

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO  
ESCOLA PAULISTA DE POLÍTICA, ECONOMIA E NEGÓCIOS**

**ISABELLE SILVA TOSTA**

**PERFIL DE RENDA E CONSUMO DE BENS CULTURAIS NO BRASIL:  
UMA AVALIAÇÃO DO PROGRAMA VALE-CULTURA**

OSASCO

2019



**ISABELLE SILVA TOSTA**

**PERFIL DE RENDA E CONSUMO DE BENS CULTURAIS NO BRASIL:  
UMA AVALIAÇÃO DO PROGRAMA VALE-CULTURA**

Dissertação de monografia apresentada à  
Universidade Federal de São Paulo como  
requisito parcial para obtenção do grau  
em Bacharel em Ciências Econômicas.

**Orientador:** Prof. Dr. Veneziano de  
Castro Araújo

OSASCO

2019

Tosta, Isabelle Silva.

Perfil de renda e consumo de bens culturais no Brasil: Uma avaliação do programa Vale-Cultura - Osasco, 2019.

16 f.

Dissertação de monografia (graduação em Ciências Econômicas)  
– Universidade Federal de São Paulo, Escola Paulista de Política  
Economia e Negócios, 2019.

Orientador: Prof. Dr. Veneziano de Castro Araújo

Título em inglês: Income profile and consumption of cultural goods  
in Brazil: An evaluation of the Vale-Cultura program.

1.Vale-Cultura 2.Setor Cultural 3.Análise Setorial

**ISABELLE SILVA TOSTA**

**PERFIL DE RENDA E CONSUMO DE BENS CULTURAIS NO BRASIL:  
UMA AVALIAÇÃO DO PROGRAMA VALE-CULTURA**

Dissertação de monografia apresentada à  
Universidade Federal de São Paulo como  
requisito parcial para obtenção do grau  
em Bacharel em Ciências Econômicas.

**Aprovado em:**

---

Prof. Dr. Veneziano De Castro Araújo  
Escola Paulista De Política, Economia E Negócios (UNIFESP)

---

Prof. Dr. Eduardo Luiz Machado  
Escola Paulista De Política, Economia E Negócios (UNIFESP)

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a minha mãe, Magna, por me proporcionar todo o suporte necessário nessa trajetória, que sem o qual está graduação não seria possível.

Agradeço ao meu orientador, Prof.<sup>o</sup> Veneziano, pela confiança depositada em mim e pela paciência ao me guiar neste trabalho.

Agradeço ao Dalton por todo o apoio emocional e pelo incentivo mesmo nos momentos mais difíceis.

Por fim, agradeço a todos os docentes, amigos e colegas da Escola Paulista de Política, Economia e Negócios que participaram da minha trajetória de aprendizado e amadurecimento. Lutarei sempre para que jovens tenham a mesma oportunidade que tive de expandir a visão de mundo através do conhecimento científico.

## RESUMO

O objetivo dessa pesquisa foi identificar de que forma o programa Vale-Cultura interferiria no consumo de bens e serviços culturais de trabalhadores com renda até cinco salários mínimos caso o programa abrangesse toda a população elegível pertencente a essa faixa de renda e qual o impacto desse consumo adicional na demanda das categorias culturais. Inicialmente, este trabalho irá analisar o Programa Vale-Cultura, a partir de dados fornecidos pelo Ministério da Cultura sobre beneficiários, dispêndios e tipos de gastos do programa. Depois para estimar o possível aumento no consumo, será empregada a POF 2017-2018 com o fim de estimar a elasticidade-renda da demanda e avaliar os efeitos da renda extra do benefício no setor cultural.

Palavras-chave: Vale-Cultura; Setor Cultural; Análise Setorial.

## **ABSTRACT**

The aim of the search proposed by this project was to identify how the Vale-Cultura program would interfere in the consumption of cultural goods and services of workers with income up to five minimum wages if the program covers all the eligible population belonging to this income range and which the impact of this additional consumption on the demand of cultural categories. To estimate the possible increase in consumption, the POF 2017-2018 will be used to estimate the income elasticity and to evaluate the effects of the extra income of the benefit in the cultural sector.

Keywords: Vale-Cultura; Cultural Sector; Sectoral Analysis.



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 - Bens e serviços que podem ser adquiridos através do Vale-Cultura.....	16
Tabela 1 – Proporção do consumo de bens e serviços no mercado de Recreação e Cultura por faixa de renda – Brasil – período 2017-2018 .....	23
Tabela 2 – Valores adotados para cálculo das elasticidades das faixas de renda utilizadas na POF.....	32
Tabela 3 – Elasticidade-renda da demanda dos itens de Recreação e Cultura e suas subcategorias – Brasil – período 2017-2018.....	33
Tabela 4 – Proporção e gasto médio mensal familiar em bens e serviços culturais – Brasil – período 2017-2018.....	37
Tabela 5 – Impacto estimado do Vale-Cultura por subcategoria de consumo e faixa de renda – Brasil.....	38
Tabela 6 – Impacto estimado da adoção total do Vale-Cultura por subcategoria de consumo e faixa de renda (mil reais) – Brasil .....	40

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Gastos médios mensais em bens de Recreação e Cultura de famílias residentes em cidades urbanas e rurais – Brasil – período 2017-2018.....	20
Gráfico 2 – Gastos médios mensais em bens de Recreação e Cultura por faixa de renda - Brasil – período 2017-2018.....	21
Gráfico 3 – Proporção do consumo de bens e serviços de Recreação e Cultura no orçamento familiar mensal – Brasil – período 2017-2018.....	22
Gráfico 4 – Distribuição do mercado de celular e acessórios por faixa de renda familiar – Brasil – período 2017-2018.....	25
Gráfico 5 – Gasto médio mensal familiar com celulares e acessórios por faixa de renda– Brasil – período 2017-2018.....	26
Gráfico 6 – Gasto médio mensal familiar com livros, revistas e periódicos por faixa de renda– Brasil – período 2017-2018.....	27
Gráfico 7 – Gasto médio mensal com recreação e esportes por faixa de renda– Brasil – período 2017-2018 .....	28
Gráfico 8 – Gasto médio mensal com outros itens de recreação e cultura por faixa de renda– Brasil – período 2017-2018.....	29
Gráfico 9 – Gastos realizados através do benefício do Vale-Cultura separado por categoria de consumo – Brasil – período dezembro de 2012 – agosto de 2018.....	31
Gráfico 10 – Elasticidade-renda da demanda de itens de Recreação e Cultura – Brasil – período 2017-2018.....	34
Gráfico 11 – Elasticidade-renda da demanda de itens das subcategorias de Recreação e Cultura – Brasil – período 2017-2018.....	35

## SUMÁRIO

LISTA DE QUADROS E TABELAS.....	7
LISTA DE GRÁFICOS.....	8
INTRODUÇÃO.....	11
0	
1 O CONSUMO DE BENS CULTURAIS.....	13
1.1 Bens culturais e determinantes do seu consumo.....	13
1.2 O perfil de consumo de bens culturais no brasil por faixas de renda.....	15
1.3 O programa vale-cultura.....	16
1.4 Revisão de trabalhos realizados sobre o vale-cultura.....	17
2 ANÁLISE DOS DADOS SOBRE CONSUMO CULTURAL.....	19
2.1 Análise descritiva do consumo de bens culturais.....	19
2.1.1 Brinquedos e jogos.....	24
2.1.2 Celulares e acessórios.....	24
2.1.3 Livros, revistas e periódicos.....	26
2.1.4 Recreação e esportes.....	27
2.1.5 Outras.....	28
2.2 Descrição dos gastos com vale-cultura.....	30
3 MENSURAÇÃO DO IMPACTO POTENCIAL DO VALE CULTURA.....	31
3.1 Cálculo das elasticidades.....	31
3.2 Impacto potencial do Vale-Cultura no consumo das famílias.....	36
3.3 Impacto potencial do vale-cultura no mercado cultural.....	39
4 CONCLUSÃO.....	42
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	44
ANEXO I – GASTO MÉDIO MENSAL EM BENS E SERVIÇOS DE RECREAÇÃO E CULTURA POR FAIXA DE RENDA – BRASIL – PERÍODO 2017-2018.....	46

## INTRODUÇÃO

O Vale-Cultura é um programa do Ministério da Cultura implantado em 2012 com o objetivo de estimular o consumo de bens culturais pelos trabalhadores através de um voucher disponibilizado pela empresa empregadora no valor de R\$50,00. O foco do programa são trabalhadores formais com rendimentos até cinco salários mínimos (MIINC, 2018).

De acordo com a literatura de economia da cultura, indivíduos com menor renda tendem a consumir menos produtos e serviços culturais do que classes com maior renda. O consumo dessa parcela da população é caracterizado como unívoro, dado as preferências a artigos audiovisuais como televisão e cinema (SILVA ET AL, 2007).

O objetivo dessa pesquisa é identificar de que forma este benefício pode impactar o consumo de trabalhadores com renda até cinco salários mínimos, considerando a hipótese de que todos os elegíveis ao programa com faixa de renda receberiam o benefício.

Cabe destacar que no Brasil, há políticas públicas destinadas a incentivar a cultura e o consumo de bens culturais pelos indivíduos como forma de estimular o desenvolvimento socioeconômico e intelectual do coletivo, sendo importante a avaliação dessas iniciativas, segundo Wink Junior et al (2016). Isso porque o consumo desses bens e serviços pode mudar as preferências e percepção dos indivíduos sobre outros bens, como educação, que de acordo com a literatura do crescimento, possui correlação com o desenvolvimento econômico gerando externalidade positiva na sociedade. Portanto, se parte da sociedade possui baixa demanda por esse tipo de produto o consumo estará abaixo do nível socialmente desejável em razão das externalidades positivas que não serão geradas. (WINK JUNIOR ET AL, 2016)

Para Throsby (1999), esse desenvolvimento ocorre em função da ampliação do capital cultural da sociedade. O conceito desenvolvido pelo autor diz respeito a recursos que provém ou desenvolvem valor cultural. Diferentemente do valor econômico que é resumido em unidades monetárias, o valor cultural é definido pelas tradições e crenças do coletivo. Já Tubadji (2015) considera o capital cultural como o potencial da cultura em impactar o crescimento econômico. Para a autora em localidades modernas e com mais acesso à cultura há melhores condições para o desenvolvimento de capital cultural e atração de capital humano, provendo condições favoráveis para o aumento da eficiência e impacto na produtividade local (TUBADJI,

2015). Os resultados do trabalho de Tubadji (2014) indicam que o fator capital cultural pode ser considerado como variável independente para análises o crescimento econômico tanto na teoria como em modelos econométricos.

Por outro ponto de vista, Souza (2016) aponta que o crescimento econômico impulsionado pelo setor cultural pode ser explicado na Teoria do Desenvolvimento Desequilibrado de Hirschman (1961) causando o efeito de encadeamento para frente e para trás. O autor define os impactos causados pelo consumo de bens culturais como: efeitos diretos, por meio da renda e emprego gerado por essas atividades; efeitos induzidos, por meio da renda gerada pelo gasto relacionado aos bens culturais, como por exemplo o consumo de serviços complementares como alimentos e estacionamento nos eventos culturais, e efeitos indiretos, como viagens, hospedagem e outros serviços de apoio relacionados ao efeito do multiplicador sobre esses gastos.

Dado, o potencial de desenvolvimento econômico que pode ser causado pelo setor cultural, o estudo se concentra no consumo de trabalhadores que recebem até cinco salários mínimos pois os níveis de renda e escolaridade são os principais fatores determinantes no perfil de consumidores de cultura fora do domicílio de acordo com os resultados do trabalho de Paglioto e Machado (2012). Dessa forma, é nesses indivíduos no qual há possibilidade de aumento da demanda por tais produtos, incentivando o setor, aumentando o capital cultural e gerando externalidades positivas.

Portanto, é importante identificar se incentivos que possuem esse público alvo tem capacidade de fato de aumentar o consumo dessa parcela da população e qual a natureza dessa alteração no consumo.

Para isso, a partir de dados disponibilizados pelo Ministério da Cultura, a pesquisa investiga em quais categorias de produtos culturais o voucher é gasto pelo os que já recebem o Vale-Cultura, com o intuito de identificar padrões. Em seguida, utiliza-se a POF (Pesquisa de Orçamento Familiar) 2017-2018 realizada pelo IBGE para o cálculo da elasticidade-renda das categorias de produtos culturais disponíveis na pesquisa, com objetivo de identificar o quanto a renda adicional de R\$ 50,00 impactaria no consumo de cada uma das categorias do grupo de trabalhadores elegíveis para o Vale-Cultura.

A POF é realizada desde 1987/1988 e tem objetivo de mapear o consumo, rendimento e condição de vida das famílias brasileiras através de formulários

aplicados em moradores de residências escolhidas a partir de amostras pelas regiões do país.

Ao longo do tempo, o conceito de itens considerados na pesquisa como Recreação e Cultura mudou junto com os padrões de consumo. Foram incluídos nos questionários itens como *software*, celulares e acessórios, e livros, que antes eram considerados como bens educacionais. Na POF 2017-2018, os bens e serviços considerados como Recreação e Cultura e que serão objeto de estudo nessa pesquisa são: brinquedos, jogos e *softwares*; aparelhos celulares e acessórios; livros, revistas e periódicos não didáticos; ingressos para eventos como cinema, teatro, futebol; ginástica, caça, pesca, camping e atividades similares; instrumentos musicais, equipamentos esportivos, artigos de acampamento e itens similares.

## 1 O CONSUMO DE BENS CULTURAIS

### 1.1 Bens culturais e determinantes do seu consumo

Há possíveis definições para bens culturais. Dentre elas, Throsby (2001) aponta que este tipo de produto ou serviço corresponde a um “conjunto de atividades com determinados aspectos intelectuais, morais e artísticos”. O autor reforça que comumente são utilizadas expressões similares como “indústria cultural” ou “setor cultural”.

Sob o mesmo ponto de vista, Souza (2016) define como setor cultural atividades como montagens de teatro, salas de cinema, livros, jogos de videogames, DVD. O autor aponta que as diferenças de produção, distribuição e consumo nos diversos tipos de bens desse segmento caracteriza-o como bastante heterogêneo.

Considerando a heterogeneidade do setor, Peterson (1993) discute sobre a emergência de duas categorias de consumidores desse tipo bem. A primeira delas seriam os “onívoros”, que consomem diversificados tipos de produtos e serviços artísticos, sendo eles elitizados e não elitizados. Já os consumidores “unívoros”, possuem gostos limitados a determinados bens e gêneros, tendo gastos menores com esse setor. Embora os dois tipos de consumo estejam presentes em todas as classes sociais, os unívoros são muitas vezes associados às classes mais baixas.

No que diz respeito aos determinantes do consumo desses bens, o chamado “vício positivo” definido por Stigler e Becker (1977) aponta que o consumo passado de bens culturais influencia positivamente o consumo de bens presentes em consequência do estoque de capital cultural. Desta forma, a demanda por esses bens também é explicada por fatores sociodemográficos como a educação formal. No contexto dos determinantes do consumo cultural, Silva *et al* (2007) apontam como determinantes do consumo variáveis como renda, nível educacional, gênero e etnia. Segundo o estudo, a despesa cultural das famílias possui forte relação com a escolaridade do chefe de família uma vez que 63% das despesas com esses bens são realizadas por famílias com chefes que possuem mais 8 anos de estudo. Isso porque é na escola que se formam os gostos e hábitos. As famílias consomem parcelas semelhantes da sua renda em bens culturais, embora a escolaridade defina as diferentes composições de gastos, sendo o consumo de atividades como leitura e espetáculos ao vivo mais presentes no grupo mais escolarizado.

A análise dos autores também conclui que famílias que têm filhos com menos de 18 anos possuem gastos com atividades culturais domiciliares maiores do que famílias com filhos maiores de 18 anos ou sem filhos, isso porque há maior gasto de tempo com os cuidados dos filhos e os gastos monetários são priorizados para itens como educação, sendo despriorizadas as atividades fora do domicílio (SILVA ET AL, 2006).

O argumento é posteriormente reforçado pelo estudo de Paglioto e Machado (2012) no qual as autoras utilizaram a POF (Pesquisa de Orçamento Familiar) dos anos 2007-2008 para analisar os principais fatores que determinam o consumo de bens culturais fora do domicílio. No modelo, a variável que indicava se a família tinha filhos menores que 10 anos se mostrou significativa e negativa. As autoras interpretam este resultado como um indicador que o tempo gasto com o cuidado das crianças é rival com o gasto em atividades artísticas externas. Porém o gasto com atividades domiciliares, como leitura, cresce nesse perfil familiar.

De modo similar, Diniz e Machado (2011) também levam em consideração fatores não apenas econômicos, mas também sociodemográficos. No estudo, chegam à conclusão que o consumo desses itens é maior na área urbana do que na rural. Além do que, o consumo de bens culturais é maior e mais diversificado em domicílios de maior renda, sendo preferidos atividades externas como teatro e cinema. O estudo defende que artigos como CDs e DVDs não devem ser considerados bens superiores, ao contrário de atividades externas.

Um trabalho de Seaman (2006) que analisa 44 estudos diferentes alega que não se pode concluir que bens culturais são bens superiores uma vez que a maioria dos estudos traz uma elasticidade-renda entre 0,5 e 1,5. Entretanto, Paglioto e Machado (2012) não corroboram totalmente com esta interpretação uma vez que consideram que estudos que não identificam bens culturais como bens superiores, não levam em consideração que com o aumento da renda o custo de oportunidade de se frequentar esse tipo de evento aumenta.

Tendo em conta este cenário, Souza (2016) afirma que a restrição de acesso ao consumo de bens culturais à parcela da população com menores renda e educação formal traz efeitos negativos para economia em função do efeito de encadeamento. Por isso, o autor defende que é de grande importância a implantação de políticas públicas que estimulem o consumo, como o Vale-Cultura.



## 1.2 O perfil de consumo de bens culturais no Brasil por faixas de renda

O estudo de Silva et al (2007) a partir de dados da POF 2002-2003 aponta que 82% dos gastos com cultura foram com atividades domiciliares, como televisão, música, livros e jornais no ano de 2002. Desses gastos, 42% foram dispêndios com atividades audiovisuais como cinema e televisão, sendo 14% gasto com o aparelho televisivo. O consumo de vídeos por TV ou DVDs é maior que o consumo de cinema. Já o segundo maior grupo de consumo é o relacionado a leitura que corresponde a 16%, embora os livros representem apenas 2% do gasto com cultura. A maior porcentagem está no consumo de revistas, jornais e periódicos.

Neste mesmo período, as despesas com microinformática eram 14,6% do gasto total com cultura, sendo o maior gasto com equipamentos. Os autores destacam que o surgimento da Internet, mesmo sendo menos popular na época, correspondeu a uma nova modalidade de consumo cultural tornando-o mais acessível e democrático. Já as atividades fora do domicílio, representaram 17,8% do dispêndio com bens culturais, sendo 3,8% do montante gasto com cultura em cinema e 6,7% em espetáculos artísticos (teatro, shows, circo, museus etc.). (SILVA ET AL, 2007).

No que diz respeito à renda, os autores apontam que as famílias com maior renda tendem a concentrar os gastos culturais, e assim como a renda e o consumo de demais setores, o gasto é concentrado no percentil mais abastado da população (SILVA ET AL, 2007).

Esta análise mostra que o consumo cultural não é apenas concentrado, mas os diferentes tipos de bens culturais têm diferentes níveis de acesso, no que tange renda e educação. Um exemplo é que os maiores gastos em cultura das classes D/E são em equipamentos, como aparelhos de som e televisão, e não necessariamente em conteúdo o que, segundo os autores, envolve produtos padronizados e priorizando o meio de entretenimento.

Já as classes A/B possuem preferência por bens da indústria fonográfica e outras saídas, como boates e danceterias. Em comum com as classes C/D, as classes de renda mais alta consomem bastante audiovisuais, particularmente televisão. No entanto, as classes A/B consomem mais espetáculos ao vivo, como teatro e dança (SILVA ET AL, 2007).

Além disso, segundo os autores, o consumo cultural reflete a interação com os espaços domésticos e das cidades. A preferência por atividades domiciliares demonstra que há poucos espaços públicos de consumo desse bem, além de variáveis como insegurança e gastos extras com transporte e alimentação. Quanto aos equipamentos domésticos há diferenças entre os níveis de renda familiar, pois itens como rádio e televisão estão na maioria das casas A/B (86% e 99,6%), enquanto são bem menos comuns nas famílias de classe D/E, 40,5% e 74% respectivamente. Mesmo assim, os dados demonstram a grande influência da televisão e do rádio na cultura brasileira e nos gostos coletivos.

### 1.3 O programa vale-cultura

O Vale-Cultura é um benefício atrelado ao programa Cultura do Trabalhador implantado pelo Ministério da Cultura (MinC) em 2012. Ele tem por objetivo facilitar o acesso e consumo a cultura de trabalhadores de baixa renda. Constitui-se de um auxílio de R\$ 50,00 mensais fornecido por empresas privadas aos trabalhadores de carteira assinada, com foco nos que recebem até 5 salários mínimos. O número de funcionários que pode ser impactado pelo benefício é determinado pelo empregador, desde que os de baixa renda sejam prioritários. O desconto na folha de pagamento do grupo prioritário é opcional e de até 10%, ou seja, R\$ 5,00. Já para os acima dessa faixa, o desconto é obrigatório e varia entre 20% e 90% do benefício (MinC, 2018).

O beneficiário pode usar o valor do auxílio para bens culturais conforme sua preferência pessoal, podendo inclusive acumular o valor e gastá-lo posteriormente. Estão disponíveis diferentes tipos de bens ou serviços como entradas para peças de teatro e salas de cinema, na compra de livros, DVDs, CDs, esculturas e instrumentos musicais e na mensalidade de cursos de pintura, teatro ou artesanato, de acordo com o Quadro 1 abaixo (MinC, 2018).

Quadro 1 - Bens e serviços que podem ser adquiridos através do Vale-Cultura.

<b>Produto ou serviço</b>	<b>Tipo de Aquisição</b>
Artesanato	Peça
Cinema	Ingresso
Curso de artes	Mensalidade
Curso de audiovisual	Mensalidade
Curso de circo	Mensalidade
Curso de dança	Mensalidade
Curso de fotografia	Mensalidade

Curso de música	Mensalidade
Curso de teatro	Mensalidade
Curso de literatura	Mensalidade
Disco-áudio ou música	Unidade
DVD-documentários/filmes/musicais	Unidade
Escultura	Peça
Espetáculo de circo	Ingresso
Espetáculo de dança	Ingresso
Espetáculo de teatro	Ingresso
Espetáculo musical	Ingresso
Equipamentos de artes visuais	Unidade
Equipamentos e instrumentos musicais	Unidade
Exposições de arte	Ingresso
Festas populares	Ingresso
Fotografia / quadros / gravuras	Unidade
Jornais	Unidade
Livros	Unidade
Partituras	Unidade
Revistas	Unidade
Venda/troca de ingressos pela internet para atividades culturais	Unidade
Música pela internet ( <i>streaming</i> )	Mensalidade
Música pela internet ( <i>download</i> )	Unidade
Vídeo pela internet ( <i>streaming</i> )	Mensalidade
Vídeo pela internet ( <i>download</i> )	Unidade
Leitor de livro digital	Unidade
<i>E-books (streaming)</i>	Mensalidade
<i>E-books (download)</i>	Mensalidade
Venda de livros pela internet	Unidade
Venda de CDs pela internet	Unidade
Venda de DVDs pela internet	Unidade
Visitação de espaços culturais	Ingresso

Fonte: Ministério da Cultura. - Elaboração: SOUZA (2016).

O valor do benefício é disponibilizado através de um cartão pré-pago emitido por operadoras de cartões cadastradas no MinC. A quantia é paga pelas empresas, como um benefício trabalhista da mesma natureza que o vale-alimentação, não agregando o valor ao salário. Dessa forma, a empresa tem uma vantagem fiscal por adicionar o valor pago ao funcionário sem aumentar o encargo tributário. Além disso, anteriormente, as empresas participantes que tinham lucro real poderiam abater a despesa com o programa do imposto de renda em até 1%. Porém, este incentivo foi encerrado em 2017 (MinC, 2018).

#### 1.4 Revisão de trabalhos realizados sobre o vale-cultura

A partir de dados da POF 2008-2009, Souza (2016) analisa o impacto potencial do Vale-Cultura não apenas no setor cultural e sim em toda economia, por meio de

um modelo de equilíbrio geral aplicado. O autor adota a hipótese de total adesão de elegíveis ao programa e calibragem do modelo a partir da pesquisa.

Foram analisados 1.771 domicílios elegíveis na amostra no qual os chefes de família deveriam estar no mercado de trabalho formal e receberem até 5 salários mínimos. O maior gasto dessas famílias concentra-se no setor básico, sendo que no grupo de elegíveis a concentração é em alimentos enquanto no grupo não elegível trata-se do setor de serviços (SOUZA, 2016).

A maior parte das famílias elegíveis tem renda entre 2 e 5 salários mínimos. Mais da metade destas estão localizadas em São Paulo e no Rio de Janeiro. Segundo Souza (2016), supõe-se uma maior adesão do programa em regiões econômicas mais desenvolvidas.

O resultado do estudo indica um aumento no PIB real e crescimento no consumo e bem-estar das famílias devido ao programa. No curto prazo, a variação positiva do PIB fica entre 0,07% e 0,17%. No longo prazo, o crescimento obtido pela análise foi na ordem de 0,16% e 0,38% (SOUZA, 2016).

Para o autor os impactos positivos do Vale-Cultura seriam ainda maiores caso houvesse uma maior adesão dos beneficiários uma vez que o setor cultural teria que se adaptar à nova demanda, aumentando assim os efeitos de encadeamento.

Por outro lado, Rodhen *et al* (2015) argumenta que o Vale-Cultura não é uma política destinada a incentivar novas formas de produções artísticas, uma vez que está focada na ampliação do poder de compra, portanto, o indivíduo ampliará o gasto com aqueles itens que já tem o costume de consumir. Dessa forma, os autores defendem que além de ampliar as oportunidades de acesso, é necessário garantir a educação média e superior para que o indivíduo tenha as condições necessárias para apreciar diversos tipos de bens culturais.

## **2 ANÁLISE DOS DADOS SOBRE CONSUMO CULTURAL**

### **2.1 Análise descritiva do consumo de bens culturais**

Considerando as despesas relatadas na POF 2017-2018, no Brasil os gastos com Recreação e Cultura representam em média 2,1% da despesa mensal das famílias. Isto corresponde a R\$96,16 da família média brasileira por mês. O consumo mais expressivo nessa categoria é com celulares e acessórios, com média mensal de R\$ 39,72, representando 41% dos gastos totais em cultura. Isso indica que embora ao longo das pesquisas o consumo com itens de recreação e cultura na POF 2017-2018 tenha aumentado frente as pesquisa anteriores, boa parte deste aumento se deve ao maior acesso a equipamentos como smartphones e internet nos últimos anos, e não a uma mudança de hábito por partes dos brasileiros no consumo de produtos e serviços de cultura. Esse hábito indica que grande parte do consumo é focado para itens de entretenimento, na maioria das vezes com conteúdo massificado, como indicado por estudos realizados a partir de POF anteriores, como de Silva et al (2007), no qual a maioria dos gastos relacionados com cultura envolvia fitas, CD e DVD.

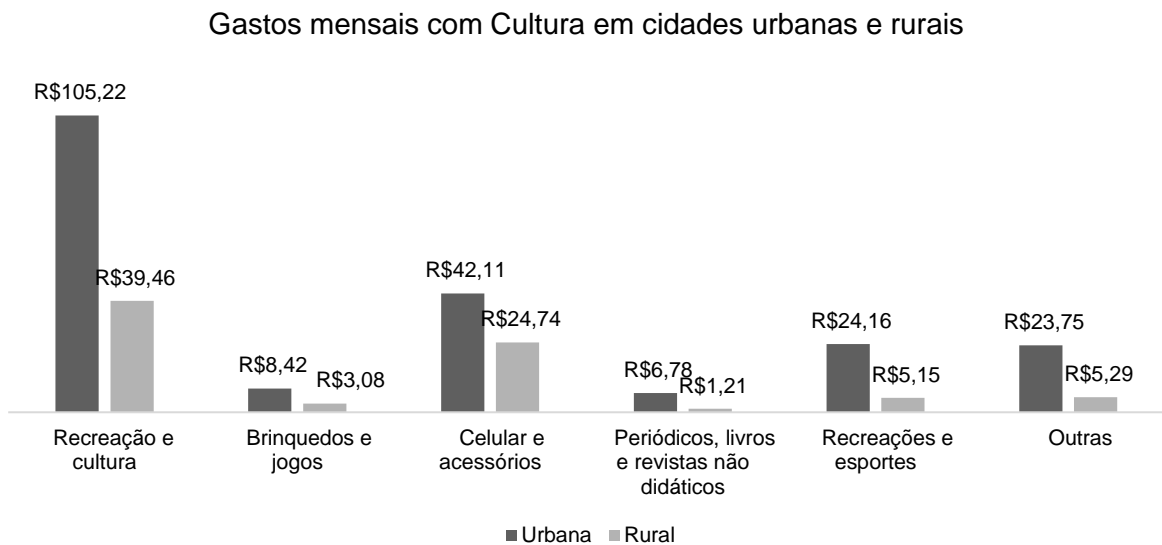
Em seguida, os maiores gastos são com recreação e esporte que incluem atividades como teatro, cinema e eventos esportivos, e os gastos incluídos em outros, referentes a compras de instrumentos musicais, artigos esportivos e despesas similares, ambas as categorias com representatividade de 22% dos gastos relacionados a recreação e cultura.

Porém o consumo desses bens, conforme Paglioto e Machado (2012), varia entre as famílias a depender de questões como grau de escolaridade, renda e localização.

Regiões e cidades com elevado capital cultural possuem instalações que facilitam o acesso da população a esse tipo de consumo, além de frequentemente serem as cidades na qual há concentração de renda. Essa diferença reflete, por exemplo, entre consumo de famílias localizadas em áreas urbanas e rurais. No período compreendido entre 2017 e 2018, enquanto as famílias das cidades de áreas rurais pesquisadas consumiram em média R\$39,46 artigos de recreação e cultura por mês, as famílias das áreas urbana consumiram R\$105,2, cerca de 167% a mais. Dentre as categorias é possível observar, conforme Gráfico 1, que as com maiores diferenças no padrão de consumo são a de periódicos, livros e revistas não didáticos,

R\$ 6,78 reais de consumo médio em famílias urbanas e R\$1,21 em famílias rurais, o que corresponde a 460% de diferença entre urbano e rural. Em seguida, a categoria de recreação e esportes, no qual consumo é de R\$24,16 e R\$5,15 respectivamente, o que corresponde a 369% a mais no ambiente urbano do que no rural.

Gráfico 1 – Gastos médios mensais em bens de Recreação e Cultura de famílias residentes em cidades urbanas e rurais – Brasil – período 2017-2018



Fonte: IBGE, POF 2017-2018.

Dentre as macrorregiões brasileiras, a maior consumidora de cultura em termos relativos é a Centro-Oeste, com uma média de gastos de R\$118,82. Isso é explicado pelo consumo do Distrito Federal, o maior do país em termos relativos, em que uma família média gasta R\$243,24 por mês nesta categoria. Sem dúvida, o maior gasto é em grande parte explicado pelo fato desta UF apresentar a maior renda familiar média do país. Os outros estados da região permanecem em uma média de gastos similar a do país, em R\$90 por mês na categoria.

Na análise das macrorregiões, as regiões Sul e Sudeste são as seguintes, com média de gastos em R\$110,73 e R\$105,57 por família, respectivamente. Novamente, a maior renda média deve explicar grande parte deste perfil, o que reforça o papel do consumo cultural ser amplamente associado à renda.

Além disso, nota-se especial papel da urbanização ao verificar que os estados com maior nível de gastos em cultura e recreação são também os estados onde estão localizadas as maiores regiões metropolitanas do país. É o caso, por exemplo, de São

Paulo que tem média de gastos R\$122,13 e o Rio de Janeiro, com R\$109,07. Nota-se uma exceção o Rio Grande do Sul com gasto de R\$112,85. Além de existir concentração de renda nesses estados, regiões desenvolvidas tendem a concentrar melhores equipamentos culturais públicos e privados e a reter capital cultural.

Por fim, no perfil regional, verifica-se que o Norte e o Nordeste possuem um gasto inferior à média do país, com R\$67,13 e R\$67,38 respectivamente. No nível estadual, os estados brasileiros com menores gastos nesta categoria de bens são o Piauí, com R\$33,12 e o Tocantins com R\$52,58.

Já na análise independente de localidade geográfica, verifica-se que o quesito renda é realmente importante. Como pode ser verificado no Gráfico 2 abaixo a medida que o rendimento das famílias cresce, o consumo de bens culturais e de recreação aumenta mais do que proporcionalmente, tanto em valores globais quanto em valores relativos. Enquanto a famílias com rendimento até R\$1.908 gastam em média R\$25,55 as que ganham mais de R\$23.850 gastam em média R\$622,66, um consumo que é 24 vezes maior.

Gráfico 2 – Gastos médios mensais em bens de Recreação e Cultura por faixa de renda - Brasil – período 2017-2018



Fonte: IBGE, POF 2017-2018.

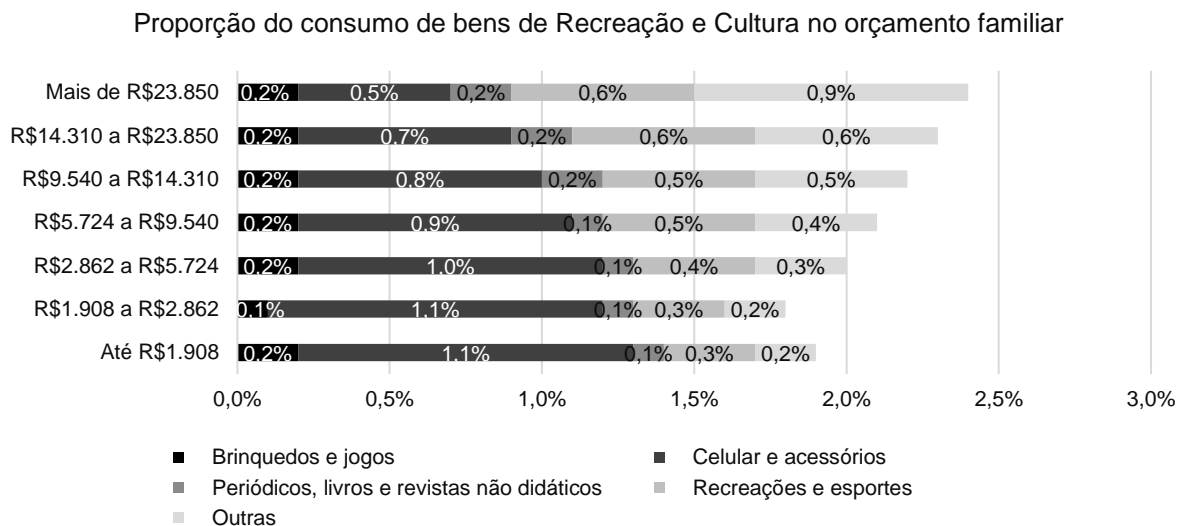
Conforme exemplificado no Gráfico 3, as famílias com rendimentos menores, correspondentes a primeira e segunda faixa, até R\$2.862, gastam cerca de 60% do orçamento destinado a recreação e cultura em celulares e acessórios, o que corresponde a 1,1% do orçamento mensal das famílias. Itens relacionados com o

aumento de capital cultural dos indivíduos como livros, ingressos de eventos e instrumentos musicais estão nas categorias que juntas representam apenas 28% dos gastos no segmento analisado.

As famílias com rendimentos entre R\$2.862 e R\$14.310 consomem proporcionalmente menos em celulares e mais em produtos caracterizado na pesquisa como outros, que incluem instrumentos musicais, artigos esportivos e itens similares, conforme aumento da renda familiar.

Já os núcleos familiares pertencentes a faixa de renda mais alta, maiores que R\$23.850 ao mês, consomem cerca de 41% dos valores dedicados a recreação e cultura, instrumentos musicais, equipamentos esportivos, e outros itens artísticos. Em seguida, em ingressos para shows, sessões de cinema, peças de teatro e outros eventos culturais. O consumo de celulares e acessórios fica em terceiro e representa 0,5% do orçamento total.

Gráfico 3 – Proporção do consumo de bens e serviços de Recreação e Cultura no orçamento familiar mensal – Brasil – período 2017-2018



Fonte: IBGE, POF 2017-2018.

No geral, os gastos com brinquedos, jogos, periódicos, livros e revistas permanecem proporcionalmente similares em todas as faixas de renda, sendo os menos consumidos. Observa-se também que quanto maior a renda familiar, maior o consumo de bens e serviços relacionados a cultura e se consome proporcionalmente menos com itens relacionados a entretenimento.



Porém, observamos que mesmo quando estáveis na proporção da renda consumida, os gastos com cultura em volumes absolutos estão altamente concentrados nas faixas de rendas superiores, conforme apresentado na tabela 1. A classes mais alta, com rendimentos acima de R\$9.540, mesmo representando 13% das famílias brasileiras estimadas pelo IBGE, concentram 46% do consumo do mercado cultural. A desigualdade fica ainda mais clara quando olhamos para os setores que concentram o capital cultural e são menos ligados ao entretenimento. Os livros, periódicos e revistas são consumidos em larga escala pela faixa mais alta de renda, representando 22% do mercado, mesmo com essas famílias sendo 3% das residências do país. O mesmo fenômeno ocorre com a categoria “Outras”, que inclui instrumentos musicais e outros equipamentos artísticos pois 32% do mercado é destinado a essa faixa de renda.

Enquanto isso, as famílias que ganham até R\$5.724 e que na sua maioria são foco do programa Vale-Cultura, que prioriza famílias com rendimentos até 5 salários mínimos, representam 73% das famílias brasileiras. Entretanto, o gasto com cultura se limita a 37% do mercado, sendo ainda menor entre famílias que ganham até R\$2.862, chegando a apenas 14% do mercado de cultura.

Tabela 1 – Proporção do consumo de bens e serviços no mercado de Recreação e Cultura por faixa de renda – Brasil – período 2017-2018

<b>Representação no conjunto de famílias</b>	<b>24%</b>	<b>19%</b>	<b>31%</b>	<b>14%</b>	<b>6%</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>
<b>Renda Familiar</b>	<b>Até R\$1.908</b>	<b>R\$1.908 a R\$2.862</b>	<b>R\$2.862 a R\$5.724</b>	<b>R\$5.724 a R\$9.540</b>	<b>R\$9.540 a R\$14.310</b>	<b>R\$14.310 a R\$23.850</b>	<b>Mais de R\$23.850</b>
Recreação e cultura	6%	8%	23%	20%	13%	13%	17%
i. Brinquedos e jogos	7%	8%	24%	23%	12%	12%	15%
ii. Celular e acessórios	10%	12%	28%	20%	12%	10%	8%
iii. Periódicos, livros e revistas	3%	5%	19%	19%	16%	16%	22%
iv. Recreações e esportes	4%	5%	20%	22%	14%	15%	19%
v. Outras	3%	4%	15%	17%	15%	16%	32%

Fonte: IBGE, POF 2017-2018. Elaboração própria.

Isso indica que o mercado de cultura no Brasil é altamente concentrado e sustentado pela parte mais abastada da população, sendo menos presente nas famílias mais pobres, que são focos do programa Vale-Cultura. Porém, percebe-se que há variância a depender do bem analisado, portanto nos próximos tópicos será explorada a relação entre renda e consumo das cinco categorias de bens enquadradas na POF como recreação e cultura.

Desses itens, brinquedos, jogos, celulares e acessórios não podem ser adquiridos através do benefício do Vale-Cultura. Já livros, periódicos e revistas podem ser comprados com o benefício de maneira integral, enquanto há alguns itens das categorias de recreação e esportes e da categoria “outras” que podem ser adquiridas com o Vale-Cultura, enquanto outros itens não são elegíveis. Por isso, a análise do impacto potencial da universalização do benefício se concentrará nos bens destas últimas 3 categorias.

### **2.1.1 Brinquedos e jogos**

Na categoria de brinquedos e jogos são incluídos na POF o consumo de brinquedos como bonecas, carrinhos e outros, além de jogos de tabuleiro, *softwares* e artigos similares. Tais itens não são elegíveis a compra pelo programa Vale-Cultura.

Quando consideramos a proporção de gastos na renda familiar com esses bens, o consumo fica por volta de 0,2% do orçamento mensal em todas as faixas de renda. Porém, em valores absolutos, como o esperado, o consumo de famílias com renda superior é proporcionalmente maior. Enquanto a menor faixa de renda consome cerca de R\$2,26 ao mês, a maior consome por volta de R\$42,24.

As maiores sustentadoras do mercado desse tipo específico de bem são as famílias classes médias, com rendimentos entre R\$2.862 e R\$9.540, alimentando cerca de 47% do mercado de brinquedos e jogos com gasto médio de R\$18,57 por mês.

### **2.1.2 Celulares e acessórios**

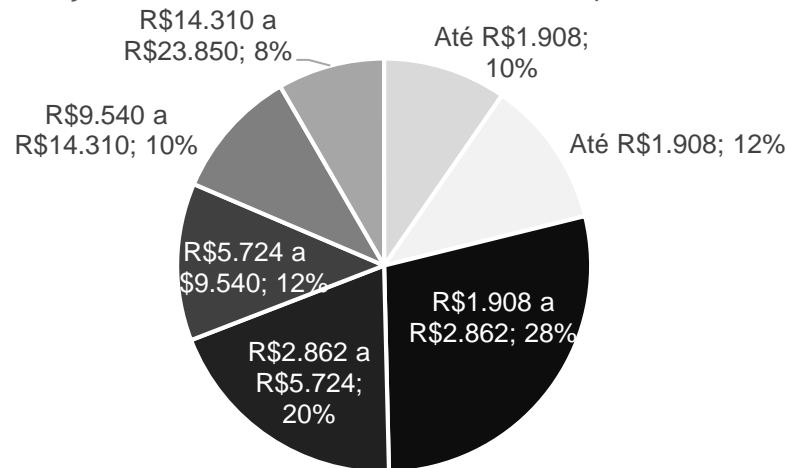
Incluso na categoria de recreação e cultura estão os gastos das famílias brasileiras com celulares e acessórios, que não podem ser adquiridos pelo benefício do Vale-Cultura. O padrão de consumo desses bens se diferencia dos outros da

categoria, mostrando-se como uma parcela relevante dos gastos, principalmente nos núcleos com rendimentos menores, que chegam a gastar 1,1% do orçamento total nesses tipos de bens.

Conforme exemplificado no gráfico 4, 50% do consumo com celulares e acessórios é realizado por famílias que ganham até R\$2.862, indicando que esse pode ser o meio de recreação e entretenimento mais difundido entre as classes mais baixas.

Gráfico 4 – Distribuição do mercado de celular e acessórios por faixa de renda familiar – Brasil – período 2017-2018

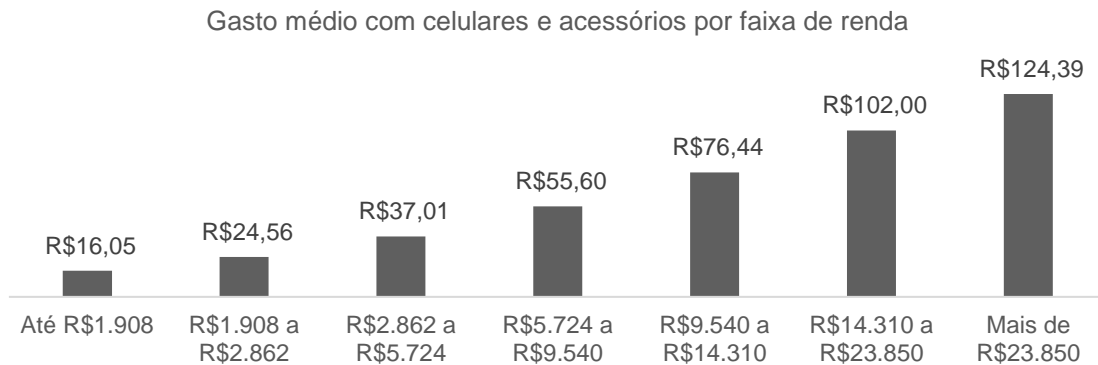
Distribuição do mercado de celular e acessórios por faixa de renda



Fonte: IBGE, POF 2017-2018. Elaboração própria.

Porém tal efeito é explicado pela grande quantidade de famílias nessas faixas de rendimento e não necessariamente em um dispêndio mais alto comparado com as famílias mais ricas. No gráfico 5 abaixo estão representadas a média de gastos mensais por faixa de renda e é possível perceber que há uma crescente esperada nos gastos conforme o aumento da renda.

Gráfico 5 – Gasto médio mensal familiar com celulares e acessórios por faixa de renda– Brasil – período 2017-2018



Fonte: IBGE, POF 2017-2018.

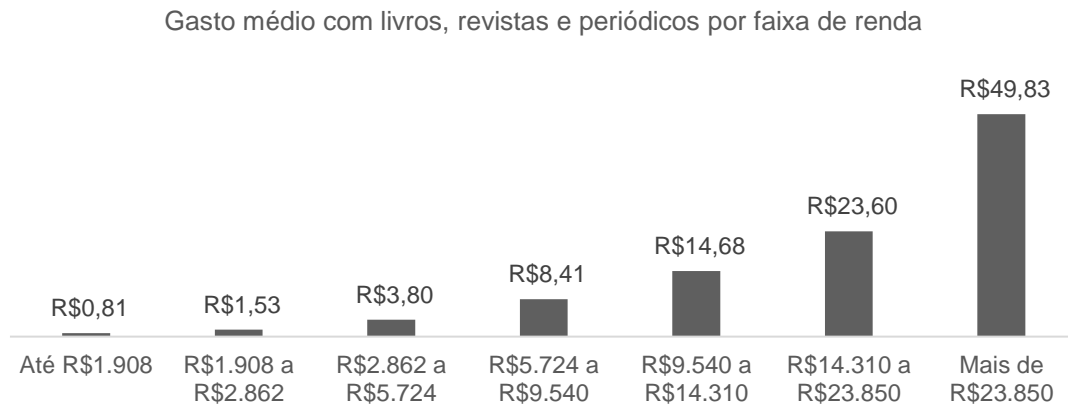
### 2.1.3 Livros, revistas e periódicos

Nesse item da POF estão catalogados os gastos com livros, revistas e assinaturas de periódicos não didáticos, como jornais, revistas infantis e serviços do gênero. Dentre esses itens, o Vale-Cultura pode ser usado para adquirir jornais, livros, revistas, leitor de livro digital e e-books.

Do ponto de vista do orçamento familiar, esse conjunto de itens representa uma fatia pequena do orçamento, cerca de 0,1% em núcleos com rendimento até R\$9.540, com uma leve subida na representação no orçamento de faixas superiores a esse valor, com 0,2% em média.

Porém, observando em termos absolutos percebe-se o quanto a renda é um fator determinante nesse tipo de produto, formando uma curva exponencial. De acordo com os dados do gráfico 6, o valor dedicado para esses bens praticamente dobra entre uma faixa de renda e sua posterior.

Gráfico 6 – Gasto médio mensal familiar com livros, revistas e periódicos por faixa de renda– Brasil – período 2017-2018



Fonte: IBGE, POF 2017-2018.

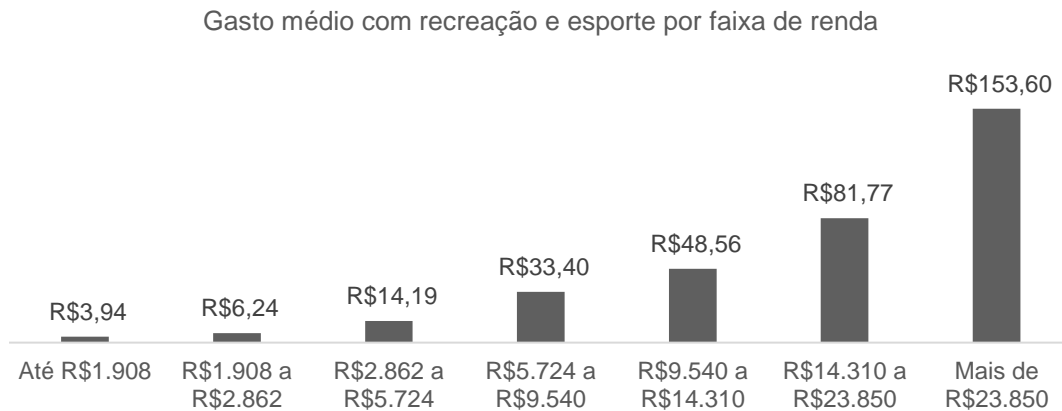
Tal fenômeno tem como sintoma a grande concentração do mercado literário e do hábito da leitura em famílias com rendimentos maiores, que está ligada também com o nível educacional dos indivíduos.

#### 2.1.4 Recreação e esportes

Exemplos de bens inclusos na categoria de recreação e esportes são ingressos para sessões de cinema, peças de teatro, exposições em museus, *shows*, entradas para jogos de futebol e outros eventos esportivos, aulas de ginástica, artigos de caça, pesca, camping, e bens e serviços do gênero. Desses itens, os ingressos para eventos culturais podem ser adquiridos pelo Vale-Cultura.

De acordo com as informações obtidas no gráfico 7, essa categoria tem um comportamento do consumo semelhante ao segmento de livros e periódicos. Há um crescimento maior que o proporcional no gasto com esses bens e serviços conforme as famílias aumentam seus rendimentos, e sua representação no orçamento total varia entre 0,3% e 0,6%.

Gráfico 7 – Gasto médio mensal com recreação e esportes por faixa de renda– Brasil – período 2017-2018



Fonte: IBGE, POF 2017-2018.

Isso significa que o mercado consumidor desses itens está altamente concentrado entre as famílias de maiores rendimentos. Além disso, a maior parte dos bens e serviços é caracterizado como atividade não-domiciliares, o que indica a dificuldade de acesso e falta de democratização dos equipamentos culturais nas cidades, que são mais acessíveis às classes abastadas.

### 2.1.5 Outras

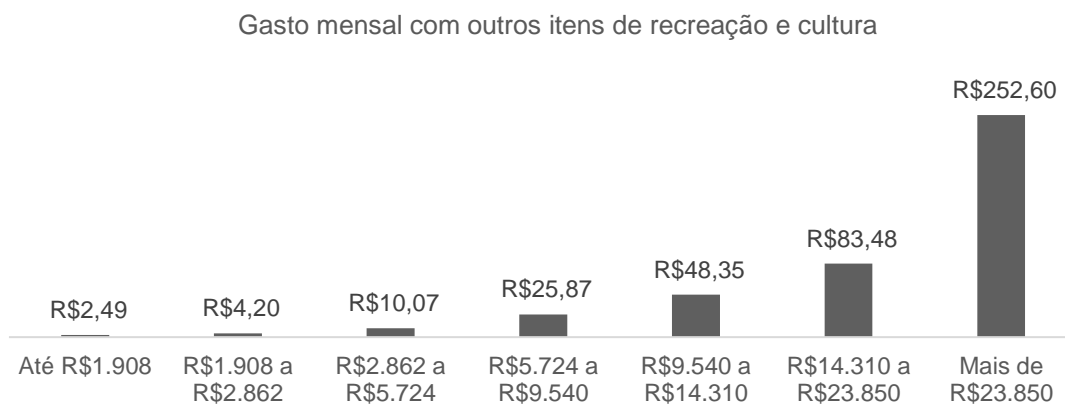
Bens e serviços relacionados a recreação e cultura e que não foram incluídos nas categorias anteriores estão incluídos no item “Outras” da POF. Neste estão representados instrumentos musicais, como violão, guitarra, piano, pandeiro, entre outros; artigos esportivos, de acampamentos e outras despesas similares. Desses, instrumentos musicais no geral podem ser adquiridos através do Vale-Cultura.

Dentre as categorias analisadas até então, está é a que mais tem seu consumo concentrado nas famílias com renda superior. As famílias que recebem um valor superior a R\$ 23.850 representam 3% das famílias brasileiras, mas consomem 32% do mercado dos produtos avaliados. Além disso, o valor médio mensal de gasto com tais produtos nesses núcleos familiares é superior a outras categorias de recreação e cultura, no valor de R\$252,60, representando 41% dos gastos com cultura. Enquanto isso, as famílias que ganham até R\$1.908 representam 24% das famílias do país, mas

são apenas 3% desse mercado, gastando R\$42,49 com esses bens, cerca 5% do orçamento dedicado a recreação e cultura.

Como podemos observar no gráfico 8 abaixo, conforme a aumenta na faixa de renda o valor gasto com esse tipo de bem tende a dobrar. O padrão muda entre a penúltima e a última faixa de renda, no qual o valor gasto por mês passa de R\$83,48 para R\$252,60, cerca de 303% a mais.

Gráfico 8 – Gasto médio mensal com outros itens de recreação e cultura por faixa de renda– Brasil – período 2017-2018



Fonte: IBGE, POF 2018-2018.

De forma geral as famílias que ganham mais consomem proporcionalmente mais itens de recreação e cultura do que famílias com rendimentos menores. Do ponto de vista qualitativo, os itens com maior apelo de entretenimento, como brinquedos, jogos e celulares tem maior presença no orçamento das famílias de baixa renda, enquanto as famílias de alta renda optam por dedicar a maior parte do orçamento de recreação e cultura em bens como livros, entradas para eventos artísticos e instrumentos musicais.

Dado isso, o Vale-Cultura tem o objetivo de incentivar o consumo de cultura nas classes com menores rendimentos, mais especificamente os indivíduos com trabalho formal que ganham até 5 salários mínimos, cerca de R\$4.990. Isso ocorre tanto do ponto de vista quantitativo com o acréscimo de R\$50,00 para consumo desses itens, como do ponto de vista qualitativo, já que o gasto é limitado a determinados tipos de bens.

## 2.2 Descrição dos gastos com vale-cultura

De acordo com informações disponibilizadas pelo ministério da cultura, desde que foi implantado em 2012 até agosto de 2018, o Vale-Cultura beneficiou cerca de 540 mil trabalhadores. Em 2018 o número de trabalhadores formais no Brasil segundo a Pesquisa Nacional por Amostra Contínua (PNAD) do segundo semestre de 2018 era 67 milhões. Ou seja, 1% dos trabalhadores formais nesse período receberam o benefício.

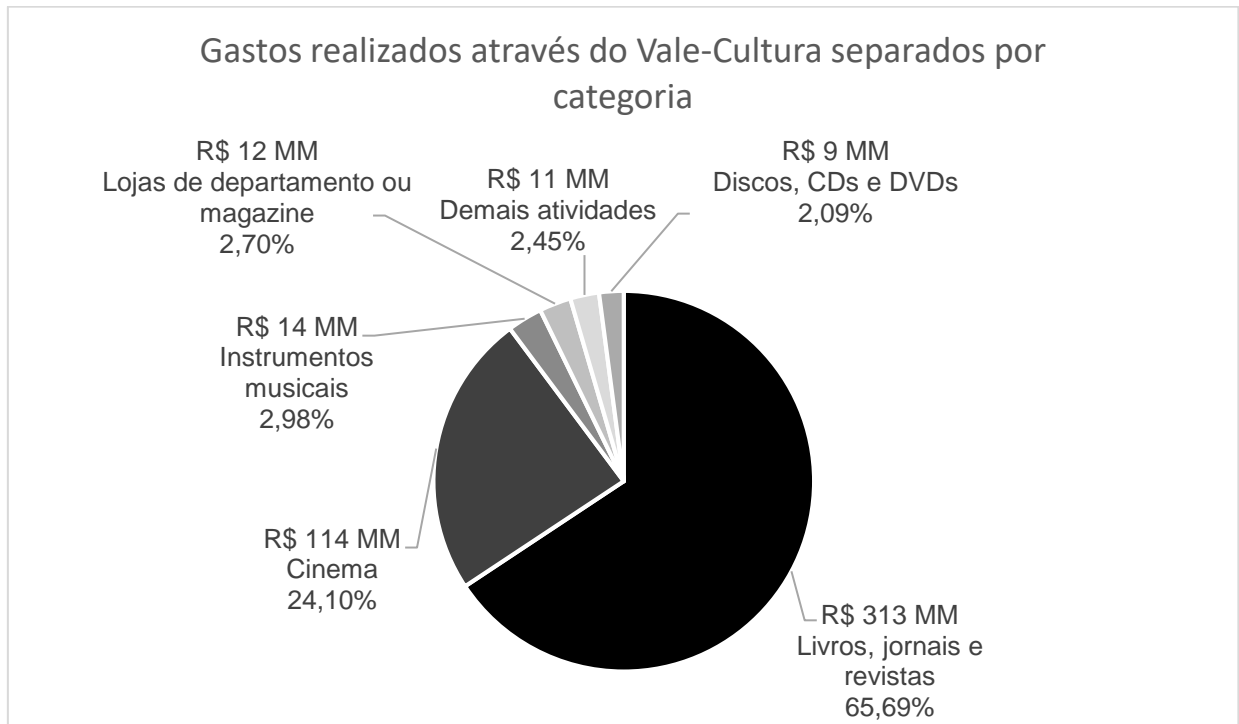
Das empresas funcionando no Brasil no ano de 2018, 1.398 ofereciam tal benefício para os seus funcionários. Enquanto isso, 42.839 empresas do ramo de bens e serviços culturais estavam capacitadas no período para vender com Vale-Cultura.

Entre a implantação do benefício em setembro de 2018, foram gastos R\$482 milhões em artigos e serviços com o Vale-Cultura por esses trabalhadores. Conforme o gráfico 9 ilustrado abaixo, 65% dos gastos realizados com o benefício no Brasil durante o período foram livros, jornais e revistas, cerca de R\$313 milhões. Em seguida, estão os gastos com entradas de cinema, que representam 24% do total, cerca R\$115 milhões.

O consumo de instrumentos musicais utilizando o benefício no período foi cerca R\$14 milhões, com representação de 3%. Já o consumo de em lojas de departamento ou magazines que aceitam o Vale-Cultura representam 3% do total ou R\$13 milhões. Os gastos com discos, CDs e DVDs são 2% da fatia, aproximadamente R\$10 milhões. Por sua vez, os ingressos para espetáculos de música, teatro e dança são 1% dos gastos realizados com o benefício, no valor de R\$5 milhões. Por fim, outros itens e serviços não incluídos nas categorias anteriores representam 2% dos gastos, ou R\$12 milhões.



Gráfico 9 – Gastos realizados através do benefício do Vale-Cultura separado por categoria de consumo – Brasil – período dezembro de 2012 – agosto de 2018



Fonte: Ministério da Cultura.

### 3 MENSURAÇÃO DO IMPACTO POTENCIAL DO VALE CULTURA

#### 3.1 Cálculo das elasticidades

Varian (2006) define elasticidade como uma medida de sensibilidade da demanda do consumidor a variações como preço e renda. No presente capítulo utilizaremos o conceito de elasticidade-renda da demanda para mensurar alteração do consumo de bens culturais com acréscimo de renda para esse fim.

Para isso, é comparada a variação do gasto desses bens de uma faixa de renda para outra através da fórmula abaixo.

$$e = \frac{(\Delta q / q)}{(\Delta r / r)}$$

Na qual

$e$  = elasticidade – renda da demanda

$q$  = quantidade monetária consumida com cultura

$r = \text{renda}$

Caso a elasticidade calculada estiver entre 0 e 1 o bem avaliado é considerado normal, ou seja, o aumento da renda provoca o aumento da demanda. Bens inferiores são aqueles classificados assim por sofrerem uma queda na demanda com o aumento da renda, e possuem a elasticidade menor que 0. Já os considerados bens superiores são aqueles que aumentam mais do que proporcionalmente a demanda ao se obter um acréscimo na renda, e, portanto, possuem a elasticidade maior que 1 (VARIAN, 2006).

Para o cálculo das elasticidades-renda da demanda, utilizou-se como renda representativa da faixa de renda categorizada na POF a média simples dos limites da faixa em questão. Já para a faixa de limite inferior, utilizou-se como referência o valor de R\$1.908 e para a faixa de limite superior o valor adotado foi calculado como a média simples do valor de R\$23.850 e a diferença entre o valor adotado das duas faixas anteriores. Os valores adotados estão exemplificados na tabela abaixo.

Tabela 2 – Valores adotados para cálculo das elasticidades das faixas de renda utilizadas na POF

<b>Faixa de renda</b>	<b>Valor adotado</b>	
Até R\$1.908	R\$	1.908,00
R\$1.908 a R\$2.862	R\$	2.385,00
R\$2.862 a R\$5.724	R\$	4.293,00
R\$5.724 a R\$9.540	R\$	7.632,00
R\$9.540 a R\$14.310	R\$	11.929,50
R\$14.310 a R\$23.850	R\$	19.080,00
Mais de R\$23.850	R\$	31.000,50

Fonte: IBGE, POF 2018-2018. Elaboração própria.

A partir desses valores e do consumo das famílias em bens culturais e de recreação, que estão descritos na tabela do anexo I, foram calculadas as elasticidades-renda da demanda utilizando a transição superior e os resultados estão descritos na tabela 3, cuja células com cores mais escuras representam uma maior elasticidade-renda enquanto as mais claras representam as menores elasticidades. Podemos observar que as elasticidades-renda da demanda não são homogêneas entre as faixas de renda, uma vez que as mais altas se concentram na classe com menores rendimentos. As maiores observadas são na categoria de livros e periódicos (2,35) e na categoria “outras” (2,04), ambas para as famílias com rendimentos

mensais até R\$1.908. Enquanto isso, as menores estão nas faixas intermediárias de rendimento, sendo os destaques a elasticidade da categoria brinquedos e jogos (0,33) em famílias de renda média de R\$7.632 e celulares e acessórios (0,47), na faixa de R\$19.080.

Tabela 3 – Elasticidade-renda da demanda dos itens de Recreação e Cultura e suas subcategorias – Brasil – período 2017-2018

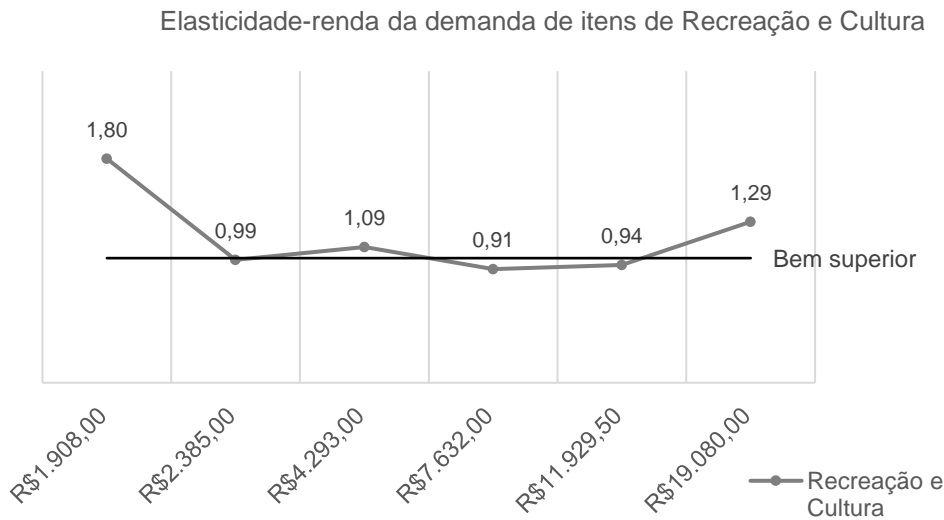
Bens e serviços	Valores adotados para as faixas de rendimento					
	R\$1.908	R\$2.385	R\$4.293	R\$7.632	R\$11.920	R\$19.080
Recreação e Cultura	1,80	0,99	1,09	0,91	0,94	1,29
i) Brinquedos e jogos	1,65	0,99	1,19	0,33	0,96	1,23
ii) Celular e acessórios	1,73	0,76	0,76	0,76	0,67	0,47
iii) Periódicos, livros e revistas não didáticos	2,35	1,34	1,25	1,19	1,01	1,37
iv) Recreações e esportes	1,84	1,26	1,31	0,87	1,08	1,22
v) Outras	2,04	1,31	1,40	1,29	1,12	1,74

Fonte: IBGE, POF 2018-2018. Elaboração própria.

De modo geral, como observado no gráfico 10 abaixo, os itens de recreação e cultura aqui analisados, possuem a elasticidade-renda da demanda por volta de 1, mostrando que há uma relação proporcional entre a renda e o consumo desses bens. Porém, observando detalhadamente, tais itens culturais são considerados como bens superiores em três das faixas de renda analisadas: a menor (R\$1.908), a maior (R\$19.080) e a que possui média de rendimento de R\$4.293. Isso significa que nessas faixas específicas de renda, o incremento no rendimento familiar provoca um aumento do consumo maior que o proporcional nesses bens e serviços.

Já nas demais faixas intermediárias, a elasticidade fica por volta 0,9 e 1. Os itens, portanto, não chegam a ser classificados como bem superiores, mas o aumento da renda provoca um aumento no gasto com essa categoria de bens e serviços próximo ao proporcional, ou seja, ao aumentar 1% da renda o consumo aumenta em 1%.

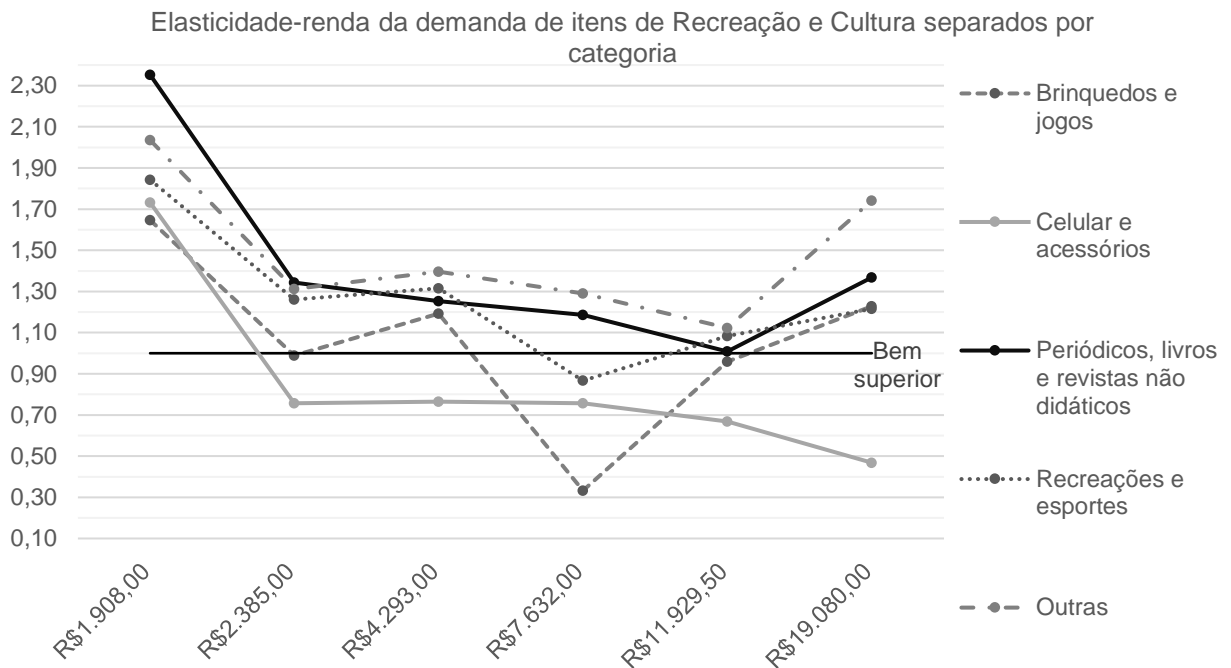
Gráfico 10 – Elasticidade-renda da demanda de itens de Recreação e Cultura – Brasil – período 2017-2018



Fonte: IBGE, POF 2018-2018.

No gráfico 11 abaixo, é possível perceber os itens mais ligados a cultura que pertencem as categorias de periódicos, livros e revistas, recreação e esportes, e outros, estão acima da linha de bem superior em todas as faixas de renda, com exceção das famílias com rendimento médio de R\$7.632 nos bens de “Recreação e esportes”. Já os itens mais ligados a recreação, como brinquedos e jogos, têm uma oscilação maior entre as faixas de renda. Na primeira (R\$1.908), na intermediária com média R\$4.293 e na última R\$19.080, jogos e brinquedos são considerados bens superiores. Já para as faixas de renda restantes, esses bens são classificados como normais. A categoria de celulares e acessórios é a que tem o comportamento mais distinto. Com exceção da primeira faixa de renda, na qual todos os itens são considerados superiores, estes bens são considerados normais e inelásticos, ou seja, com o aumento da renda o consumo destes bens aumenta, mas não tanto quanto os outros bens analisados.

Gráfico 11 – Elasticidade-renda da demanda de itens das subcategorias de Recreação e Cultura – Brasil – período 2017-2018



Fonte: IBGE, POF 2018-2018.

Por sua vez, o comportamento e preferências das famílias para com esses tipos de bens também reflete nas elasticidades calculadas. Para as famílias com rendimento adotado de R\$1.908, todos os bens relacionados a recreação e cultura são considerados bens superiores, sendo os livros, periódicos e revistas, recreação e esportes, e a categoria “outros” os com maiores elasticidades.

Para a faixa de renda seguinte (R\$2.385), os itens citados anteriormente como mais elásticos também são considerados bens superiores, porém brinquedos e celulares são considerados bens normais. Já nas famílias com rendimentos médios de R\$4.293, todas as categorias são consideradas como bens superiores, exceto a de celular e acessórios. Nas famílias da faixa seguinte (R\$7.632), o comportamento é diferente das classes de rendimentos anteriores. A maioria dos bens analisados são avaliados como normais, com exceção, dos livros e revistas e dos bens e serviços categorizados em outros que são considerados bens superiores.

As famílias da faixa de renda, com média de R\$11.929,50, têm comportamento bastante similar a anteriormente citada, que tem a maioria das categorias classificadas como bens normais, com exceção aos itens de recreação e esportes que são

identificados como superiores. Já na classe de renda mais alta, com valor de rendimento adotado de R\$19.080, o comportamento se modifica. Com exceção da categoria de celulares e acessórios, os restantes dos itens são considerados bens superiores, ou seja, com o aumento da renda o consumo desses itens cresce mais do que proporcionalmente nesta faixa de renda.

De forma geral, as elasticidades calculadas indicam que os bens e serviços relacionados com o aumento de capital cultural, como livros, ingressos para eventos artísticos e instrumentos musicais, inclinam-se a ser classificados como bens superiores. Isso significa que o estímulo ao seu consumo através de um incremento de renda tende a aumentar o consumo desses bens.

### **3.2 Impacto potencial do Vale-Cultura no consumo das famílias**

O benefício do Vale-Cultura é direcionado para as famílias de rendimentos até 5 salários mínimos, que tem tendência a ter o consumo de bens culturais inferior as demais classes de rendimentos, tanto proporcionalmente como em valores absolutos. Isto reflete, como visto, nas altas elasticidades em bens relacionados ao processo de desenvolvimento cultural, como ingressos para peças de teatro, cinema e exposições, livros e instrumentos musicais. Portanto, espera-se que a renda adicional aumente o consumo desse tipo de bem e serviço.

Neste subitem, construiremos um cenário com o objetivo de estimar qual o impacto no consumo em bens culturais das famílias com o choque exógeno de R\$50,00 provenientes do benefício do Vale-Cultura, como acréscimo no orçamento familiar. Para essa análise, usaremos os gastos relatados nas categorias Periódicos, livros e revistas não didáticos, Recreações e esportes e Outras, que contém bens e serviços que poder ser adquiridos através do benefício.

Além disso a análise está concentrada nas famílias que possuem prioridade no recebimento do benefício, ou seja, nas famílias que recebem até R\$4.990. Por isso foram utilizados os gastos das famílias das seguintes faixas de renda: até R\$1.908, de R\$1.908 a R\$2.862 e de R\$2.862 a R\$5.724, cujos valores adotados para os cálculos são R\$1.908,00, R\$2.385,00 e R\$4.293,00, respectivamente.

Para estimar o novo consumo das famílias com a implantação do benefício, consideramos duas hipóteses. A primeira é que o comportamento do consumidor seguirá o mesmo padrão de consumo de bens culturais observado na POF 2017-

2018, ou seja, o acréscimo de renda proveniente do benefício será redistribuído no orçamento seguindo a mesma proporção. A segunda diz respeito a substituição orçamentária, nesse caso supõe-se que a família substituirá antes o que era gasto com os itens culturais pelo benefício do Vale-Cultura, liberando este valor para o gasto com outros itens da cesta de consumo. A proporção do gasto em bens e serviços culturais das faixas de renda e o valor total do gasto com esses bens que seria acrescentado no orçamento com o recebimento do Vale-Cultura estão exemplificados na tabela 4 abaixo.

Tabela 4 – Proporção e gasto médio mensal familiar em bens e serviços culturais – Brasil – período 2017-2018

Bens e Serviços	Valores adotados para as faixas de rendimento					
	R\$1.908,00		R\$2.385,00		R\$4.293,00	
	Valor gasto	Proporção do gasto em cultura	Valor gasto	Proporção do gasto em cultura	Valor gasto	Proporção do gasto em cultura
Periódicos, livros e revistas não didáticos	R\$0,81	11%	R\$1,53	13%	R\$3,80	14%
Recreações e esportes	R\$3,94	54%	R\$6,24	52%	R\$14,19	51%
Outras	R\$2,49	34%	R\$4,20	35%	R\$10,07	36%
Bens e serviços culturais (total)	R\$7,24	100%	R\$11,97	100%	R\$28,06	100%

Fonte: IBGE, POF 2018-2018. Elaboração própria.

Com base no valor sobressalente, utilizamos as elasticidades para identificar o quanto do orçamento liberado será gasto novamente com os bens e serviços culturais, além do que será adquirido com o Vale-Cultura. Dessa forma obtivemos o novo valor de consumo esperado das famílias, para cada uma das categorias analisadas, que foi calculado segundo a fórmula abaixo.

$$valor\ estimado = proporção \times 50 + \frac{valor\ antigo}{valor\ adotado} \times elasticidade$$

Na qual

*valor estimado* = gasto estimado com a inclusão do Vale – Cultura

*proporção* = proporção gasta com a categoria em bens e serviços culturais

*valor antigo = gasto com a categoria sem a inclusão do Vale – Cultura*  
*valor adotado = renda adotado como referência para a faixa de renda*  
*elasticidade = elasticidade – renda da demanda calculada*

Com base nessa equação, estão apresentados na tabela a seguir os valores estimados de consumo no cenário com o recebimento do Vale-Cultura e o incremento no consumo de bens e serviços culturais provocado em cada uma das faixas de renda e categoria pelo recebimento adicional do benefício.

Tabela 5 – Impacto estimado do Vale-Cultura por subcategoria de consumo e faixa de renda – Brasil

Bens e Serviços	Valores adotados para as faixas de rendimento					
	R\$1.908,00		R\$ 2.385,00		R\$4.293,00	
	Valor estimado	Diferença de consumo	Valor estimado	Diferença de consumo	Valor estimado	Diferença de consumo
Periódicos, livros e revistas não didáticos	R\$5,60	R\$4,79	R\$6,40	R\$4,87	R\$6,78	R\$2,98
Recreações e esportes	R\$27,22	R\$23,28	R\$26,07	R\$19,83	R\$25,29	R\$11,10
Outras	R\$17,20	R\$14,71	R\$17,55	R\$13,35	R\$17,95	R\$7,88
Bens e serviços culturais (total)	R\$50,02	R\$42,78	R\$50,02	R\$38,05	R\$50,03	R\$21,97

Fonte: Elaboração própria.

As famílias de renda mais beneficiadas com a inclusão do Vale-Cultura foram as da primeira faixa de renda, com valor adotado de R\$1.908,00, cujo acréscimo no consumo de bens e serviços culturais foi de R\$42,78. Desses, R\$42,76 foram acréscimo direto do benefício enquanto R\$0,02 são resultado do 0,04% de aumento na renda familiar proveniente efeito substituição do orçamento.

Na faixa de renda seguinte, com média de rendimentos de R\$2.385,00, o novo valor gasto com bens culturais é de R\$50,02, ou seja, R\$38,05 a mais. Desses R\$0,02 são efeitos indiretos do Vale-Cultura enquanto o restante do incremento trata-se de efeito direto do benefício.

De maneira similar a classe com valor adotado de R\$4.293,00 tem como gasto estimado nos bens e serviços analisados R\$50,03. Da diferença de consumo entre os cenários, R\$21,94 são em função direta do Vale-Cultura e R\$0,03 são em razão da renda adicional liberada pelo recebimento do benefício.



Já a distribuição do gasto com as categorias segue o mesmo padrão de comportamento registrados na POF. Dessa forma, o consumo em tais itens analisados se concentra na categoria de recreação e esportes, seguido pelo gasto da categoria “outras” e por fim na de periódicos, livros e revistas.

Podemos observar ainda que quanto maior a renda familiar, o consumo com livros e itens da categoria “outras” cresce enquanto o crescimento marginal do gasto com recreação e esportes cai, indicando que a preferência por tais itens é afetada pela classe social e não apenas pela renda disponível para tais gastos.

### **3.3 Impacto potencial do vale-cultura no mercado cultural**

Dado os resultados obtidos na estimação do aumento do consumo familiar com o recebimento do Vale-Cultura, podemos expandir a análise e tentar identificar qual o impacto potencial no mercado cultural no caso de adoção total do benefício pelas famílias prioritárias. Para isso, utilizaremos a quantidade de famílias estimadas pela POF em cada uma das faixas de renda prioritárias do benefício.

A POF 2017-2018 estima que há cerca de 69 milhões famílias no país, sendo estas caracterizadas pela presença de um único morador ou um conjunto de moradores que compartilham as despesas alimentares e/ou com moradia. Estima-se que existam cerca de 16,4 milhões de famílias com rendimentos familiares de até R\$1908,00 com tamanho média de 2,72 pessoas. Para as que têm renda familiar mensal entre R\$1.908,00 e R\$2.862, o número de famílias estimado é de 12,8 milhões, com média de 2,83 moradores. Já para as com rendimentos entre R\$2.862 e R\$5.724, estima-se que sejam 21 milhões de famílias com média de 3,16 pessoas cada, totalizando 50,4 milhões unidades de consumo com prioridade de recebimento do Vale-Cultura ou 148 milhões de moradores.

Entretanto, o benefício é limitado aqueles trabalhadores que estão alocados no mercado de trabalho formal. Segundo a PNAD Contínua divulgada no 3º semestre de 2019, a proporção de trabalhadores com carteira assinada nos setores privado, público e doméstico, é de cerca de 47% dentre a força de trabalho ocupada. Quando consideramos também a população que está fora do mercado de trabalho, fora da força de trabalho e os menores que 14 anos, a proporção de pessoas empregadas com carteira assinada cai para 21% ou cerca de 44 milhões de trabalhadores.

Aplicando essa proporção de 21% na quantidade estimativa de indivíduos por faixa de renda, obtemos as seguintes estimativas de trabalhadores do mercado formal: 9,4 milhões em famílias com até R\$1.908 de rendimento; 7,6 milhões em famílias com renda entre R\$1.908 e R\$2.862 e 13,9 milhões em residências com renda familiar entre R\$2.862 e R\$5.724. Dado isso, admitindo que todos que tem o direito e prioridade ao benefício do Vale-Cultura realmente o recebessem, multiplicou-se o número de trabalhadores formais pelo acréscimo de consumo em bens e serviços culturais com o recebimento do Vale-Cultura calculado no item anterior. Os resultados dessa estimativa por categoria de consumo e faixa de renda podem ser observados na tabela abaixo.

Tabela 6 – Impacto estimado da adoção total do Vale-Cultura por subcategoria de consumo e faixa de renda (mil reais) – Brasil

	Até R\$1.908	R\$1.908 a R\$2.862	R\$2.862 a R\$5.724	Total por categoria
<b>Periódicos, livros e revistas não didáticos</b>	45.090	48.850	94.858	188.798
<b>Recreações e esportes</b>	218.985	199.070	353.913	771.969
<b>Outras</b>	138.425	134.007	R251.198	523.631
<b>Total por faixa de renda</b>	402.501	381.928	699.969.	1.484.400

Fonte: Elaboração própria.

O mercado que seria mais beneficiado com a adoção total do Vale-Cultura seria o de recreação e esportes, que teria um incremento de R\$771 milhões ao mês, representando um crescimento de 52%. Por sua vez, a categoria de livros e revistas sofreria o choque de R\$118 milhões no consumo mensal, fazendo com que esse mercado crescesse em 45%. Os bens e serviços classificados como “outras”, tem o acréscimo de consumo estimado em R\$523 milhões ao mês ou 36% do mercado atual.

No total o mercado de bens e serviços culturais cresceria em 44%, com o acréscimo de R\$1.5 bilhões ao mês. Esse acréscimo de renda transbordaria para além do mercado cultural, uma vez que este precisaria se expandir para atender a nova demanda, criando empregos e provocando o efeito de encadeamento para frente e para trás, estimulando dessa forma o crescimento econômico. As relações entre

desenvolvimento e o Vale-Cultura podem ser mais bem exploradas em trabalhos com o de Souza (2016).

Além disso, espera-se que no longo prazo a demanda por bens e serviços culturais aumente em razão do vício-positivo, no qual os indivíduos tendem a aumentar sua preferência por esse tipo de bem conforme o consumo aumenta, criando dessa forma um ciclo positivo (STIGLER E BECKER, 1977).

## 4 CONCLUSÃO

O consumo de bens e serviços relacionados a cultura possui diversos fatores determinantes já explorados em trabalhos anteriores, como escolaridade, localização geográfica, etnia, a quantidade de filhos menores de idade, entre outros. Porém, um dos fatores que se mostra mais relevante é a renda dos indivíduos, pois além de ser um determinante na quantidade de bens e serviços consumidos também interfere qualitativamente.

Como descrito a partir dos resultados da POF 2018-2019, as classes com rendas mais elevadas além de dedicarem uma parte maior do seu orçamento para gastos culturais, também diversificam mais seu consumo entre as categorias e tendem a gastar mais em itens que levam a um incremento de capital cultural, como livros, ingressos pra cinema e espetáculos, instrumentos musicais e itens artísticos, caracterizando o consumo dessa classe como onívoro. Já em classes com perfil de rendimento mais baixo, o consumo com cultura tende a ser menor e mais concentrado em celulares e acessórios. Apesar de ser uma maneira democrática de acesso a filmes e música, esse tipo de conteúdo costuma ser massificado, tornando o consumo de cultura de classes mais baixas unívoro.

O Vale-Cultura, portanto, tem o objetivo de equalizar o consumo de cultura entre as faixas de renda, aumentando o consumo das famílias ao acrescentar R\$50,00 na renda disponível para o dispêndio com esse tipo de bem. A partir dos dados disponibilizados pelo Ministério da Cultura, observa-se que a maior parte dos gastos realizados entre 2012 e 2018 foi em livrarias e lojas do gênero. Parte desse efeito se explica pela elasticidade-renda da demanda elevada desse tipo de bem, que tem média calculada de 1,42, sendo considerado, portanto, um bem superior.

Entretanto as categorias que têm uma elasticidade-renda da demanda igualmente altas como a categorias de ingressos (1,26) e de instrumentos musicais (1,48), não possuem a mesma grandeza de gastos com o benefício. É preciso investigar em novos estudos se o custo de transação em lojas que vendem livros e revistas é menor do que em locais que comercializam outros tipos bens e serviços culturais, ao terem maior facilidade de adquirirem o direito de vender através do benefício, por exemplo.

Supondo que esse custo de transação seja nulo e que todos os trabalhadores formais com salários até R\$4.990 recebessem o Vale-Cultura, o ganho no mercado

cultural seria de 44%, sendo o maior setor beneficiado o de ingressos para cinema, teatro e outros eventos artísticos. Essa estimativa implica, além de um crescimento no mercado cultural, especialmente em atividades fora do domicílio, um aumento do capital cultural dos indivíduos e conseqüentemente da população, trazendo diversas externalidades positivas, como a melhoria da produtividade, e o desenvolvimento econômico causado pelo crescimento do mercado cultural e seus respectivos mercados de insumo.

Além disso, o processo tornaria o acesso à cultura mais democrático e em certo ponto, mais acessível, uma vez que as famílias com rendimentos até 5 salários mínimos teriam o mesmo nível de gasto em serviços e bens culturais que famílias com renda de até R\$9.540.

Esse resultado sugere que o estado além de promover novas iniciativas para o desenvolvimento do mercado cultural no Brasil, deveria incentivar os programas já implantados como o Vale-Cultura, que tem potencial de expandir o consumo e o mercado cultural, desenvolvendo os trabalhadores do país e promovendo o crescimento econômico.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DINIZ, Sibelle Cornélio; MACHADO, Ana Flávia. Analysis of the consumption of artistic-cultural goods and services in Brazil. *Journal of Cultural Economics*, v. 35, n. 1, p. 1-18, 2011.

HIRSCHMAN, Albert Olist. *Estratégia do desenvolvimento econômico. Fundo de cultura*, 1961.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Pesquisa de Orçamentos Familiares 2018-2019: Despesas, Rendimentos e Condições de Vida* IBGE, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua de Divulgação Trimestral - PNAD Contínua*. IBGE, 4º trimestre de 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua de Divulgação Trimestral - PNAD Contínua*. IBGE, 3º trimestre de 2019.

MINISTÉRIO DA CULTURA. *Por dentro do Vale-Cultura*. Disponível em: <[http://www.cultura.gov.br/por-dentro-do-vale-cultura1/-/asset\\_publisher/cOdwpc5nCipt/content/para-o-trabalhador/10895](http://www.cultura.gov.br/por-dentro-do-vale-cultura1/-/asset_publisher/cOdwpc5nCipt/content/para-o-trabalhador/10895)>.

MINISTÉRIO DA CULTURA. *Dados sobre o Programa de Cultura do Trabalhador*. Disponibilizado por correio eletrônico para a pesquisadora em 16 de novembro de 2018.

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

PETERSON, Richard A. Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore. *Poetics*, v. 21, n. 4, p. 243-258, 1992.

RHODEN, Valmor. Política cultural e democratização do acesso à cultura: a experiência do Vale-Cultura. *Revista de Humanidades*, v. 30, n. 2, p. 347-361, 2015.

SEAMAN, Bruce A. Empirical studies of demand for the performing arts. *Handbook of the economics of art and culture*, v. 1, p. 415-472, 2006.

SILVA, Frederico Barbosa da; ARAÚJO, Herton Ellery; SOUZA, André Luis. O consumo cultural das famílias brasileiras. *Gasto e consumo das famílias brasileiras contemporâneas*, p. 105, 2007.

SOUZA, Gustavo Fernandes. *Impactos econômicos do vale-cultura: uma abordagem em equilíbrio geral computável*. 2016.

STIGLER, George J.; BECKER, Gary S. De gustibus non est disputandum. The american economic review, v. 67, n. 2, p. 76-90, 1977.

THROSBY, D. Cultural capital. Journal of Cultural Economics, v. 23, n. 1-2, p. 3–12, 1999.

THROSBY, David. Economics and culture. Cambridge university press, 2001.

TUBADJI, Annie. Was Weber right? The cultural capital root of socio-economic growth examined in five European countries. International Journal of Manpower, v. 35, n. 1/2, p. 56-88, 2014

TUBADJI, Annie; OSOBA, Brian J.; NIJKAMP, Peter. Culture-based development in the USA: Culture as a factor for economic welfare and social well-being at a county level. Journal of cultural economics, v. 39, n. 3, p. 277-303, 2015.

VARIAN, Hal R. Microeconomia: conceitos básicos. Tradução: Maria José Cyhlar Monteiro e Ricardo Doninelli. Rio de Janeiro. Elsevier, 2006 – 7a. Reimpressão.

WINK JUNIOR, Marcos Vinicio et al. Os efeitos da criação de leis de meia entrada para estudantes sobre o consumo de bens e serviços culturais no Brasil. Estudos econômicos. São Paulo. Vol. 46, n. 4 (out./dez. 2016), p. [745] -781, 2016.

**ANEXO I – GASTO MÉDIO MENSAL EM BENS E SERVIÇOS DE RECREAÇÃO E CULTURA POR FAIXA DE RENDA – BRASIL – PERÍODO 2017-2018**

	Classes de rendimento total e variação patrimonial mensal familiar						
	Até R\$1.908	R\$1.908 a R\$2.862	R\$2.862 a R\$5.724	R\$5.724 a R\$9.540	R\$9.540 a R\$14.310	R\$14.310 a R\$23.850	Mais de R\$23.850
<b>Recreação e cultura</b>	R\$ 25,55	R\$39,90	R\$71,08	R\$135,84	R\$202,30	R\$313,13	R\$622,66
<b>i. Brinquedos e jogos</b>	R\$2,26	R\$3,37	R\$6,01	R\$12,56	R\$14,27	R\$22,28	R\$42,24
<b>ii. Celular e acessórios</b>	R\$16,05	R\$24,56	R\$37,01	R\$55,60	R\$76,44	R\$102,00	R\$124,39
<b>iii. Periódicos, livros e revistas não didáticos</b>	R\$0,81	R\$1,53	R\$3,80	R\$8,41	R\$14,68	R\$23,60	R\$49,83
<b>iv. Recreações e esportes</b>	R\$3,94	R\$6,24	R\$14,19	R\$33,40	R\$48,56	R\$81,77	R\$153,60
<b>v. Outras</b>	R\$2,49	R\$4,20	R\$10,07	R\$25,87	R\$48,35	R\$83,48	R\$252,60

Fonte: IBGE, POF 2018-2018.