



Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2011-2022

SIIC

 ISBN 978-85-240-4597-4
 © IBGE, 2023

O Sistema de Informações e Indicadores Culturais - SIIC¹, com período de referência 2011-2022, chega à sua sexta 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 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 2021 (com referência a 2009-2020) no que tange a atividades e ocupações. 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 - UNESCO²).

Busca-se trazer na análise tanto uma abordagem para entender a evolução estrutural do setor, num horizonte de 10 anos, quanto em anos recentes de forma a acompanhar os efeitos da pandemia de COVID-19, que impactou fortemente o setor cultural em 2020 e 2021, com posterior recuperação.

¹ Por decisão editorial, a partir da edição lançada em 2021, a publicação passou a ser divulgada em duas partes: a primeira corresponde a este informativo, que destaca os principais resultados do estudo/pesquisa, e a segunda é constituída por Notas técnicas, entre outros elementos textuais, apresentando considerações de natureza metodológica sobre o estudo/pesquisa. Outras informações sobre Sistema de Informações e Indicadores Culturais, encontram-se estão disponíveis no portal do IBGE na Internet no endereço: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/cultura-recreacao-e-esporte/9388-indicadores-culturais.html>.

² Para informações mais detalhadas, 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. Acesso em: out. 2023.

Setor cultural CEMPRE 2021 6,7% das empresas 3,9% dos ocupados Sobrevivência (após o 5º ano de vida) Maior 48,4% Educação e capacitação Menor 28,5% Esportes e recreação	Mercado de trabalho PNAD Contínua 2022 Perfil dos ocupados Com ensino superior 30,6% Mulheres 47,2% Pretos ou pardos 43,9% Trabalhador por conta própria 42,1%
Dados econômicos PIA-Empresa, PAC, PAS - 2021 Receita líquida (1) R\$ 741 bilhões Valor adicionado R\$ 288 bilhões <small>(1) Proxy de faturamento.</small>	
Índice de Preços da Cultura - IPCult Variação média entre 2020 e 2022 IPCult +3,2% por ano IPCA +6,8% por ano	
Acesso à Internet e telefone celular PNAD Contínua 2022 Dos usuários de Internet... Conversaram por voz ou vídeo 94,4% Enviaram mensagem de texto ou voz 92,0% Assistiram vídeos 88,3% Acessaram e-mail 59,4%	
Turismo cultural PNAD Contínua 2022 3,8 milhões de viagens com motivo lazer Cultura e gastronomia 16,0% Natureza, ecoturismo ou aventura 25,6% Sol e praia 48,7% Outro 9,7%	
Gastos públicos APU 2022 Despesa em cultura R\$13,6 bilhões Proporção dos gastos, por esfera administrativa (%) Federal 0,03% Estadual 0,34% Municipal 0,81%	
Equipamentos culturais MUNIC 2021 Municípios a mais de uma hora de deslocamento do museu mais próximo (%) Norte 70,0% Nordeste 15,4% Sudeste 5,3% Sul 1,3% Centro-Oeste 28,5%	

Além de atualizar e aprofundar temas (como para gastos tributários), a atual edição inova ao trazer informações sobre turismo de lazer (cultura e natureza) e também sobre equipamentos e políticas municipais de cultura, detalhando desigualdades potenciais de acesso no território.

Mais detalhes metodológicos podem ser encontrados nas

Notas Técnicas, publicadas no portal do IBGE na Internet. Nesse portal também consta um plano tabular detalhado, com desagregações por recortes diversos, regionais e por grupos populacionais. São tabelas destinadas a usuários que queiram se aprofundar nos temas. Apresentamos então um retrato da cultura, primeiramente a partir de estatísticas sobre as empresas.

Atividades formalmente constituídas

A análise com o Cadastro Central de Empresas - CEMPRES do IBGE apresenta informações relativas ao ano de 2021 para o setor cultural, recorte que representa 72 classes da Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE 2.0, comparando-as ao total das atividades econômicas desenvolvidas no País. Estudam-se entidades empresariais, órgãos da administração pública e entidades sem fins lucrativos formalmente constituídas³, que daqui para frente, serão descritas como organizações, salvo quando especificado de outra forma.

Igualmente, são apresentadas comparações com 2011. A análise se debruça sobre o número de organizações, pessoal ocupado, total e assalariado, salário médio mensal e massa salarial. O estudo também traz, exclusivamente para as entidades empresariais, a dinâmica demográfica dessas entidades por meio de seus eventos de entrada, saída e sobrevivência, bem como analisam-se estatísticas relativas às empresas de alto crescimento e às empresas gazelas⁴.

Principais indicadores do setor cultural, em comparação com o total do CEMPRES

Variáveis	Setor cultural		Participação da cultura no CEMPRES (%)	
	Dados absolutos (2021)	Variação relativa a 2011 (%)	2011	2021
Empresas e outras organizações	387 597	3,1	7,3	6,7
Pessoal ocupado total	2 132 303	(-) 0,2	4,1	3,9
Pessoal ocupado assalariado	1 613 597	1,1	3,5	3,4
Salários e outras remunerações (R\$ bi) (1)	83,3	0,5	4,4	4,2
Salário médio mensal (R\$) (1)	4 134,54	0,6	1,3	1,3

Fonte: IBGE, Cadastro Central de Empresas 2011/2021.

(1) Para o cálculo da variação salarial em termos reais utilizou-se o Índice Nacional de Preços ao Consumidor - INPC, calculado pelo IBGE, como deflator do salário, tendo como referência o ano de 2021.

Em 2021, 387,6 mil organizações atuavam nas atividades culturais, as quais ocupavam 2,1 milhões de pessoas em 31 de dezembro, sendo 75,7% assalariadas (1,6 milhão), com um total de salários pa-

gos no ano de R\$ 83,3 bilhões, resultando em um salário médio mensal de R\$ 4 135 (26,6% acima da média do CEMPRES). As organizações culturais corresponderam a 6,7% do total que constituía o universo do CEMPRES e em termos de pessoal ocupado, 3,9%.

Em uma década, o setor cultural perdeu participação no total da economia em todas as variáveis analisadas. Na comparação com 2011, houve um acréscimo de 3,1% no número de organizações, enquanto o total de organizações no período cresceu 12,1%, o que contribuiu para que as atividades culturais saíssem de 7,3% de participação para 6,7%. Nas demais variáveis, apesar de uma variação relativa positiva, também houve perda. Enquanto em 2011 o total de salários pagos pelo setor cultural representava 4,4% do total, 10 anos depois, passaram a receber 4,2%.

A análise segundo os domínios culturais mostra que a maioria das organizações fazem parte das atividades culturais centrais, enquanto as atividades culturais periféricas ocupavam a maioria dos assalariados em 2021. Atividades centrais apresentaram 66,3% das empresas e 48,1% dos assalariados, e as atividades periféricas representaram 33,7% e 51,9% do total, respectivamente. Cabe destacar que as empresas atuantes no domínio das atividades centrais foram as que mais contribuíram para o aumento de 3,1%, em uma década, no número de organizações culturais, com ganho de 24,3 mil empresas. Esse aumento foi bastante heterogêneo, tendo o domínio *Design* e serviços criativos apresentado um aumento de 53,8 mil unidades; Mídias audiovisuais e interativas 11,8 mil unidades; e Educação e capacitação de 2,2 mil. As demais atividades do domínio das atividades centrais apresentaram queda, sendo a maior delas observada em Livro e imprensa, 25,7 mil. Com isso, *Design* e serviços criativos tornou-se o domínio que mais concentrava empresas e outras organizações nas atividades centrais (36,5%). Por outro lado, nas atividades periféricas, a queda foi de 12,5 mil unidades.

Em termos de pessoal assalariado, o domínio dentro das atividades culturais centrais que apresentou o maior crescimento também foi *Design* e serviços criativos (40,8 mil). Porém, as atividades que mais concentram assalariados no domínio estavam em Mídias audiovisuais e interativas, domínio que concentrou 32,2% dos assalariados nas atividades centrais. Este também foi responsável pelos maiores salários médios em 2021, R\$ 4 751. Os menores salários foram pagos pelas empresas em Esportes e recreação (R\$ 1 808).

³ São consideradas formalmente constituídas as pessoas jurídicas inscritas no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ, da Secretaria Especial da Receita Federal do Brasil.

⁴ As empresas de alto crescimento são aquelas com crescimento médio do pessoal ocupado assalariado maior que 20% ao ano, por um período de três anos. As empresas de alto crescimento com até cinco anos de idade no ano de referência são denominadas empresas gazelas.

⁵ O salário médio mensal é a razão entre o total de salários e outras remunerações do ano de referência e o número médio de pessoas assalariadas em atividade ao longo do ano, dividida por 13 meses.

Características das pessoas e das empresas e outras organizações, segundo os domínios culturais - 2021

Variáveis	Empresas e outras organizações		Pessoal ocupado total		Pessoal ocupado assalariado		Salário médio mensal (R\$) (1)	Porte médio das organizações (2)
	Absoluto	Distribuição (%)	Absoluto	Distribuição (%)	Absoluto	Distribuição (%)		
Total do Cadastro	5 748 599	..	55 296 012	..	47 616 457	..	3 267	9,6
Total dos domínios culturais	387 597	100,0	2 132 303	100,0	1 613 597	100,0	4 135	5,5
Total das Atividades Culturais Centrais	256 832	66,3	1 111 866	52,1	776 058	48,1	3 246	4,3
A. Patrimônio natural e cultural	706	0,2	8 208	0,4	7 460	0,5	4 181	11,6
B. Apresentações artísticas e celebrações	27 409	7,1	60 464	2,8	28 467	1,8	2 808	2,2
C. Artes visuais e artesanato	22 516	5,8	110 492	5,2	80 728	5,0	2 180	4,9
D. Livro e imprensa	48 076	12,4	231 462	10,9	167 153	10,4	2 870	4,8
E. Mídias audiovisuais e interativas	43 815	11,3	310 265	14,6	249 527	15,5	4 751	7,1
F. Design e serviços criativos	93 757	24,2	266 914	12,5	147 266	9,1	2 727	2,8
H. Esportes e recreação	7 493	1,9	43 260	2,0	33 682	2,1	1 808	5,8
Educação e Capacitação	13 060	3,4	80 801	3,8	61 775	3,8	1 822	6,2
Atividades Culturais Periféricas	130 765	33,7	1 020 437	47,9	837 539	51,9	4 962	7,8
Equipamentos e materiais de apoio	130 765	33,7	1 020 437	47,9	837 539	51,9	4 962	7,8

Fonte: IBGE, Cadastro Central de Empresas 2021.

(1) O salário médio mensal é a razão entre o total de salários e outras remunerações do ano de referência e o número médio de pessoas assalariadas em atividade ao longo do ano, dividida por 13 meses. (2) Porte médio é a razão entre o pessoal ocupado total e o número de unidades estatísticas.

Com relação ao sexo, em 2021, a distribuição entre homens e mulheres no total dos domínios culturais foi bastante semelhante ao total do CEMPRES: mulheres assalariadas ocupando 43,7% no setor cultural e 44,9% no CEMPRES. Porém, segundo as atividades, as três em que as mulheres mais predominaram foram Educação e capacitação (68,2%), Artes visuais e artesanatos (64,5%) e Livro e imprensa (53,1%). Já os homens estiveram mais presentes nas atividades de Mídias audiovisuais e interativas (62,4%), Equipamentos e materiais de apoio (61,8%) e Apresentações artísticas e celebrações (56,7%). No geral, as mulheres ganharam menos do que os homens. Enquanto eles receberam, em média, R\$ 4 730,37 ao mês, elas, R\$ 3 354,00. Apenas em duas atividades elas ganharam o equivalente ou um pouco acima: Patrimônio natural e cultural e Apresentações artísticas e celebrações.

Quanto à escolaridade, a heterogeneidade entre as atividades é ainda maior. Enquanto, em 2021, respectivamente, apenas 9,4% e 9,9% dos assalariados em Artes visuais e artesanato e Esportes e recreação tinham nível superior, em Patrimônio natural e cultural e Educação e capacitação, 41,1% e 39,1% dos assalariados tinham essa escolaridade.

A análise regional das unidades locais mostra mudança em todo o Território Nacional da distribuição do pessoal ocupado assalariado, com o aumento em uma década da proporção de assala-

riados nas Regiões Sul e Nordeste e uma redução na Região Sudeste. A Região Nordeste ocupava, em 2011, 11,0% dos assalariados do setor cultural do País e passou para 12,9%, em 2021, enquanto a Região Sul passou de 16,4% para 18,5%. Destaque para o Estado de Santa Catarina, que concentrava 3,8% dos assalariados do País e passou para 5,4%. Por outro lado, a Região Sudeste que, antes ocupava 60,9% dos assalariados passou a ocupar 56,9%. Destaca-se o Estado de São Paulo, que concentrava 40,1% dos assalariados e passou para 37,8%.

O estudo também aponta, em linha com o que acontece com todo o CEMPRES, uma mudança ao longo da década do perfil da mão de obra entre capitais e não capitais. Em 2011, 55,9% do pessoal ocupado assalariado estava nas capitais e, em 2021, reduziu para 49,6%. Dentre os Municípios com 150 mil habitantes ou mais, destacam-se três com maior participação do pessoal ocupado assalariado em 2021 do setor cultural no total do CEMPRES: Hortolândia (São Paulo) (16,2%), Barueri (São Paulo) (10,5%) e Limeira (São Paulo) (7,9%).

No que diz respeito à temática de Demografia das Empresas do setor cultural, a qual permite avaliar a dinâmica de entrada e saída das empresas do setor cultural, bem como o desempenho delas, por meio da taxa de sobrevivência, de uma forma geral, observa-se que o comportamento conjunto das atividades culturais é bastante

semelhante e acompanha os movimentos do total do CEMPRES, apesar de ser apenas de um pequeno subconjunto (6,7% do total das organizações em 2021) e um conjunto restrito de atividades (72 de 667 atividades econômicas).

Em 2021, as taxas de entrada e saída das empresas do setor cultural foram 22,0% e 13,5%, respectivamente. Quanto à sobrevivência, no quinto ano de vida (considerando as empresas nascidas de 2008 a 2016), apenas 38,9% sobreviveram. No CEMPRES essa taxa foi de 41,1%.

Há diversidade segundo os domínios culturais. As atividades mais dinâmicas, ou seja, com maiores taxas de entrada e saída em 2021, foram *Design* e serviços criativos (30,0% entrada e 13,9% saída) e Patrimônio natural e cultural (26,4% e 14,0%). Com relação

Pesquisas estruturais em empresas

A análise de informações econômico-financeiras das empresas brasileiras expressas nos resultados das pesquisas estruturais do IBGE, Pesquisa Industrial Anual-Empresa - PIA-Empresa, Pesquisa Anual de Comércio - PAC e Pesquisa Anual de Serviços - PAS permitem uma compreensão da importância do setor cultural na economia nacional. Cabe salientar que o escopo dessas pesquisas é menor que o do CEMPRES, tanto em termos do âmbito setorial (atividades selecionadas) quanto do perfil das empresas (ativas e pertencentes à natureza jurídica de entidades empresariais)⁷.

O resultado conjunto dessas pesquisas para o ano de 2021 revelou que havia 246,8 mil empresas associadas ao setor cultural, com 1,8 milhão de pessoas ocupadas, que receberam R\$ 87,7 bilhões em salários, retiradas e outras remunerações. Essas empresas apuraram R\$ 740,8 bilhões em receita líquida, o que representava 5,8% da receita líquida total⁸, e geraram R\$ 287,9 bilhões em valor adicionado⁹, 8,0% do valor adicionado total.

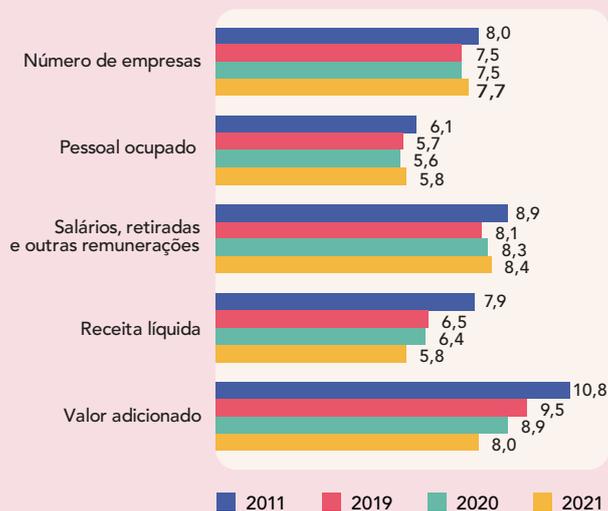
O setor cultural, tal como retratado no SIIC, é composto pelos domínios centrais e pelo periférico. Em 2021, as atividades que compõem os domínios centrais abrangiam 66,4% do número de empresas e 50,1% do pessoal ocupado. Esse percentual cai quando considerada a participação na receita líquida (29,0%) e no valor adicionado (32,3%). Em sentido contrário, a relevância do domínio periférico era maior nas variáveis econômico-financeiras, sobretudo pela importância dos setores das classes de atividades da Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE 2.0 *Telecomunicações por fio, sem fio e por satélite*; e *Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador*, que representavam, em 2021, 25,3% e 17,4% do valor adicionado do setor cultural, respectivamente.

à capacidade de sobrevivência, Educação e capacitação destaca-se com 48,4% das empresas sobrevivendo após o quinto ano de vida e, com a menor taxa de sobrevivência, Esportes e recreação, 28,5%, ou seja, em média, apenas cerca de uma a cada cinco empresas nascidas de 2008 a 2016 sobreviveram após cinco anos em operação.

Por fim, um indicador importante e frequentemente relacionado ao empreendedorismo é o de empresas de alto crescimento⁶. O setor cultural ganhou representatividade no total das empresas de alto crescimento no País e apresentou, em 2021, 1 895 empresas de alto crescimento, o que engloba 6,9% das empresas de alto crescimento do CEMPRES e um aumento, em relação a 2011, quando a proporção era 4,9%.

A análise da evolução da importância do setor cultural mostra uma redução nos 10 anos considerados na série. Número de empresas perderam 0,3 ponto percentual (p.p.), pessoal ocupado, 0,2 p.p. Quanto a salários, retiradas e outras remunerações, houve queda de 0,5 p.p. Já receita líquida e valor adicionado tiveram uma queda mais significativa, de 2,1 e 2,8 p.p., respectivamente, entre 2011 e 2021.

Participação das atividades do setor cultural no total de atividades cobertas pelas pesquisas estruturais do IBGE (%)



Fonte: IBGE, Pesquisa Industrial Anual - Empresa 2011/2021, Pesquisa Anual do Comércio 2011/2021 e Pesquisa Anual dos Serviços 2011/2021.

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

⁶ Para informações mais detalhadas sobre empresas de alto crescimento, ver **Glossário** nas **Notas Técnicas**.

⁷ Para informações mais detalhadas, consultar as **Notas Técnicas**.

⁸ O total geral remete ao somatório das atividades (culturais e não culturais) das indústrias de transformação proveniente da PIA-Empresa, comerciais cobertas na PAC e de serviços selecionados na PAS.

⁹ 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.

Detalhando a variável valor adicionado, percebe-se queda de 10,8% para 8,0% na importância do setor cultural. Grande parte dessa queda ocorreu entre 2019 e 2021, período caracterizado pela pandemia de COVID-19: enquanto entre todo o período de 2011 a 2019, a queda foi de 1,3 p.p., em 2021 comparativamente a 2019, essa perda de representatividade se acelerou, com recuo de 1,5 p.p.

Sob a ótica da participação dos domínios no total do valor adicionado do próprio setor cultural, houve ganho de importância de 64,1% para 67,7% do domínio periférico no período de 2011 a 2021. Em contrapartida, houve perda de participação dos domínios centrais, sobretudo, pelo recuo do domínio Livros e imprensa (-3,1 p.p.) e Mídias audiovisuais e interativas (-1,8 p.p.). No outro sentido, o domínio *Design* e serviços criativos teve o maior ganho de relevância (1,0 p.p.). Por fim, entre 2019 e 2021, período marcado pela pandemia de COVID-19, o domínio Mídias audiovisuais e interativas foi o que mais perdeu relevância (queda de 0,8 p.p.), porém se mantendo como principal domínio central (13,6% de participação do total do valor adicionado do setor cultural).

Vale destacar, em relação ao domínio periférico, a perda de importância do setor da classe de atividade *Telecomunicações por fio, sem fio e por satélite*, com queda de 5,4 p.p. de participação no valor adicionado cultural no período 2011-2019, sendo que essa queda se concentrou entre 2019 e 2021. Por outro lado, atividades periféricas que se destacaram com ganho de relevância no total do valor adicionado da economia foram *Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador*; e *Comércio atacadista de equipamentos e produtos de tecnologia de informação e comunicação*, que cresceram 4,6 e 3,2 p.p., respectivamente entre 2011 e 2021. Esta última, teve um ganho de 3,1 p.p. entre os anos de 2019 e 2021, período da pandemia e, no ranking das 17 atividades que compõem o domínio periférico, ganhou uma posição e se tornou a terceira atividade mais importante.

Em relação ao domínio central, algumas atividades se destacam com perda de relevância. A maior perda ocorreu em Edição e edição

integrada à impressão, atividade pertencente ao domínio Livros e imprensa, e que representava 5,1% do valor adicionado cultural em 2011, passando para 2,2% em 2021. A segunda e terceira maiores quedas de importância nos 10 anos analisados foram as atividades Operadoras de televisão por assinatura (-2,6 p.p.) e Atividades de televisão aberta (-1,8 p.p.), que pertencem ao domínio Mídias audiovisuais e interativas. Entre 2019 e 2021, sobressai a perda de uma classe de atividade desse mesmo domínio, a de *Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura* (-0,8%).

No sentido contrário, dos maiores ganhos de participação no valor adicionado cultural no período 2011-2021, vale ressaltar duas atividades pertencentes ao domínio Mídias audiovisuais e interativas: *Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na Internet* (2,2 p.p.); e *Outras atividades de telecomunicações* (1,5 p.p.). Particularmente, *Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na Internet* era apenas a 17ª das 30 atividades dos domínios centrais no ranking de importância do valor adicionado cultural, e em 2019 já figurava como a sexta mais relevante, e em 2021, a quarta.

Também sobressai positivamente Agências e atividades de publicidade, do domínio *Design* e serviços criativos, que em 2011 estava em terceiro no ranking entre as atividades centrais e, em 2021, já aparece como a atividade central mais relevante, com crescimento significativo também no período entre 2019 e 2021, passando de 5,2% para 6,4% de participação no setor cultural, o maior ganho dentre todas as atividades do domínio central.

É interessante perceber que são pertencentes ao âmbito do domínio Mídias audiovisuais e interativas algumas das atividades que se destacam com as maiores e menores perdas de valor adicionado no período analisado. O ganho de relevância de atividades relacionadas a portais, provedores, serviços de informação na Internet em contrapartida às perdas em televisão por assinatura e aberta refletem mudanças estruturais fruto de novos modelos de negócios, bem como de novos hábitos de consumo, como o fortalecimento do *streaming*.

Maiores e menores variações em participação do valor adicionado do setor cultural

	2019	2021	Variação (p.p.)		2019	2021	Variação (p.p.)
Agências e atividades de publicidade	5,2%	6,4%	↑ 1,2	Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura	1,1%	0,3%	↓ 0,8
Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na Internet	2,3%	2,7%	↑ 0,4	Operadoras de televisão por assinatura	1,2%	0,6%	↓ 0,6
Outras atividades de telecomunicações	4,1%	4,3%	↑ 0,2	Edição e edição integrada à impressão	2,5%	2,2%	↓ 0,3
Comércio atacadista de equipamentos e produtos de tecnologia de informação e comunicação	3,5%	6,6%	↑ 3,1	Telecomunicações por fio, sem fio e por satélite	30,7%	25,3%	↓ 5,4

● Domínios centrais

● Domínios periféricos

Fonte: IBGE, Pesquisa Industrial Anual - Empresa 2019/2021, Pesquisa Anual de Comércio 2019/2021 e Pesquisa Anual de Serviços 2019/2021.

Ocupação no setor cultural (formal e informal)

Com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua, do IBGE¹⁰, é possível detalhar o mercado de trabalho do setor cultural para pessoas com vínculo formal (como no CEMPRE e nas pesquisas estruturais em empresas) ou informal, captando a inserção laboral da população a partir de entrevistas domiciliares. Também, diferentemente das análises anteriores, que definiram cultura exclusivamente a partir de atividades econômicas, aqui o setor cultural inclui pessoas com ocupações e/ou atividades culturais.

Em 2022, o setor cultural representou um total de 5,4 milhões de ocupados (5,6% do total). Em termos absolutos, retorna a patamar próximo de 2019, quando o setor ocupava 5,5 milhões de pessoas e representava 5,8% do total. A pandemia de COVID-19 atingiu fortemente o setor cultural em 2020 e em 2021, que perdeu mais postos de trabalho em comparação com o total nesses dois anos. Em 2021 o setor cultural chega, então, à menor participação (5,5%) da série.



Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2014-2022.
Nota: Dados consolidados de primeiras visitas de 2014 a 2019 e de quintas visitas em 2020 a 2022.

Entre as Unidades da Federação, no ano de 2022, São Paulo (7,7%), Amazonas (6,6%) e Distrito Federal (6,6%) apresentaram a maior proporção de pessoas trabalhando no setor cultural. Por outro lado, Roraima (3,0%), Mato Grosso (3,1%), Alagoas (3,2%) e Acre (3,2%) apresentaram as menores taxas. Entre os Municípios das Capitais, destacaram-se em 2022: Florianópolis (Santa Catarina) (11,1%); São Paulo (São Paulo) (10,9%); e Manaus (Amazonas) (9,6%).

Ao detalhar o setor por características das pessoas ocupadas, tem-se que, de 2014 a 2022, os trabalhadores do setor cultural apre-

sentaram um nível de instrução mais elevado que o observado entre os ocupados no mercado de trabalho em geral. Em 2022, para a totalidade dos trabalhadores, 22,6% tinham nível superior completo, enquanto no setor cultural, 30,6% dos trabalhadores o tinham.

A participação das mulheres no setor cultural aumentou desde 2014 (46,4% dos ocupados) até 2020 (49,5%), reduzindo em 2021 (49,1%) e 2022, quando chegou a valor próximo do início da série, com 47,2% dos ocupados. Na cultura, em 2022, 43,9% dos ocupados eram de cor ou raça preta ou parda, enquanto no geral, esse número foi de 54,2% em 2022. 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, com relativa recuperação em 2022, mais ainda abaixo do valor pré-pandemia (eram 45,3% dos ocupados na cultura em 2019).

Sob a ótica de posição na ocupação, o trabalhador por conta própria é a principal categoria de ocupados no setor cultural. Em 2022, o percentual desse grupo foi de 42,1%, seguido dos empregados do setor privado com carteira (35,9%) e sem carteira (14,4%). Em todos os setores, nesse mesmo ano, o grupo com o maior número de ocupados foi o de empregados do setor privado com carteira (36,7%), seguido do trabalhador por conta própria (26,1%) e empregados do setor privado sem carteira (13,0%). Destacam-se, nos anos de 2020 e 2021, 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 afetou mais postos de trabalho informais¹¹ do que formais, e ainda com crescimento maior da ocupação com informalidade em 2022 ante 2021, não recuperando os patamares de formalidade pré-pandemia.

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	30,6
Mulheres	42,8	47,2
Pretas ou pardas	54,2	43,9
Trabalhadores por conta própria	26,1	42,1

Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2022.

¹⁰ A PNAD Contínua é uma pesquisa que entrevista o mesmo domicílio cinco vezes, uma vez por trimestre. Aqui usamos dados consolidados anualmente. Para informações mais detalhadas, consultar as **Notas Técnicas**.

¹¹ Correspondem 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 2014-2022.

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 2022, esse percentual foi de 43,2% dos ocupados no setor cultural e 40,9% dos ocupados em todos os setores. Por Unidades da Federação, os maiores percentuais de informalidade no setor cultural no ano de 2022 estiveram no Piauí (67,7%), Pará (67,0%) e Amapá (65,5%), enquanto os menores, em Santa Catarina (25,9%), Rio Grande do Sul (33,0%) e Paraná (35,1%).

O rendimento médio real habitual 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\$ 2 815, em 2022, o que representa um aumento de 9,8% (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\$ 2 582, em 2022 (também com aumento de 9,8%). No setor cultural em 2022, mulheres receberam R\$ 2 510 e homens, R\$ 3 087, uma diferença de cerca de 23%.

Uma parcela pequena da população tem mais de um trabalho, ou seja, tem pelo menos um trabalho principal e um secundário (2,9 milhões de pessoas em 2022 ou 3,0% do total). Como dito acima, em 2022, 5,6% dos ocupados no trabalho principal estava no setor cultural. Já quando se estuda o trabalho secundário, a proporção do setor cultural foi superior, 9,3% (271 mil pessoas).

Índice de Preços da Cultura - IPCult

O Índice de Preços da Cultura - IPCult é um indicador aproximado para a mensuração do custo de vida relacionado à cultura. Ele reflete o comportamento, ao longo do tempo, dos preços de uma cesta fixa de bens e serviços predominantemente utilizados para fins culturais. A nova série do IPCult baseia-se na série do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA derivada a partir dos

resultados da Pesquisa de Orçamentos Familiares - POF 2017-2018. Esta série teve início em janeiro de 2020.

A cesta do IPCult no Brasil é composta por 30 subitens culturais reunidos em seis grupos. Na sequência são avaliadas a composição do IPCult (pesos dos grupos que integram o índice) e variações de preço entre 2020 e 2022, no âmbito nacional e regional. Na cesta nacional, o IPCult respondia por 9,1% do IPCA em 2020, diminuindo para 8,8% e 8,4%, na ordem, nos dois anos seguintes. Dentre as macrorregiões do País, a maior participação no último ano da série, 2022, era observada na Sudeste (8,8%), seguida pela Centro-Oeste (8,7%), Sul (8,1%), Nordeste (7,4%) e Norte (7,3%).

A evolução de pesos proporcionais no mês de julho de cada ano entre 2020 e 2022 revela maior contribuição do subgrupo Serviços de telefonia, TV por assinatura e Internet, em torno de 60%, seguido por Despesas pessoais com produtos e serviços culturais; Artigos de residência; e Produtos e atividades de ensino. Os subgrupos Acessórios pessoais e Jornais, revistas e assinaturas são aqueles que, relativamente, possuíam menor relevância na composição do IPCult.

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

Subgrupos culturais	Pesos proporcionais em julho (%)		
	2020	2021	2022
Artigos de residência	10,8	11,9	11,8
Acessórios pessoais	2,2	2,5	2,5
Despesas pessoais com produtos e serviços culturais	15,6	15,4	17,0
Jornais, revistas e assinaturas	0,9	0,9	0,9
Produtos e atividades de ensino	10,1	9,7	9,7
Serviços de telefonia, TV por assinatura e Internet	60,4	59,5	58,1

Fonte: IBGE, Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo 2020-2022.

A evolução das variações acumuladas em 12 meses do IPCA e do IPCult para o Brasil mostra que, entre 2020 e 2022, o IPCult registrou resultado inferior ao IPCA. Em média, entre 2020 e 2022, o IPCult variou 3,2% contra 6,8% do IPCA. Esta diferença entre os dois índices mostrou-se mais aguda nos dois últimos anos da série, 2021 e 2022, muito influenciada pelos desdobramentos da crise econômica que decorreu da crise sanitária desencadeada pela pandemia de COVID-19.

A maior variação anual média de preços entre 2020 e 2022 foi observada no subgrupo cultural Acessórios pessoais (10,0%), seguida por Jornais, revistas e assinaturas (9,4%). Por outro lado, os subgrupos culturais Produtos e atividades de ensino (3,8%) e Serviços de telefonia, TV por assinatura e Internet (1,1%) foram aqueles que apresentaram, comparativamente, variações médias anuais mais baixas no IPCult. Dentre as Grandes Regiões do Brasil, as Regiões Sudeste e Centro-Oeste foram aquelas em que o IPCult apresentou as maiores variações anuais médias: 3,6% e 3,0%. Cabe ressaltar que, tal como em âmbito nacional, tais variações permaneceram em patamar inferior ao observado pelas variações anuais médias do IPCA para estas Regiões no mesmo período, a saber: 6,7% e 6,6%, na ordem.

Evolução das variações acumuladas em 12 meses do IPCA e do IPCult (%)



Fonte: IBGE, Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo 2020-2022.

Variações médias acumuladas em 12 meses do IPCA e do IPCult e seus subgrupos (%)



Fonte: IBGE, Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo 2020-2022.

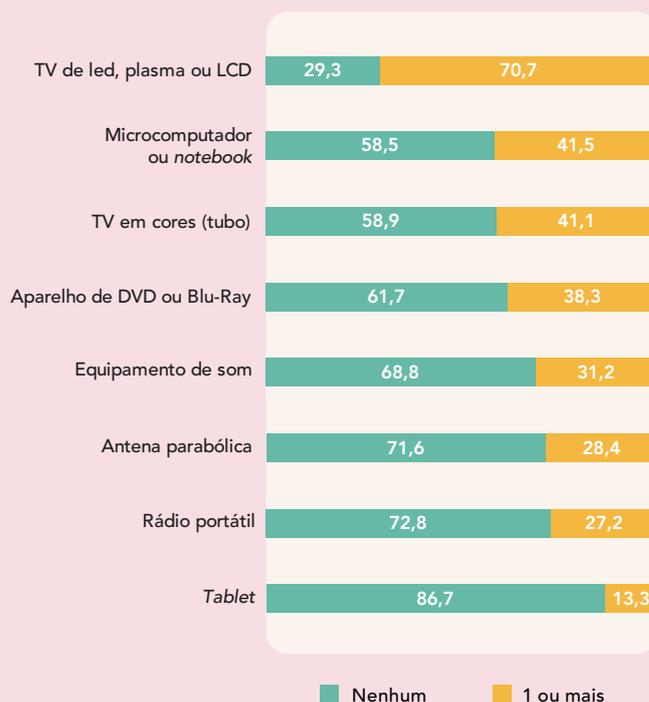
Posse de bens duráveis pelas famílias —

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. Em edições anteriores do SIIC, foi explorada a despesa de consumo das famílias com a POF 2017-2018, que, após seleção de produtos e serviços considerados no recorte cultura, levou a que a despesa em cultura tenha representado 7,1% do total.

Como ainda não houve uma nova edição da POF, explora-se aqui a posse de bens duráveis nos domicílios, uma dimensão da pesquisa que permite indicar fruição potencial por parte das famílias e indivíduos. Como para despesas, há definição, dentre o rol de bens investigados, daqueles considerados com fins eminentemente culturais. Destacam-se desigualdades de acesso segundo características das pessoas e localização do domicílio de residência.

Em 2017-2018, 70,7% das famílias tinham ao menos uma TV de led, plasma ou LCD e ainda 41,1% uma TV em cores de tubo. Microcomputador ou *notebook* estavam nos domicílios de 41,5% dessas famílias. Outros equipamentos tinham menor penetração, alguns rumo à obsolescência tecnológica ou tendo sido incorporados em outros equipamentos, como os aparelhos de DVD ou Blu Ray (38,3%) e equipamentos de som (31,2%). Dentre os investigados, o bem com menor penetração era *tablet*, pois apenas 13,3% das famílias tinham algum no domicílio.

Distribuição das famílias, por posse de bens duráveis no domicílio (%)



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

Para TV de tela fina e microcomputador, cabe destacar um recorte de domicílios com 1 bem, e com 2 ou mais bens. A TV de tela fina permite, potencialmente, mais tipos de acesso, com maior qualidade de imagem, por *streaming* etc. Quanto ao microcomputador, isso é especialmente relevante, pois o uso é, de forma geral, mais individualizado do que para o audiovisual e está relacionado ao acesso efetivo à Internet. Como será destacado à frente com a Pesquisa por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua, o principal meio de acesso à Internet é hoje em dia por telefone celular, mas que não tem, ainda pelo menos, o mesmo potencial de uso do microcomputador.

Em 2017-2018, 29,3% das famílias não possuíam TV de tela fina no domicílio, 48,0% possuíam 1 bem, e 22,7% possuíam 2 ou mais bens. Dentre as famílias com a pessoa de referência sem instrução, apenas 5,6% tinham 2 ou mais TVs de tela fina no domicílio, contra 51,3% das famílias em que a pessoa de referência tinha superior completo. Quanto a cor ou raça, a diferença era de 31,3% para pessoas brancas e 16,0% para pessoas pretas ou pardas.

Já 58,5% das famílias não possuíam um microcomputador ou *notebook*, 30,7% possuíam 1 bem, e 10,8% possuíam 2 ou mais bens. Destaca-se que apenas 4,3% dos domicílios com um adulto e com ao menos uma criança tinham 2 ou mais microcomputadores. As desigualdades regionais também se mostraram marcadas, apenas 6,0% das famílias na Região Norte e 6,5% na Região Nordeste tinham 2 ou mais microcomputadores ou *notebooks* no domicílio.

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

Distribuição de famílias, por posse de bens duráveis (%)

Características da pessoa de referência e do arranjo familiar	Distribuição de famílias, por posse de bens duráveis (%)					
	TV de led, plasma ou LCD			Microcomputador ou <i>notebook</i>		
	Nenhum	1 bem	2 ou mais	Nenhum	1 bem	2 ou mais
Total	29,3	48,0	22,7	58,5	30,7	10,8
Situação do domicílio						
Urbano	25,0	49,3	25,7	54,1	33,7	12,3
Rural	54,8	40,0	5,2	85,3	13,0	1,7
Nível de instrução						
Sem instrução	57,0	37,4	5,6	90,9	8,0	1,1
Ensino fundamental incompleto	39,3	48,4	12,3	77,8	19,5	2,7
Ensino fundamental completo	28,5	51,0	20,5	64,7	30,6	4,7
Ensino médio incompleto	31,4	52,1	16,5	64,9	29,8	5,4
Ensino médio completo	20,3	53,2	26,5	47,5	41,1	11,4
Ensino superior incompleto	16,2	48,4	35,4	23,6	52,0	24,4
Ensino superior completo	8,4	40,4	51,3	15,5	47,9	36,6
Composição da família						
Um adulto sem criança	41,2	48,1	10,6	68,6	27,7	3,7
Um adulto com ao menos uma criança	42,1	49,0	8,9	70,7	25,0	4,3
Mais de um adulto sem criança	24,2	49,5	26,3	48,4	35,7	15,9
Mais de um adulto com ao menos uma criança	28,0	49,0	23,0	56,8	32,5	10,6
Um ou mais idosos com ou sem crianças	37,2	45,3	17,5	82,7	13,9	3,4
Um ou mais idosos, com ao menos um adulto, com ou sem crianças	27,8	44,2	27,9	60,1	29,4	10,5

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.

telefone celular (*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 idade¹².

Em 2022, a população de 10 anos ou mais de idade chegou a 185,4 milhões de pessoas, sendo que 86,5% possuíam um telefone celular para uso pessoal, aumento de 9,1 p.p. em relação a 2016 (77,4%). Esse percentual foi maior para as mulheres (88,0%) em relação aos homens (85,0%). Também foi mais elevado entre as pessoas de cor ou raça branca (89,4%)

¹² Devido a restrições da pandemia de COVID-19, o questionário da PNAD Contínua que investiga as TIC não foi aplicado no ano de 2020, portanto a série histórica disponível até o momento inclui 2016 (início do suplemento nessa pesquisa), 2017, 2018, 2019, 2021 e 2022.

em comparação com preta ou parda (84,3%). Destaca-se, ainda, o grupo etário de 30 a 59 anos de idade (92,8%) e as pessoas com ensino superior completo (98,8%).

Quanto ao acesso à Internet, em 2022, 87,2% ou 161,7 milhões de pessoas acessaram pelo menos uma vez nos três meses anteriores à entrevista. Esse percentual aumentou, anualmente, desde o início da série na PNAD Contínua, 2016, quando foi de 66,1% ou 116,3 milhões de pessoas. Foi justamente o telefone celular o equipamento mais utilizado, com uso por 159,9 milhões de pessoas, ou 98,9% das pessoas de 10 anos ou mais de idade que utilizaram Internet em 2022. Em segundo lugar, ficou televisão ou outro equipamento, com 47,7%.

Apesar dessa série de dados sobre TIC na PNAD Contínua iniciar apenas em 2016, 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 36,0 p.p. de 2016 (11,7%) a 2022 (47,7%). 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.

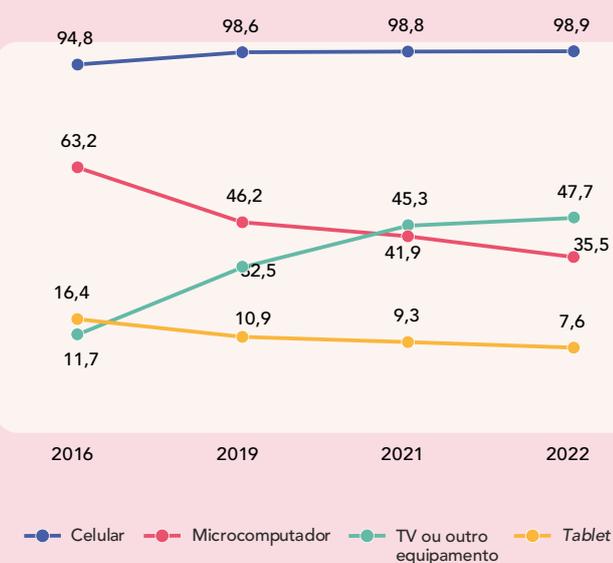
Sob a ótica sociodemográfica, a utilização da Internet, em 2022, foi mais frequente para alguns grupos de pessoas: brancas (88,9%); de 15 a 29 anos (95,6%) e de 30 a 59 anos (91,9%); com ensino médio completo ou superior incompleto (96,3%) ou ensino superior completo (98,2%).

Analisando a utilização da Internet por Unidades da Federação, Distrito Federal (96,6%), Goiás (91,4%), São Paulo (91,0%) e Rio de Janeiro (90,1%) apresentaram as taxas mais elevadas no ano de 2022. Já as menores taxas foram encontradas no Acre (77,8%), Maranhão (79,1%), Amazonas (79,3%) e Piauí (80,9%).

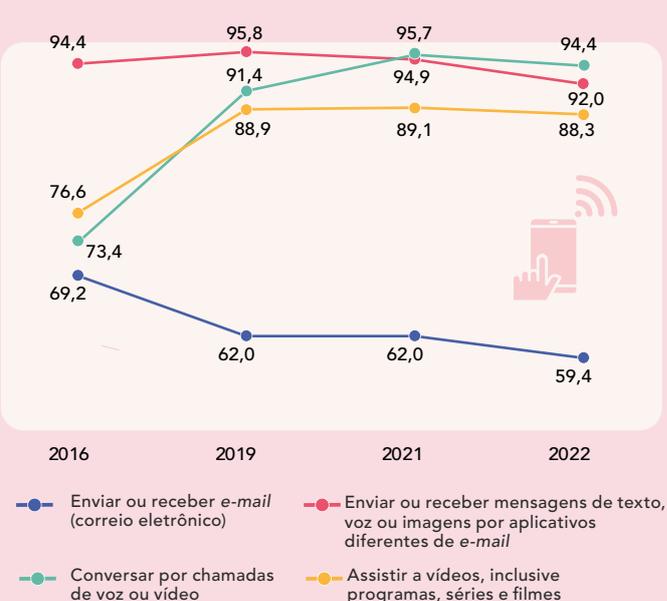
Dentre as finalidades de acesso investigadas, conversar por chamadas de voz ou vídeo foi a mais recorrente, utilizada por 94,4% dos usuários, em 2022, com um forte incremento ante 2016, quando foi utilizada por 73,4%. Em segundo lugar ficou enviar ou receber mensagens de texto, voz ou imagens por aplicativos diferentes de *e-mail* (correio eletrônico), utilizada por 92,0% dos usuários, em 2022, com decréscimo de 2,4 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 88,3% dos usuários, em 2022, com um incremento relevante (11,7 p.p.) ante 2016. A quarta finalidade de acesso, enviar ou receber *e-mail*, teve diminuição entre 2016 (69,2%) e 2022 (59,4%), 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 2016/2022.

Turismo de lazer, cultura e natureza

O Módulo de Turismo, inserido na PNAD Contínua, teve como objetivo quantificar os fluxos de turistas nacionais entre as diferentes regiões do País e para o exterior. Foram apurados gastos e características das viagens realizadas que, associados a outras variáveis que constam na pesquisa, incluindo o rendimento domiciliar *per capita*, permitem uma avaliação sobre a demanda turística doméstica. Cada domicílio selecionado para responder a pesquisa pôde relatar no máximo cinco viagens e, dentre estas, três foram investigadas em todas as suas características (as três nas quais ocorreram os maiores gastos), o que significa que os indicadores se referem a, no máximo, três viagens por domicílio.

Esse módulo foi investigado na PNAD Contínua em 2019, 2020 e 2021, através de um convênio entre o IBGE e o Ministério do Turismo. A metodologia mudou entre 2019 e os anos seguintes, o que torna difícil a comparação, em razão de possíveis efeitos de sazonalidade¹³. Em razão também da situação atípica da pandemia de COVID-19, que impactou fortemente o setor de turismo, daremos destaque aqui apenas aos dados mais recentes disponíveis, de 2021.

Em 2021, 12,7% dos domicílios tinham feito alguma viagem, chegando a um quantitativo de 12,4 milhões de viagens, sendo que 85,4% delas foram para fim pessoal, contra 14,6% para fim profissional. Dentre as viagens para fim pessoal, 35,8% tiveram como motivo lazer (3,8 milhões de viagens). Lazer representou o principal motivo de viagens com finalidade pessoal das pessoas com maiores rendimentos, sendo que prevaleceram em domicílios com menores rendimentos viagens para tratamento de saúde e bem-estar, e para visita a parentes e amigos¹⁴.

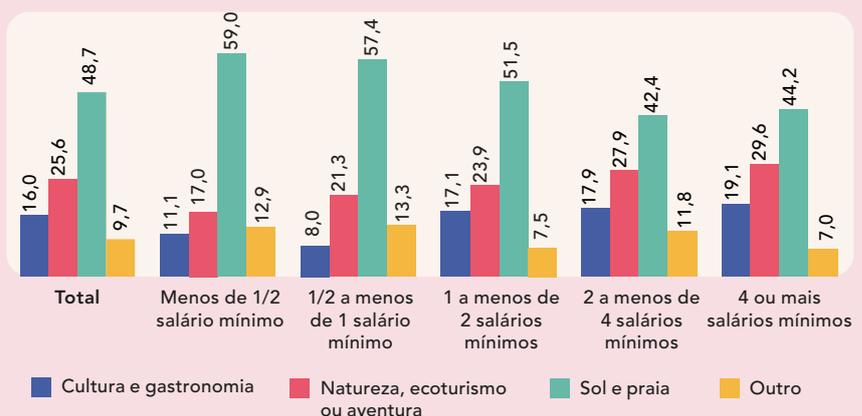
Pelas características do Sistema de Informações e Indicadores Culturais - SIIC e escolhas quanto ao recorte cultural, com base no arcabouço da Organização das Nações

Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - UNESCO), vale destacar as viagens de lazer do tipo cultura e gastronomia, e do tipo natureza, ecoturismo ou aventura, estas últimas relacionadas ao patrimônio natural. Foram contabilizadas, em 2021, 602 mil viagens para cultura e gastronomia e 963 mil viagens para natureza, ecoturismo ou aventura. A soma delas representou 41,6% das viagens de lazer contabilizadas.

Tanto viagens para cultura e gastronomia quanto para natureza, ecoturismo ou

aventura tenderam a ser menos comuns em domicílios com rendimento *per capita* mais baixo em 2021. Na faixa com menores rendimentos (abaixo de ½ salário mínimo), o motivo cultura e gastronomia representou 11,1% das viagens, enquanto o motivo natureza, ecoturismo e aventura representou 17,0%. Nesta faixa, predominaram viagens para sol e praia (59,0%). Já nos domicílios da faixa de 4 ou mais salários mínimos, 19,1% das viagens de lazer foram para fins de cultura e gastronomia e 29,6%, para fins de natureza, ecoturismo ou aventura.

Distribuição das viagens de lazer, por tipo, segundo as faixas de rendimentos (%)



Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2021.

Notas: 1. Dados consolidados de segundas entrevistas em 2021.

2. Viagens realizadas pelos moradores dos domicílios no período de referência dos últimos três meses.

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 2012 a 2022. São apresentadas as informações sobre despesas orçamentárias das três esferas de governo (federal, estadual e municipal) com

a administração, operação e suporte dos órgãos e políticas encarregados pela difusão da cultura, preservação do patrimônio histórico e os de promoção das artes, além de dados relativos à renúncia de receita tributária com intuito de gerar recursos para promoção de atividades ligadas ao setor cultural.

¹³ Para informações mais detalhadas, consultar as **Notas Técnicas**.

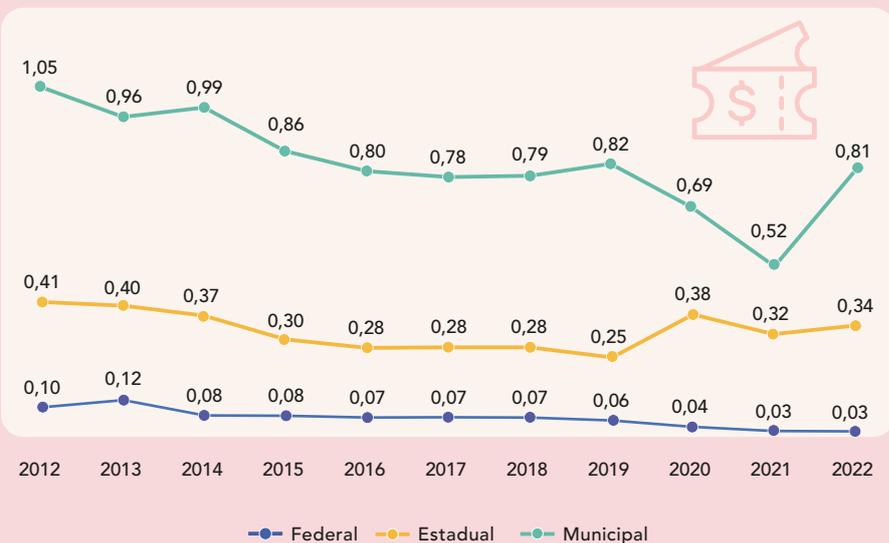
¹⁴ Consultar também: TURISMO 2020-2021. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. 8 p. Acima do título: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. Informativo. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/17270-pnad-continua.html?edicao=34226&t=publicacoes>. Acesso em: out. 2023.

Em valores correntes, os gastos públicos alocados no setor cultural passaram de R\$ 7,9 bilhões no ano de 2012 para R\$ 13,6 bilhões no ano de 2022, uma expansão de aproximadamente 73,1%¹⁵. Numa análise por esfera, observa-se a redução de gastos da esfera federal em 33,3%, passando de R\$ 1,8 bilhão em 2012 para R\$ 1,2 bilhão em 2022. Já Estados e Municípios tiveram aumentos nos gastos, com 77,7% e 125,1%, respectivamente. Enquanto governos estaduais passaram de R\$ 2,4 bilhões em 2012 para R\$ 4,3 bilhões em 2022, governos municipais aumentaram de R\$ 3,6 bilhões em 2012 para R\$ 8,0 bilhões em 2022, resultados influenciados pelos recursos oriundos da Lei Paulo Gustavo (Lei Complementar n. 195, de 08.07.2022) e da Lei Aldir Blanc (Lei n. 14.017, de 29.06.2020). O ano de 2022 trouxe o maior valor de gastos em cultura da série, mantendo estabilidade do gasto na esfera federal ante 2021 (R\$ 1,2 bilhão) e crescendo nas esferas estadual (com R\$ 3,5 bilhões) e municipal (R\$ 4,3 bilhões) também quando se compara com o ano de 2021.

No entanto, apesar do aumento em valores absolutos da despesa total com cultura, percebe-se a queda da participação da cultura no total da despesa das três esferas de governo. A esfera federal apresentou queda de 0,07 p.p., passando de 0,10% em 2012 para 0,03% em 2022. Governos estaduais reduziram a participação da despesa com cultura em 0,07 p.p. (de 0,41% em 2012 para 0,34% em 2022). Na esfera municipal, a mais relevante no tocante aos gastos públicos com cultura, a queda foi ainda mais expressiva, passando de 1,05% em 2012 para 0,81% em 2022, uma redução de 0,24 p.p. da participação do setor cultural no total de gastos. Dito isso, houve recuperação no nível municipal ante 2021, chegando a patamar de despesa próximo do valor de 2019 (0,82%).

Na comparação com outras funções (áreas de atuação do governo), os gastos

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.

públicos com cultura também perderam participação no período analisado. Enquanto os gastos com saúde e educação aumentaram 144,3% e 142,2% entre 2012 e 2022, respectivamente, os gastos com cultura aumentaram apenas 73,1%. Com isso, a participação da cultura no consolidado das três esferas caiu de 0,3% em 2012 para 0,2% em 2022. Saúde passou de 8,0% em 2012 para 8,3% em 2022, enquanto os gastos com educação passaram de 8,4% em 2012 para 8,7% em 2022.

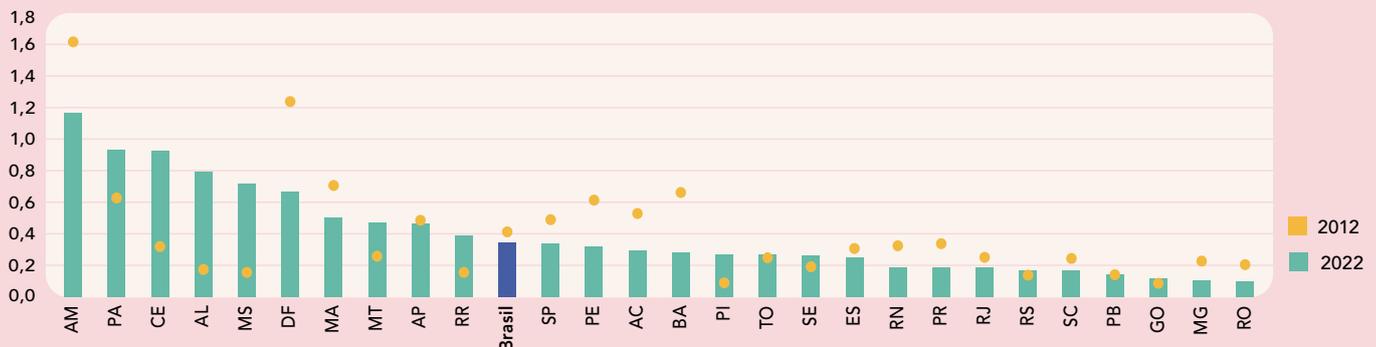
Outra análise que merece destaque é a desagregação dos gastos públicos por subfunções. Enquanto os gastos voltados para a difusão cultural passaram de R\$ 4,9 bilhões em 2012 para R\$ 9,3 bilhões em 2022, o que representa um aumento da sua participação relativa no total de gastos de 6,44 p.p., gastos com preservação do patrimônio histórico e cultural e demais subfunções (que inclui o total de gastos com administração geral) tiveram reduções de 1,49 p.p e 4,95 p.p, respectivamente, passando de R\$ 639,4 milhões e

R\$ 2,3 bilhões em 2012 para R\$ 904,4 milhões e R\$ 3,4 bilhões em 2022.

Numa análise regional, observa-se a redução da participação da cultura no total das despesas dos governos estaduais de todas as Grandes Regiões entre 2012 e 2022. As Regiões Norte, Centro-Oeste e Nordeste utilizaram, respectivamente, 0,71%, 0,46% e 0,41% das suas despesas totais com cultura em 2022 (contra 0,74%, 0,47% e 0,46% em 2012), ficando acima da média nacional de 0,34% (0,41% em 2012). Os destaques ficam por conta dos Estados do Pará, Ceará e Mato Grosso do Sul, que aumentaram suas despesas com cultura no período, ficando acima da média nacional. O Estado do Amazonas, apesar de ter reduzido a participação da cultura no total de suas despesas no período, manteve a maior proporção em 2022. Já as Regiões Sudeste e Sul passaram de 0,38% e 0,23% em 2012 para 0,26% e 0,17% em 2022, alocando proporcionalmente menos recursos na área de cultura em relação ao total de suas respectivas despesas.

¹⁵ Como referência, entre janeiro de 2013 e dezembro de 2022, o IPCA teve crescimento de cerca de 80%.

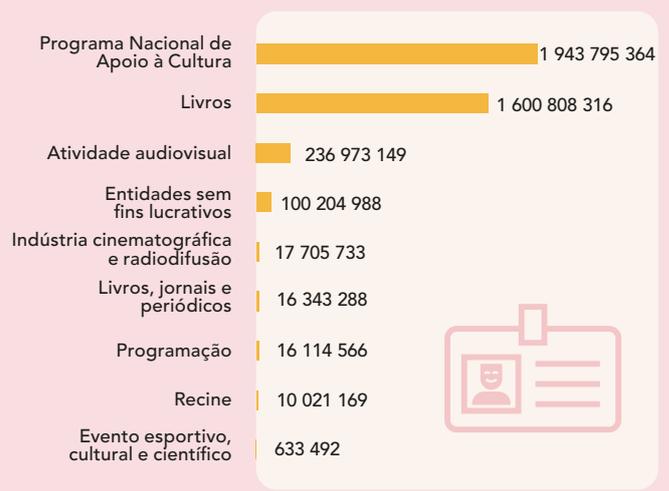
Despesa em cultura como proporção do total, segundo as Unidades da Federação (%)



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.

Sob a ótica dos gastos tributários (gastos governamentais indiretos que reduzem a arrecadação tributária potencial), estima-se um total de R\$ 3,9 bilhões de desonerações direcionadas ao setor cultural para o ano de 2022, um aumento de cerca de 140% em relação ao total de R\$ 1,6 bilhão de 2012. As desonerações do Programa Nacional de Apoio à Cultura - PRONAC¹⁶ totalizaram R\$ 1,9 bilhão em 2022, um crescimento de 87,5% em relação ao total renunciado de 2012. Outras modalidades de gasto tributário que se destacaram em termos de volume de recursos foram a desoneração regulamentada pela Lei n. 10.865, de 30.04.2004, que zera as alíquotas da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social - COFINS e do Programa de Integração Social - PIS e do Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público - PASEP para importação e venda de livros (total de R\$ 1,6 bilhão em 2022), e a desoneração de Imposto de Renda a empresas que investem em projetos da área audiovisual (total de R\$ 237 milhões em 2022). Como ocorre para renúncias relativas à Lei n. 8.313, de 23.12.1991, mais conhecida como Lei Rouanet, e tal como visto em edições anteriores do SIIC, os montantes mostraram concentração na Regiões Sudeste e Sul ao longo do tempo.

Gastos tributários relacionados à função Cultura, segundo as modalidades de gasto (R\$)



Fonte: Secretaria Especial da Receita Federal do Brasil, 2022.

Acesso a equipamentos nos Municípios

Desde 1999, a Pesquisa de Informações Básicas Municipais - MUNIC acompanha a existência, nos Municípios, de diversos tipos de equipamentos culturais e meios de comunicação. Investiga também, a partir de respostas dadas pelas prefeituras, políticas, ações, instrumentos de gestão e outras características da área de cultura no âmbito municipal¹⁷. A existência de equipamentos significa potencial de uso por parte das pessoas, devido à proximidade (tempo de deslocamento), e, também, são indicativos do dinamismo da cena cultural local.

A dinâmica da presença de equipamentos e meios nos Municípios mostra a evolução tecnológica e de hábitos, por exemplo,

com a diminuição do número de Municípios com lojas de discos, CDs, fitas e DVDs, de 34,4% em 1999 para 14,6% em 2021.

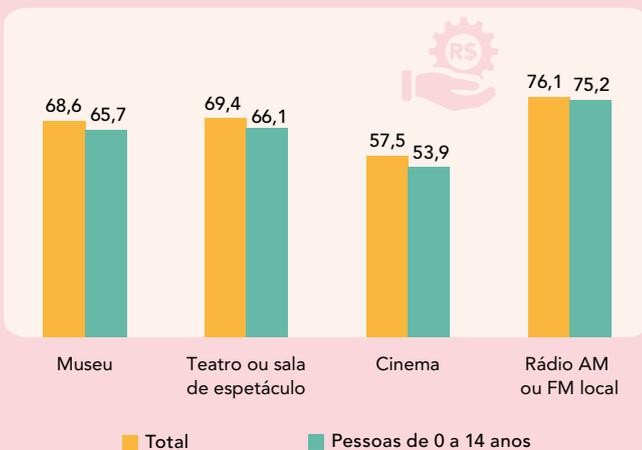
De forma a explorar o potencial de acesso a equipamentos culturais e meios de comunicação, segundo características das pessoas, a informação coletada pela MUNIC foi usada em conjunto com informação sobre população coletada pela PNAD Contínua. Detalham-se três tipos de equipamentos e um meio de comunicação: museu, teatro ou sala de espetáculo, cinema, rádio AM ou FM local¹⁸. Dentre esses equipamentos e meios, o maior acesso potencial estava para rádio AM ou FM local (76,1% da população coberta em 2021) e menor, para cinemas (57,5%).

¹⁶ O PRONAC foi instituído pela Lei Rouanet para captar e canalizar recursos para o setor cultural. Por meio do PRONAC é possível deduzir do Imposto de Renda devido por pessoas físicas e jurídicas para investimento em projetos culturais aprovados pelo Ministério da Cultura.

¹⁷ Desde 2012, a Pesquisa de Informações Básicas Estaduais - ESTADIC, investiga os mesmos temas no nível dos Estados e no Distrito Federal.

A fruição potencial varia por sexo, cor ou raça, grupo de idade e nível de instrução da população investigada pela PNAD Contínua. Quanto a museus, 31,4% da população morava em Municípios sem ao menos um museu em 2021. Essa proporção foi maior para homens (32,1 %) em relação a mulheres (30,7%), para a população preta ou parda (36,6%) em relação à branca (24,8%) e teve seus maiores valores para crianças e adolescentes até 14 anos de idade (34,3%) em relação aos outros recortes por idade. Pessoas sem instrução ou fundamental incompleto mostraram estar com maior privação nesse quesito (38,7%) em relação aos outros recortes por nível de instrução. Em relação às crianças, é particularmente preocupante haver um menor potencial de acesso, uma vez que estudos¹⁹ mostram que é importante ter contato com museus durante a infância para desenvolver interesse nas demais fases da vida. Museus são locais de transmissão de cultura, familiarização com as ciências, educação, entretenimento etc.

Pessoas vivendo em Municípios com equipamentos culturais e meios de comunicação selecionados, por idade (%)



Fonte: IBGE, Pesquisa de Informações Básicas Municipais 2021 e Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2021.
Nota: Dados consolidados de quintas visitas de 2021.

As desigualdades regionais também são marcadas. Quanto a teatros e salas de espetáculo, apenas 35,1% da população do Estado do Maranhão vivia em Municípios com esse tipo de equipamento. O Estado do Tocantins também mostrou baixa cobertura (39,3%), enquanto as maiores coberturas (fruição po-

tencial) estiveram no Distrito Federal (100,0%) e no Estado do Rio de Janeiro (93,6%).

Com o objetivo de qualificar melhor as condições de acesso nos Municípios que não possuíam alguns equipamentos selecionados (museus, teatros e salas de espetáculo e cinemas) em 2021, foi utilizado o modelo de cálculo de rotas, distâncias e tempos de deslocamento aplicado na *Base de referência de distâncias rodoviárias, hidroviárias e aéreas*, da pesquisa Regiões de Influência das Cidades - REGIC²⁰. Através desse modelo, foi possível estimar, para cada Município sem os equipamentos mencionados, quanto tempo de deslocamento a população precisaria despende para chegar ao museu, teatro e cinema mais próximos.

Como resultado, observa-se uma concentração geral de Municípios que possuíam estes equipamentos culturais ou com acesso em um curto deslocamento nas Regiões Sul e Sudeste, bem como nos Municípios próximos ao litoral nordestino. Os maiores tempos de deslocamento para acesso aos três tipos de equipamento ocorreram na Região Norte, sendo o Amazonas o Estado onde os Municípios apresentam valores extremos.

Dentre os equipamentos analisados, o de maior seletividade territorial eram os cinemas: além de estarem presentes em apenas cerca de 9% dos Municípios brasileiros segundo a MUNIC, sua maior concentração nos Municípios da Região Sudeste contrasta com a relativa escassez nos Municípios do interior das Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste. Como resultado, a proporção de Municípios cujos moradores precisam se deslocar por mais de uma, duas ou até mais de três horas é maior quando a busca é por cinemas do que quando o equipamento buscado é museu ou teatro. Os Municípios que possuíam museus e teatros, além de serem mais prevalentes (presentes em 29,6% e 23,3% dos Municípios, respectivamente), eram também mais bem distribuídos territorialmente do que os Municípios com cinemas, de acordo com dados coletados com as prefeituras em 2021.

A distribuição dos museus por Grande Região exemplifica a desigualdade na presença de equipamentos culturais em distâncias próximas: 70,0% dos Municípios da Região Norte estavam em 2021 a mais de uma hora de deslocamento do museu mais próximo, situado em outro Município. A Região Centro-Oeste também apresentava quantidade de Municípios nessa condição muito acima da média do País: 28,5%, enquanto a média nacional era de 14,9%. A Região Nordeste estava próxima da média, com 15,4%. Por outro lado, na Região Sul, apenas 1,3% dos Municípios estavam a mais de uma hora de deslocamento do museu mais próximo. A Região Sudeste também apresentou proporção inferior à média brasileira (5,3% dos Municípios).

¹⁸ Essa análise avalia o potencial de restrição entre Municípios e perfis socioeconômicos, sem conseguir dar conta de outras barreiras potenciais: distância do domicílio até o equipamento, existência de transporte público, tempo disponível, preço de entrada etc.

¹⁹ Ver Referências nas Notas Técnicas.

²⁰ Para informações mais detalhadas, consultar: IBGE. [Regiões de Influência das Cidades]. *Base de referência de distâncias rodoviárias, hidroviárias e aéreas*. Rio de Janeiro, 2022. 12 p. Nota metodológica. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101987.pdf>. Acesso em: out.

Lei Aldir Blanc nos Municípios

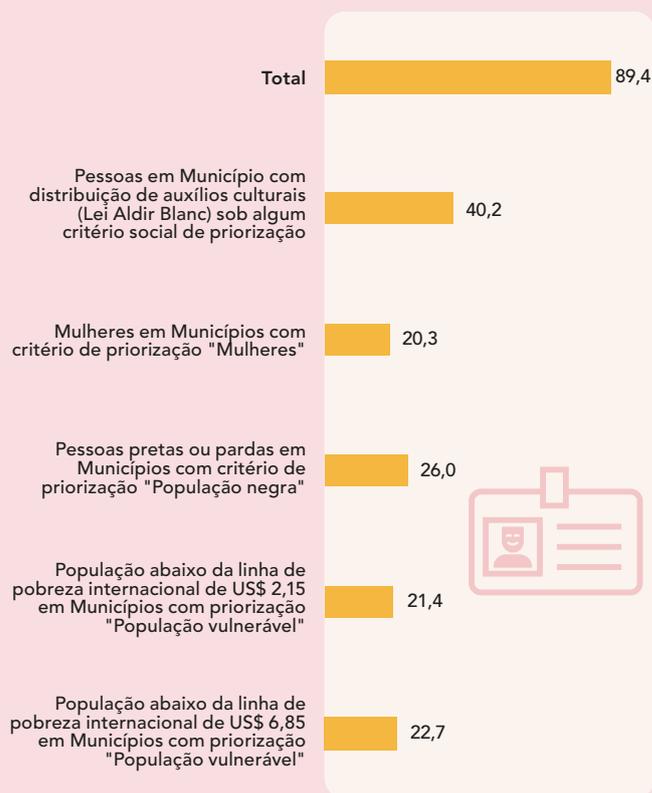
O bloco de cultura aplicado em 2021 na MUNIC investigou a aplicação municipal da Lei Aldir Blanc (Lei n. 14.017, de 29.06.2020), cobrindo 3 406 Municípios (e 89,4% da população). Como para equipamentos e meios de comunicação, também foi feito um esforço para investigar a cobertura dessa legislação segundo perfis sociais, uma vez que uma parte das prefeituras utilizou critérios sociais para distribuir recursos. Esses critérios foram usados por 1 067 Municípios e cobriram 40,2% da população. Houve a maior cobertura na Região Centro-Oeste (60,3%) e a menor, na Região Sul (24,2%).

Municípios com recursos direcionados para a população negra, por exemplo, cobriram 26,0% da população preta ou parda, mostrando um baixo nível de focalização, mas um pouco melhor do que para a população vulnerável¹⁴. Em Municípios com critério para essa população dita vulnerável, viviam 21,4% da população com rendimento abaixo da linha de pobreza de US\$ 2,15 e 22,7% da população abaixo da linha de US\$ 6,85.

Em termos de grupos/atividades com distribuição de recursos, segundo as prefeituras que responderam a MUNIC, os mais recorrentes foram grupos/atividade musical (2 733 Municípios), seguidos de artesanato (2 302 Municípios), manifestação tradicional popular (2 108 municípios) e dança (2 092 Municípios). Aqui também houve diferenças regionais marcadas, com, por exemplo, dança e grupos/atividade musical mais recorrentes em Municípios da Região Norte em comparação com as outras. Já gastronomia e *design* foram mais recorrentes em Municípios das Regiões Nordeste e Sudeste. ■

²¹ Não houve definição na pesquisa do que seria a população vulnerável, mas entende-se que os critérios mais comuns estão relacionados a baixa renda. Esse recorte orienta a aproximação feita aqui com a população abaixo de linhas de pobreza internacionais aplicadas a dados da PNAD Contínua.

Pessoas vivendo em Municípios com distribuição de auxílios da Lei Aldir Blanc, segundo critérios de distribuição e características das pessoas (%)



Fonte: IBGE, Pesquisa de Informações Básicas Municipais 2021 e Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2021.

Nota: Dados consolidados de quintas visitas de 2021.

Expediente

Elaboração do texto
Diretoria de Pesquisas,
Coordenação de População
e Indicadores Sociais

Normalização textual
Centro de Documentação e
Disseminação de Informações,
Gerência de Sistematização de
Conteúdos Informacionais

Projeto gráfico

Centro de Documentação e
Disseminação de Informações,
Gerência de Editoração

Imagens fotográficas
Prefeitura de Olinda
Rede do Esporte/Governo Federal

Impressão
Centro de Documentação e
Disseminação de Informações,
Gráfica Digital

Se o assunto é Brasil,
procure o IBGE.

[/ibgeoficial](#) [/ibgeoficial](#) [/@ibgeoficial](#)

[/ibgecomunica](#) [/ibgeoficial](#)

www.ibge.gov.br 0800 721 8181



Saiba mais sobre a
pesquisa.

SIGA O IBGE NAS REDES SOCIAIS E CONHEÇA MAIS SOBRE O BRASIL



APONTE SUA CÂMERA PARA OS QR CODES,
ACESSE, USE E COMPARTILHE