa de orçamentos familiares 2017-2018: primeiros resultados*. Cabe comentar também que são levadas em consideração aqui, pela primeira vez, as contribuições não monetárias dos serviços para os valores médios das despesas, o que os diferencia dos apresentados na publicação *Sistema de informações e indicadores culturais 2007-2018*.

Em complemento, podemos dividir as famílias por características da pessoa de referência e pelos diferentes arranjos familiares. As famílias cuja pessoa de referência era homem tiveram uma despesa média mensal familiar com cultura de R\$ 310,95, enquanto as formadas por pessoa de referência mulher foi de R\$ 263,71. Entretanto, em termos relativos, esses valores correspondiam ambos a cerca de 7% do total das despesas de consumo.

As famílias que se encontravam nos domicílios em que a pessoa de referência se declarou branca tiveram despesa média mensal familiar com cultura de R\$ 373,85, enquanto nas famílias cuja pessoa de referência era preta ou parda, a despesa foi de R\$ 221,14. É importante destacar que, como no caso da divisão por sexo da pessoa de referência, aqui também não houve diferenças significativas quanto à contribuição para a despesa de consumo total, cultura representava próximo de 7%.

Quando consideramos as famílias pelo nível de instrução da pessoa de referência, podemos observar que há uma clara relação crescente entre o gasto médio com cultura e o nível de instrução da pessoa de referência. A despesa em cultura foi de R\$ 87,32 quando a pessoa de referência era sem instrução e R\$ 704,18 quando a pessoa de referência tinha superior completo. Há também forte diferença na participação relativa da cultura nas despesas de consumo: era 4,3% para sem instrução (a menor participação relativa entre todos os recortes selecionados) até 8,1% para superior completo e 8,2% para superior incompleto (as maiores participações relativas para todas as segmentações apresentadas). Esses dados sugerem que pode haver uma forte relação entre o nível de escolaridade da pessoa de referência e os gastos médios com cultura. É interessante ainda observar, em relação ao nível de escolaridade da pessoa de referência, que, quando

consideramos a parcela não monetária da despesa, a relação é inversa, ou seja, quanto maior o nível de instrução da pessoa de referência, menor é a parcela não monetária.

No caso dos subgrupos da população definidos por diferentes arranjos familiares, a parcela da população composta pelas famílias formadas por mais de um adulto sem criança tiveram despesa com cultura de R\$ 346,99, seguidas pelas famílias formadas por um adulto com ao menos uma criança, R\$ 313,99. As famílias formadas por um ou mais idosos com ou sem crianças não apenas tiveram a menor despesa média com cultura entre os diversos arranjos familiares, R\$ 151,39, como proporcionalmente em relação ao total da despesa de consumo (4,6%), uma das menores participações entre todas as características sociodemográficas selecionadas. Outra observação interessante é que as famílias formadas por um adulto com ao menos uma criança apresentaram a maior contribuição relativa da parcela não monetária para a média da despesa (12,9%).

Observando a composição das despesas com cultura por grupos de despesa, Serviços de telefonia, TV por assinatura e Internet foi o grupo que, individualmente, apresentou os maiores valores (R\$ 172,63). Outros dois grupos com grande peso na composição da despesa foram Atividade de cultura, lazer e festas (R\$ 43,41) e Aquisição de eletrodomésticos (R\$ 28,76). Quando levamos em consideração as contribuições das parcelas não monetárias para os vários grupos que compõem a despesa com cultura, os grupos Educação profissional e atividades de ensino (16,6%) e Instrumentos e atividades musicais (21,8%) foram os que apresentaram proporcionalmente os maiores percentuais para a contribuição da parcela não monetária. As menores proporções ficaram para os grupos Profissionais ligados à cultura (3,2%) e Serviços de telefonia, TV por assinatura e Internet (4,2%).

## Despesa média mensal familiar com cultura, por forma de aquisição, segundo os grupos de despesa

Grupos de despesa	Forma de aquisição				
	Total (R\$)	Monetária		Forma de aquisição	
		Total (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)	Percentual (%)
<b>Total</b>	<b>291,18</b>	<b>270,53</b>	<b>92,9</b>	<b>20,65</b>	<b>7,10</b>
Serviços de telefonia, TV por assinatura e Internet	172,63	165,29	95,7	7,33	4,2
Atividade de cultura, lazer e festas	43,41	39,48	90,9	3,93	9,1
Aquisição de eletrodomésticos	28,76	24,89	86,5	3,87	13,5
Brinquedos, jogos e material de lazer	10,41	9,21	88,5	1,2	11,5
Educação profissional e atividades de ensino	9,65	8,05	83,4	1,6	16,6
Edição, impressão, artigos de papelaria e de artesanato	7,12	6,51	91,4	0,61	8,6
Acessórios pessoais	6,59	5,73	86,9	0,86	13,1
Profissionais ligados à cultura	4,96	4,8	96,8	0,16	3,2
Artefatos de madeira e decoração	4,61	4,11	89,2	0,5	10,8
Instrumentos e atividades musicais	2,52	1,97	78,2	0,55	21,8
Material gravado e para gravação	0,52	0,49	94,2	0,04	7,7

Fonte: IBGE, Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018.

Nota: O termo família está sendo utilizado para indicar a unidade de investigação da pesquisa, unidade de consumo.

## Gastos da administração pública

A apresentação dos resultados relativos aos gastos governamentais com a cultura tem como principal objetivo mostrar o padrão de alocação destas despesas referente ao período de 2009 a 2020. São apresentadas as informações sobre despesas orçamentárias das três esferas de governo (federal, estadual e municipal) com a administração, operação e suporte dos órgãos encarregados pela difusão da cultura, preservação do patrimônio histórico e os de promoção das artes, além de dados relativos à captação de recursos por produtores culturais pelo mecanismo de incentivo fiscal (mecenato).

O total dos gastos públicos alocados no setor cultural aumentou, em valores correntes, aproximadamente 57,6%, passando de R\$ 6,2 bilhões no ano de 2009 para R\$ 9,8 bilhões<sup>16</sup> no ano de 2020. Ressalta-se que aproximadamente R\$ 3,0

bilhões, referentes à transferência de recursos da esfera federal a Estados e Municípios, a título de auxílio ao setor cultural em virtude da crise do coronavírus (Lei n. 14.017, de 29.06.2020, conhecida como Lei Aldir Blanc), foram contabilizados na função 28 (encargos especiais) e não na função 13 (cultura). Desta forma, tais recursos não foram considerados no retrato de gastos.

Ainda sobre a despesa total com cultura, a análise dos extremos da série por esfera mostra que, enquanto o governo federal aumentou os gastos em cultura em apenas 17,0% entre 2009 e 2020, Estados e Municípios tiveram aumentos bem mais expressivos, com 63,8% e 67,9%, respectivamente. Já numa comparação entre 2019 e 2020, observa-se que os estados, destinatários de 50% dos recursos

oriundos da Lei Aldir Blanc, aumentaram os gastos em cultura em 51,2% em 2020 na comparação com 2019, compensando reduções ligadas às atividades que foram paralisadas em 2020 com a pandemia. Porém, o mesmo comportamento não foi acompanhado pelos Municípios, destinatários originais dos 50% restantes dos recursos, que registraram redução dos gastos em 9,8% entre 2019 e 2020, levando à conclusão de que a redução da despesa nesse nível de governo teria sido ainda maior sem o auxílio emergencial ao setor. Convém ressaltar que, com os dados disponíveis, não é possível fazer uma análise consolidada, com detalhamento das transferências intergovernamentais e, conseqüentemente, descrever exatamente o impacto da Lei Aldir Blanc nas despesas com cultura de cada ente.

### Despesa com cultura, segundo as esferas de governo (1 000 R\$)

Esferas administrativas	Despesa com cultura (1 000 R\$)											
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>6 190 180</b>	<b>7 251 693</b>	<b>7 093 468</b>	<b>7 854 375</b>	<b>8 951 284</b>	<b>8 527 275</b>	<b>8 210 215</b>	<b>8 020 590</b>	<b>8 405 717</b>	<b>9 120 189</b>	<b>9 558 451</b>	<b>9 754 433</b>
Federal	1 077 288	1 339 530	1 360 528	1 849 562	2 349 204	1 760 743	1 790 000	1 863 805	1 828 642	1 925 133	1 751 079	1 260 149
Estadual	2 192 608	2 532 673	2 270 552	2 431 122	2 540 303	2 629 869	2 322 048	2 246 806	2 338 819	2 504 970	2 375 143	3 592 033
Municipal	2 920 284	3 379 490	3 462 388	3 573 691	4 061 777	4 136 663	4 098 167	3 909 979	4 238 255	4 690 086	5 432 229	4 902 251

Fonte: Ministério da Economia, Secretaria do Tesouro Nacional, Sistema Integrado de Administração Financeira do Governo Federal - SIAFI, Coordenação-Geral de Normas de Contabilidade Aplicadas à Federação; e Coordenação-Geral das Relações de Análise Financeira dos Estados e Municípios.

<sup>16</sup> Os valores não levam em conta a inflação, pois não há um deflator específico para essas despesas. Como referência, entre janeiro de 2010 e dezembro de 2020, o IPCA teve crescimento de cerca de 84%.

Apesar do aumento em valores absolutos da despesa total com cultura no tempo, nota-se uma queda da participação da cultura no total da despesa das três esferas de governo. A esfera federal apresentou queda de 0,04 p.p., passando de 0,08% em 2009 para 0,04% em 2020, enquanto os governos estaduais reduziram a participação da despesa com cultura em 0,11 p.p. (de 0,49% em 2009 para 0,38% em 2020). Já a esfera municipal, a mais relevante no que diz respeito aos gastos públicos com cultura, teve a queda mais expressiva, passando de 1,16% em 2009 para 0,69% em 2020, uma redução de 0,47 p.p. na participação do setor cultural no total de gastos.

Os valores captados por produtores culturais via incentivo fiscal (também conhecido como mecenato) no período de 2009 a 2020 mostra que, em 2009, foi captado um total de R\$ 980 milhões para promoção de projetos culturais, sendo R\$ 622 milhões via renúncia fiscal (63,4% do total) e R\$ 358 milhões (36,6 % do total) efetivamente investidos pelo setor privado. Em 2020, o valor captado aumentou aproximadamente 51,2% em comparação com 2009, passando para R\$ 1,489 bilhão, sendo R\$ 1,246 bilhão via renúncia fiscal (84,11%) e R\$ 243 milhões (16,3%) efetivamente investidos pelo setor privado.

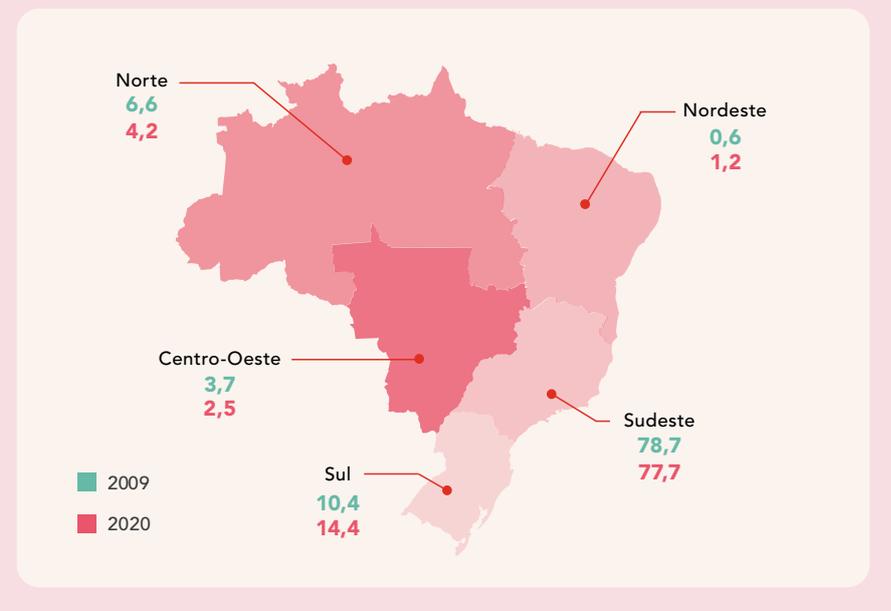
A análise do valor captado com projetos culturais por Grandes Regiões mostra ainda uma forte centralização destes recursos na Região Sudeste, apesar da redução de 1,0 p.p. no período (de 78,7% do total captado em 2009 e para 77,7% em 2020). A Região Sul, por outro lado, aumentou sua participação em 4,0 p.p., passando de 10,4% em 2009 para 14,4% em 2020. As Regiões Norte e Centro-Oeste tiveram pequenas reduções, passando, respectivamente, de 6,6% e 3,7% em 2009 para 4,2% e 2,5% em 2020, enquanto a Região Nordeste passou de 0,6% em 2009 para 1,2% do total destes recursos em 2020.

**Despesa em cultura como proporção do total, por esfera administrativa (%)**



Fonte: Ministério da Economia, Secretaria do Tesouro Nacional, Sistema Integrado de Administração Financeira do Governo Federal - SIAFI, Coordenação-Geral de Normas de Contabilidade Aplicadas à Federação; e Coordenação-Geral das Relações de Análise Financeira dos Estados e Municípios.

**Distribuição do valor captado para aplicação em projetos culturais (%)**



Fonte: Ministério do Turismo, Secretaria Especial da Cultura, Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura - SalicNet.

## Regiões de Influência das Cidades - REGIC

A pesquisa Regiões de Influência das Cidades - REGIC, publicada decenalmente pelo IBGE, é o principal levantamento da configuração da rede urbana brasileira, da hierarquia e regiões de influência das Cidades do País. Para tanto, além de sintetizar dados sobre a distribuição espacial da gestão pública e empresarial, a pesquisa investiga para onde a população de cada município se dirige em busca de um conjunto de produtos e serviços que não encontra no local onde reside. Dentre os temas investigados, destacam-se os deslocamentos gerados pela procura por atividades culturais.

A pesquisa levantou, dentro da dimensão da cultura, o comportamento habitual médio dos moradores de cada Município que se deslocam para outros Municípios em busca de shows, festas, festivais, cinemas, teatros, museus e outras atividades culturais, sem considerar aquelas acessadas no próprio local de residência. Constatou-se que os deslocamentos para atividades culturais se direcionam, em geral, para Cidades próximas. A média de distância linear desses deslocamentos é de 66 km, muito abaixo da média de deslocamentos de todos os temas da pesquisa (107 km), que incluem acesso a equipamentos e serviços mais rarefeitos como aeroportos ou saúde de alta complexidade.

Em geral, quanto maior a hierarquia das Cidades, isto é, maior a oferta de bens e serviços, maior a atração para atividades culturais, sendo as Metrôpoles<sup>17</sup> as mais atrativas. Os cinco Municípios com maior atratividade eram São Paulo (São Paulo), Grande Metrôpole Nacional, Porto Alegre (Rio Grande do Sul), Metrôpole, Rio de Janeiro (Rio de Janeiro), Metrôpole Nacional, Belém (Pará) e Belo Horizonte (Minas Gerais), ambas Metrôpoles.

Já ao comparar a atração exercida especificamente para atividades culturais em relação às demais temáticas abordadas na REGIC, os Municípios de maior destaque passam a ser integrantes de Capitais Regionais ou mesmo Centros Sub-Regionais, quer dizer, Cidades de menor hierarquia e influência que as Metrôpoles. Ao invés das atividades culturais fazerem parte da ampla gama de bens e serviços oferecidos como nas Metrôpoles, nestes centros urbanos menores, tais atividades se tornam a motivação principal que atrai o deslocamento de moradores de outros Municípios ao seu território. No topo do *ranking* de atratividade específica temos Balneário Camboriú (Santa Catarina), Crato (Ceará) e Parintins (Amazonas).

### Ranking dos municípios com maior atratividade específica para atividades culturais

Posição	Município	Hierarquia (1)
1ª	Balneário Camboriú - SC	Capital Regional B (AP de Itajaí/SC)
2ª	Crato - CE	Capital Regional B (AP de Juazeiro do Norte/CE)
3ª	Parintins - AM	Centro Subregional B
4ª	Caruaru - PE	Capital Regional B
5ª	Caldas Novas - GO	Centro Subregional B (AP de Caldas Novas/GO)
6ª	Ribeirão Preto - SP	Capital Regional A (AP de Ribeirão Preto/SP)
7ª	Garanhuns - PE	Capital Regional C
8ª	Porto Seguro - BA	Centro Subregional A
9ª	Toledo - PR	Centro Subregional A (AP de Toledo/PR)
10ª	Olinda - PE	Metrôpole (AP do Recife/PE)

Fonte: IBGE, Regiões de Influência das Cidades 2018.

Notas: 1. A maior atratividade é calculada em comparação com os demais temas investigados na REGIC 2018.

2. AP = Arranjo Populacional.

(1) Hierarquia relativa ao Arranjo Populacional ao qual o Município pertence, de acordo com a REGIC 2018.

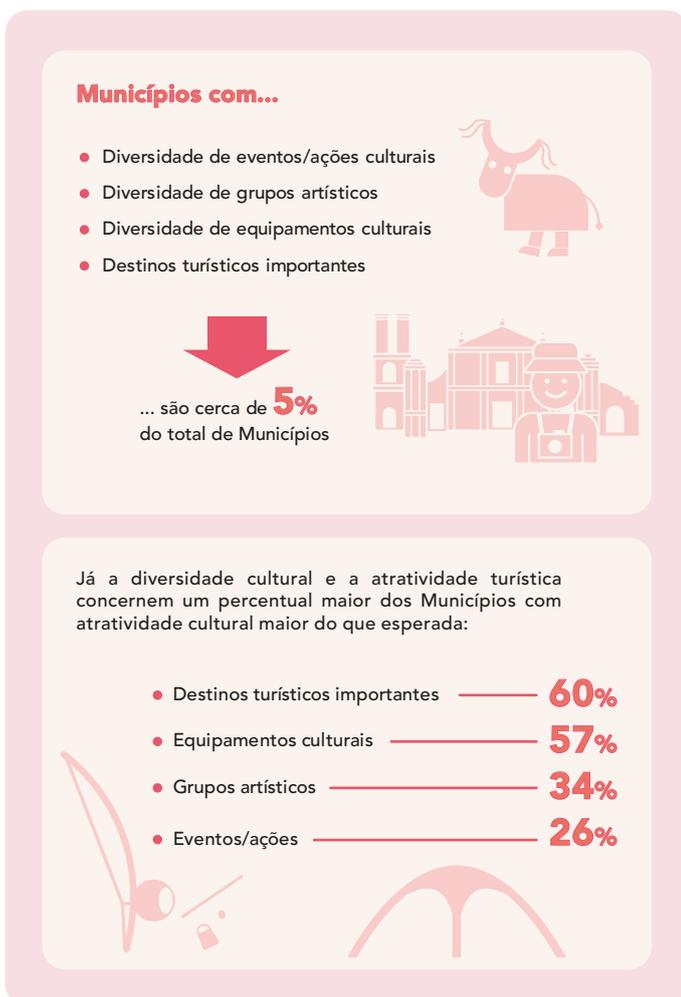
<sup>17</sup> Hierarquia relativa ao Arranjo Populacional ao qual o Município pertence, de acordo com a REGIC 2018.

Para a presente edição do SIIC, foi realizada uma análise especial com o objetivo de verificar em que medida a atratividade para atividades culturais se correlaciona à quantidade de pessoal ocupado neste tipo de atividade, segundo o Cadastro Central de Empresas - CEMPRE. Verificou-se que os Municípios com mais pessoal ocupado em atividades culturais correspondem, em grande medida, aos com maior potencial de atração de população residente em outros Municípios.

No universo dos Municípios do País, 291 (5,2%) despontaram por apresentar atratividade maior do que a esperada em relação ao pessoal ocupado no setor formal em atividades culturais.

Para explorar as dimensões da atratividade cultural, que é notadamente multidimensional, foi feito um recorte dos Municípios com os maiores valores para diversidade cultural e importância turística (também cerca de 5% dos Municípios).

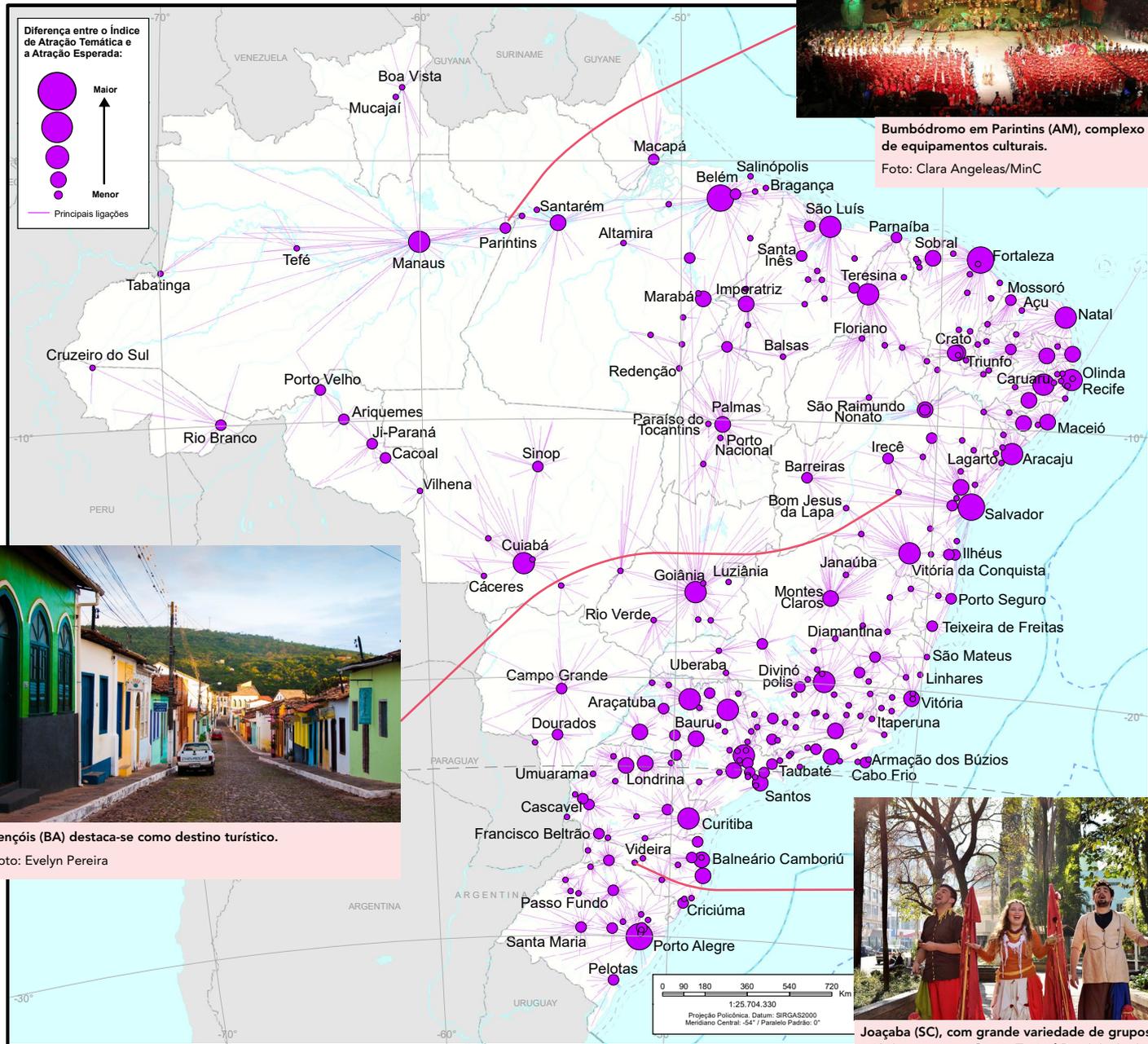
Os critérios de diversidade e importância turística foram então aplicados aos 291 Municípios com atratividade cultural maior do que esperada. Os resultados mostram que esses Municípios se encaixavam em grande proporção nos critérios para grande diversidade cultural e importância turística:



- 26% possuem diversidade de eventos/ações culturais, com a presença de ao menos sete das dimensões captadas pelo suplemento especial de cultura da Pesquisa de Informações Básicas Municipais - MUNIC, em 2014: festivais de cinema; turismo cultural com divulgação realizada pelo Município; financiamento a apresentações musicais; feiras de livros; desfile de carnaval; peças de teatro; eventos culturais; festas, celebrações e manifestações tradicionais populares. Destacam-se especificamente neste quesito, Porto Nacional (Tocantins) e Paraíso do Tocantins (Tocantins) na Região Norte, Santana do Ipanema (Alagoas), Limoeiro (Pernambuco), Ribeira do Pombal (Bahia) e Pedro II (Piauí) na Região Nordeste, Pará de Minas (Minas Gerais) e Jaguariúna (São Paulo) na Região Sudeste, e União da Vitória (Paraná) e Videira (Santa Catarina) na Região Sul;
- 34% apresentam diversidade de grupos artísticos, contando com pelo menos 15 de 20 tipos de grupos elencados pelo suplemento especial de cultura da MUNIC 2014. Nota-se maior participação de Municípios da Região Nordeste dentre os que se destacaram somente pela variedade de grupos artísticos. São eles Triunfo (Pernambuco), Sousa (Paraíba), São Raimundo Nonato (Piauí), Lagarto (Sergipe), Pedreiras (Maranhão) e Vitória de Santo Antão (Pernambuco). Além destes, também estão os Municípios de Nova Iguaçu (Rio de Janeiro), Joaçaba (Santa Catarina) e Bragança (Pará);
- 57% têm diversidade de equipamentos culturais, com a presença de museu, teatro ou sala de espetáculo, centro cultural, cinema, clube e ponto de cultura, apresentando pelo menos cinco desses equipamentos, de acordo com o bloco de cultura mais recente da MUNIC (em 2018). Os Municípios com este perfil têm, em geral, hierarquia urbana ligeiramente superior aos anteriores, como Crato (Ceará) e Tubarão (Santa Catarina) e municípios que participam de grandes áreas metropolitanas como Itapeverica da Serra (São Paulo), Luziânia (Goiás) e Pedro Leopoldo (Minas Gerais). Há expressiva participação de Municípios da Região Norte, com Ariquemes (Rondônia), Cruzeiro do Sul (Acre), Tabatinga (Amazonas) e Parintins (Amazonas) – os três últimos são referências para uma ampla área de baixa densidade populacional composta majoritariamente por Centros Locais, tornando-os frequentemente o único acesso a equipamentos culturais disponível em uma grande área;
- 60% são destinos turísticos importantes, classificados como A e B segundo a categorização adotada pelo Ministério do Turismo em 2019. Alguns exemplos são Salinópolis (Pará), Armação dos Búzios (Rio de Janeiro), Embu das Artes (São Paulo), Garanhuns (Pernambuco), Bom Jesus da Lapa (Bahia), Diamantina (Minas Gerais), Balsas (Maranhão), Tamandaré (Pernambuco), Chapada dos Guimarães (Mato Grosso), e Lençóis (Bahia). ■

Fonte: IBGE, Regiões de Influência das Cidades 2018.

## Municípios com atração para atividades culturais acima da esperada



Fonte: IBGE, Regiões de Influência das Cidades 2018.

### Expediente

#### Elaboração do texto

Diretoria de Pesquisas,  
Coordenação de População e Indicadores Sociais

#### Normalização textual

Centro de Documentação e Disseminação de Informações,  
Gerência de Documentação

#### Projeto gráfico

Centro de Documentação e Disseminação de Informações,  
Gerência de Editoração

#### Imagens fotográficas

Ministério da Cultura -MinC  
Pixabay

#### Impressão

Centro de Documentação e Disseminação de Informações,  
Gráfica Digital

Se o assunto é Brasil,  
procure o IBGE.



/ibgecomunica



/ibgeoficial



/ibgeoficial



/ibgeoficial

www.ibge.gov.br 0800 721 8181



(21) 97385-8655



**IBGE**

### Links



Tabelas de resultados, notas técnicas e demais informações sobre a pesquisa/estudo

<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/cultura-recreacao-e-esporte/9388-indicadores-culturais.html>