

O PERFIL DO CONSUMIDOR DE CULTURA NO BRASIL E NA CAPITAL DO RIO GRANDE DO SUL

Cleberli Fabiano Costa de Arruda

Judite Sanson de Bem

Universidade La Salle

Introdução

O objetivo deste estudo é trazer a luz o perfil do consumidor de cultura da capital do Rio Grande do Sul comparado com as demais capitais brasileiras, considerando para tal fatores demográficos à exemplo da escolaridade, renda, sexo e raça. Pretende-se a partir destes dados, reconhecer a amplitude e acesso que as políticas de incentivo a cultura e projetos financiados por leis de incentivo à cultura, têm gerado, identificando assim os públicos que estão sendo beneficiados.

Cabe aqui um adendo que cultura neste estudo consideram-se as apresentações artísticas culturais, ou seja, um sentido mais restrito do termo. Fazer uma análise do atual modelo de financiamento da cultura, no que diz respeito aos seus impactos no consumo da cultura, o modelo esta possibilitando o acesso a cultural, a politica cultural tem abrangência? Neste aspecto, a problemática aqui levantada é a seguinte: o modelo atual de financiamento à cultura é considerado eficiente para contemplar os mais diversos públicos, seja em termos de renda, escolaridade, gênero ou até mesmo quanto ao espaço geográfico?

A cultura e seus modelos de fomento

Desse modo, torna-se necessário inicialmente visitarmos sob um aspecto histórico, os modelos de financiamento à cultura, suas origens e caminhos que nos trouxeram até o os modelos atuais. Historicamente, os modelos têm como parâmetros os extremos dos modelos americano e francês, onde tem-se no modelo americano a descentralização da gestão e do financiamento. Temos a Inglaterra onde o estado assume um papel moderador e financiador, equilibrando com o mercado esta função, em outros estados europeus ocorreram semelhanças, por exemplo, a Alemanha que priorizou emissoras públicas de TV, ao invés do consumo privado das transmissões (MCGUIGAN, 2004). No outro extremo, temos o modelo francês com a centralização dos papéis no estado como financiador e mesmo operador de equipamentos culturais (GILLIOLI, 2015).

Nos EUA, percebemos o financiamento das artes terem seu ápice a partir da década de 60 com criação de agências estatais de apoio à arte, mas a principal fonte de financiamento é de origem privada com doações e patrocínios, segundo (NUNES; GILLIOLI; CHAVES, 2015) o aumento no valor destinado ao consumo só viria a crescer a partir da década de 70. Ainda sobre o patrocínio das artes no EUA, Mc Guigam (2004) alerta sobre o interesse dos patrocínios que nunca é despropositado e tem em sua maioria das vezes associar-se o seu produto ou marca ao perfil do consumidor das artes eruditas, concertos ou exposições em galerias. Ou seja, o interesse pelo público alvo pode direcionar os investimentos privados ou subsídios estatais, não levando em conta necessidades de democratização ou acesso.

Marcos que são importantes na construção do modelo americano, a capacitação dos gestores de museus e equipamentos, culturais, pesquisas no setor financiadas por fundações, e principalmente o entendimento das preferências de consumo de arte, uma pesquisa realizada na década de 90 por gestores culturais deu direcionamentos importantes neste sentido. (HEILBRUN; GRAY, 2001, p. 40). Já nos modelos europeus, precisamos dar especial atenção a França, onde a intervenção e financiamento do Estado se inicia antes mesmo da revolução francesa que marcou o entendimento do direito à cultura para a população, o mecenato as artes se dava principalmente como meio de consolidar o status de poder e riqueza dos monarcas e esta herança com uma visão democrata se estendeu,

após a queda desses monarcas, hoje o país tem um arcabouço de incentivos que contempla isenção para organizações ou fundações promotoras da cultura, doadores, financiadores e contrapartidas de grande volume por parte do estado, criando um verdadeiro Estado de Bem Estar Cultura, chegando a dedução de 60% do imposto de renda doado a fundações e as atividades culturais.

Já no Brasil, o mecenato tem origem com Dom João VI, mas de fato só viria a consolidar-se no governo Sarney, e a efetiva regulamentação com a Lei Rouanet, onde o financiador pode deduzir até 100% em imposto de renda, não deixando de ser financiado em última análise pelo estado, porém, sem uma gestão mais criteriosa da região a ser realizada a apresentação, público ou mesmo raça, gênero, linguagem sendo esta a principal crítica do modelo.

Pesquisas nas capitais brasileiras

Além das críticas de forma empírica, queremos aqui analisar algumas pesquisas que foram realizadas por instituições diferentes, as quais podem mostrar de alguma forma se estas políticas apesar de pouco estruturadas estão tendo algum resultado ou estão, de certo modo, influenciando os hábitos de consumo do brasileiro e do Porto Alegre.

Neste aspecto, a pesquisa intitulada “Cultura nas Capitais” realizada em 2018 pela empresa JLeiva Cultura e Esporte, financiada pelo Ministério da Cultural através de leis de incentivo, buscou identificar nas 12 principais capitais brasileiras o perfil sócio demográfico do consumidor de cultura. Esta pesquisa trouxe achados importantes para reflexão, sendo o primeiro deles quanto a escolaridade, mostrando que este é o principal fator decisivo no consumo de apresentações e cultura no Brasil, como mostra o gráfico 1 apresentado seguir. Desse modo, um cruzamento de consumo das diversas linguagens considerando escolaridade e renda evidenciou que o maior consumidor é o de maior escolaridade destacando-se este achado em todas as linguagens, com um percentual acima de 50%. Quanto a variável renda, também pode-se identificar que o consumo de concertos de música clássica, por exemplo, está ainda mais concentrado nas classes de indivíduos pertencentes as classes sociais AB.

Em relação à inclusão e cor de pele, nota-se ainda uma maior exclusão na apresentação musical de concertos. Porém, no geral, o acesso à cultura por pessoas da cor preta tem crescido principalmente pelo contato e valorização que tem acontecido das religiões afro. A pesquisa ainda destaca que os indígenas e pardos são os que mais acessam atividades gratuitas, em contraponto, o acesso por parte de evangélicos é o menor considerando as religiões como fator de consumo de cultural. Já os cinemas se destacam com a utilização de uma linguagem mais inclusiva.

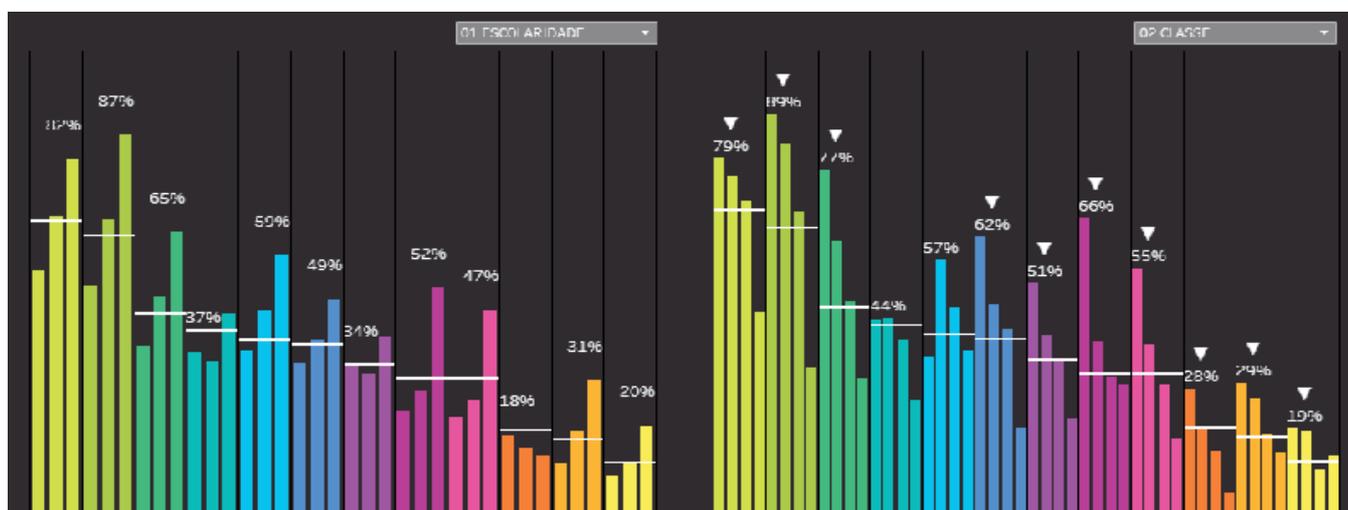
Gráfico 1 – O consumo e as Classes Econômicas



Fonte: Leiva e Meirelles (2018).

No contexto da capital Porto Alegre, essas diferenças na mesma pesquisa são menores, em que o percentual de pessoas com escolaridade menor tem acessado mais as diversas linguagens culturais, da mesma forma que o consumo tem concentração menor no indicador de classe social. Estas variáveis são importantes considerar numa análise contextualizada de acesso a equipamentos culturais, uma vez que na região metropolitana de Porto Alegre concentram-se 47 dos 108 equipamentos culturais do estado do Rio Grande do Sul, a qual concentra as principais escolas de formação de profissionais desta área. Por fim, faz-se necessário também pesquisar a concentração de financiamento e incentivos públicos concentrados nesta região. Em estudo divulgado em 2013 a concentração de recursos via lei Rouanet em Belo Horizonte, São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre chegava a 75% dos recursos disponíveis (SILVA, 2017). Desta forma, a leitura que pode-se fazer destes dados é que sim, o modelo atual tem possibilitado o acesso a negros, pardos e indígenas por meio de atividades gratuitas, mas também tem privilegiado aqueles com maior formação. No caso de Porto Alegre, o acesso a atividades gratuitas por negros, índios também corresponde positivamente, onde identifica-se que nesta capital o modelo tem sido contemplado em tais aspectos. Por outro lado, o modelo comparado a nível nacional não pode ser visto da mesma forma como veremos a seguir, uma vez que apresenta uma redução na participação de negros e indígenas, porém, aumenta o percentual de pessoas que só assistem atividades gratuitas.

Gráfico 2 – Escolaridade e Classe Social



Fonte: Leiva e Meirelles (2018).

Corroboram com estes dados em alguns aspectos a pesquisa Panorama Setorial, realizada por Gisele Jordão (2014), mostrando que o cinema é a linguagem mais popular, consumida em larga escala. Já muito distante estão o teatro e concertos de música, mostrando uma pequena melhora quando se trata de frequentar centros culturais, ou seja, com uma diversidade maior de opções e acesso à uma variedade maior de entretenimento e linguagens culturais. Jordão (2014) também apresenta a concentração do consumo da cultural nas regiões sul e sudeste, trazendo também as práticas culturais menos citadas pelos entrevistados a exemplo do teatro com 9%, musical com 7% e visitas a cidades históricas com 6%.

Também em um estudo realizado por Silva (2017) disponibilizado pelo IPEA o mesmo mostra que existe uma grande concentração de projetos nas regiões Sul e Sudeste, trazendo ainda uma informação muito importante para esta reflexão, que o volume de recursos tem uma concentração nas capitais com maior número de equipamentos culturais.

Conclusões

Diante dos dados e análises apresentadas, pode-se considerar que o modelo atual de financiamento tem obtido êxito ao proporcionar atividades gratuitas a grupos que não teriam disponibilidade financeira, ou seja, não

seria possível a fruição se não por meio da gratuidade como mostrou a pesquisa. Também, fica evidente que parte deste consumo ainda se dá por indivíduos com maior escolaridade, inclusive evidenciando que a renda não é um fator decisivo neste indicador, ou seja, o fator que mais determina o consumo de cultura tanto na capital do Rio Grande do Sul quanto as demais capitais não é financeiro, mas sim, educacional. Porém, evidencia-se para negros e pardos o fator gratuidade exerce influência para estimular este consumo.

Por fim, talvez a mais importante crítica neste estudo se dá pela alta concentração de projetos e recursos na área de cultura em poucas capitais brasileiras, trazendo prejuízos e não permitindo acesso a populações distantes dos principais centros as quais moram em regiões interioranas. Aliada a este aspecto, e por consequência desta realidade, também há a concentração dos equipamentos culturais nestes centros. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 43,8% das pessoas até 14 anos viviam em municípios sem cinema e 35,9% delas viviam em municípios sem museu. As crianças e adolescentes do Maranhão por exemplo, têm menos acesso potencial a museu (23,6%), a teatros e sala de espetáculos (30,8%) e a cinema (19,6%).

A desigualdade também se mostra em relação ao gasto médio mensal familiar com atividades culturais, que atingiu R\$ 282,86 em 2017-2018 no Brasil. As famílias com rendimento de até R\$ 1.908,00 comprometiam apenas 5,9% de seus gastos com atividades culturais (R\$ 82,15), abaixo da média nacional de 7,5%, ao passo que aquelas com renda superior a R\$ 23.850,00 destinavam 7,9% de suas despesas à cultura (R\$ 1.443,41) reforçando que o consumo de cultura ainda é pouco acessível. Neste sentido, faz-se necessário um ajuste de regulamentação aliando os incentivos a políticas de inclusão, democratização e acesso às atividades culturais, que não requer necessariamente investimento em equipamentos culturais, mas ainda precisa ser descentralizada para o interior do país para as regiões mais remotas e distantes dos grandes centros.

Referências

- HARVEY, E. R. **Cultural policy in Argentina**. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: Paris, 1979.
- HEILBRUN, J.; GRAY, C. H. **The Economics of Art and Culture**. 2nd edition. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
- ISLAM, R. Preface. In: BOADWAY, Robin; SHAH, Anwar (eds.). **Intergovernmental Fiscal Transfers – Principles and Practices: Public Sector Governance and Accountability Series**. Washington, D. C.: World Bank, 2007.
- KIWON HONG. South Korea. **Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe**. 16th ed. Brussels: International Federation of Arts Councils and Culture Agencies (IFACCA), Lab for Culture, European Heritage Network, Connect CP, 2013. Disponível em: <<http://www.culturalpolicies.net/web/southkorea.php#>>. Acesso em: 8 jul. 2015.
- LEIVA, J.; MEIRELLES, R. (Org.). **Cultura nas capitais: como 33 milhões de brasileiros consomem diversão e arte**. Rio de Janeiro: 17Street Produção Editorial, 2018. 196 p. Disponível em: <<https://www.jleiva.co/cultura-nas-capitais>> Acesso em: 15/09/2020.
- McGUIGAN, J. **Rethinking Cultural Policy**. Maidenhead (England): Open University Press, 2004.
- MICELI, S.; GOUVEIA, M. A. **Política cultural comparada**. Rio de Janeiro: Funarte/Finep/Idesp, 1985.
- NEVES, C.; CHAVES, J.; GILIOLI, R. **Políticas culturais no Brasil e na França: elementos para uma análise comparada**. Brasília, DF: Consultoria Legislativa, Câmara dos Deputados, jun. 2015.
- SILVA, D. S. da. **Financiamento da política cultural no Brasil e na França: uma avaliação comparada da Lei Rouanet**. Dissertação (Mestrado em Economia). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo, 2010.

SILVA, F. A. B. da. **Financiamento Cultural no Brasil Contemporâneo**. IPEA Brasília, 2017. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_2280x.pdf>. Acesso em: 27 set. 2020.

TENKAYALA, R.; RADHIKA, P.; RAJADHYAKSHA, A. India. In: Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe. 16th ed. Brussels: **International Federation of Arts Councils and Culture Agencies (IFACCA)**, Lab for Culture, European Heritage Network, Connect CP, 2014. Disponível em: <<http://www.culturalpolicies.net/web/india.php>>. Acesso em: 8 jul. 2015.

VICENTE, A. **Viva a França**: Os prêmios Nobel de Modiano e Tirole devolvem à cultura francesa o esplendor perdido. In: El País, “Brasil”, 24 out. 2014. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2014/10/23/cultura/1414074087_607224.html>. Acesso em: 01 jun. 2015.

WEINGÄRTNER, J. **The Art as a Weapon of War**: Britain and the Shaping of Nation Moral in the Second World War. London: Tauris Academic Studies, 2006.

