



A contribuição da cultura para o desenvolvimento econômico na Ibero-américa

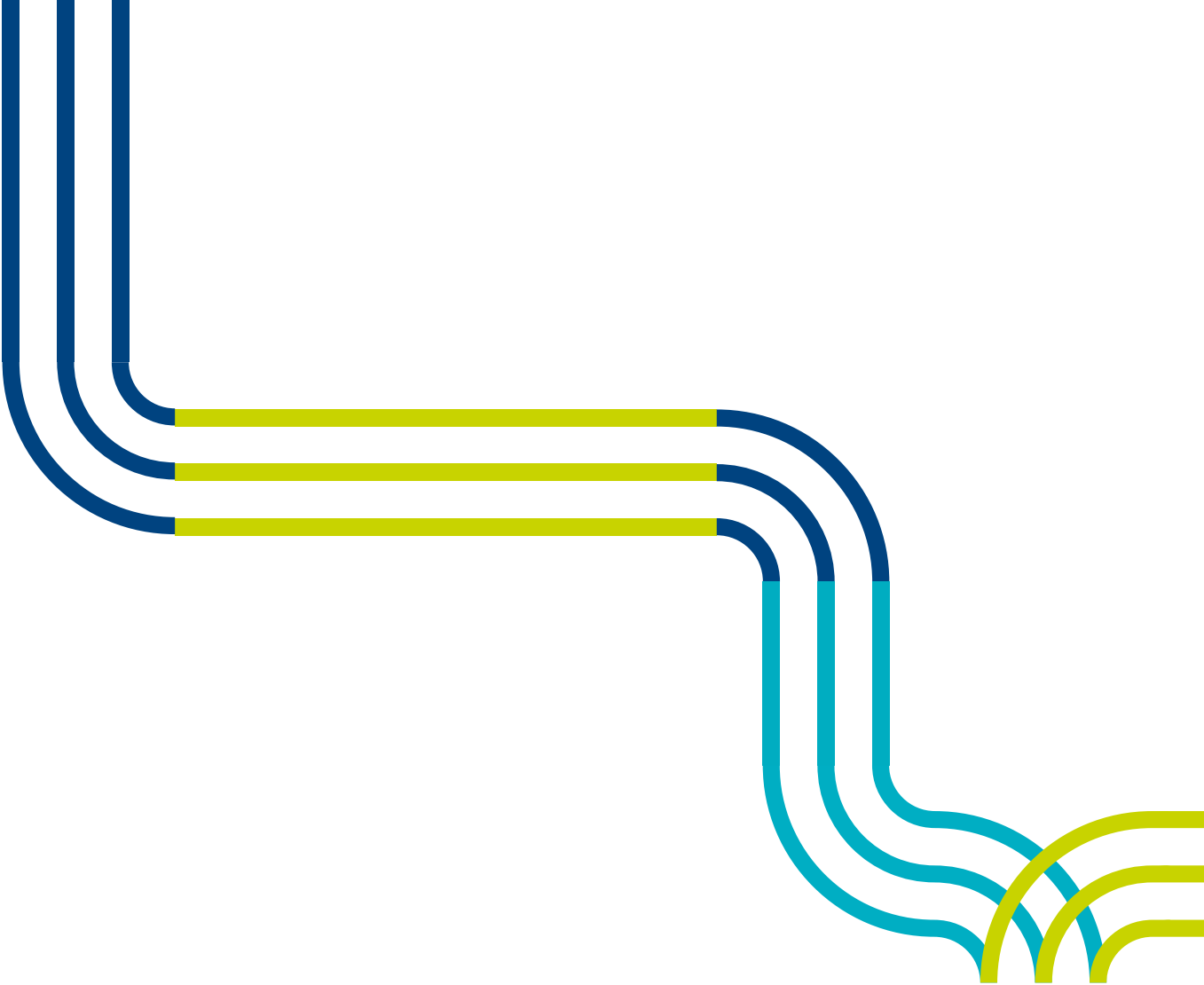


OEI



NACIONES UNIDAS

CEPAL



**A contribuição
da cultura para o
desenvolvimento
econômico na
Ibero-américa**



OEI



CEPAL

Este documento foi elaborado no âmbito do convênio de cooperação entre a Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL) e a Organização dos Estados Ibero-Americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI). Faz parte do projeto conjunto "Contribuição da Cultura para o Desenvolvimento Econômico na Ibero-América", financiado pela OEI.

O estudo foi coordenado por Ernesto Espíndola, funcionário da Divisão de Desenvolvimento Social da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), e Cristina Calleja Corpas, da equipe da Direção-Geral de Cultura da Organização dos Estados Ibero-Americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI). Jorge Cadenasso, Sara López, Javiera Torres, Carolina Zúñiga e Lia Cabral Baron contribuíram para a sua elaboração. Os autores gostariam de agradecer a Mauricio Atenas e Magdalena Rossetti pelas contribuições, assim como aos escritórios nacionais da OEI pela coleta de informações e pela colaboração dos funcionários dos órgãos oficiais de cultura da Argentina, do Estado Plurinacional da Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, República Dominicana, Equador, Guatemala, México, Panamá, Peru, Portugal, Espanha, República Dominicana e Uruguai.

As opiniões expressas neste documento, que não foram revisadas pela CEPAL, são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não coincidir com as da OEI e da CEPAL.

© Organização dos Estados Ibero-Americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura, 2021

© Nações Unidas

CEPAL: LC/TS.2021/134

Edição eletrônica, outubro de 2021

ISBN em espanhol: 978-84-7666-292-2

ISBN em português: 978-84-7666-293-9

Esta publicação deve ser citada como: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL)/ Organização dos Estados Ibero-Americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI), "A contribuição da cultura para o desenvolvimento econômico na Ibero-América", Madri, Organização dos Estados Ibero-Americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI), 2021.

C O N T E Ú D O

	Apresentação	4
	Introdução	6
Capítulo I	Das indústrias culturais à economia criativa	9
Capítulo II	Abordagens metodológicas e contas satélites da cultura	37
Capítulo III	A oferta cultural na Ibero-américa	55
Capítulo IV	Consumo e Participação Cultural	97
Capítulo V	Emprego no setor cultural em tempos de covid-19	131
Capítulo VI	Comércio internacional de bens culturais e bens auxiliares da cultura	169
Capítulo VII	Gasto público, cooperação internacional e contribuição da cultura para o crescimento econômico na Ibero-América	211
Capítulo VIII	A internacionalização do setor audiovisual. O caso do Brasil	239
Capítulo IX	O setor cultural e a recuperação pós-covid	285
Capítulo X	Bibliografia	299

APRESENTAÇÃO

Desde que foi fundada, há 72 anos, a Organização dos Estados Ibero-Americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI) tem orientado a sua ação cooperativa para as três áreas que lhe foram confiadas: a educação, independentemente dos níveis e modalidades; a cultura, no seu sentido mais amplo; e a ciência, uma área estratégica para o desenvolvimento e aumento da produtividade na nossa região.

No caso da cultura, a atividade cooperativa da OEI tem sido crescente, cada vez mais diversificada e mais especializada. A Ibero-América caracteriza-se pela sua riqueza e diversidade cultural. Este fato, em lugar de causar fraturas e incompreensões ou desrespeito, cria um forte sentimento de identificação, pertencimento ou coesão: a diversidade cultural é a nossa marca, uma diversidade que nos fortalece.

Além disso, hoje constatamos que a cultura vem adquirindo cada vez mais relevância, circunstância que se deve a diversos fatores, entre eles, o reconhecimento e o apoio que recebe das políticas públicas, a sua crescente participação nas economias e na criação de empregos nos nossos países e, de forma muito especial, na expansão das indústrias criativas e culturais, particularmente, as dedicadas à cultura digital.

Em 2021, comemoramos o 15º aniversário da Carta Cultural Ibero-Americana (CCI), aprovada na XVI Cúpula Ibero-Americana de Chefes de Estado e de Governo, realizada em 2006, na cidade de Montevidéu. A CCI é o instrumento político e jurídico mais importante existente na nossa região em matéria de cultura. Serve para orientar os objetivos e a ação dos nossos governos e destacar a importância de fatores como os mencionados anteriormente, assim como considerar o acesso, a participação e a fruição cultural como um direito de todos e todas, como um bem público que, além de gerar riqueza e bem-estar, tem efeitos saudáveis e revitalizantes.

Um objetivo prioritário da OEI tem sido contribuir para a elaboração e execução de políticas públicas bem-sucedidas, o que só será possível se forem construídas com base nas evidências obtidas em experiências anteriores, boas práticas e nos resultados de estudos e pesquisas. Esta é uma tarefa muito importante na nossa região, principalmente na área cultural, onde os testes, as respostas a exigências conjunturais ou a reprodução de modelos externos foram frequentes. Por isso, a OEI, com o apoio das autoridades competentes em matéria de informações estatísticas culturais dos países da região, desenvolveu, junto com a Comissão Econômica das Nações Unidas para a América Latina e o Caribe (CEPAL), um im-

portante trabalho de diagnóstico, levantamento e sistematização das estatísticas nas diferentes áreas da cultura, atividade que resultou na publicação que apresentamos sob o título *A contribuição da cultura para o desenvolvimento econômico da Ibero-América*. Trata-se de um estudo rigoroso e atualizado que, entre outros fins, serve para destacar a importância da cultura, da produção cultural e a sua relação direta com o desenvolvimento e a melhoria da produtividade das nossas nações. Consideramos que é muito importante quantificar o valor e a contribuição da cultura, não só pelas suas consequências econômicas, mas também, como já explicamos, pela sua contribuição para o bem-estar e para reforçar os sentimentos de inclusão e pertencimento.

Este estudo, que estamos apresentando, é duplamente importante para a OEI. Por um lado, cumpre um dos compromissos assumidos no nosso Programa-Orçamento, o nosso plano de ação aprovado pelo Conselho Diretivo da nossa organização, formado por representantes

“Trata-se de um estudo rigoroso e atualizado que, entre outros fins, serve para destacar a importância da cultura, da produção cultural e a sua relação direta com o desenvolvimento e a melhoria da produtividade das nossas nações.”

dos governos dos vinte e três países-membros da OEI. Em segundo lugar, é uma fonte de informação valiosa e atualizada, que nos permitirá elaborar novas propostas de ação em matéria de cooperação cultural: cumprimos o que foi acordado e fortalecemos a nossa ação futura.

A pandemia da covid-19 teve um impacto significativo no setor cultural. Foi o primeiro a fechar e o último a voltar à normalidade, trazendo graves consequências econômicas e profissionais, além de mudanças na produção e no consumo cultural. O futuro não será mais o que deixamos para trás, hoje caminhamos para um futuro no qual, além de remediar os efeitos da crise, teremos que construir novos modelos culturais, com certeza fortemente digitalizados. Também na cultura, as incertezas e as mudanças constituem a maior certeza.

Este trabalho é uma expressão da estreita e contínua colaboração entre a CEPAL e a OEI, e é um exemplo valioso de cooperação interinstitucional, ainda mais relevante em tempos de crise, da qual sairemos antes e melhor se trabalharmos juntos.

Mariano Jabonero

Secretario General de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI)

Alicia Bárcena

Secretaria Ejecutiva de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)

INTRODUÇÃO

A cultura contribui para todo o espectro de políticas públicas, e o reconhecimento desta contribuição a torna um poderoso facilitador na definição das diversas vias possíveis para alcançar o desenvolvimento sustentável. A cultura permeia os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), estabelecidos na Agenda 2030, e pode ajudar a preencher as várias lacunas na implementação de cada objetivo e meta. A cultura tem um impacto claro na consecução dos ODS fundamentais, em particular, no que diz respeito à educação de qualidade (ODS 4), através da educação cultural e artística em ambientes formais e informais, assim como da educação e formação técnica e profissional no setor cultural; trabalho decente e crescimento econômico (ODS 8), apoiando a criação de empregos e a circulação de bens e serviços culturais na economia criativa; redução das desigualdades (ODS 10), promovendo a inclusão social nas comunidades - inclusive dos grupos vulneráveis - e favorecendo a diversidade; cidades e comunidades sustentáveis (ODS 11), fortalecendo a resiliência e o tecido social das áreas urbanas através de uma abordagem inclusiva e centrada no ser humano; e a ação contra a mudança global do clima (ODS 13) por meio de soluções inovadoras de adaptação e mitigação baseadas na comunidade. Esta transversalidade da cultura na Agenda 2030 renova o espírito do trabalho cultural basea-

do em si mesmo e na sua contribuição para a dignidade humana e o desenvolvimento da cidadania social. O desenvolvimento cultural é condição necessária para avançar na implementação da Agenda 2030.

A crise sanitária que começou em 2020, como consequência da pandemia da covid-19 (ou Sars-CoV-2), trouxe repercussões imprevisíveis em todo o mundo, e nenhum setor ficou imune ou foi poupado. A crise revelou falhas e vulnerabilidades pré-existentes nas economias em geral e no setor da cultura em todo o mundo. No entanto, também permitiu evidenciar a contribuição fundamental da cultura para as sociedades. A crise mostrou certa capacidade de resiliência das indústrias culturais e criativas, posto que impulsionou várias inovações nas atividades profissionais, nas formas de entrega e na expansão dos mer-

“A cultura contribui para todo o espectro de políticas públicas, e o reconhecimento desta contribuição a torna um poderoso facilitador na definição das diversas vias possíveis para alcançar o desenvolvimento sustentável”.

cados. Isto é particularmente evidente nas indústrias que podem ser acessadas através da mídia eletrônica, como livros, televisão e outros conteúdos multimídia. Muitos museus e locais do patrimônio tiveram que fechar fisicamente, mas puderam abrir as suas portas remotamente, digitalizando as suas coleções e organizando seminários *on-line*, contribuindo para um aumento de 200% no uso virtual dos seus locais já em abril de 2020 (Unesco e Banco Mundial, 2021). A resiliência, sensação de bem-estar e prosperidade que a cultura gerou desde o início da pandemia, embora o setor tenha sofrido uma contração significativa - talvez a maior junto com o setor turístico - serviram de alerta para os líderes mundiais que, por sua vez, reconheceram amplamente a contribuição do setor cultural para a economia global e o PIB nacional.

Em novembro de 2020, a cultura foi incorporada às deliberações dos países do G20 para lidar com a urgência na recuperação da crise sanitária. Este reconhecimento mundial é complementado por uma maior evidência da transversalidade da cultura na promoção do desenvolvimento nacional e local, como

mostra a crescente integração da cultura nas Revisões Nacionais Voluntárias realizadas pelos Estados membros sobre a implementação da Agenda 2030 das Nações Unidas. Este impulso foi reforçado pela relevância dada ao desenvolvimento e consumo de conteúdos culturais *on-line* e *off-line* no contexto da pandemia, assim como pela decisão dos Estados Membros da ONU de comemorar o Ano Internacional da Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável em 2021.

No entanto, ao entrarmos na última Década de Ação para atingir os objetivos da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da ONU, marcada pelos múltiplos impactos da pandemia da covid-19, pelos efeitos agravantes da mudança climática e as desigualdades sociais cada vez maiores, estamos cientes de que é altamente improvável que os ODS possam ser alcançados no período esperado, sendo mais importante do que nunca aproveitar o impacto multifacetado da cultura sobre o desenvolvimento sustentável.

Um desafio na hora de quantificar os efeitos da crise no setor cultural com vistas à sua re-



cuperação é a disponibilidade de informações sobre a sua magnitude e características, além da significância dos diversos agentes que compõem os diversos subsetores e processos envolvidos no ciclo cultural. O estudo apresentado a seguir - concebido antes do surgimento da pandemia - assume o desafio de coletar e analisar comparativamente as informações que caracterizavam o setor cultural antes do início da crise sanitária e as medidas restritivas que paralisaram grande parte das atividades culturais, interrompendo o consumo de uma ampla gama de bens e serviços culturais. O prolongamento, pelo menos parcial, das restrições sanitárias continua a afetar e alterar a dinâmica do setor, pelo que se prevê um impacto significativo no longo prazo, devido à destruição de vários empreendimentos e micro e pequenas empresas, deixando milhares de pessoas sem trabalho, as quais muitas vezes tiveram que procurar emprego em outros setores da economia, geralmente informais. Por outro lado, também estimulou a inovação e incorporação das tecnologias digitais como plataforma adicional para a apresentação dos diversos conteúdos culturais.

O objetivo deste documento é servir de referência para as informações estatísticas comparativas da região ibero-americana sobre a grande tarefa que significará recuperar nos próximos anos a mesma atividade cultural que tínhamos antes da pandemia. No seu desenvolvimento participaram não só equipes da CEPAL e da OEI, mas também várias equipes de órgãos oficiais da cultura, fornecendo, revisando e validando informações estatísticas, e cujo esforço foi inestimável e fundamental para a configuração deste estudo.

Sem dúvida, estes esforços serão insuficientes se não houver um estímulo adequado para coletar e gerar dados estatísticos mais atuais – cujas fontes apenas começavam a estar disponíveis quando encerramos esta edição –, com a necessária desagregação para tomada de decisões em termos de política pública. Hoje, mais do que nunca, é relevante desenvolver e manter sistemas nacionais de informação cultural que se alimentem permanentemente de múltiplas fontes que informem não só sobre o próprio ciclo cultural, mas também sobre os atores que dele participam.

“O objetivo deste documento é servir de referência para as informações estatísticas comparativas da região ibero-americana sobre a grande tarefa que significará recuperar nos próximos anos a mesma atividade cultural que tínhamos antes da pandemia.”

C A P Í T U L O I

DAS
INDÚSTRIAS
CULTURAIS À
ECONOMIA
CRIATIVA



1

Concepções de cultura

A Unesco, na sua Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural (2001), define a cultura como “o conjunto de traços distintivos espirituais e materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade ou um grupo social que abrange, além das artes e das letras, os modos de vida, as formas de viver em comunidade, os sistemas de valores, as tradições e as crenças”.

Estes traços distintivos estão relacionados com a identidade de cada grupo, seja ele político, religioso, étnico, etc. De fato, Throsby (2001) afirma que a cultura pode ser entendida de duas maneiras. Em primeiro lugar, no sentido antropológico ou sociológico, a cultura é um conjunto de características comuns (atitudes, crenças, valores, convenções ou práticas) que são específicas de uma comunidade. Neste sentido, podemos falar de cultura mexicana, cultura feminista ou cultura corporativa, para citar alguns exemplos. Para Throsby, o que caracteriza o grupo se manifesta através de símbolos, artefatos, linguagem e outros meios, que permitem transmitir a identidade distintiva de uma comunidade específica, diferenciando-a das demais. Uma segunda forma de compreender a cultura, mais funcional que a anterior, refere-se às atividades que os indivíduos realizam e os seus produtos, que correspondem aos aspectos intelectuais, morais e artísticos da vida humana. Ou seja, mais do que a aquisição de habilidades técnicas, está relacionada com a ilustração e educação da mente, para a qual devem estar presentes três características:

- a. Que a atividade envolva, na sua produção, alguma forma de criatividade.
- b. Que gere ou comunique algum significado simbólico.
- c. Que o seu resultado represente, pelo menos potencialmente, alguma forma de propriedade intelectual.

De acordo com isto, Throsby (2001) indica que disciplinas como música, poesia ou

dança cumprem facilmente estes requisitos, mas não uma atividade como a inovação científica, já que, embora envolva criatividade e possa ser patenteada, tem um propósito utilitário e não a comunicação de um significado.

Bell e Oakley (2015) concordam em vários aspectos com Throsby. Afirmam que a concepção de cultura utilizada atualmente surgiu no século XIX, através de duas abordagens opostas. A primeira, influenciada por pensadores vitorianos como Mathew Arnold, afirma que a cultura é um conjunto de práticas ou produtos artísticos. Segundo Arnold, a cultura é algo idealizado que os seres humanos deveriam alcançar ou pelo menos aspirar alcançar, porque representa o melhor de nós e nos permite repensar, e até recriar, o nosso mundo. Por outro lado, do ponto de vista antropológico, a cultura se manifesta no cotidiano, através das formas de vestir, comer ou adorar uma divindade. Este segundo sentido continua influenciando, tanto o discurso do desenvolvimento, especialmente no que diz respeito à sua aplicação nas sociedades pós-coloniais do hemisfério sul, quanto no repensar o conceito de cultura. É o que se conhece como “patrimônio cultural imaterial”, uma ampla categoria de fenômenos que engloba tradições orais e línguas rituais e até crenças espirituais, e é reconhecido pelo *Marco de Estadísticas Culturales de Unesco*.

A visão de Hopenhayn (1994) é muito parecida, para ele a cultura tem duas acepções. Uma que está associada ao passado, às “grandes obras” do espírito humano, seja no âmbito intelectual, científico, artístico, arquitetônico ou arqueológico. E a outra, que ao

contrário, está ligada às formas de vida, valores, língua e códigos de comunicação de um povo, assim como às suas formas de reflexão e criação. Hopenhayn argumenta que, no mundo rápido e em constante transformação em que vivemos, a cultura se torna um “diálogo contínuo de todos com todos”.

1.1 Alta cultura versus cultura popular

Pode-se observar que o conceito de cultura é entendido de duas formas principais. Uma, mais restritiva, conhecida como “alta cultura”, e que diz respeito a uma produção artística com certo grau de sofisticação que, por sua vez, tem uma conotação bastante elitista. A outra, mais ampla, está relacionada ao popular, ou seja, aos costumes, tradições e práticas dos povos.

O filósofo Gilles Lipovetsky, numa conversa com Mario Vargas Llosa, argumenta que a alta cultura representava para os modernos “o novo absoluto”, uma reação à sociedade científica e democrática, um substituto que buscava responder o que nem a religião nem a ciência conseguiam. Esperava-se que a cultura mudasse o homem e, portanto, o mundo. Nesta linha, Lipovetsky afirma que o homem moderno é fruto da alta cultura. Na sua opinião, a filosofia e a literatura estabeleceram as bases da sociedade moderna, enquanto a alta cultura foi o que permitiu que as ideias de democracia, direitos humanos e humanismo germinassem. Além disso, foi ela quem criou uma sociedade baseada na liberdade, igualdade e dignidade (Vargas Llosa e Lipovetsky, 2012).

Vargas Llosa concorda com esta visão e afirma que “a alta cultura é inseparável da liberdade”. Afirma que o contato com grandes obras leva inevitavelmente o homem a comparar os mundos nelas criados, belos e perfeitos, com o mundo real, cuja mediocridade se torna então mais viva. Esta resistência e rejeição em relação à realidade geram um inconformismo que é a base do progresso e da liberdade não só material, mas também espiritual (Vargas Llosa e Lipovetsky, 2012). Portanto, ambos os pensadores concordam que a alta cultura desempenhou um papel decisivo no progresso das sociedades e que as ideias por ela originadas lançaram as bases da democracia.

Pode-se dizer, portanto, que a alta cultura é aquela com a qual as elites se identificam, pois influencia no desenvolvimento político, social e, até mesmo econômico das sociedades. Então, o que é a cultura popular? Uma maneira de responder a esta pergunta é comparando-a com a alta cultura. Na sua época, os contemporâneos de Shakespeare ou de Dickens consideravam as suas obras um entretenimento popular, enquanto hoje os seus livros e obras fazem parte do cânone da alta cultura (Oakley e Bell, 2015). Eles são lidos nas universidades e nos colégios e continuam inspirando artistas e intelectuais. Isto ocorre porque a cultura evolui, é permeável e propensa a ser influenciada por novas ideias. No entanto, isto não explica totalmente o conceito que buscamos definir. Consequentemente, Oakley e Bell (2015) sugerem que outra forma de definir a cultura popular é vê-la como algo que pertence ao povo e, às vezes, está ligada às tradições e ao folclore, embora mais frequentemente esteja relacionada com

a cultura que a maioria das pessoas gostam e produzem nas suas vidas diárias.

A cultura está em constante evolução e muitas das novas criações estão enraizadas nas tradições dos povos. A Unesco (2001) afirma que o patrimônio cultural é uma “fonte de criatividade”. Por isso, deve ser conservado para permitir a sua transmissão às novas gerações. Esta transferência de conhecimento não só incentiva a criação, mas também constitui um “diálogo entre culturas” (Unesco, 2001). Ao mesmo tempo, fala-se também de patrimônio cultural imaterial, que corresponde aos “usos, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e espaços culturais que lhes são inerentes - que as comunidades, grupos e, em alguns casos, os indivíduos, reconhecem como parte integrante do seu patrimônio cultural” (Unesco, 2003). Além disso, e pela interação das comunidades com a natureza e com a sua própria história, o patrimônio cultural imaterial gera “um sentimento de identidade e continuidade”.

Sendo assim, a natureza também desempenha um papel na cultura. É o meio físico no qual ela se desenvolve e sem o qual a própria existência do ser humano seria impossível. Por isso, tem-se procurado proteger o patrimônio natural, definido como monumentos naturais, formações geológicas e fisiográficas, áreas que constituem o habitat de animais e plantas em risco de extinção, assim como as áreas naturais que tenham um valor especial em termos científicos, de conservação ou de beleza natural (Unesco, 1972). Em outras palavras, a proteção da natureza é um verdadeiro espelho das culturas,



já que da sua preservação são inferidos valores e crenças. A natureza também inspira o homem, estimula a sua criatividade, é uma rica fonte de mitos, histórias, canções e desenhos.

Desta forma, a cultura popular é influenciada pelo ambiente natural. Isto se reflete, por exemplo, no conhecimento tradicional, definido pela Convenção sobre Diversidade Biológica (CDB, 2011) como os conhecimentos, inovações e práticas das comunidades indígenas e locais em todo o mundo. Desenvolvido com base na experiência acumulada ao longo dos séculos e adaptado à cultura e aos contextos locais, é transmitido oralmente de uma geração para outra. Muitas vezes é de propriedade coletiva e assume a forma de histórias, canções, folclore, provérbios, valores culturais, crenças, rituais, leis comunitárias,

línguas locais e práticas agrícolas. O conhecimento tradicional é essencialmente prático, principalmente em áreas como a agricultura, pesca, saúde, horticultura, silvicultura e a gestão ambiental em geral (CDB, 2011). Por outro lado, Frankel (2018) o define como o conhecimento dos povos indígenas e comunidades locais que é aplicado para diversos propósitos, incluindo o desenvolvimento criativo de diferentes expressões da sua cultura. Ou seja, a dimensão local é preponderante, e está ligada ao território ancestral onde esse conhecimento foi desenvolvido.

1.2 Cultura de massa

A produção em massa e os meios de comunicação de massa têm contribuído enormemente para a mudança cultural, levando muitos a

se referir a uma “cultura de massa”, retratada como um produto manufaturado, manipulado, que é vendido como se fosse um sabão ou um carro e que, devido ao seu acesso a um público amplo, pode ser usado pelos poderosos para abusar da massa (Watson e Hill, 2012). Adorno e Horkheimer (1998) afirmam que os grupos de poder nem se dão ao trabalho de esconder as suas intenções, já que “o seu poder é reforçado quanto mais brutalmente é declarado”. Em outras palavras, reconhecer que a cultura é (para eles) um negócio, justifica a baixa qualidade dos “produtos” criados.

Lipovetsky (2002) afirma que a cultura de massa se caracteriza sobretudo pelo consumo: o seu objetivo é o prazer imediato, a distração, e o seu apelo reside nesta simplicidade. No entanto, esta simplicidade também pode servir como um veículo para transmitir valores elevados. Isto pode ser visto, por exemplo, nos filmes de Spielberg, “que não são de alta cultura - são sucessos de bilheteria e custam milhões de dólares para serem produzidos -, onde são difundidas ideias humanistas e são transmitidos à sociedade o imaginário democrático e os valores que nasceram na alta cultura” (Vargas Llosa e Lipovetsky, 2012). No entanto, esta transmissão de ideias transcendentais não equipara a cultura de massa com a alta cultura, porque é uma difusão simples, quase ingênua, que não exige um grande esforço intelectual e cujo objetivo principal não é mudar o homem, mas diverti-lo e fazê-lo passar um momento agradável que o distraia das tristezas e pressões do dia a dia.

A mídia invade o nosso cotidiano, os espaços que habitamos, o gosto estético de quem nos rodeia; fornecem informações e argumentos para nos persuadir a escolher determinados

produtos e a adotar determinadas posições políticas; também influenciam os nossos sonhos e os nossos medos (Real, 1996). Para perceber isso, basta observar uma pessoa assistindo um vídeo no YouTube ou uma história no Instagram. Para esta pessoa, o mundo externo desaparece e só existe a tela. Além disso, graças aos avanços tecnológicos, a mídia moderna oferece certa “uniformidade” ao gosto das pessoas. Uma música de Justin Bieber ou de Shakira será conhecida tanto em Bogotá quanto em Nova Delhi, o mesmo que uma série da Netflix ou o último filme inspirado nos quadrinhos da Marvel. Desta forma, a cultura de massa cumpre a vocação universal intrínseca à sua natureza, onde o criativo e o comercial se fundem.

Nesta mesma linha, Jostein Gripsrud (2002) fala sobre o papel dos meios de comunicação de massa na socialização humana. Existem dois tipos de socialização: primária e secundária. A socialização primária é aquela que ocorre com o círculo mais próximo, a família. Já a socialização secundária é aquela que ocorre nas instituições sociais fora do círculo familiar, como o jardim de infância, a escola, um clube esportivo, a igreja, o local de trabalho, etc. Em cada um destes contextos, aprendemos quem somos e o que esperamos de nós. É nesta segunda socialização em que os meios de comunicação de massa desempenham um papel fundamental (Gripsrud, 2002).

“O papel da cultura de massa vai muito além do consumo”.

A mídia tem tanta importância porque penetra na esfera mais íntima das pessoas. Segundo Gripsrud (2002), procura captar a atenção do indivíduo, competindo com os pais, o/a companheiro/a, amigos e animais de estimação; interfere nas conversas e interações com outras pessoas; oferece perspectivas sobre como compreender e representar o mundo através da imagem, do som e da palavra escrita; sugere o que é importante e o que não é, o que é bom e ruim, chato e divertido; e revelam aspectos e dimensões da realidade que a pessoa nunca experimentou diretamente e que, talvez, nunca experimente, porque estão muito distantes do seu cotidiano. Com toda esta gama de opções e possibilidades, o indivíduo simplesmente tem que formar uma opinião, tomar uma posição sobre uma questão. Isto lhe permite identificar quem é ou quem quer ser e, conseqüentemente, também descobrir quem não é e que tipo de pessoa não quer ser (Gripsrud, 2002). Em última análise, a cultura de massa ajuda a forjar a identidade.

O papel da cultura de massa vai muito além do consumo. Cria um imaginário coletivo e difunde ideias e comportamentos que influenciam a sociedade como grupo, mas também o indivíduo. Por isso, é importante que haja consciência não só do seu poder de divulgação, mas também do conteúdo que é promovido, além de dar espaço a instâncias que não necessariamente serão comercialmente rentáveis, mas que ofereçam conhecimentos e valores que são muito necessários para a construção de uma sociedade moderna e tolerante.

2

As indústrias culturais e criativas

Atualmente, existe uma variedade de nomes para se referir aos setores dedicados a atividades culturais e criativas. Embora o conceito de “economia criativa” tenha adquirido preponderância nos últimos tempos, entre os países não há um consenso estabelecido sobre a terminologia a ser usada. Desta forma, a Organização dos Estados Ibero-Americanos (OEI, 2017) divide os países em vários grupos, de acordo com o termo que usam para se referir a estes setores:

- Indústrias culturais: Bolívia, Cuba, Colômbia, El Salvador, Paraguai e Peru.
- Indústrias criativas: Argentina e Uruguai.
- Indústrias culturais ou indústrias criativas (uso indistinto): Espanha, Guatemala, Panamá e República Dominicana.
- Economia da cultura: Brasil.
- Economia criativa: Chile.
- Economia laranja: Costa Rica.

- Empreendimentos culturais: Equador e Honduras.

- Setor criativo: Portugal.

No entanto, organizações ibero-americanas, como a OEI ou a Secretaria-Geral Ibero-Americana (SEGIB), referem-se explicitamente ao conceito de “indústrias culturais e criativas” (ICC) nos seus documentos oficiais. Na última Conferência Ibero-Americana de Ministras e Ministros da Cultura, realizada em 2019, os Secretários de Estado se referiram a este conceito em diversas ocasiões. Por outro lado, na XXVII Cúpula Ibero-Americana de Chefes de Estado e de Governo, realizada em 2021, em Andorra, foi lançado o “Programa de Ação de Andorra”, no qual os governos encarregam à SEGIB de manter e melhorar as ações de apoio destinadas ao cumprimento do Plano Estratégico para a Promoção e Desenvolvimento das ICC Ibero-Americanas (SEGIB-b, 2021). A utilização do conceito de ICC aparece também no “Compromisso de Andorra”, no mesmo contexto da cúpula regional, através do qual os países se comprometem com um conjunto de objetivos, incluindo o “reforço das potencialidades socioeconômicas” das ICC; contribuir para o avanço no desenvolvimento digital sustentável das ICC; e “promover a identidade como valor fundamental do turismo sustentável na Ibero-América”, com base em vários fatores, entre os quais são citadas expressamente as ICC (SEGIB-c, 2021). Por este motivo, neste documento optamos por usar “indústrias culturais e criativas” (ICC) quando nos referirmos ao setor, exceto quando forem discutidos outros conceitos que requeiram maior esclarecimento, como os que veremos a seguir.

2.1 Indústrias culturais

O conceito de indústria cultural foi cunhado por Adorno e Horkheimer no livro *Dialética do Esclarecimento*, publicado na década de 1940. Nele, criticam a transformação da cultura e das artes numa indústria que comercializa criações artísticas, transformando-as em produtos em massa. Esta comercialização da produção cultural começou no século XIX e se intensificou no século XX. Neste contexto, Adorno e Horkheimer criticavam o termo “cultura de massa”, considerando que este possuía uma conotação democrática enganosa (Hesmondhalgh e Pratt, 2005), que ocultava não apenas uma redução da arte, mas também o seu uso como instrumento de controle social e consolidação do sistema capitalista. Por isso, o conceito de indústria cultural era para eles uma forma mais precisa e honesta de se referir ao que a cultura tinha se transformado no sistema econômico vigente.

Considerando as críticas de Adorno e Horkheimer, mas trazendo o debate para os dias atuais, o que torna uma indústria “cultural”? O debate a respeito deste conceito é complexo, pois depende da noção de cultura que se tem. Há quem pense que todas as indústrias são culturais, justificando esta afirmação com o argumento de que todas estão envolvidas na produção de bens e serviços que fazem parte da rede de significados e símbolos que conhecemos como cultura (Hesmondhalgh e Pratt, 2005). Isto denota uma noção muito ampla do que é cultura, o que estenderia o conceito além da sua capacidade explicativa (Hesmondhalgh e Pratt, 2005).

Se revisitarmos o que foi mencionado na primeira parte do capítulo, poderemos nos aproximar de uma concepção mais limitada e clara do que é uma indústria cultural. No documento *Políticas para la creatividad: Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas* (2010), a Unesco propõe uma definição de indústria cultural que deve ser entendida além do sentido “industrial” do conceito, englobando uma noção mais ampla, no sentido dos “setores de atividade organizada, compostos pelas funções necessárias para permitir que bens, serviços e atividades de conteúdo cultural, artístico ou patrimonial cheguem ao público ou ao mercado”. Isto amplia o entendimento do que é uma indústria cultural, já que não se limita à produção de conteúdo, mas a todas as atividades relacionadas “que contribuam para a realização e divulgação de produtos culturais e criativos” (Unesco, 2010).

Por outro lado, García Canclini (2002) define a indústria cultural como “o conjunto de atividades de produção, comercialização e comunicação em grande escala de mensagens e bens culturais que favorecem a difusão em massa, nacional e internacional, de informações e entretenimento, e o crescente acesso da maioria”. Ruth Towse (2011) concebe as indústrias culturais como empresas que produzem em massa produtos e serviços, com conteúdo artístico suficiente para que sejam considerados criativa e culturalmente significativos. As características essenciais disto são a combinação de produção industrial em escala e conteúdo criativo.



Hesmondhalgh e Pratt (2005) afirmam que o foco principal de uma indústria cultural é o aspecto simbólico, estético, artístico. Isto porque a produção que origina tem o potencial para influenciar significativamente a forma como entendemos a sociedade. No entanto, uma definição coerente deve reconhecer que as fronteiras entre a produção cultural e não cultural são porosas, provisórias e relativas. Além disso, estes limites devem ser vistos em termos da relação entre as funções utilitárias e não utilitárias dos bens simbólicos. Consequentemente, quando pensamos em livros, programas de televisão ou peças de teatro, os elementos não utilitários claramente pesam mais que os outros (Hesmondhalgh e Pratt, 2005).

Segundo Lipovetsky (2002), uma característica notória das indústrias culturais é o seu “caráter altamente aleatório”, que incentiva uma renovação permanente de produtos (novos livros, filmes, séries de TV, etc.). Isto nada tem a ver com a tendência da arte de mudar e evoluir, mas sim com uma estratégia comercial que visa reduzir o risco econômico e aumentar a probabilidade de que algum produto compense as perdas de outros (Lipovetsky, 2002). No entanto, isso não significa que o aspecto cultural não seja importante. O intercâmbio cultural, mesmo no âmbito econômico, não é uma transação comercial qualquer, já que os produtos e serviços culturais não são apenas econômicos, também têm a ver com outros elementos como “identidade, diversidade cultural, democracia, coesão social e inclusão” (CEPAL-OEI, 2012).

Para uma compreensão mais completa dos domínios da cultura, é preciso entender o que são bens, serviços e atividades culturais.

Dimensões da cultura

No seu Marco de Estatísticas Culturais (2009), a Unesco estabelece a existência de “domínios” da cultura, bem como outros relacionados a ela. Assim, “domínios culturais” são definidos como “um conjunto comum de atividades econômicas (produção de bens e serviços) e sociais (participação em “eventos culturais”) Além disso consideradas de natureza cultural”. Por outro lado, os “domínios relacionados” estão associados a noções mais amplas de cultura e incluem atividades econômicas e sociais que são apenas parcialmente culturais, referentes a atividades recreativas e não estritamente culturais (Unesco-UIS, 2009).

Para estabelecer quais os domínios existentes e as categorias que cada um abrange, a Unesco cunhou uma noção operacional de cultura: “o conjunto de traços distintivos espirituais e materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade ou um grupo social que abrange, além das artes e das letras, os modos de vida, as formas de viver em comunidade, os sistemas de valores, as tradições e as crenças” (2001). Esta definição serve para medir as atividades, bens e serviços culturais que são gerados através de processos industriais e não industriais.

Para uma compreensão mais completa dos domínios da cultura, é preciso entender o que são bens, serviços e atividades culturais. O Marco os define desta forma (Unesco-UIS, 2009):

- Bens culturais: são aqueles que projetam ideias, símbolos e modos de vida, alguns dos quais podem estar sujeitos a direitos autorais.
- Serviços culturais: não são em si bens culturais materiais, embora facilitem a sua produção e distribuição.
- Atividades culturais: são aquelas que incorporam ou transmitem expressões culturais, independentemente do valor que possam ter.

A maioria dos bens e serviços culturais está sujeita a direitos autorais, ao contrário das atividades culturais, que podem constituir um fim em si mesmas ou contribuir para a produção de bens e serviços culturais e, portanto, podem ser instrumentais. Como podemos observar, estas três categorias estão intimamente inter-relacionadas.

No seu Programa-Orçamento 2021-2022, a OEI cita como objetivo primordial para este biênio, contribuir para o fortalecimento das indústrias culturais e criativas na Ibero-América, através da melhoria das capacidades técnicas e profissionais dos criadores e gestores culturais e ajudando-os a transformar as suas ideias em empreendimentos; além de potencializar o tecido produtivo de base na região ibero-americana e facilitar o intercâmbio de

experiências, metodologias e ferramentas que promovam a geração de projetos sustentáveis (econômica, ambiental e socioculturalmente).

Assim sendo, a promoção do desenvolvimento socioeconômico propiciado pela cultura e pelas indústrias culturais da Ibero-América torna-se uma das linhas estratégicas fundamentais para a atuação da OEI no campo da cultura. Além disso, conta com o apoio do Instituto Ibero-Americano de Educação e Produtividade da OEI, que desenvolve iniciativas que visam o estudo, reflexão e geração de conhecimento do setor empresarial ibero-americano, incluindo as indústrias criativas e culturais da região.

Economia cultural

O que foi visto leva à conclusão de que os vínculos entre cultura e economia estão mais próximos do que se poderia imaginar e que o campo de atuação da economia aumentou ao aplicar a sua análise ao mundo artístico e cultural (Palma e Aguado, 2010). Isto é o que se denomina economia cultural ou economia da cultura, uma subdisciplina relevante não só no que se refere à arte, criação ou à política cultural, mas também às políticas relacionadas com o crescimento e desenvolvimento econômico.

O termo “economia cultural” surgiu na década de 1960, quando a disciplina econômica começou a interessar-se pelo financiamento de museus e shows artísticos ao vivo, interesse que se espalhou e evoluiu para uma análise muito mais ampla das indústrias culturais e criativas, considerando também o papel que desempenham na economia criativa (Tow-



se, 2011). A economia busca compreender o mundo através da análise econômica (teoria e uso de dados estatísticos), e é isto que a economia cultural faz: confronta hipóteses teóricas sobre a produção e o consumo de bens e serviços culturais com a pesquisa empírica. Nesta tarefa, a economia cultural está relacionada com outras disciplinas, como a sociologia e a gestão artística (Towse, 2010).

Para abordar este conceito, Towse (2011) afirma que é útil analisar as características dos bens e serviços criativos. Eles têm em comum o fato de serem dotados de um componente artístico ou criativo. Além disso, são parecidos a outros tipos de bens e serviços na medida em que, para a sua produção, utilizam vários recursos (terra, trabalho ou capital, entre outros), entre os quais se destaca o engenho humano (formado pelo empreendedorismo e pelo capital humano). Estes recursos podem ser usados para outros fins que não sejam necessariamente criativos, portanto, têm um custo de oportunidade e um preço.

Outra característica destes bens e serviços culturais é que exigem um investimento considerável na sua fase inicial, uma vez que os custos fixos para produzir a primeira unidade são altos, enquanto os custos marginais para produzir unidades adicionais são relativamente baixos. No entanto, esta taxa de custos fixos e marginais varia. Nas artes cênicas, por exemplo, o custo fixo de preparação e ensaio de uma peça é alto, e cada apresentação ao vivo também requer a presença dos atores e da equipe técnica, tornando o custo marginal relativamente alto. Por outro lado, se a apresentação for gravada, as cópias podem ser distribuídas a um preço baixo. No caso do material produzido digitalmente, os custos fixos são menores e os custos de distribuição são praticamente nulos (Towse, 2011).

Para explicar os vários aspectos da economia criativa, a economia da cultura usa diferentes teorias e métodos, como microeconomia, economia do bem-estar, teoria da escolha pública e macroeconomia. Estas teorias não são in-

compatíveis entre si, simplesmente abordam as questões de uma forma diferente. Além disso, a economia da cultura analisa a economia criativa através das finanças públicas, um termo que se refere ao estudo de impostos e gastos dentro do governo nacional, regional e local. As finanças públicas analisam a eficiência e os efeitos dos impostos e subsídios sobre a riqueza. No que diz respeito à eficiência, estudam incentivos para consumidores e contribuintes; enquanto, em relação aos efeitos patrimoniais, analisam a redistribuição da renda e o conceito de justiça em relação a esta redistribuição (Towse, 2011).

As finanças públicas estão intimamente ligadas às políticas públicas. Uma contribuição muito relevante dos economistas ao analisar a elaboração de políticas culturais foi o reconhecimento de que muitas vezes buscam atingir objetivos diversos que estão em conflito entre si. Por exemplo, melhorar a qualidade e ampliar o acesso às artes e ao patrimônio cultural. Isto requer diferentes medidas e estruturas de incentivos não apenas no nível macro, mas também no nível dos órgãos individuais. O caso de um museu seria interessante, porque não é uma entidade voltada para um único propósito, também oferece serviços de pesquisa e conservação e, ao mesmo tempo, educa e diverte os seus visitantes. Neste caso, não é suficiente conceder uma subvenção que consista numa quantia única e que não esteja sujeita a uma prestação de contas. Ao contrário, os gastos públicos destinados ao setor artístico precisam ser direcionados, e o cumprimento dos seus objetivos deve ser monitorado para garantir o seu sucesso (Towse, 2011).

Uma das principais contribuições da economia para a cultura foi proporcionar evidências em-

píricas. Isto pode incluir desde a coleta de dados (por exemplo, o valor agregado das indústrias criativas) até a avaliação dos incentivos oferecidos. A falta de estatísticas oficiais para o setor cultural continua sendo uma grande barreira para a pesquisa empírica. Nem todos os países desenvolveram contas satélites da cultura (CSC), o que impede um estudo completo do setor cultural, seja no âmbito nacional ou regional. No entanto, isto está mudando, devido à ênfase que se dá atualmente ao papel econômico das indústrias criativas. Portanto, dispor de dados que permitam realizar uma boa análise estatística e um adequado desenvolvimento teórico é fundamental para o sucesso da economia cultural (Towse, 2011).

Contudo, nem todos concordam com Towse em que a cultura só pode ser medida através de dados empíricos. Há quem sugira que o foco desta subdisciplina não é medir a cultura em termos econômicos, mas sim que é a cultura que define o que entendemos por economia. Ou seja, ao invés de entender a cultura como um recurso que pode ser usado economicamente, propõe-se que os recursos econômicos - como água, moradia ou áreas verdes - sejam analisados a partir de uma perspectiva cultural (Bell e Oakley, 2015). Isto implica afirmar que a cultura ajuda o homem a moldar o seu conceito de sociedade, incluindo a economia. Segundo Bell e Oakley, isso nos ajudaria a repensar o que queremos da economia, quer pensemos apenas em bens de consumo e serviços, quer busquemos um conjunto diferente de valores e fundamentos.

2.2 Indústrias criativas

Para entender o que são as indústrias criativas, no contexto de um mundo globalizado em que a economia e a cultura estão intimamente relacionadas, devemos começar explicando o que se entende por criatividade. A Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (Unctad), no seu *Creative Economy Report 2008*, afirma que a criatividade se refere à elaboração de novas ideias e a sua aplicação para produzir obras de arte originais e produtos culturais originais, criações funcionais, invenções científicas e inovações tecnológicas. Portanto, a criatividade tem um aspecto econômico que pode ser observado na forma como ela contribui para o empreendedorismo, promove a inovação, melhora a produtividade e fomenta o crescimento econômico, embora não seja só isso. A criatividade está ligada à originalidade, imaginação, inspiração, engenho e inventividade. É uma característica interna do indivíduo que o leva a ser imaginativo e a expressar ideias (Unctad, 2008).

O termo “indústria criativa” começou a ser usado no Reino Unido na década de 1990, quando as indústrias desta área foram mapeadas para entender como se poderia promover o desenvolvimento de um setor que cada vez era mais importante para o crescimento. (Pratt, 2008; Unesco, 2010). Rapidamente, o novo termo ganhou força e substituiu o de “indústria cultural”. A mudança na terminologia foi um reflexo de que as políticas trabalhistas, que promoviam a intervenção dos governos locais no setor da cultura, estavam retrocedendo. Esta abordagem da política pública cultural buscava não só intervir,

mas também moldar o mercado, desafiar a predominância de grandes interesses comerciais tanto na produção quanto na distribuição de produtos culturais e favorecer um mercado cultural mais amplo e democrático (Bell e Oakley, 2015).

A nova abordagem, embora visasse apoiar a produção cultural e o desenvolvimento de pequenos negócios culturais, tinha menos interesse em intervir nas estruturas de mercado. Além disso, incorporava em si indústrias como a publicidade ou o design, que antes não eram consideradas “indústrias culturais” (Bell e Oakley, 2015). O uso da palavra “criativo” para se referir a estas indústrias, portanto, tem uma conotação política. A criatividade é considerada universalmente uma característica positiva, é um conceito mais simpático que não carrega o estigma de exclusão (alta cultura) e antipatia em relação ao aspecto comercial que o conceito de indústria cultural tem (Pratt, 2008). Pelo contrário, a criatividade é entendida como “o motor da inovação, da mudança tecnológica e uma vantagem comparativa para o desenvolvimento empresarial” (Unesco, 2010).

Schlesinger (2018) afirma que a visão predominante que se tem sobre as indústrias criativas destacou a economia da cultura, especialmente em como ela está interligada com a economia da informação ou a economia digital. Nesta visão, a cultura é entendida principalmente como um recurso que pode ser explorado, comercializado e considerado como mercadoria. Portanto, o foco das indústrias criativas não é intervir nas estruturas de mercado, mas sim na demanda por bens e serviços criativos, desenvolvendo políticas que auxiliem as pequenas e médias empre-

sas, mas sem ameaçar os grandes interesses comerciais que dominam a produção e distribuição culturais (Bell e Oakley, 2015).

Economia criativa

Com a virada do milênio, o comércio internacional de bens e serviços cresceu enormemente e, conseqüentemente, o conceito de “economia criativa” assumiu uma importância crucial nas discussões de políticas públicas (Cowen, 2011). Segundo a Unctad (2008), na base deste conceito está o crescente entendimento entre criatividade, cultura e economia. No entanto, não há uma definição clara que explique o que é economia criativa. Na verdade, é um conceito que está em evolução, embora possam ser identificadas cinco características (Unctad, 2008):

- a.** Pode promover a geração de renda, criação de empregos e receita de exportação, além de promover a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano.
- b.** Fomenta a interação dos aspectos econômicos, culturais e sociais com os objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo.
- c.** É um conjunto de atividades econômicas baseadas no conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e articulações transversais com a economia em geral, no nível macro e micro.

d. É uma opção de desenvolvimento viável que requer políticas inovadoras e multidisciplinares, assim como ações interministeriais.

e. No coração da economia criativa estão as indústrias criativas.

Muitas coisas podem ser inferidas do exposto anteriormente. Em primeiro lugar, que as diversas indústrias criativas constituem a economia criativa, ou seja, que esta última é que agrupa as diferentes atividades relacionadas com a criatividade. Entre elas estão a publicidade, radiodifusão, arquitetura, artes, artesanato, design, moda, gastronomia, música, publicações, teatro e tecnologia; atividades que também estão se tornando motores do empreendedorismo e da inovação, que contribuem para a promoção do desenvolvimento social e do emprego (Fórum Econômico Mundial, 2016).

Em segundo lugar, que a propriedade intelectual está se tornando cada vez mais importante nas indústrias criativas. Qualquer atividade inovadora tem necessariamente um grau de incerteza, mas também tem o potencial de trazer benefícios para a sociedade como um todo. Handke (2018) sugere abordar as novas obras criativas como um tipo de inovação. Os seus potenciais usuários devem ser capazes de perceber que têm um determinado valor e que são originais, no sentido de que são produtos diferentes, com os quais não estão familiarizados. Neste sentido, no campo da propriedade intelectual, não há muita diferença entre um trabalho criativo, uma nova tecnologia patenteável ou novas variedades de produtos manufaturados. Por-

tanto, justifica-se destinar recursos públicos para promover a inovação (Handke, 2018).

Um terceiro elemento que emerge das características indicadas pela Unctad é a percepção das indústrias criativas como motores do crescimento econômico. O próprio termo “economia criativa” já indica o impacto que estas indústrias têm nas tecnologias que ajudam a criar ou nos mercados que ajudam a moldar, não só no setor criativo, mas na economia como um todo. Neste sentido, como já foi mencionado, a economia criativa está mais interessada no crescimento econômico em geral, e não somente no dos setores culturais (Bell e Oakley, 2015).

Finalmente, a própria noção de uma economia “criativa” mostra que a diferença entre os setores culturais e não culturais está se tornando confusa e, como afirma Cowen (2011), é mais uma questão do grau (tal indústria é mais ou menos cultural) do que do tipo (cultural versus não cultural). Por isso, a Unctad sugere a multidisciplinaridade, porque as diferentes atividades criativas interagem intimamente entre si. Setores como os de desenvolvimento de *software*, design, publicidade e marketing estão cada vez mais integrados às artes e vice-versa (Cowen, 2011).

Economia laranja

Em 2013, Felipe Buitrago e Iván Duque publicaram *La Economía Naranja: Una oportunidad infinita*, um documento do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) no qual propõem um novo conceito, a economia laranja, que é definida como “o conjunto de atividades que encadeadas permitem que as

ideias se transformem em bens e serviços culturais, cujo valor é determinado pelo seu conteúdo de propriedade intelectual” (Buitrago e Duque, 2013). Por que laranja? Porque é uma cor que se associa à cultura, criatividade e identidade. Este “universo laranja” é formado por:

-
- a. A economia cultural e as indústrias criativas, em cuja intersecção estão as indústrias culturais convencionais.
-
- b. As áreas de apoio à criatividade (Buitrago e Duque, 2013).

Os autores entendem por economia cultural “as atividades artísticas tradicionais e as indústrias culturais convencionais, além das atividades relacionadas com a construção de um patrimônio cultural e a sua transmissão”. Por outro lado, o conceito de “indústrias culturais convencionais” refere-se às “atividades que fornecem bens e serviços baseados em conteúdos simbólicos artísticos e criativos, que podem ser reproduzidos e/ou difundidos em massa, e que são além disso reconhecidos como tendo uma relação estreita com a cultura”. Além disso, as indústrias criativas são “o conjunto de indústrias culturais convencionais e o grupo de criações funcionais, novas mídias e *software*”. Em outras palavras, as indústrias criativas cobrem um espectro mais amplo de atividades, algumas das quais não são tradicionais, mas possuem um conteúdo simbólico e são protegidas pelos direitos autorais.

Por outro lado, as áreas de apoio à criatividade são quatro:

-
- a. Pesquisa, desenvolvimento e inovação criativa e cultural.

 - b. Formação técnica especializada em áreas criativas.

 - c. Governança (institucionalidade) e direitos de propriedade intelectual.

 - d. Educação profissional criativa (Buitrago e Duque, 2013).

De acordo com os autores, está ocorrendo uma revolução digital que torna muito mais fácil para os novos participantes colocarem os seus produtos no mercado. Neste novo cenário, há cada vez mais opções para estimular a inovação e a eficiência, o que significa uma oportunidade para a América Latina e para o Caribe aproveitarem o seu talento criativo e patrimônio cultural, e que isso lhes permitiria gerar uma vantagem comparativa em relação a outras regiões. Buitrago e Duque alertam que aderir à revolução digital é uma necessidade imperiosa para a região, devido à sua situação na estrutura econô-

mica global. Não podemos competir com os países asiáticos por mão de obra (que é mais barata), os níveis de industrialização e urbanização na América Latina e no Caribe são altos e oferecem pouca margem de crescimento. Portanto, se a região não quiser ficar para trás, deve aceitar as mudanças e incorporá-las da melhor maneira possível.

A adaptação à economia laranja requer a intervenção dos governos. São eles que estabelecem as linhas de políticas públicas a serem seguidas, sem as quais o crescimento não tem um rumo ou pode ser facilmente dominado pelos interesses empresariais. As políticas públicas, neste sentido, devem ser abrangentes e não ter como foco apenas o fator econômico - que obviamente é de primordial importância -, mas também que o desenvolvimento seja inclusivo e não deixe para trás aqueles para os quais a adaptação é mais difícil. Com isto em mente, Benavente e Grazzi (2018) propõem quatro tipos principais de políticas públicas para promover a economia laranja na América Latina e no Caribe:

“A economia laranja, que é definida como “o conjunto de atividades que encadeadas permitem que as ideias se transformem em bens e serviços culturais, cujo valor é determinado pelo seu conteúdo de propriedade intelectual” (Buitrago e Duque, 2013).

-
- Políticas de oferta: o financiamento privado destinado a bens e serviços culturais e criativos é insuficiente. Por isso, o setor público deve facilitar e complementar este financiamento. Isto pode ser feito através de instrumentos de apoio direto (subvenções, subsídios e outros tipos de ajudas financeiras); e instrumentos de apoio indireto (os mais comuns, expressos em regimes tributários especiais ou isenções fiscais para estimular a doação privada).

-
- Políticas de demanda: implementar diferentes regimes de apoio para estimular o consumo de bens e serviços culturais e criativos. Por exemplo, vales-cultura, como o programa Vale Cultura do Brasil, que oferece aos funcionários das empresas associadas um vale mensal com um valor equivalente a 20 dólares, aproximadamente, para uso exclusivo em bens e serviços culturais.

-
- Políticas sistêmicas: a natureza intangível do conteúdo criativo pode causar problemas de coordenação que dificultam a colaboração entre os diferentes agentes. O instrumento mais comum para corrigir estas falhas é um vale de crédito, que serve para criar vínculos entre as empresas criativas e os setores econômicos tradicionais, uma vez que as empresas tradicionais são obrigadas a usar o vale nas empresas criativas. Um exemplo são os *Creative Credits* usados no Reino Unido, que têm tido sucesso ao fornecer a determinadas PMEs vales de 4 mil libras esterlinas para adquirir serviços de

qualquer empresa dentro de uma rede de fornecedores criativos estabelecida pelo programa, permitindo o desenvolvimento de projetos inovadores.

-
- Políticas de formação de capital humano: requer a intervenção do Estado para criar uma regulação que ofereça incentivos suficientes ao sistema educacional para apoiar a criatividade, sempre promovendo as artes, a ciência, a tecnologia, a engenharia e a matemática. Isto gera diversos benefícios, como a criação de uma massa crítica de força de trabalho criativa, o aumento da capacidade de pesquisa que apoia novos desenvolvimentos neste setor e a contribuição para desenvolver um gosto pela cultura que estimule, no longo prazo, a demanda por bens culturais.

O Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID, 2018) destaca que, embora muitos países da América Latina e do Caribe tenham instituições e leis nacionais que promovem e incentivam as artes e a cultura, os governos frequentemente deixam as indústrias culturais e criativas fora da cobertura destes instrumentos. O ideal seria que, uma nova legislação, junto com o estabelecimento de um marco jurídico, procurasse fortalecer a infraestrutura cultural, as atividades artísticas e o patrimônio nacional, e promover as atividades criativas e culturais, incluindo o empreendedorismo. Desta forma, serão criadas as condições necessárias para que a economia laranja seja promovida na região e proporcione os frutos sociais e econômicos que muitos esperam.

A propriedade intelectual e os direitos autorais

Um aspecto fundamental da economia criativa é a propriedade intelectual, que, segundo a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI, 2016), é entendida como qualquer criação do intelecto humano, que engloba uma grande variedade de obras como descobertas científicas, desenhos industriais, obras literárias ou interpretações artísticas, entre outras. A propriedade intelectual está dividida em dois ramos: propriedade industrial e direitos autorais. É este último o que mais interessa neste capítulo, visto que é o que se aplica às obras literárias e artísticas (livros, música, pintura, filmes, etc.). Também é chamado de *copyright*, embora os dois termos não tenham necessariamente a mesma conotação.

A OMPI (2016) afirma que por *copyright* entende-se “o ato de copiar uma obra original que, no que se refere às criações literárias e artísticas, só pode ser realizado pelo autor ou com a sua autorização”. Por outro lado, a expressão “direitos autorais” refere-se ao criador da obra artística, que “tem direitos específicos sobre as suas criações que só ele pode exercer, os quais muitas vezes são chamados de direitos morais” (OMPI, 2016). Incluem o direito de impedir a reprodução distorcida da mesma ou o direito de fazer cópias, que pode ser exercido por terceiros - por exemplo, pela editora que obtém licença do autor para esta finalidade - (OMPI, 2016).

Landes (2011) explica que os direitos autorais protegem as obras que são expressas de forma tangível, assim como a distribuição das

suas cópias, as obras derivadas e as apresentações públicas que delas forem feitas. Portanto, a cópia não autorizada de uma obra protegida por direitos autorais não é permitida. No entanto, esta proteção contempla a “expressão” da ideia (a sua forma tangível), mas não a ideia em si. É mais fácil estabelecer que A copiou a “expressão” original da ideia de B do que determinar se A copiou a ideia original de B. Este último caso seria não só complexo, mas também muito caro em termos de custos de administração e aplicação. Landes afirma que a maioria das ideias originais em obras protegidas por direitos autorais são triviais e envolvem pouco tempo e esforço em comparação com o custo de expressar essas ideias de forma tangível.

Segundo Towse (2017), o autor não é o principal elemento dos direitos autorais, mas sim um agente da política do Estado destinada a estimular a criatividade. Os autores não foram consagrados pelos direitos autorais por sua genialidade, mas sim pelos benefícios que as suas obras trazem para a sociedade. Esta abordagem concebe o *copyright* em função da eficiência social e econômica que ele traz, em termos de crescimento e emprego nas indústrias criativas. Apesar disso, várias publicações falam do autor como o foco das políticas que buscam protegê-lo de tratamentos injustos, mas isto só é mencionado depois que são estabelecidos os benefícios econômicos decorrentes da criatividade.

A concepção do direito autoral como um direito de propriedade é coerente com as linhas gerais da política pública nas economias de livre mercado (De Beer, 2017). No entanto, os direitos autorais não são absolutos, estão

limitados por outros direitos individuais e por valores sociais. Além disso, para serem efetivamente implementados, os direitos de propriedade devem ser estruturados de forma a facilitar as operações de mercado (De Beer, 2017).

Neste sentido merece uma menção especial a criação, em 2020, da Cátedra Ibero-Americana de Cultura Digital e Propriedade Intelectual, da Organização dos Estados Ibero-Americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura junto com a Universidade de Alicante, como um espaço de geração de conhecimento conjunto que acompanha os desafios

impostos pela cultura digital na Ibero-América, do ponto de vista dos direitos culturais; e que inclui como campo fundamental de trabalho, o direito de propriedade intelectual, para melhorar as condições da cultura e dos artistas e criadores, no contexto digital, como fator fundamental para o acesso, criação, produção e circulação de conteúdos culturais na Ibero-América

Portanto, os direitos autorais são um aspecto próprio tanto da criação quanto da vida econômica das sociedades. Não só protege o criador, mas também tem como objetivo final a melhoria do grupo social como um todo.



3

Principais indústrias culturais e criativas no mundo e na Ibero-América

A Ibero-América é uma região rica em recursos naturais e culturais. É herdeira de civilizações indígenas e europeias que formaram culturas diversas, mas que compartilham uma religião (cristianismo) e línguas comuns (espanhol e português). Estas semelhanças criaram um vínculo permanente entre os estados ibero-americanos. A região possui um enorme potencial criativo, que se reflete na sua música, literatura, patrimônio arquitetônico e natureza. Por isso, as indústrias criativas e culturais da Ibero-América têm crescido consideravelmente nos últimos anos, impulsionadas também pela difusão das tecnologias digitais que facilitam a transmissão e a divulgação das informações.

Segundo o relatório da consultora EY (2015), as indústrias culturais e criativas geram 2,25 bilhões de dólares de lucro, sendo superior à receita gerada pelos serviços de telecomunicações (1,57 bilhão de dólares) e representa um montante maior do que o PIB da Índia (1,9 bilhão de dólares). Em termos

econômicos, as principais indústrias são a televisão (477 bilhões de dólares), artes visuais (391 bilhões) e jornais e revistas (345 bilhões). Além disso, as indústrias culturais e criativas empregam 29,5 milhões de pessoas, o equivalente a 1% da população ativa do planeta. Entre estas indústrias, os principais empregadores são as artes visuais (6,73 milhões), a música (3,98 milhões) e os livros (3,67 milhões).

O eixo Ásia-Pacífico representa 33% do lucro das indústrias culturais e criativas (743 bilhões de dólares) e 43% dos empregos gerados em todo o mundo (12,7 milhões). No caso da Ásia, isto se deve principalmente à sua grande população e ao fato de que, naquela região, existem empresas líderes como a Tencent, CCTV e Tomiuri Shimbun. É seguido pela Europa e América do Norte e, em seguida, América Latina e África (EY, 2015).

Um elemento em que as indústrias culturais e criativas estão na vanguarda é a chamada economia digital. Em 2013, estas indústrias contribuíram com 200 bilhões de dólares para as vendas digitais globais. O conteúdo criativo e cultural também estimula as vendas de dispositivos digitais, que chegaram a 530 bilhões de dólares em 2013. Os bens

culturais digitais são de longe a maior fonte de receita da economia digital, gerando 66 bilhões de dólares em vendas B2C em 2013 e 21,7 bilhões de dólares em receita de publicidade na mídia *on-line* e sites de *streaming* gratuitos (EY, 2015).

Observa-se também que as indústrias culturais apresentam um desenvolvimento desigual nas diferentes regiões do mundo. Na América do Norte, as duas indústrias culturais que geram mais receita são a televisão (183 bilhões de dólares) e os jornais e revistas (83 bilhões de dólares), que viram sua receita de publicidade diminuir 60% entre 2002 e 2013 e se tornaram mais dependentes da renda proveniente das assinaturas do seu conteúdo. De acordo com as projeções da EY, os gastos com publicidade para a televisão cairiam de 40% em 2013 para 37% em 2019.

Por sua vez, na Ásia as indústrias culturais ainda não atingiram as dimensões que têm outras regiões como a Europa ou a América do Norte. As artes cênicas representam apenas 11% do mercado global, enquanto a indústria da música responde por 23%. Por outro lado, países como Índia, China e outros do Sudeste Asiático precisam melhorar a proteção à propriedade intelectual. De acordo com o Índice de Propriedade Intelectual do Centro Global de Propriedade Intelectual (GIPC, sigla em inglês), a Índia tem uma pontuação de 6,24/25, enquanto a China tem 9,13/25, em comparação com o Reino Unido, que obteve 22,5/25 pontos neste instrumento. Embora ignorar os direitos autorais permita que os consumidores tenham acesso a bens culturais estrangeiros a preços mais baixos, isso impede o surgimento de indústrias culturais locais (EY, 2015).

Se em 2002 o mercado global de produtos criativos era de 208 bilhões de dólares, este valor passou para 509 bilhões em 2015, crescendo a uma taxa média anual de 7% entre estes anos. Neste período, a participação das economias em desenvolvimento no mercado de produtos criativos foi superior à dos países desenvolvidos, crescimento que foi liderado principalmente pela expansão comercial da China. Entre os países em desenvolvimento, os dez primeiros foram China, Hong Kong (China), Índia, Cingapura, Taiwan, Turquia, Tailândia, Malásia, México e Filipinas. E entre as economias desenvolvidas, os dez maiores exportadores criativos foram Estados Unidos, França, Itália, Reino Unido, Alemanha, Suíça, Holanda, Polônia, Bélgica e Japão.

As principais indústrias criativas do mundo são o design, a moda e o cinema. Os produtos de design - que incluem setores como moda ou móveis - são os que lideram o mercado global. Os produtos de moda, design de interiores e joalheria - que a Unctad considera como parte da categoria "design" - representam 54% das exportações globais de produtos criativos. A América Latina é cada vez mais importante nos mercados da moda, principalmente Argentina, Brasil e Chile.

Por outro lado, os setores de artes visuais, publicações e artesanato representam 45% do total das exportações de produtos criativos. Para os países em desenvolvimento, estas indústrias são algumas das mais importantes do setor criativo pela receita de exportação que geram.

No que diz respeito aos serviços criativos, nos países desenvolvidos a taxa de crescimento anual do comércio entre 2011 e 2015

foi de 4,3%, ou seja, mais do que o dobro dos serviços em geral. De fato, o percentual de serviços criativos no comércio total passou de 17,3% em 2011 para 18,9% em 2015.

Por sua vez, as importações de produtos criativos dobraram globalmente, passando de 227 bilhões de dólares em 2002 para 454 bilhões em 2015. Os 10 maiores importadores mundiais foram os Estados Unidos (23% do total das importações), França, Hong Kong (China), Reino Unido, Alemanha, Suíça, Japão, China e Itália.

Ordenadas de maior a menor, de acordo com o percentual que representam em relação ao total das exportações mundiais em 2015, as indústrias de produtos criativos são: design (62%), artes visuais (11%), novas mídias (8%), artesanato (7%), publicações (7%), audiovisual (4%) e artes cênicas (1%). Da mesma forma, mas no que se refere às importações, as indústrias de produtos criativos são: design (59%), artes visuais (12%), novas mídias (10%), publicações (7%), artesanato (6%), audiovisual (5%) e artes cênicas (1%) (Unctad, 2018).

Ibero-América

Em 2013, as indústrias culturais e criativas da região obtiveram 124 bilhões de dólares de lucro, além de gerar 1,9 milhão de empregos (EY, 2015). Este lucro estava dividido da seguinte forma (em bilhões de dólares): televisão (41,9), publicidade (21,1), jornais e revistas (19), artes visuais (12,4), livros (7,9), filmes (5,4), artes cênicas (4,7), videogames (4,6), arquitetura (4,4), rádio (2,5) e música (2,3).

A indústria criativa mais dinâmica da região é a televisão, que gera 42 bilhões de dólares,

quase um terço do total gerado pelo setor criativo. Os latino-americanos passam em média mais de 5 horas por dia vendo televisão. Além disso, a penetração da indústria da TV por assinatura na América Latina e no Caribe é uma das mais altas do mundo (EY, 2015). Em 2020, este setor chegou a 51% das residências da região (Business Bureau, 2020).

As novelas são um dos principais produtos criativos de exportação da indústria audiovisual latino-americana. A rede de televisão brasileira Rede Globo, uma das maiores do mundo, é a maior produtora mundial de novelas. A Argentina também é um grande exportador de material audiovisual: de cada 15 mil horas de programação, 2 mil são exportadas para o mercado internacional. Por sua vez, Argentina e Colômbia estão entre os cinco maiores exportadores de formatos e roteiros, junto com Estados Unidos, Reino Unido e Espanha (EY, 2015; Unctad, 2018).

A Ibero-América também é o berço de inúmeros escritores de renome e sucesso comercial, incluindo Gabriel García Márquez, Jorge Luis Borges, Mario Vargas Llosa, Isabel Allende, Paulo Coelho e Arturo Pérez-Reverte. Da mesma forma, os festivais são uma parte muito importante da vida comunitária das sociedades da região, como o Carnaval do Rio de Janeiro, a celebração da *Virgen de la Candelaria* na Bolívia ou o Festival Inti Raymi em Cuzco (EY, 2015). A região possui 208 lugares considerados Patrimônio Mundial pela Unesco (143 na América Latina e no Caribe, 48 na Espanha e 17 em Portugal), dos quais 155 são áreas culturais. Estes locais contribuem para o desenvolvimento econômico e social da região, atraindo turistas interessados em descobrir o

legado dos incas, maias e astecas, e dos conquistadores espanhóis e portugueses (EY, 2015).

De acordo com a análise do estudo “Cultura e Desenvolvimento Econômico na Ibero-América” (OEI / CEPAL, 2014), no que diz respeito ao emprego cultural total na região, a maior proporção de pessoas estava engajada em atividades nos domínios associados a apresentações e celebrações (26%), design e serviços criativos (23,1%) e mídias visuais e interativas (20,3%). As atividades produtivas relacionadas com as artes visuais e artesanais, assim como com o patrimônio cultural e natural, representavam uma proporção baixa dos ocupados, com 7,1% e 3,5%, respectivamente. Com respeito à educação cultural, esta representa apenas 0,1% do emprego cultural da região.

A América Latina e o Caribe representam 7% dos empregos nas indústrias culturais e criativas de todo o mundo (EY, 2015). Em termos de número de pessoas empregadas, as principais indústrias criativas e culturais da região são: artes visuais (376.000), arquitetura (316.000), livros (308.000), publicidade (273.000), artes cênicas (197.000), música (150.000), jornais e revistas (124.000), filmes (115.000), televisão (105.000), videogames (36.000) e rádio (17.000) (EY, 2015).

O setor criativo no Brasil

Segundo a Unctad (2018), o setor criativo do Brasil emprega cerca de 11 milhões de pessoas (5,5% da população total), incluindo 320 mil empresas. As indústrias do setor registraram um crescimento de 70% entre 2005 e 2015 e representam 2,6% do PIB.

O Brasil ocupa a 11ª posição mundial em termos de público que vai ao cinema, número que se traduz numa indústria que obteve 800 milhões de dólares de lucro em 2014. Prevvia-se que, em 2020, o Brasil passaria a ser o quinto maior mercado audiovisual do mundo, uma projeção que terá que ser contrastada com os efeitos da pandemia. A chave para este crescimento está baseada nos fortes vínculos entre as indústrias cinematográficas dos Estados Unidos e do Brasil. Entre 2010 e 2014, os dois países coproduziram mais de 100 filmes, uma colaboração que estimula o intercâmbio cultural e o crescimento econômico mútuo. Por outro lado, em 2014 o setor audiovisual brasileiro criou quase meio milhão de empregos, sendo 168.880 diretos e 327.482 indiretos (Unctad, 2018).

O Brasil também é o nono maior mercado de música gravada do mundo e o maior da América Latina e do Caribe, com um faturamento de 199,7 milhões de dólares. As vendas on-line rapidamente se tornaram o maior canal de distribuição de música, com um crescimento de 22,3% em 2013, impulsionadas pela chegada do iTunes no ano anterior. Os downloads geraram um lucro de 25,6 milhões de dólares em 2013. Este aumento nas vendas foi fomentado pela chegada do serviço de *streaming* Deezer em 2013 e pela popularização dos *smartphones*. As redes móveis no Brasil aproveitaram a música para vender os seus serviços de dados. Em 2013, a segunda maior operadora de telefonia móvel do país, a TIM, fez parceria com a Muve Music para lançar um serviço que oferecia *streaming* ilimitado de música por 0,50 dólares por dia (EY, 2015).

“O Brasil ocupa a 11ª posição mundial em termos de público que vai ao cinema, número que se traduz numa indústria que obteve 800 milhões de dólares de lucro em 2014. Previa-se que, em 2020, o Brasil passaria a ser o quinto maior mercado audiovisual do mundo”,



Espanha e Portugal

De acordo com a Unctad (2018), as exportações de produtos criativos na Espanha aumentaram entre 2005 e 2014, passando de 4,9 para 6,5 bilhões de dólares nesse período. Em 2014, o maior setor foi o design, equivalente a 4,1 bilhões, dos quais os acessórios de moda (1,6 bilhão) e o design de interiores (1,4 bilhão) foram os subsectores mais importantes, seguidos da indústria editorial (livros e jornais), com exportações no valor de 1,1 bilhão, e artesanato (503 milhões) em 2014. Embora a leitura digital tenha ganhado espaço, mais de 421 mil livros são vendidos todos os dias, ainda existem mais de 3 mil editoras no país. Em 2016, foram criadas 285 novas empresas na indústria da moda na Espanha, chegando a um total de aproximadamente 20 mil empresas. Por sua vez, as importações de produtos criativos foram de 8,3 trilhões de dólares, promovidas

pela demanda por produtos de design, novas mídias e artesanato.

Em 2014, os principais mercados de exportação da indústria criativa espanhola foram Europa (70%), América (12%), Ásia (11%) e África (6%). As exportações de serviços criativos chegaram a 1,7 trilhão de dólares em 2014. A contribuição do setor criativo para o PIB foi de 2,4% em 2012, e o setor empregava quase 600 mil pessoas (Unctad, 2018).

Em Portugal, as exportações de produtos criativos duplicaram entre 2005 e 2014, passando de 843,6 milhões para \$ 1,6 bilhão. A participação de produtos de design, design de interiores e produtos de moda foi de 1,3 bilhão. Portugal é um dos principais exportadores têxteis da Europa. O artesanato, as obras de arte feitas à mão e a cerâmica de alta qualidade são muito populares no país. As exportações de arte e artesanato foram de

141 milhões de dólares em 2014, seguidas pelas artes visuais (108 milhões). As importações de produtos criativos chegaram a 1,7 bilhão (Unctad, 2018).

Os principais mercados de destino dos produtos criativos portugueses foram Europa (67%), África (17%), América (11%) e Ásia (5%). As exportações de serviços criativos chegaram a 2,4 bilhões de dólares. Arquitetura, engenharia, ciência e outros serviços técnicos chegaram a 968,5 milhões, serviços

informáticos 838,5 milhões, enquanto pesquisa e desenvolvimento (P&D) representaram 157,9 milhões. Estes serviços foram os que tiveram maior participação nas exportações criativas. Por outro lado, as importações de serviços criativos foram equivalentes a 2 bilhões de dólares em 2014 (Unctad, 2018).

No total, o setor cultural e criativo português gerou 5,3 bilhões de euros, o correspondente a 3,6% de toda a riqueza gerada no país.



Quadro I.1: ODS e Cultura

No contexto da Agenda 2030 dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), a cultura desempenha um papel transversal ao reconhecer que é um componente essencial do desenvolvimento humano, que representa uma fonte de identidade, inovação e criatividade.¹

Em 2019, a Assembleia Geral das Nações Unidas² destacou a importância da contribuição da cultura para os ODS em três dimensões: a cultura contribui para um desenvolvimento econômico inclusivo, é fonte de emprego, promove a geração de renda e trabalho decente para toda a comunidade; contribui para um desenvolvimento social inclusivo, por exemplo, incluindo comunidades locais, comunidades indígenas e contribui para a sustentabilidade ambiental, protegendo a diversidade biocultural e o patrimônio natural.

Dada a sua importância, faz-se um apelo para que se continue avaliando a contribuição da cultura para o desenvolvimento sustentável, através da recopilación de dados quantitativos. Em 2020, a Unesco definiu 22 indicadores temáticos que visam “avaliar o papel da cultura como setor de atividade e a contribuição da cultura para os diferentes objetivos e metas da Agenda 2030”.³ Estes indicadores foram construídos com base nas informações geradas em 29 metas de 14 dos 17 ODS e estão divididos em quatro dimensões temáticas:

- 1.** Meio ambiente e resiliência.
- 2.** Prosperidade e meios de vida.
- 3.** Conhecimentos e competências
- 4.** Inclusão e participação.

Por outro lado, a Nova Agenda Urbana, adotada durante a conferência Habitat III em 2016, reafirma a relevância da cultura e da diversidade cultural como fontes de enriquecimento para a humanidade, onde a implementação da Agenda 2030 foi discutida a partir de uma perspectiva cultural.⁴

No entanto, a Agenda 2030 – que entrou em vigor em 2016 – não inclui objetivos centrados exclusivamente na cultura, embora os seus objetivos façam várias referências explícitas ao setor cultural. A referência mais direta, por exemplo, é encontrada no Objetivo 11 “Cidades e comunidades sustentáveis”, onde o objetivo 11.4 busca redobrar os esforços para proteger e salvaguardar o patrimônio cultural e natural do mundo. Esta ausência tem suscitado preocupações no setor. Diversas organizações internacionais têm se empenhado em denunciar a ausência de referências explícitas ao setor cultural na Agenda 2030, identificando as oportunidades e ações necessárias para a sua inclusão.

Em 2017, o *International Council on Monuments and Sites* (ICOMOS), publicou o “*ICOMOS Action Plan: Cultural Heritage and Localizing the UN Sustainable Development Goals* (SDGs)”, que pretende ser um marco de reconhecimento, divulgação e contribuição

¹ 74ª Sessão da Assembleia Geral das Nações Unidas. Globalização e interdependência: cultura e desenvolvimento sustentável.

² 74ª Sessão. Globalização e interdependência: cultura e desenvolvimento sustentável

³ Disponível em <http://www.lacult.unesco.org/noticias/showitem.php?lg=1&id=5805>

⁴ *United Nations (2017). The Conference. HABITAT III 2016, The United Nations conference on housing and sustainable development.*

do patrimônio cultural como motor e canal do desenvolvimento sustentável na Agenda 2030.

Por outro lado, o comitê de cultura da *United Cities and Local Governments* (Culture21) publicou, em 2018, o trabalho “*Culture in the Sustainable Development Goals: a Guide for Local Action*”, que apresenta um diagnóstico inicial sobre a falta de conteúdo relacionado ao setor cultural na Agenda 2030, e cujo objetivo é realizar uma análise do papel da cultura nos 17 ODS, definindo uma série de ações que devem ser implementadas para a sua inclusão.

O relatório da campanha *Culture 2030 Goal*, “*La Cultura en la implementación de la Agenda 2030: un informe de la campaña Culture 2030 Goal*”⁵, publicado em 2019, destaca que muitas maneiras pelas quais os aspectos culturais influenciam e contribuem para o desenvolvimento sustentável não são suficientemente reconhecidas.

Outras organizações que aderiram ao apelo à integração da cultura nos ODS são, por exemplo, o *Museum of the Future*, que convoca as organizações culturais a promover e integrar a cultura aos ODS, através de uma análise da incorporação dos museus nas 169 metas⁶, ou *Culture Action Europe*, que preconiza a utilização e divulgação da importância da cultura nas várias áreas das políticas públicas.⁷ Por outro lado, *Voices of Culture* realizou uma sé-

rie de reuniões com organizações do setor cultural da comunidade europeia com o objetivo de analisar os desafios e oportunidades para o setor contribuir para a Agenda 2030, detalhados no relatório “*Brainstorming Report. Culture and the Sustainable Development Goals: Challenges and Opportunities*”, publicado em 2021.

Sem dúvida, o trabalho desenvolvido pelas organizações do setor contém importantes recomendações para a inclusão do setor na Agenda 2030 e está alinhado com as próprias recomendações das Nações Unidas, ao promover iniciativas na busca da cooperação e geração de redes culturais regionais, com o objetivo de compartilhar e gerar informações, entendendo a cultura como viabilizadora do desenvolvimento sustentável, o que para o cumprimento dos Objetivos e Metas da Agenda é indispensável. Sendo assim, tanto as organizações setoriais quanto a Unesco, através dos indicadores temáticos, apontam a necessidade de incluir o setor na Agenda 2030.

Fontes: Culture 2030 Goal (2019). “Culture 2030 Goal (2019). “*La Cultura en la implementación de la Agenda 2030: un informe de la campaña culture 2030 goal*” (disponível em https://agenda21culture.net/sites/default/files/culture2030goal_high.pdf); ICOMOS (2017). *ICOMOS Action Plan: Cultural Heritage and Localizing the UN Sustainable Development Goals (SDGs)*; United Cities and Local Governments (Culture21) (2018). “*Culture in the Sustainable Development Goals: a Guide for Local Action*” (disponível em https://www.agenda21culture.net/sites/default/files/culturesdgs_web_en.pdf); Unesco (2020). *Indicadores temáticos para la Cultura en la Agenda 2030* (disponível em <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373570>). *Voices of Culture* (2021). *Brainstorming Report Culture and the Sustainable Development Goals: Challenges and Opportunities*.

⁵ Participam na campanha organizações como ARTERIAL NETWORK, Culture Action Europe, ICOMOS, IFACCA, IFCCD, IFLA, International Music Council, Rede Latino-Americana de arte para a transformação social e CULTURE21

⁶ Disponível em <https://themuseumofthefuture.com/2018/07/18/museums-and-the-sdgs-where-to-make-a-difference/>

⁷ Implementing culture within the sustainable development goals: The role of culture in Agenda 2030, disponible en <https://cultureactioneurope.org/files/2019/09/Implementing-Culture-in-Sustainable-Development-Goals-SDGs.pdf>

CAPÍTULO II

ABORDAGENS METODOLÓGICAS E CONTAS SATÉLITES DA CULTURA

Introdução

Este capítulo revisa as principais metodologias para medir as estatísticas culturais na região ibero-americana. A primeira parte descreve o *Marco de Estadísticas Culturales* (MEC) da Unesco-UIS, publicado em 2009. Até o momento, é um dos manuais mais usados para medir as estatísticas do setor cultural e serviu como guia para a construção de algumas estatísticas fornecidas por este estudo.

A segunda parte do capítulo descreve as experiências das Contas Satélites da Cultura na região. As Contas Satélites são marcos contábeis e ferramentas estatísticas, criadas com base na metodologia do Sistema de Contas Nacionais (SCN), e permitem medir a importância econômica do setor. Através da sua metodologia, indicadores econômicos como produção, valor agregado, oferta e demanda de bens e serviços culturais monetários e não monetários podem ser medidos; assim como estudar receita, bens materiais intangíveis, gastos e usos de produtos, exportações e importações, emprego e impostos relativos ao setor (CNCA, 2007). Ao mesmo tempo, não se limitam ao marco central do SCN, o que dá flexibilidade para incluir indicadores não monetários, como, por exemplo, o número de museus ou cinemas.

Ambos os marcos têm sido amplamente utilizados na produção de estatísticas culturais no mundo e são complementares entre si. Embora os seus objetivos sejam diferentes, fornecem a cada país um marco de referência sobre o uso de classificadores e formas de agrupá-los em domínios ou setores culturais.

Neste sentido, enquanto o MEC da Unesco fornece uma base comum para a organização dos setores culturais e das atividades e bens que os compõem, as Contas Satélites fornecem uma base para a geração de indicadores econômicos. Além disso, estas últi-

mas permitem certa flexibilidade ao realizar a medição em função da disponibilidade e temporalidade das informações e da gestão de múltiplas fontes.

1

Marco de Estatísticas Culturais (MEC)

Um dos principais elementos para o desenvolvimento de estatísticas culturais é o *Marco de Estadísticas Culturales (MEC)* da Unesco-UIS, cuja última versão corresponde a 2009. Tem como objetivo organizar estatísticas culturais nacionais e internacionais. Para isso, o MEC propõe uma série de definições padronizadas para facilitar a produção de dados comparáveis (Unesco-UIS, 2009).

Uma das principais características do MEC é estabelecer uma base conceitual que permita abranger um amplo espectro de expressões culturais, independentemente do seu modo de produção econômico e social. Aborda toda a gama de expressões culturais (formas, práticas, produtos e processos culturais), incluindo os seus novos mecanismos de produção, consumo (indústrias culturais e o componente cultural da propriedade intelectual) e participação, assim como práticas culturais não associadas às indústrias culturais (patrimônio imaterial); utiliza categorias comparáveis às classificações internacio-

nais; e serve como referência para os países elaborarem os seus próprios marcos de acordo com os contextos em que cada Estado se encontra.

Esta base permite a avaliação das contribuições econômicas e sociais atribuídas à cultura, proporcionando acesso a vários sistemas de classificação internacionais (de atividades e produtos, entre outros) que permitem medir a cultura em termos econômicos.

Outra de suas características é que inclui a dimensão social da cultura. Contém componentes como a participação na cultura e no patrimônio imaterial e promove uma abordagem integrada, adotando a noção de que existe uma interdependência intensa e dinâmica entre todas as atividades do setor cultural, sejam públicas ou privadas (Unesco-UIS, 2009).

Atualmente, este marco está parcialmente desatualizado, razão pela qual, em 2020 o Instituto de Estatística da Unesco (Unesco-UIS) estabeleceu que o Programa de Estatísticas Culturais fará uma revisão do mesmo, como parte da criação de um marco de indicadores temáticos culturais para a agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável⁸.

Um conjunto comum de atividades econômicas e sociais consideradas de natureza cultural é organizado através de Domínios Culturais (Figura 1). Além disso, inclui outras atividades econômicas e sociais consideradas

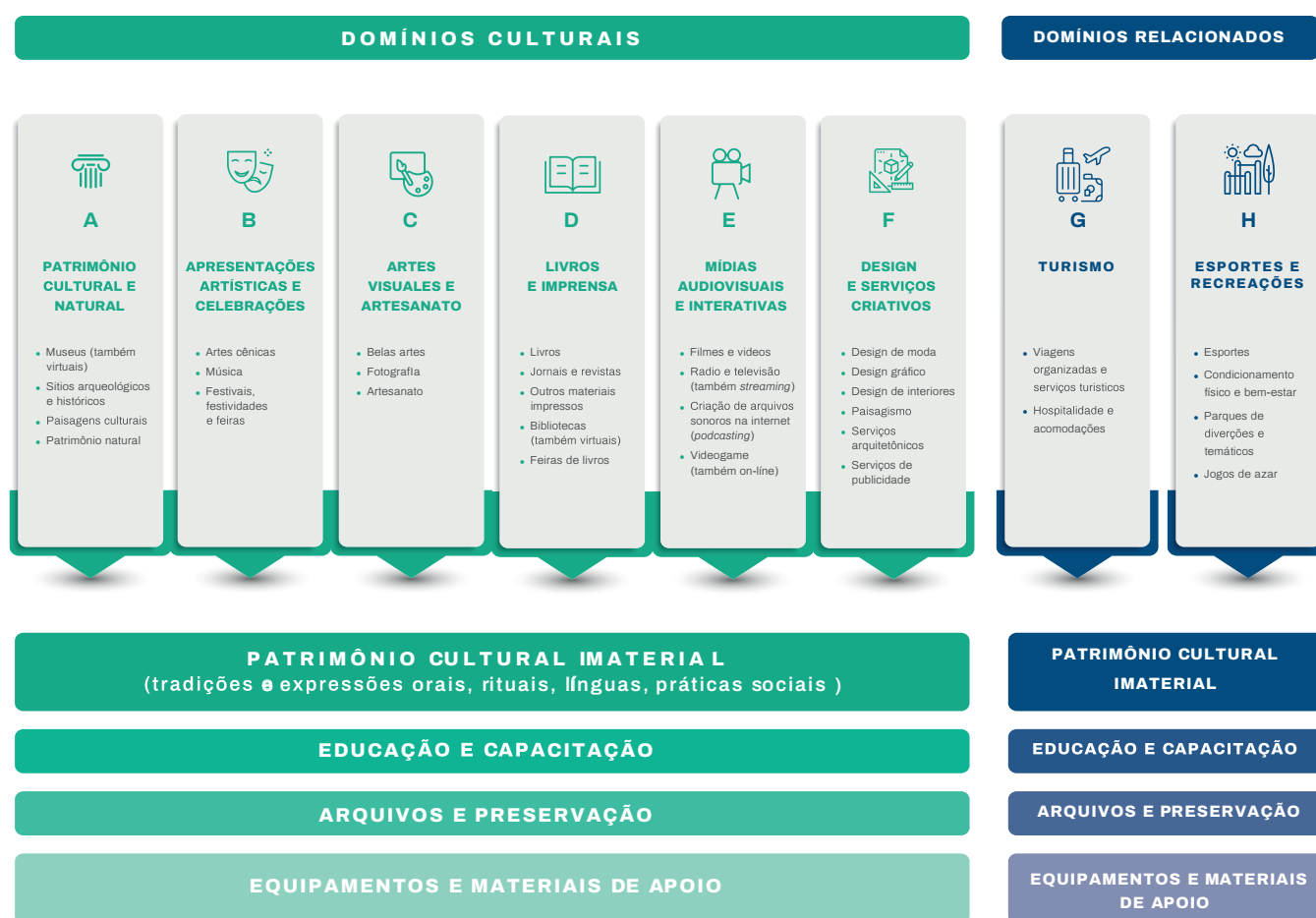
⁸ 52º período de reuniões das Nações Unidas. Comissão de Estatísticas. Disponível em <https://unstats.un.org/unsd/statcom/52nd-session/documents/2021-19-CultureStats-S.pdf>

"parcialmente culturais"⁹. Estas atividades são organizadas em "domínios" - seis domínios setoriais e dois domínios relacionados -, enquanto as atividades culturais da área

de Educação e Capacitação, Arquivos e Preservação e Patrimônio Cultural Imaterial são classificadas como domínios culturais transversais.

⁹ Corresponde a atividades que são mais frequentemente associadas a atividades recreativas ou de lazer.

Figura 1. Domínios Culturais



Fonte: Marco de Estadísticas Culturales de Unesco-UIS, 2009.

Embora os domínios permitam classificar e ordenar as atividades culturais para a sua medição, os critérios de flexibilidade e adaptabilidade são estabelecidos no âmbito nacional. Estão baseados no modelo do “Ciclo Cultural” (Figura 2), que ajuda a compreender a relação existente entre os diferentes processos culturais. Este ciclo é composto por cinco etapas apresentadas num modelo cíclico, destacando que as relações podem ser complexas e ocorrer, preferencialmente, como partes de uma rede. O ciclo ilustra todas as práticas, atividades e recursos necessários para transformar ideias em bens e serviços culturais para que possam ser transferidos para consumidores, participantes ou usuários (Unesco-UIS, 2009).

Através destas ferramentas, o MEC permite realizar uma comparação internacional, definindo os códigos e categorias para cada dimensão da cultura.

Além do MEC, existem atualmente na região algumas iniciativas nacionais para o desenvolvimento de Marcos de Estatísticas Culturais adaptados aos seus contextos e necessidades de produção de dados. Entre estas iniciativas encontramos o “Marco de Estadísticas Culturales, Chile 2012: *Construcción del marco referencial para estadísticas culturales*” (MEC-Chile), publicado em 2012 pelo Departamento de Estudos do antigo Conselho Nacional da Cultura e das Artes¹⁰ de Chile.

Figura 2. Ciclo Cultural



Fonte: *Marco de Estadísticas Culturales de Unesco-UIS, 2009.*

¹⁰ Atualmente: *Ministerio de la Cultura, las Artes y el Patrimonio.*

O MEC-Chile utiliza como principal elemento as diretrizes estabelecidas pelo MEC, mas faz uma adaptação dos domínios à realidade nacional. O seu objetivo é:

- Organizar as informações, os seus fluxos e as contas que permitam obter dados estatísticos sobre o setor e, ao mesmo tempo, servir de referência para observar, organizar o registro, sistematizar e estruturar informações em torno de acordos básicos, operacionais e úteis para o Estado e para os cidadãos, o setor acadêmico e o setor privado, de tal forma que permita comparar, consolidar, ampliar e projetar o conhecimento e a compreensão do setor artístico e cultural do país. (Ministério da Cultura, Artes e Patrimônio, 2012, p. 13).

No caso da **Espanha**, o “*Anuario de Estadísticas Culturales de España*” (Ministerio de Cultura y Deporte de España, 2020), em como principais referências o MEC e o documento “*Guide to Eurostat Culture Statistics*”, , edição de 2018. Este último usa o MEC como referência, mas exclui alguns setores como esporte, turismo e patrimônio (União Europeia, 2018).

Outro país que usa o MEC como referência é o **Brasil**. O seu “Atlas Econômico da Cultura Brasileira” (Valiati & Do Nascimento Fialho, 2017) adota a linha metodológica deste manual, assim como as diretrizes do Convênio Andrés Bello, destacando a importância de que iniciativas deste tipo tenham uma base comum para a diálogo internacional.

2 Contas Satélites da Cultura

Assim como o MEC constitui um dos principais instrumentos de medição das diversas atividades culturais, as Contas Satélites da Cultura (CSC) visam quantificar o impacto econômico destas atividades nas contas nacionais. No entanto, e conforme mencionado no início do capítulo, estas metodologias não são exclusivas. O MEC é um dos marcos referenciais para a Elaboração das Contas Satélites da Cultura da região.

Por definição, as contas satélites correspondem a uma extensão do Sistema de Contas Nacionais (SCN), ampliando a capacidade analítica das contas nacionais a determinadas áreas de interesse social de forma flexível, sem sobrecarregar ou distorcer o SCN, uma vez que permitem aumentar a fronteira da produção, tornando visível a relevância de determinados setores da economia (Sistema de Contas Nacionais, 1993).

No caso do setor cultural, permitem disponibilizar informações complementares às já incluídas nas Contas Nacionais, estabelecer as características da relação entre a cultura e os setores da economia e informar sobre o impacto deste setor na economia nacional.

A região vem realizando grandes esforços para desenvolver este tipo de conta desde a última década. Até o momento, dos 21 países que a compõem, nove possuem Contas Satélites da Cultura: Argentina, Colômbia, Costa Rica, Equador, Espanha, México, Portugal, República Dominicana e Uruguai. Enquanto, Bolívia, Brasil, Guatemala, Honduras, Panamá, Paraguai e Peru iniciaram ações para a sua construção, encontrando-se em diferentes etapas de andamento; e Bolívia, Chile, Guatemala e Peru realizaram exercícios em prol da sua construção (Tabela 1). Por último, três países – Cuba, Nicarágua e Venezuela – não publicaram informações sobre a elaboração de uma Conta Satélite.

Tabela 1.
Contas Satélites da Cultura na Ibero-América

Tipo de medição		
Conta Satélite Oficial	Exercício	Em processo de elaboração
Argentina	Bolívia	Bolívia
Colômbia	Chile	Brasil
Costa Rica	Guatemala	Guatemala
Equador	Perú	Honduras
Espanha		Panamá
México		Paraguay
Portugal		Perú
República Dominicana		El Salvador
Uruguai		

Fonte: Elaboração própria com base nas informações publicadas pelas instituições oficiais dos países.

Estes esforços foram realizados pelas instituições de cada um dos países, através de iniciativas sub-regionais e/ou com o apoio de órgãos internacionais, entre os quais se destaca o Convênio Andrés Bello (CAB), Organização dos Estados Ibero-Americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI), Organização dos Estados Americanos (OEA) e o Sistema de Integração Centro-Americana (SICA).

2.1 Órgãos regionais e sub-regionais e Contas Satélites da Cultura

Organização dos Estados Ibero-Americanos

De 2013 a 2015, a Organização dos Estados Ibero-Americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI) prestou assistência técnica para a construção de Contas Satélites da Cultura à Bolívia, Costa Rica, Guatemala e República Dominicana. Estas assistências estão recopiladas na publicação feita em 2018¹¹ pelo Observatório Ibero-Americano da Cultura e Contas Satélites da Cultura.

Além disso, desde 2017 o Observatório Ibero-Americano da Cultura (OIBC) coletou as informações disponíveis para o desenvolvimento das Contas Satélites, com o objetivo de contribuir para a transferência de conhecimento entre os países da região, assim como:

¹¹ Disponível em https://oibc.oei.es/uploads/attachments/434/OEI_y_Cuentas_Satélites_de_Cultura.pdf

- Contribuir para a divulgação, aprofundamento do debate e compreensão das oportunidades e desafios da cultura em relação à economia e ao desenvolvimento, gerando novos intercâmbios e conhecimentos, e fortalecendo o trabalho profissional e institucional.
- Estimular processos de fortalecimento das políticas públicas destinadas a concretizar os acordos internacionais alcançados na Convenção sobre a Diversidade da Unesco, na Carta Cultural Ibero-Americana, nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e na Agenda 2030.
- Promover a identificação, categorização e sistematização das diversas iniciativas de produção de informações relacionadas com a cultura e sua análise comparativa¹².

Convênio Andrés Bello

A Organização do Convênio Andrés Bello de Integração Educativa, Científica, Tecnológica e Cultural (CAB) é um órgão intergovernamental cujo objetivo é fortalecer os processos de integração e a configuração e desenvolvimento de um espaço cultural comum, gerando consensos e linhas de ação nas áreas da cultura, educação, ciência e tecnologia. Atualmente é formado por Bolívia, Chile, Colômbia, Cuba, Equador, Espanha, México, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana e Venezuela.

¹² Disponível em https://oibc.oei.es/proyectos_de_csc

No campo da cultura, o seu trabalho remonta a 1999, com o projeto “Economia e Cultura” no qual participaram quatro países. Desde então, o CAB tem promovido o desenvolvimento das CSC na região. Dentro deste trabalho, destaca-se o documento “*Hoja de Ruta para la Implementación de las Cuentas Satélite de Cultura*” (2014), onde são identificadas dez ações-chave, agentes responsáveis e ações recomendadas para a sua implementação.

Em 2015, o CAB publicou o documento “*Guía Metodológica para la Implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica*”¹³. Este guia traz uma “proposta metodológica renovada, acompanhada de uma série de diretrizes técnicas que facilitarão a elaboração e execução dos planos de trabalho para a sua implementação” (Convênio Andrés Bello, 2015, p. 16, tradução nossa).



¹³ Disponível em: https://convenioandresbello.org/cab/wp-content/uploads/2019/05/guia_metodologica_digital-final.pdf

Até o momento, esta metodologia foi aplicada pela Argentina, Chile, Costa Rica, Colômbia, Espanha, México e Uruguai. Atualmente, Bolívia, Equador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá, Paraguai, Peru e República Dominicana estão desenvolvendo contas satélites usando este manual.

Quadro II.1

Dez ações-chave para a implementação de uma CSC

1. Realizar um levantamento do marco institucional e estatístico.
2. Realizar ações interinstitucionais.
3. Formar uma equipe interdisciplinar para medir a CSC e iniciar as atividades.
4. Selecionar o universo e priorizar os setores.
5. Aplicar a metodologia e os cálculos.
6. Analisar e validar os resultados.
7. Divulgar e socializar os resultados.
8. Monitorar e avaliar os resultados.
9. Estabelecer parcerias e alocar recursos para garantir a continuidade da Conta Satélite.
10. Documentar as experiências de medição envolvidas: autoridades culturais e principais órgãos das contas nacionais.

Organização dos Estados Americanos (OEA)

Em 2017, foram publicados os resultados do projeto “Elaboración e implementación de la Cuenta Satélite de Cultura, CSC, en los Países del Área Andina”, no qual participaram Bolívia, Colômbia, Equador e Peru.¹⁴ A análise utilizou o Guia Metodológico do CAB e foi realizada em quatro setores: livros e publicações, audiovisual, música e artes cênicas.

Esta iniciativa permitiu ratificar as medições de setores específicos dos seus bens e serviços culturais, podendo assim calcular o impacto da cultura na economia destes países no ano de 2007. A partir desta iniciativa, a Colômbia avançou na implementação de uma conta oficial, enquanto Equador, Bolívia e Peru realizaram exercícios incluindo mais setores e indicadores.

Sistema de Informação Cultural do Sul (SICSUR) / MERCOSUL

O SICSUR faz parte do Mercosul Cultural e é formado por dez países da região: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Equador, Paraguai, Peru e Uruguai. Tem como objetivo produzir, sistematizar e divulgar informações culturais que contribuam para o desenvolvimento de políticas no país. Ao mesmo tempo, permite que as informações sejam utilizadas pelos diferentes agentes para promover o diálogo e a cooperação.

Fonte: “Hoja de Ruta para la Implementación de las Cuentas Satélite de Cultura”, Convênio Andrés Bello.

¹⁴ Disponível em <http://www.oas.org/es/sedi/ddes/imc/2016/docs.asp>

No âmbito das Contas Satélites, em 2007, foi desenvolvido o trabalho “Conta Satélite da Cultura. Primeiros passos para a sua construção no Mercosul Cultural”, o que representa um primeiro esforço na construção de indicadores com uma metodologia comum para sete países da região: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Peru, Uruguai e Venezuela. Nestes indicadores foram considerados o PIB, o Valor Agregado e o Orçamento Público na Cultura.

Sistema de Integração Centro-Americana (SICA)/Coordenação Educativa e Cultural Centro-Americana (CECC)

O Sistema de Integração Centro-Americana (SICA) é o marco institucional da Integração Regional Centro-Americana e tem como objetivo fundamental promover a integração da América Central, para constituí-la como uma Região de Paz, Liberdade, Democracia e Desenvolvimento.¹⁵ É formado por Belize, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicarágua, Panamá e República Dominicana.

Através da CECC, nos últimos anos foram desenvolvidas ações prioritárias para a integração regional, destacando a necessidade de Contas Satélites da Cultura.

2.2 Contas Satélites da Cultura na Ibero-América

Os avanços e esforços para a implementação das CSC na região estão descritos a seguir, destacando as diferentes metodologias e adaptações realizadas para as medições e os estados de desenvolvimento de cada país.

Contas oficiais

Atualmente, nove países da região possuem uma CSC oficial (Tabela 2). Oito deles utilizam a metodologia proposta pelo Convênio Andrés Bello, embora não exclusivamente, já que consideram também as propostas metodológicas do MEC. Além disso, cada país faz as próprias adaptações com base no seu contexto e disponibilidade de informações. Por outro lado, a Conta Satélite de Portugal, baseia-se principalmente na metodologia do Eurostat.

Assim sendo, embora na maioria dos casos haja uma metodologia de base comum, uma característica das CSC da região é a dificuldade que têm para comparar os seus resultados: as diferenças entre os anos disponíveis e o ano base utilizado em cada uma das estimativas, a variação entre a quantidade e o tipo de indicadores produzidos, além dos setores ou domínios incluídos, são os principais fatores desta limitação.

¹⁵ Disponível em <https://www.sica.int/sica/propositos>

Tabela 2.**Contas Satélites da Cultura, última atualização**

País	Série	Último ano disponível
Argentina	2004-2019	2019*
Colômbia	2005-2019	2019*
Costa Rica	2010-2019**	2018
Equador	2007-2019	2019*
Espanha	2000-2018	2018
México	2008-2019	2019*
Portugal	2010-2012	2012
República Dominicana	2010-2014	2014
Uruguai	2012	2012

*Dados preliminares

**A última atualização para todos os setores é de 2015, há uma atualização parcial para seis setores até 2019 e dois setores até 2018.

Fonte: Elaboração com base nas informações publicadas pelas instituições oficiais dos países.

Por exemplo, a metodologia do CAB propõe três indicadores “sintéticos” que são o “valor agregado cultural e o seu peso no PIB, o emprego equivalente de tempo integral em atividades culturais e o seu peso no emprego total; e o gasto nacional total com cultura e o seu peso no PIB” (Convênio Andrés Bello, 2015, p. 44). Porém, conforme mencionado no início desta seção, cada país realiza a conta com base na sua capacidade técnica e informações disponíveis. Da mesma forma,

existe uma variação em relação aos setores culturais incluídos em cada conta.

Um exemplo disso pode ser visto na Tabela 4, que mostra os onze setores culturais propostos pelo CAB para inclusão nas CSC e como eles estão vinculados aos setores incluídos em cada um dos países que possuem uma CSC oficial.

Como se observa na tabela, dos onze setores propostos pela metodologia do CAB, nenhum dos nove países da região com uma conta oficial inclui todos e, por exemplo, o setor de “jogos e brinquedos” não é medido em nenhuma das contas. Quanto a isso, no caso da Argentina, menciona-se que este setor não possui atividades especificadas, devido à impossibilidade de desmembramento das informações, uma vez que não havia produtos culturais identificáveis nos Quadros de Oferta e Utilização (COU). Em particular, eles foram divididos em “Indústria Transformadora”, onde se encontra um grande número de produtos não culturais (Instituto Nacional de Estadísticas e Censos, 2018).

Também é possível observar que o setor de “patrimônio imaterial” só é medido no México, onde é considerado o “Artesanato”, que na metodologia do CAB corresponde a um subsetor. A metodologia do CAB indica que, atualmente, este setor apresenta grandes limitações para a sua medição, porque os seus produtos não podem ser identificados na nomenclatura da Classificação Central de Produtos (CPC) (Convênio Andrés Bello, 2015, p. 106). No caso do México, os produtos do setor são tirados do Sistema de Classificação Industrial da América do Norte (SCIAN, 2013).

Por outro lado, como não necessariamente todos os setores da metodologia do CAB são incluídos, cada conta pode adicionar outros setores que julgue necessários para os objetivos da sua mensuração ou, ainda, desmembrar os setores propostos. Assim, enquanto a metodologia do CAB considera "Livros e publicações" como um setor, Portugal divide-o em três setores: Livros e publicações, Arquivos e Bibliotecas. A Espanha divide em dois: Livros e imprensa e Arquivos e bibliotecas; da mesma forma que a Colômbia, onde as Editoras e as Agências de notícias e outros serviços de informação são considerados setores.

No que se refere à incorporação de outros setores, Argentina, Colômbia, Costa Rica e Portugal incluíram o setor "Publicidade", que não faz parte da metodologia do CAB, que considera apenas as atividades de design publicitário dentro do setor de "Design". A Tabela 3 abaixo, mostra os setores contemplados na metodologia do CAB.



Tabela 3.

Convênio Andrés Bello (CAB). Setores e subsetores que compõem o âmbito cultural

Setor	Subsetor
Criação-direitos autorais	Literário. Musical. Teatral.
Design	Arquitetônico. Industrial ou de produto. Gráfico. Têxtil. Moda. Jóias. Publicitário. Web.
Jogos e brinquedos	Jogos e brinquedos.
Artes cênicas e espetáculos artísticos	Teatro. Dança. Outras formas de artes cênicas (circo, pantomima, narração, declamação, etc.).
Artes visuais	Artes plásticas (inclui representações de origem mista). Fotografia. Artes gráficas e ilustração.
Música	Shows musicais ao vivo. Edição de músicas. Produção fonográfica.
Audiovisual e rádio	Cinema e vídeo (inclui animação). Rádio. Televisão. Jogos <i>on-line</i> . Videogames.
Livros e publicações	Livros Publicações periódicas Bibliotecas.
Educação cultural	Educação cultural não formal (orientação lúdica). Educação cultural formal (inclui ensino superior, formação em belas artes, design e outros).
Patrimônio material	Instituições museológicas. Arquivos históricos culturais. Outros bens imóveis (centros históricos, monumentos históricos, patrimônio arqueológico).
Patrimônio imaterial	Festas tradicionais e cívicas. Cozinhas tradicionais. Artesanato. Línguas.

Fonte: *Convenio Andrés Bello. (2015). Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica.* Bogotá.

Tabela 4. Contas Satélites da Cultura. Setores considerados na medição do país

CAB	Argentina	Colômbia	Costa Rica	Equador	Espanha	México	Portugal	República Dominicana	Uruguai
Artes cênicas e espetáculos artísticos	Artes cênicas e espetáculos artísticos	Artes Cênicas	Artes Cênicas	Artes cênicas	Artes cênicas	Artes cênicas e espetáculos	Artes do espetáculo	Artes cênicas e espetáculos artísticos	Artes cênicas
Artes visuais	Artes plásticas e visuais	Artes visuais	Artes visuais	Artes plásticas e visuais	Artes plásticas	Artes visuais e plásticas	Artes visuais	Artes plásticas e visuais	
Livros e publicações	Livros e publicações	Editorial	Editorial	Livros e publicações	Livros e imprensa	Livros, impressões e imprensa	Livros e publicações	Livros e publicações periódicas	Livros e publicações periódicas
Design	Design	Design	Design		Arquivos e bibliotecas		Arquivos		
Patrimônio material	Patrimônio material	Patrimônio				Patrimônio material e natural	Audiovisual e multimídia	Patrimônio cultural	
Patrimônio imaterial				Formação artística		Formação e difusão cultural em instituições de ensino	Patrimônio cultural	Educação cultural	
Educação cultural	Formação cultural	Educação cultural e criativa	Educação cultural e artística	Produção e edição musical		Música e concertos		Música	Música gravada
Música	Produção e edição musical	Fonográfico	Música	Criação literária, musical e teatral					
Criação-direitos autorais									
Jogos e brinquedos									

Fonte: Elaboração com base nas informações publicadas pelas instituições oficiais dos países

Em relação aos indicadores produzidos por cada Conta (Tabela 5), também há diferenças no que diz respeito à quantidade e ao tipo de indicadores publicados por cada país. A proposta metodológica do CAB sugere a inclusão de três indicadores principais: o valor agregado cultural e o seu peso no Produto Interno Bruto (PIB); o emprego equivalente de tempo integral em atividades culturais e o seu peso no emprego total; e os gastos nacionais totais com cultura e o seu peso no PIB. Estes indicadores estão incluídos na Costa Rica e, parcialmente, na República Dominicana, já que neste último está disponível o PIB, mas não o Valor Agregado Bruto (VAB) ou os seus indicadores intermediários.¹⁶

Quanto aos indicadores de emprego, também existem algumas diferenças. Dos nove países, somente a Espanha não inclui dados de emprego na sua Conta Satélite, enquanto Argentina, Costa Rica, Portugal e Uruguai incluem um indicador de remuneração no indicador de emprego em tempo integral em atividades culturais.

A este último é necessário acrescentar que, em alguns casos, os dados sobre emprego não só consideram o emprego em tempo integral como proposto pela metodologia do CAB. Por exemplo, a conta da Argentina considera três formas de emprego, incluindo o emprego informal (Ministério da Cultura, 2020). As categorias registradas correspondem a:

-
- Trabalhos assalariados registrados: declarados na previdência social.

¹⁶ Como la Producción y Consumo Intermedio.

-
- Trabalhos assalariados não registrados: não declarados no Sistema Integrado de Previdência Social (SIPA) da Argentina. Em geral, são calculados diretamente através de, por exemplo, pesquisas domiciliares.

-
- Trabalhos não assalariados: correspondem ao trabalho autônomo (contribuintes individuais).

A conta do Uruguai divide os dados de emprego em pessoal dependente e não dependente e é complementada com estimativas de atividades informais e subterrâneas. Desta forma, os resultados são apresentados em três categorias (Direção Nacional da Cultura, 2012, pág. 28):

-
- Dependentes.
 - Não dependentes.
 - Não remunerados.

Em relação à medição dos gastos com cultura, três países incluem este indicador: Costa Rica, México e República Dominicana, sendo que a Costa Rica e a República Dominicana consideram tanto os gastos públicos como privados.

Outros indicadores incluídos são os relativos ao comércio internacional ou às importações e exportações de bens e serviços culturais, incluídos na Argentina, Costa Rica, Portugal e Uruguai.

Por fim, Argentina e México incluem indicadores de consumo e, este último, um indicador de Associações e Organizações Cívicas.

Tabela 5. Indicadores publicados por país

	Argentina	Colômbia	Costa Rica	Equador	Espanha	México	Portugal	República Dominicana	Uruguai
Valor Adicionado Bruto	Valor Adicionado Bruto	Valor Adicionado Bruto	Valor Adicionado Bruto	Valor Adicionado Bruto	Valor Adicionado Bruto	Valor Adicionado Bruto	Valor Adicionado Bruto	Valor Adicionado Bruto	Valor Adicionado Bruto
Importações	Importações	Importações	Bruto				Importações		Importações
Exportações	Exportações	Exportações					Exportações		Exportações
Empregos	Empregos	Empregos				Empregos	Emprego total	Empregos	Empregos
Remunerações	Remunerações	Remunerações	Empregos				Remunerações		Remunerações
Consumo nacional privado						Consumo privado			
						Consumo público			
		Gastos com a cultura e o seu financiamento				Gestão pública em atividades culturais		Gastos com cultura (público e privado)	
	Empresas e estabelecimentos culturais								
						Associações e organizações civis			

Fonte: Elaboração própria com base nas informações publicadas pelas instituições oficiais dos países

Aproximações às Contas Satélites da Cultura

Além das contas oficiais, há quatro países que realizaram exercícios que constituem um avanço na implementação das CSC. A **Bolívia**¹⁷ realizou, em 2016, o “Estudo e projeção da Conta Satélite das Culturas em três cidades da Bolívia”. Este estudo utilizou como referência o Guia Metodológico do CAB e do MEC e apresentou os resultados dos anos de 2014 e 2015, abrangendo quatro setores culturais:

1. Artes cênicas e espetáculos.
2. Produção e edição musical.
3. Livros e publicações.
4. Audiovisual.

O **Chile** realizou uma série de exercícios para uma aproximação a uma CSC. O primeiro deles foi apresentado no documento “*Antecedentes para la construcción de una Cuenta Satélite de Cultura en Chile*” (2007). O segundo está na publicação “*Hacia una Cuenta Satélite de Cultura*” (2012). Ambos foram realizados pelo Conselho Nacional da Cultura e das Artes (atual Ministério da Cultura, Artes e Patrimônio). Finalmente, em 2015, foi elaborado o relatório “*Sobre la Construcción de una Cuenta Satélite de Cultura en Chile: recomendaciones*”, abordando as discussões atuais sobre as dificuldades para implementar uma CSC.

¹⁷ El Alto, Cochabamba e Santa Cruz.

Até o momento, conforme mencionado no documento “*Actualización del Impacto Económico del Setor Creativo en Chile*” (2017), no Chile não existe uma Conta Satélite da Cultura como tal, já que não existem informações suficientes discriminadas e meticulosas. Além disso, menciona-se que a possibilidade de medir a contribuição econômica da cultura com os indicadores atuais não permitiria mostrar o valor do trabalho informal e do voluntariado.

Na **Guatemala**, em uma primeira aproximação a uma CSC, estimou-se que a contribuição da cultura foi de 2,8% em 2012. Esta primeira aproximação considera apenas algumas atividades como “jogos e brinquedos”, “artes cênicas e obras”, “espetáculos públicos” e “publicações”. Este trabalho foi realizado com a assessoria da OEI.

O **Peru** realizou dois exercícios para avançar na implementação de uma Conta Satélite. O primeiro corresponde ao projeto “*Elaboración e implementación de la Cuenta Satélite de Cultura, en los países del área Andina*”, no qual participaram Bolívia, Colômbia, Equador e Peru. Este estudo foi publicado em 2017, com dados de 2007, em quatro setores:

1. Audiovisual.
2. Livros e publicações.
3. Artes cênicas.
4. Música.

O segundo exercício, publicado em 2020, visa fazer uma aproximação a uma Conta Satélite para o ano de 2015, considerando sete setores:

1. Criação literária, musical e teatral.
2. Artes cênicas e espetáculos artísticos.
3. Artes plásticas e visuais.
4. Música.
5. Audiovisual e rádio.
6. Livros e publicações.
7. Patrimônio material.

A metodologia utilizada para realizar os cálculos foi a proposta pelo Convênio Andrés Bello. Também foi utilizado o Manual do Sistema de Contas Nacionais e contou com o apoio do Instituto Nacional de Estatística e Informática.

“A região tem feito avanços constantes na implementação das Contas Satélites da Cultura. No entanto, ainda há desafios a serem enfrentados, tanto dentro das instituições de cada país quanto na região”.

Contas Satélites em processo de construção

Finalmente, oito países declaram que estão em processo de construção de uma CSC. A **Bolívia** trabalha desde 2015 no desenvolvimento das bases técnicas para a medição dos setores culturais. Conforme mostrado na seção anterior, já foram realizados exercícios para avançar nesta implementação.

No **Brasil**, está sendo desenvolvida uma CSC. Até o momento, não foram publicados resultados nacionais, mas alguns exercícios foram realizados no estado do Rio de Janeiro para calcular o valor econômico das atividades culturais. Mais informações sobre os desafios para a implantação de uma CSC no Brasil estão disponíveis no Atlas Econômico da Cultura Brasileira (volume: Metodologia I), publicado em 2017.

Através de uma resolução ministerial publicada em setembro de 2020 pelo Ministério da Cultura do Peru, que criou o “Grupo de Trabalho Multissetorial”, o **Peru** está desenvolvendo uma Conta Satélite da Cultura do Peru. Além



disso, faz parte do Plano Estratégico Nacional de Desenvolvimento Estatístico (PENDES), 2018-2022.

Finalmente, Honduras, Guatemala, Panamá, Paraguai e El Salvador declaram que estão dando os primeiros passos para implementar uma CSC.

No caso do **Panamá**, estão trabalhando num processo composto de quatro fases. Atualmente, o Ministério da Cultura (MiCultura) está implantando a Fase 1 “Diagnóstico e Definição da Metodologia”, e espera-se obter resultados preliminares até o final de 2022.

Desafios para o desenvolvimento de Contas Satélites da Cultura na região Ibero-Americana

A região tem feito avanços constantes na implementação das Contas Satélites da Cultura. No entanto, ainda há desafios a serem enfrentados, tanto dentro das instituições de cada país quanto na região.

- Um destes desafios é a produção periódica de Contas Satélites da Cultura, consolidando-as como parte dos sistemas estatísticos nacionais. Neste sentido, destacam-se os trabalhos realizados pela Argentina, Colômbia, Costa Rica, Equador, México e Espanha, cujos dados são os mais atualizados da região.
- Dispor de informações atualizadas permite gerar ferramentas para produzir melhores diagnósticos e capacidade de

resposta no setor, com maior precisão no que diz respeito aos contextos políticos e econômicos.

- Tendo em vista o cenário mundial atual e as consequências que a pandemia da COVID-19 teve no setor cultural, dispor de dados discriminados e atualizados sobre o setor é especialmente relevante.
- Além disso, aumentar o número de indicadores relativos às CSC - principalmente não monetários - é um desafio pendente em todos os países da região.
- No caso dos países que realizaram exercícios para a implementação das CSC, estas informações devem resultar numa conta oficial dentro do Sistema de Contas Nacionais.
- Por fim, no âmbito regional, devem ser geradas estratégias que visem à comparabilidade das informações produzidas nas CSC, destacando-se o trabalho colaborativo entre os países e as organizações regionais.

C A P Í T U L O III

A OFERTA
CULTURAL NA
IBERO-AMÉRICA



O presente capítulo é dedicado à análise da oferta de bens culturais na região. Seguindo a classificação do Marco de Estatísticas Culturais da Unesco-UIS (MEC), foi organizado utilizando os seguintes domínios culturais:

- Patrimônio, apresentações artísticas e celebrações.
- Artes visuais e artesanato.
- Livros e imprensa.
- Meios audiovisuais e interativos¹⁸

Foram utilizados dois tipos diferentes de fontes de informação. Em primeiro lugar, as fontes internacionais que reúnem estatísticas sobre determinados âmbitos da cultu-

¹⁸ Cabe destacar que o domínio design e serviços criativos não foi considerado nesta oportunidade devido à dificuldade de obter estatísticas de oferta a respeito. Além disso, o Patrimônio Imaterial que no MEC é considerado um domínio transversal, nesta seção foi incluído no domínio Patrimônio.

ra (Unesco, CERLALC, Fundação ILAM, etc.), as quais têm a vantagem de incluir informações para a maior parte dos países da região. Em segundo lugar, foi usada a informação oficial dos países, o que permite acessar estatísticas mais precisas com respeito aos diferentes âmbitos culturais, mas tem a desvantagem de poucos deles contarem com essa informação.

A Ibero-América é uma região sumamente heterogênea em termos de desenvolvimento econômico, social e cultural, o que impacta no tamanho dos seus mercados e na oferta de bens culturais disponíveis. Soma-se a isto uma característica particular de alguns países latino-americanos, como a alta concentração de bens e serviços nos grandes centros urbanos. Este capítulo visa aproximar-se a esse fenômeno a partir da concentração de determinados bens culturais na unidade territorial onde fica a capital do país (leia-se região, estado, província ou comunidade autônoma), com base nas informações disponíveis nos países que têm estatísticas de oferta cultural desagregada territorialmente, como Argentina, Costa Rica, Cuba, México, Espanha e Portugal.

Nos casos da Argentina e Costa Rica, dispõem da ferramenta “Mapa Cultural”, que mostra informação georreferenciada sobre infraestrutura cultural, agentes culturais e dados sociodemográficos a nível de províncias e localidades. Por outro lado, o México tem no seu Sistema de Informação Cultural a seção “dados abertos”, na qual é possível baixar arquivos com informações desagregadas a nível de estado, município e localidade sobre diferentes aspectos da cultura no país. Por último, Cuba, Espanha e Portugal contam com informações desagregadas territorialmente nos seus anuários de estatísticas culturais; no caso de Cuba, a nível de províncias,

"A Ibero-América é uma região sumamente heterogênea em termos de desenvolvimento econômico, social e cultural, o que impacta no tamanho dos seus mercados e na oferta de bens culturais disponíveis. Soma-se a isto uma característica particular de alguns países latino-americanos, como a alta concentração de bens e serviços nos grandes centros urbanos".

na Espanha, a nível de comunidades autônomas e em Portugal, a nível de regiões.

Por outro lado – a partir das informações disponíveis –, tenta-se examinar qual foi o impacto da digitalização em diferentes âmbitos da cultura, como os livros, o cinema, a música e os meios de comunicação. Sobre este assunto, cabe mencionar que, nos últimos quinze anos, o fenômeno mais destacado neste âmbito foi o crescimento do *streaming*, ou seja, uma tecnologia multimídia que permite a reprodução on-line de áudio ou vídeo, sem necessidade de baixar previamente os arquivos. O *streaming* permite ao usuário acessar diversos conteúdos (TV, filmes, música, *podcast*) através de um PC ou celular em qualquer momento.

A pandemia da Covid-19 afetou duramente o setor cultural, em particular, restringiu o acesso à cultura devido ao fechamento de lugares patrimoniais, museus, galerias de arte, cinemas e a suspensão de espetáculos ao vivo como funções de teatro, shows, festivais, etc.

O impacto da Covid-19 no setor cultural foi sentido no mundo inteiro. Este impacto é social, econômico e político. Afeta o direito fundamental de acesso à cultura, aos direitos sociais de artistas e profissionais criativos e à proteção de uma diversidade de expressões culturais (UNESCO, 2020a).

Esse contexto, no entanto, provocou uma aceleração sem precedentes do acesso à cultura on-line, frequentemente sem muita preparação. Para garantir a continuidade do acesso à cultura durante a pandemia, incontáveis museus, galerias e livrarias abriram metaforicamente as suas portas às visitas virtuais e expandiram o acesso aos e-books. As salas de ópera, de shows e os teatros transmitiram apresentações ao vivo e os artistas tranquilizaram os fãs das suas salas de estar através das redes sociais. Muitos estados membros da Unesco também impulsionaram um número de iniciativas digitais, incluindo a criação de plataformas com inúmeros e diversos produtos disponíveis pelas instituições culturais dos seus países (UNESCO, 2020b).

Nesse contexto, o presente capítulo inclui alguns dados – dada a baixa disponibilidade de informações – sobre o impacto da pandemia pelo Covid-19 na oferta de bens e serviços culturais. Também apresenta algumas iniciativas internacionais e nacionais para reduzir os seus efeitos.



1

Patrimônio

Entende-se o conceito de patrimônio como o conjunto de bens de uma nação que pelo seu significado (histórico, artístico, cultural) são objeto de proteção especial. A Ibero-América é uma região de uma riqueza natural e cultural incomensurável. Um território extenso que compreende distintas geografias, climas e paisagens, dando origem a belezas naturais admiradas no mundo todo. Também alberga uma ampla diversidade de culturas e línguas, com as suas próprias histórias, tradições e manifestações culturais que enriquecem o nosso patrimônio cultural. Uma riqueza forjada durante séculos no território ibero-americano, cuja substância está nas nossas comunidades indígenas, no choque com a cultura europeia e africana e nos diversos fluxos migratórios, que através do tempo contribuíram para a constituição das nossas identidades (CEPAL & OEI, 2012).

A seguir, examina-se a situação atual do patrimônio latino-americano, a partir de informações valiosas do Instituto Latino-americano de Museus (ILAM), que considera o patrimônio histórico, construído, natural e cultural, natural e intangível. Além disso, apresentam-se os números do patrimônio na Espanha e em Portugal (de acordo com as suas fontes oficiais). Por outro lado, faz-se uma análise dos dados da Unesco sobre os bens considerados patrimônio mundial.

Com relação ao Patrimônio Histórico, o ILAM registra para a América Latina 744 Coleções/

Museus de Arte, 2.582 Coleções/Museus de História, 1.110 Coleções/Museus de Antropologia e 685 Coleções/Museus de Ciência e Tecnologia. Brasil, México e Argentina exibem

os números mais altos nestas categorias. Em particular, o Brasil registra cerca da metade das Coleções/Museus de História da região.

Quadro III.1 América Latina (18 países): Patrimônio Histórico 2021

País	Patrimônio Histórico			
	Coleções/Museus de Arte ¹⁹	Coleções/Museus de História ²⁰	Coleções/Museus de Antropologia ²¹	Coleções/Museus de Ciência e Tecnologia ²²
Argentina	160	417	145	149
Bolívia	13	16	28	9
Brasil	216	1194	262	255
Chile	22	49	28	12
Colômbia ²³	34	39	92	42
Costa Rica	4	21	3	3
Cuba	8	125	16	3
Equador	16	44	79	13
El Salvador	2	8	4	5
Guatemala	7	13	17	7
México	180	341	244	140
Nicarágua	3	25	15	2
Panamá	1	15	5	1
Paraguai	8	34	7	3
Peru ²⁴	12	71	116	12
Rep. Dominicana	6	12	8	2
Uruguai	22	121	24	22
Venezuela	24	25	11	4
Total	744	2582	1.110	685

¹⁹ Dedicados à exposição de obras de belas artes, artes gráficas, aplicadas e/ou decorativas. Fazem parte deste grupo os de escultura, galerias de pintura, museus de fotografia e de cinematografia, museus de arquitetura, museus de arte religiosa e as galerias de exposição que dependem das bibliotecas e arquivos.

²⁰ Dedicados a apresentar a evolução histórica de uma região ou país durante um período determinado ou através dos séculos. Inclui aqueles de coleções de objetos históricos e relíquias, memoriais, museus de arquivos, museus militares, museus de personagens ou processos históricos, museus "da memória", entre outros.

²¹ Dedicados à conservação e difusão das manifestações culturais que certificam a existência de sociedades passadas e presentes. Incluem os museus de arqueologia e os de etnologia e etnografia que expõem materiais sobre cultura, estruturas sociais, crenças, costumes e artes dos povos indígenas, grupos étnicos e rurais.

²² Dedicados a conservar e difundir o patrimônio histórico, científico e tecnológico de uma ou várias ciências exatas tais como astronomia, matemática, física, química, ciências médicas, assim como os diversos processos produtivos de matérias-primas ou produtos derivados. Também estão incluídos os planetários e os centros científicos.

²³ De acordo com o Ministério da Cultura da Colômbia, o país conta com 45 Coleções/Museus de História, 107 Coleções/Museus de Antropologia e 45 Coleções/Museus de Ciência e Tecnologia.

²⁴ De acordo com o Ministério da Cultura do Peru, o país dispõe de 15 Coleções/Museus de Arte, 114 Coleções/Museus de História, 130 Coleções/Museus de Antropologia e 23 Coleções/Museus de Ciência e Tecnologia.

Fonte: Instituto Latino-americano de Museus (2021). Disponível em: <https://ilamdir.org/>

Em matéria de Patrimônio Construído, o ILAM registra para a região 49 centros históricos e cemitérios, 184 recintos religiosos, 203 casas-museu e 96 edifícios militares, industriais e públicos. Ainda assim, é evidente que estes números estão sub-representados. Por exemplo, no caso do Peru, as estatísticas oficiais contabilizam 21 centros históricos e cemitérios, 810

recintos religiosos, 11 casas-museu e 451 edifícios militares industriais e públicos. Apesar da sub-representação, é notável o esforço desenvolvido pelo ILAM para dar visibilidade a estes lugares de alto interesse histórico e patrimonial, sobre os quais a maioria dos países não conta com informação oficial.

Quadro III.2 América Latina (18 países): Patrimônio Construído 2021

País	Patrimônio Construído			
	Centros Históricos e Cemitérios ²⁵	Recintos Religiosos ²⁶	Casas-Museu ²⁷	Edifícios Militares, Industriais e Públicos ²⁸
Argentina	4	35	46	11
Bolívia	2	22	4	0
Brasil	9	17	35	24
Chile	1	4	2	7
Colômbia ²⁹	3	9	27	3
Costa Rica	0	4	1	0
Cuba	5	0	2	4
Equador	2	18	6	1
El Salvador	0	0	0	0
Guatemala	1	1	2	1
México	11	39	46	16
Nicarágua	0	2	4	1
Panamá	1	1	1	1
Paraguai	0	6	2	1
Peru	5	20	10	4
Rep. Dominicana	1	2	2	2
Uruguai	2	0	7	7
Venezuela	1	2	1	7
Total	49	183	203	96

²⁵ Dedicados a destacar e preservar conjuntos espaciais como Centros Históricos integrados por construções históricas (moradias, edifícios e espaços públicos), bem como Cemitérios patrimoniais, e outros espaços de uso público como as praças e as suas esculturas e monumentos.

²⁶ Dedicadas a destacar e preservar construções históricas religiosas, em uso atualmente ou abertas ao público com coleções permanentes, como igrejas, conventos, mosteiros, catedrais e missões, entre outros.

²⁷ Dedicadas a destacar e preservar construções históricas utilizadas principalmente como moradias de personagens ilustres, artistas, entre outros, e que conservam a sua decoração e coleções permanentes expostas (como objetos pessoais, ou de uso da época).

²⁸ Dedicados a destacar e preservar construções históricas com fins militares (fortes e muralhas), edifícios e estruturas monumentais resultado do trabalho agroindustrial (silos, fábricas), do transporte (estações de trem, pontes), bem como teatros e outras construções para o divertimento público.

²⁹ De acordo com o Ministério da Cultura da Colômbia, o país dispõe de 29 casas-museu.

Com relação ao Patrimônio Natural e Cultural, o ILAM registra 19 paisagens culturais, 245 sítios arqueológicos, 364 museus comunitários e 327 coleções culturais e naturais em museus gerais. Destaca-se o caso do México, que possui mais da metade dos sítios arqueológicos e museus

comunitários da região. Deve-se acrescentar que, de acordo com as estatísticas oficiais do país, o número de sítios arqueológicos seria ainda maior do que o registrado pelo ILAM, chegando a 197.

Quadro III.3 América Latina (18 países): Patrimônio Natural e Cultural 2021

País	Patrimônio Natural-Cultural			
	Paisagens Culturais ³⁰	Sítios Arqueológicos ³¹	Museus Comunitários ³²	Coleções Cult. e Nat./ Museus Gerais ³³
Argentina	3	10	24	154
Bolívia	0	9	1	2
Brasil	3	1	55	37
Chile	1	6	9	12
Colômbia ³⁴	2	7	8	22
Costa Rica	1	2	6	1
Cuba	3	1	1	6
Equador	0	9	5	3
El Salvador	0	5	3	0
Guatemala	0	14	3	1
México	4	141	225	46
Nicarágua	0	4	6	2
Panamá	0	1	2	0
Paraguai	0	0	0	3
Peru ³⁵	2	28	8	26
Rep. Dominicana	0	4	0	0
Uruguai	0	0	3	9
Venezuela	0	1	3	3
Total	19	245	364	327

³⁰ São resultado da interação no tempo das pessoas e do meio natural, cuja expressão é um território percebido e valorizado pelas suas qualidades culturais, produto de um processo e suporte da identidade de uma comunidade.

³¹ Possuem vestígios arqueológicos ou históricos e se encontram dentro de uma zona natural, brindando uma visão integradora com respeito à relação ser humano-natureza. Contam com Centros de Interpretação ou pequenos museus de sítio para informação dos visitantes.

³² Buscam apresentar uma visão integral do patrimônio cultural, tangível e intangível, e do seu meio natural, a partir de uma abordagem gerada dentro da comunidade (ecomuseus, museus comunitários, museus locais, etc.).

³³ Possuem coleções mistas (patrimônio natural e cultural) que não podem ser identificados por uma coleção principal. Geralmente são os museus regionais e locais, que incluem tanto a história natural e quanto a cultural de determinados territórios.

³⁴ Segundo o Ministério da Cultura da Colômbia, o país possui 8 sítios arqueológicos e 23 coleções culturais naturais/museus gerais.

Fonte: Instituto Latino-americano de Museus (2021). Disponível em: <https://ilamdir.org/>

A Espanha classificou o seu patrimônio cultural em duas categorias principais: bens imóveis e bens móveis. Dentro dos primeiros, destacam-se os Monumentos, que ocupam 78,9% do total. Dentro dos segundos, sobressaem as categorias Pinturas e Desenhos (33,6%) e Esculturas (14,0%).

Quadro III.4

Espanha: bens imóveis inscritos como Bens de Interesse Cultural por categoria, ano 2019 2019

Categoria	N.º	%
Monumento	13.563	78,9%
Jardim Histórico	82	0,5%
Conjunto Histórico	929	5,4%
Sítio Histórico	450	2,6%
Zona Arqueológica	2175	12,6%
Total	17199	100%

Fonte: *Anuario de Estadísticas Culturales de España 2020*.

Quadro III.5

Espanha: bens móveis inscritos como Bens de Interesse Cultural por categoria, ano 2019

Categoria	N.º	%
Pintura e Desenhos	7874	33,6%
Gravura	998	4,3%
Escultura	3277	14,0%
Mobiliário	2829	12,1%
Tapeçarias e Têxteis	902	3,9%

Instrumentos Musicais	249	1,1%
Instrumentos e Maquinária	591	2,5%
Arqueologia	93	0,4%
Etnografia	81	0,3%
Patrimônio Documental	705	3,0%
Patrimônio Bibliográfico	1677	7,2%
Outros	4124	17,6%
Total	23400	100%

Fonte: *Anuario de Estadísticas Culturales de España 2020*.

Por outro lado, Portugal, divide o seu patrimônio cultural imóvel em três categorias: Monumentos, Conjuntos e Sítios, representando a primeira categoria 76% do total.

Quadro III.6

Portugal: bens imóveis 2019

Categoria	N.º	%
Monumentos	3472	76,0%
Conjuntos	568	12,4%
Sítios	528	11,6%
Total	4568	100%

Fonte: Estatísticas da Cultura 2019.

Ao abordar o Patrimônio Natural, observa-se que o ILAM registra 98 jardins botânicos, 486 parques naturais, 493 coleções em museus de ciências naturais e 126 zoológicos e aquários. O Brasil destaca na região, pois tem o número mais alto de parques naturais, assim como de coleções em museus de ciências naturais.

Quadro III.7 América Latina (18 países): Patrimônio Natural 2021

País	Patrimônio Natural			
	Jardins Botânicos ³⁶	Parques Naturais ³⁷	Coleções/Museus de Ciências Naturais ³⁸	Zoológicos e Aquários ³⁹
Argentina	7	32	103	17
Bolívia	2	18	10	3
Brasil	25	118	175	29
Chile	4	36	13	4
Colômbia ⁴⁰	10	15	27	7
Costa Rica	2	35	6	9
Cuba	3	14	5	2
Equador	3	23	14	5
El Salvador	1	7	1	1
Guatemala	1	14	3	1
México	23	85	54	29
Nicarágua	1	7	5	3
Panamá	1	18	6	2
Paraguai	1	17	6	1
Peru	1	19	30	1
Rep. Dominicana	1	14	3	2
Uruguai	7	7	15	7
Venezuela	5	4	15	1
Total	98	486	493	126

³⁶ A sua especificidade é a de cultivar e exibir coleções científicas de plantas vivas, herbáceas e/ou arbóreas, com o fim de pesquisar, conservar e divulgar a diversidade vegetal de uma região ou ecossistema.

³⁷ São áreas verdes protegidas, estritamente delimitadas, que constituem ecossistemas representativos de flora, fauna e formações geológicas singulares que têm um valor excepcional do ponto de vista da conservação, ciência ou beleza natural. Os parques estão abertos ao público, que pode visitá-los e desenvolver diversas atividades de recreação, educação ou pesquisa, que sejam ambientalmente compatíveis.

³⁸ Dedicados à coleta, conservação e exposição de temas relacionados com uma ou várias das seguintes disciplinas: biologia, botânica, geologia, zoologia, paleontologia e ecologia, entre outras.

³⁹ A sua especificidade é a de conservar vivas, criar e expor diferentes espécies de animais terrestres ou aquáticos, tradicionalmente exóticos ou selvagens e atualmente a fauna originária do país ou região.

⁴⁰ De acordo com o Ministério da Cultura da Colômbia, o país tem 13 jardins botânicos, 18 parques naturais, 32 coleções/museus de ciências naturais e 10 zoológicos e aquários.

Fonte: Instituto Latino-americano de Museus (2021). Disponível em: <https://ilamdir.org/>

Por último, com respeito ao Patrimônio Imaterial, o ILAM registra um total de 10 carnavais, 17 saberes e modos de fazer, 26 rituais e celebrações e 27 formas de expressão. Números que evidentemente crescerão nos próximos anos, já que a região tem uma ampla variedade

de carnavais, rituais e celebrações. Por exemplo, no caso do Peru, as suas estatísticas oficiais contabilizam 24 carnavais, 23 saberes e modos de fazer, 237 rituais e celebrações e 34 formas de expressão.

Quadro III.8 América Latina (18 países): Patrimônio Imaterial 2021

País	Patrimônio Imaterial			
	Carnavais ⁴¹	Saberes e Modos de fazer ⁴²	Rituais e Celebrações ⁴³	Formas de Expressão ⁴⁴
Argentina	1	1	1	1
Bolívia	1	1	3	1
Brasil	1	0	2	3
Chile	0	0	0	1
Colômbia	2	1	2	4
Costa Rica	0	1	0	0
Cuba	2	0	0	3
Equador	0	1	0	0
El Salvador	0	0	0	0
Guatemala	0	0	4	1
México	0	4	8	3
Nicarágua	0	0	0	1
Panamá	1	1	0	1
Paraguai	0	1	1	0
Peru	0	4	3	3
Rep. Dominicana	0	0	0	4
Uruguai	1	0	0	1
Venezuela	1	2	2	0
Total	10	17	26	27

⁴¹ São celebrações cuja característica comum é a de ser um período de permissividade e certo descontrole, marcando uma ruptura na ordem social, que acontece imediatamente antes do início da quaresma católica, com data variável (entre fevereiro e março conforme o ano). O Carnaval combina alguns elementos como fantasias, desfiles e festas na rua. Por extensão, chama-se assim algumas festas similares em qualquer época do ano.

⁴² São o conjunto de conhecimentos, técnicas e práticas que as comunidades desenvolvem em interação com o seu ambiente natural, e se vinculam aos seus sistemas de crenças referentes: gastronomia, medicina tradicional, técnicas de construções tradicionais e a variedade de técnicas artesanais; acima de tudo são conhecimentos e formas de "saber fazer" transmitidas de geração em geração.

⁴³ São as práticas e manifestações culturais desenvolvidas em um contexto espacial e temporal como celebrações religiosas (por exemplo, Semana Santa) e rituais associados ao ciclo agrícola ou ao ciclo vital de grupos e indivíduos.

⁴⁴ São as representações da dança, música, teatro, jogos e outras expressões vinculadas a espaços rituais ou cotidianos; entre elas destaca a tradição oral de mitos, lendas, contos, músicas, orações, expressões literárias, bem como narrações da memória local.

Fonte: Instituto Latino-americano de Museus (2021). Disponível em: <https://ilamdir.org/>

Os carnavais constituem um sinal de identidade importante para os países. Dentro dos mais importantes estão: Carnaval do Rio de Janeiro (Brasil), Carnaval de Oruro (Bolívia), Carnaval

de Barranquilla (Colômbia), Carnaval de Montevideu (Uruguai), Carnaval de las Tablas (Panamá) e Carnaval de Veracruz (México).

Quadro III.1: o Carnaval na América Latina

Embora alguns historiadores situem a origem das festas de carnaval na Suméria e o antigo Egito, provavelmente as celebrações que mais podem ter influenciado são as celebrações dionisíacas gregas em homenagem a Dionísio e bacanais romanas em homenagem ao deus Baco, assim como a Lupercália e a Saturnália romanas. São comemoradas principalmente em países de tradição católica, precedendo a quaresma, 40 dias antes do Domingo de Ramos que, por sua vez, é o domingo anterior al Domingo de Ressurreição.

Em geral, é celebrado durante três dias, e é denominado *carneestolendas*, e são os três dias anteriores à Quarta-feira de Cinzas, que é o dia em que começa a quaresma no calendário cristão. Porém, há uma variação nas datas de celebração de uns países a outros. O termo carnaval parece que tem origem no latim “carnelevarium” (carne-levare), que significa “tirar a carne” e que se referia à proibição católica de consumir carne durante as sextas-feiras de quaresma, lapso de permissividade que se opunha à repressão da sexualidade e à severa formalidade litúrgica da quaresma. Atualmente, cada vez é celebrado em mais lugares, inclusive foi recuperado em lugares onde a tradição tinha sido perdida, mas na maioria dos casos, perdeu o seu significado religioso.

Espanha

O Carnaval na Espanha é uma antiga festividade celebrada desde a Idade Média e que ganha uma identidade própria a partir do Renascimento, que tem sido registrada na literatura espanhola e em outras artes localizadas nas diferentes localidades do Estado espanhol. O carnaval é uma época de diversão, tradição, imaginação e originalidade. Celebra-se com o único objetivo de reunir forças antes da chegada da Quaresma. O carnaval de Santa Cruz de Tenerife e de Las Palmas, nas Ilhas Canárias, e o de Cádiz são os mais populares e festejados, embora o carnaval seja comemorado em toda o território espanhol.

Brasil

Sem nenhuma dúvida, podemos afirmar que o carnaval do Rio de Janeiro é o mais famoso, multitudinário e popular do mundo. As escolas de samba são agremiações que representam um determinado bairro e trabalham durante o ano inteiro para desfilar no “Sambódromo”, onde aproximadamente 70.000 pessoas se reúnem todos os anos. Cada escola é integrada por cerca 5.000 pessoas e têm 80 minutos para desfilar no Sambódromo, grande conjunto arquitetônico projetado pelo famoso arquiteto brasileiro Oscar Niemeyer. Cada escola é formada por bailarinos, animadores, coreógrafos, compositores e músicos, e pode chegar a ter 5.000 integrantes, aos quais acompanham oito carros alegóricos.

No Brasil também se destaca o carnaval de Salvador, que começa no dia 19 de fevereiro, e desfilam cerca de 234 entidades na chamada Cidade do Carnaval, área de 25 km com infraestruturas de todo tipo para atender às necessidades do desfile. Menos concorrido, mas muito representativo, o carnaval da cidade de Olinda, Pernambuco, distingue-se por ser um dos mais autênticos e espontâneos do país.

Bolivia

O Carnaval de Oruro é uma magnífica demonstração do sincretismo religioso-pagão, da manifestação da cultura viva e expressão folclórica do país, uma cidade de tradição mineira do planalto declarado Patrimônio Oral e Imaterial da Humanidade pela Unesco. Celebra-se a procissão das célebres *Diabladas*, blocos de diabos, em uma típica dança, característica da região, encarnando cada um dos seus membros o ancestral Wari, antigamente demônio temido, hoje o diabo Supay, guardião da terra e dos minerais que a terra contém, ou seja, aquele que garante a riqueza da comunidade. Diabo maior, Diabo menor, Rey Supay, Tio Supay, etc., uma infinidade de categorias e classes de *Diabos e Diabladas*, com uma prolixa coreografia, e um acompanhamento musical e o seu atrevido e contraste de cores.

México

Destaca, entre outros, o Carnaval de Veracruz, que é considerado o mais importante do México. Dura quatro dias nos quais os blocos e os carros alegóricos percorrem os 7 quilômetros do bulevar principal.

Colômbia

O festival mais colorido e famoso é o de Barranquilla. Documentos históricos indicam que no século XVIII já existiam festividades chamadas carnaval e dias de carne não somente na cidade de Cartagena e na vila de Mompox, mas também em cidadezinhas como Magangué e outros lugares ao longo do rio Magdalena na Região Caribe.

O *Carnaval de Negros y Blancos* na cidade de San Juan de Pasto, é um carnaval andino de profundas raízes indígenas. Foi declarado “*Patrimônio de la Nación*” pelo Congresso da República.

Uruguai

Também é reconhecido o Carnaval de Montevideu, que, de acordo com algumas pessoas, é o carnaval mais longo do mundo, pois dura 40 dias. Montevideu foi escolhida como primeira capital ibero-americana do Carnaval durante a Assembleia Geral da União de Cidades Capitais da Ibero-América, realizada na capital uruguaia, em setembro de 2008.

Este carnaval tem duas grandes vertentes, que não são antagônicas, mas que se complementam: as murgas, de origem espanhola, cujas letras têm um alto conteúdo de humor e sátira social e política, a voz do povo, e jogaram um importante papel sociocultural durante a ditadura (1973-84). Por outro lado, o candombe, de origem negra, que recria as origens africanas dos negros escravos e a época colonial, com os seus trajes, cantos e danças típicas, culturas e religiões, e a sua evolução natural até os dias

atuais. As categorias restantes são Humoristas, Parodistas e Revistas.

Panamá

O Carnaval do Panamá, também denominado festas do rei Momo, é comemorado durante quatro dias consecutivos, anteriores à Quarta-feira de Cinzas. De todos eles, destaca-se o *Carnaval de las Tablas*, cuja característica é a rivalidade antiquíssima de duas comparsas; a de *Calle Arriba* e a de *Calle Abajo*. Enfrentam-se durante os quatro dias em uma dura “batalha”, que tem a sua mais singular expressão nas *puyas*, fortes críticas lançadas uma à outra.

Peru

No Peru, cada região, cada povoado tem o seu carnaval em que se mistura o natural com o sobrenatural; o religioso com o pagão; o terrenal com o cósmico. O Carnaval de Puno, de Cusco, de Cajamarca, de Ayacucho, de Juliaca, de Arequipa, de Jauja. É celebrado nos meses de fevereiro e março, e que las comparsas, grupos compostos por jovens solteiros que, ao som de melodias, dançam animadamente sem parar, percorrendo praças e ruas, competindo para vencer a resistência do sexo oposto.

República Dominicana

Para alguns pesquisadores, as primeiras manifestações de carnaval da ilha, e da América, foram realizadas onde hoje são as Ruínas de la Vega Vieja, em fevereiro de 1520, ocasião de uma visita de Don Fray Bartolomé de las Casas. Os habitantes de la Vega Vieja se fantasiavam de mouros e cristãos e realizavam festejos que evoluíram às celebrações atuais.

 Fonte: Casa América. El carnaval en América Latina. Disponível em: <https://casamerica.es/es/actualidad/el-carnaval-en-america-latina>

Patrimônio Mundial Unesco

De acordo com a Unesco (2021), a região da América Latina e o Caribe registra 146 bens considerados Patrimônio Mundial, o que corresponde a 12,65% do total. Dos 146 bens registrados, 100 correspondem a Patrimônio Cultural (68,5%), 38 a Patrimônio Natural (26%) e 8 a Mistos (5,5%). Dentro da região, o México alcança o número mais alto de bens inscritos como Patrimônio Mundial com 35, seguido pelo Brasil com 23. Não obstante, ao ampliar a visão à Ibero-América, constata-se que a Espanha apresenta o número mais alto com 49, o que representa 23,3% do total.

Quadro III.9
Patrimônio Mundial Unesco
segundo regiões do mundo

Regiões	Cultural	Natural	Misto	%
América Latina e Caribe	100	38	8	12,65
Europa e América do Norte	468	66	11	47,23
Ásia e Pacífico	195	70	12	24,00
Estados Árabes	80	5	3	7,63
África	54	39	5	8,49
Total	897	218	39	100

Fonte: *World Heritage List Statistics, UNESCO (2021)*
<http://whc.unesco.org/en/list/stat/#s2>

Quadro III.10

Bens do Patrimônio Mundial inscritos por cada Estado da Ibero-América

País	N.º bens registrados	%
Argentina	11	5,2%
Bolívia	7	3,3%
Brasil	23	11%
Chile	7	3,3%
Colômbia	9	4,3%
Costa Rica	4	1,9%
Cuba	9	4,3%
Equador	5	2,4%
El Salvador	1	0,5%
Espanha	49	23,3%
Guatemala	3	1,4%
Honduras	2	1%
México	35	16,7%
Nicarágua	2	1%
Panamá	5	2,4%
Paraguai	1	0,5%
Peru	13	6,2%
Portugal	17	8,1%
Rep. Dominicana	1	0,5%
Uruguai	3	1,4%
Venezuela	3	1,4%
Total	210	100%

Fonte: *World Heritage List Statistics, UNESCO (2021)*
<http://whc.unesco.org/en/list/stat/#s2>

De acordo com a Unesco, em abril de 2020, 89% dos países ao redor do mundo tinham fechado total ou parcialmente ao público os seus sítios de patrimônio mundial. Nesse contexto, a Unesco promoveu a sua exposição on-line de bens em parceria com Google Arts & Culture (UNESCO, 2020a).

Museus

Dentro do Patrimônio, uma categoria que resulta interessante aprofundar é a de museus nos quais se encontram diferentes fontes de informação. Como mostra o seguinte quadro, a primeira fonte corresponde ao Instituto Latino-americano de Museus (ILAM), cujos dados

desagregados já foram expostos, a segunda a Ibermuseus e a terceira a fontes nacionais.

Além das diferenças de informação entre as distintas fontes, fica evidente que o Brasil tem o número mais alto de museus, seguido pela Espanha, México e Argentina, o que condiz com o tamanho das suas populações.

Quadro III.11 Ibero-américa (20 países): Número de Museus 2021

País	ILAM	IBERMUSEUS	Fontes nacionais
Argentina	1.152	1.017	1.184
Bolívia	79	97	
Brasil	2.194	3.807	3.909
Chile	145	313	320
Colômbia	264	740	
Costa Rica	44	47	52
Cuba	164	342	247
Equador	174	175	
El Salvador	23	51	
Espanha		1640	1481
Guatemala	51		44
México	1.230	1.264	1.405
Nicarágua	58	75	
Panamá	30	27	18
Paraguai	61	7	
Peru	275	323	337
Portugal		156	436
Rep. Dominicana	31		
Uruguai	216	233	
Venezuela	85		

Fonte: Instituto Latino-americano de Museus (2021) (valor entregue correspondente à soma de museus de patrimônio histórico, comunitários, museus gerais e museus de ciências naturais), Ibermuseus (2021) e estatísticas nacionais dos países. Argentina: *Sistema de Información Cultural de la Argentina*, 2017; Brasil: *Museusbr*, Instituto Brasileiro de Museus, IBRAM, 2021; Chile: *Registro de Museos de Chile, Subdirección de Museos*, 2021; Costa Rica: *Mapa cultural de Costa Rica, Sistema de Información Cultural de Costa Rica*, 2021; Cuba: *Anuario Estadístico de Cuba*, 2019; Espanha: *Anuario de Estadísticas Culturales*, 2020 (valor entregue correspondente a 2018); Guatemala: *Ministerio da Cultura e Desportos*, 2021; México: *Sistema de Información Cultural (SIC)*, 2021; Panamá: Ministério da Cultura, 2021 valor entregue correspondente a museus administrados pelo Ministério; Peru: Ministério de Cultura, 2021; Portugal: *Estatísticas da Cultura 2019* (considera os Museus que cumprem os 5 critérios: 1: museus que têm pelo menos uma sala de exposição; 2: museus abertos ao público (permanente ou sazonal); 3: museus que têm pelo menos um conservador ou técnico superior (incluindo pessoal dirigente); 4: museus que têm orçamento (ótica mínima: conhecimento do total da despesa); 5: museus que têm inventário (ótica mínima: inventário sumário).

Quadro III.2 Ibermuseus

O Ibermuseus é o principal programa de cooperação para os museus da Ibero-América, que tem o objetivo de promover o fortalecimento das mais de nove mil instituições existentes na região. Desde 2007, trabalha para fortalecer os museus ibero-americanos através da valorização do patrimônio museológico, da qualificação e mobilidade dos trabalhadores dessas instituições, da produção, circulação e intercâmbio de conhecimentos e da articulação e criação de redes para a promoção de políticas públicas para o setor.

Como programa das Cúpulas Ibero-americanas de Chefes de Estado e de Governo, o Ibermuseus atua como instância intergovernamental dedicada ao fomento e a articulação de políticas públicas para a área dos museus no espaço Cultural Ibero-americano, coordenado pela Secretaria-Geral Ibero-americana (SEGIB). Além disso, promove a realização de diferentes projetos que contribuem à integração, modernização e desenvolvimento dessas instituições.

Implementar um programa dessa proporção envolve muitos desafios: atender um diverso e complexo mosaico de instituições museológicas, gerar conteúdos bilíngues (espanhol-português) e lidar com diferentes contextos políticos, econômicos e sociais.

O Ibermuseus é dirigido por um Conselho Intergovernamental que define as suas ações, estratégias e prioridades. Esse conselho é integrado por representantes de treze países-membros: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador, El Salvador, Espanha, México, Peru, Portugal e Uruguai. As ações e projetos são executados através da sua Unidade Técnica, que atualmente tem sede no Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM). O Programa também

conta com o apoio administrativo da Organização dos Estados Ibero-americanos (OEI) e o apoio financeiro da Agência Espanhola de Cooperação Internacional para o Desenvolvimento (AECID).

Entre 2017 e 2018, o Ibermuseus enfrentou um importante período de reflexão em torno ao seu escopo e sustentabilidade. Considerado como uma referência entre os programas de cooperação ibero-americanos, para conseguir a transcendência dos seus projetos, garantir a sua sustentabilidade e melhorar a dinâmica de funcionamento, o Ibermuseus elaborou um Plano Estratégico quadrienal 2020-2023 com o objetivo de gerar mecanismos para a sua coesão interna, identificando o seu valor agregado e sinais de identidade, respondendo aos critérios marcados pelo Manual Operativo da Cooperação Ibero-americana, com um alinhamento a elementos do contexto e de agenda internacional, como a Agenda 2030, assim como ao Plano de Ação quadrienal da Cooperação Ibero-americana (PACCI) e ao espaço Cultural Ibero-americano.

Aprovado pelo Conselho Intergovernamental em 2019, o Plano Estratégico 2020-2023 reforça o caráter dos museus como agentes de transformação social, aposta pelo aperfeiçoamento da gestão para a inovação do setor e reafirma a contribuição de Ibermuseus na proteção do patrimônio museológico ibero-americano. Também pretende que o programa continue se fortalecendo como plataforma de cooperação e intercâmbio entre governos, instituições e profissionais.

Fonte: Ibermuseus (2018). Nosso papel no setor. Disponível em: <http://www.ibermuseos.org/sobre/nuestro-papel-en-el-sector/>

Ao considerar a concentração dos museus nas suas capitais, observa-se que as mais altas concentrações acontecem na Costa Rica (63,5%) e Guatemala (54,5%). No entanto, os menores níveis de concentração estão na Espanha (8,7%) e em Cuba (8,9%).

Pensando na reabertura, algumas instituições estão realizando planos de contingência para reduzir significativamente o número de visitantes durante os próximos dezoito meses. De acordo com estudos recentes da Unesco e do ICOM, é possível que mais de 10% dos museus

Quadro III.12 Ibero-América (6 países): Concentração de museus em capitais

País	Ano	Total de Museus	Museus na capital	Concentração
Brasil	2021	3.909	679	17,4%
Chile	2021	320	79	24,7%
Costa Rica	2021	52	33	63,5%
Cuba	2019	247	22	8,9%
Espanha	2018	1.481	129	8,7%
Guatemala	2021	44	24	54,5%
México	2021	1.405	230	16,4%

Fonte: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), sobre a base de estatísticas oficiais dos respectivos países. Brasil: Museusbr, Instituto Brasileiro de Museus, IBRAM, 2021; Chile: *Registro de Museos de Chile, Subdirección de Museos*, 2021; Costa Rica: *Mapa cultural de Costa Rica, Sistema de Información Cultural de Costa Rica*, 2021; Cuba: *Anuario Estadístico de Cuba*, 2019; Espanha: *Anuario de Estadísticas Culturales*, 2020; Guatemala: Ministerio da Cultura e Desportos, 2021; México: *Sistema de Información Cultural (SIC)*, 2021.

Segundo os números do Conselho Internacional de Museus (ICOM), devido à pandemia da covid-19, cerca de 95% dos museus de todo o mundo estão fechados. Isto apresenta grandes desafios para os mais de 60.000 museus que tiveram que fechar as suas portas físicas ao público. Alguns deles puderam adaptar-se através de soluções on-line como visitas virtuais ou participação do público através de redes sociais⁴⁵. Contudo, isto não é possível para todos os museus pela limitada infraestrutura digital e pelo aumento da demanda de acesso virtual.

nunca sejam reabertos, sendo uma das razões a redução das receitas pela venda de ingressos. Isto afeta tanto a continuidade de milhares de empregos, como a conservação e restauração em lugares patrimoniais e museus de todo o mundo. Preservar estes lugares culturais é crucial para enfrentar as repercussões da crise e iniciar desafios a longo prazo. Em resposta a isso, vários governos já anunciaram medidas para abordar as consequências sociais e econômicas da pandemia. Entre algumas delas encontramos a oferta de pacotes especialmente dirigidos ao setor cultural⁴⁶.

⁴⁵ De acordo com o ICOM, o uso das páginas web dos museus subiu 200%.

⁴⁶ UNESCO (2020). *La respuesta de los museos en Chile al impacto cultural de la COVID 19*. Disponível em: <https://es.unesco.org/news/museos-chile-covid-19>

2

Apresentações artísticas e celebrações

Esta seção tenta aproximar-se à oferta de algumas das principais expressões artísticas: o teatro, a dança, as exposições de artes visuais e as apresentações musicais, apesar da escassez de estatísticas sobre o assunto, já que poucos países dispõem de estatísticas oficiais.

Teatro

O quadro III.13 mostra o número de teatros em sete países da região. Pode-se observar que a oferta de teatro é heterogênea. Países como Espanha e Argentina têm uma importante infraestrutura de teatros com relação ao número de habitantes. Por outro lado, o Peru apresenta uma infraestrutura reduzida para apresentações teatrais com relação ao número de habitantes.

Ao considerar a concentração dos teatros nos estados que são as capitais de cada país (Ver quadro III.14), observa-se que apenas a Costa Rica apresenta uma alta concentração, já que

Quadro III.13 Ibero-América (7 países): Teatros

País	Ano	Salas de teatro	Número de habitantes por sala de teatro
Argentina	2020	1335	33855
Costa Rica	2021	49	103962
Cuba	2019	70	161809
Espanha	2019	1709	27358
México	2021	717	179823
Peru	2019	88	374680
Portugal	2019	127	80289

Fonte: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), sobre a base de estatísticas oficiais dos respectivos países. Argentina: *Sistema de Información Cultural de la Argentina* (SINCA). (Em 2017 registravam 1.601, a diferença deve-se à recategorização de registros sob a nova categoria "Centro Cultural"); Costa Rica: *Mapa Cultural de Costa Rica, Sistema de Información Cultural de Costa Rica*, 2021; Cuba: *Anuario de Estadísticas de Cuba*, 2019; México: *Sistema de Información Cultural*, 2021; Espanha: *Anuario de Estadísticas Culturales*, 2020; Peru: *Registro Nacional de Municipalidades* (RENAMU), 2020; Portugal: *Estatísticas da Cultura*, 2019. Para o número de habitantes: Divisão de População, Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais, Nações Unidas, 1 julho, 2020.

Nota 1: na Espanha o indicador corresponde a "*Espacios escénicos estables teatrales*". Nota 2: no Peru, o indicador corresponde aos teatros e teatrinhos públicos, administrados pelos municípios, e ao *Gran Teatro Nacional*, administrado pelo Ministério da Cultura do Peru. Nota 3: em Portugal, o indicador corresponde à soma de "teatro" e "cineteatro". Nota 4: na Argentina, a diferença entre a quantidade de teatros de 2017(1600) e 2020 (1335) deve-se à recategorização de registros sob a nova categoria Centro Cultural.

87,8% dos seus teatros estão localizados em San José. Abaixo está Cuba, com uma concentração de 37,1%, seguida por Portugal com uma concentração de 31,5%. O resto dos países apresentam uma concentração inferior a 30% nas suas capitais. Na Espanha, de fato, somente 16,9% da sua oferta de teatros se situa na Comunidade de Madri.

No entanto, ao contabilizar o número de espetáculos teatrais, constata-se que países com um alto número de teatros, como Espanha e Argentina, podem apresentar grandes diferenças quanto ao número de peças. Por outro lado, países com um baixo número de teatros, como Cuba, podem ter uma intensa atividade teatral. Estes aspectos mostram

Quadro III.14 Ibero-América (6 países): Concentração de Teatros

País	Ano	Salas de teatro total	Teatros na capital	Concentração
Argentina	2020	1335	374	28,0%
Costa Rica	2021	49	43	87,8%
Cuba	2019	70	26	37,1%
Espanha	2019	1709	288	16,9%
México	2021	717	164	22,9%
Portugal	2019	127	40	31,5%

Fonte: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), sobre a base de estatísticas oficiais dos respectivos países. Argentina: *Sistema de Información Cultural de la Argentina* (SINCA) 2017; Costa Rica: *Mapa Cultural de Costa Rica, Sistema de Información Cultural de Costa Rica*, 2021; Cuba: *Anuario de Estadísticas de Cuba*, 2019; México: *Sistema de Información Cultural*, 2021; Espanha: *Anuario de Estadísticas Culturales*, 2020; Portugal: *Estatísticas da Cultura*, 2019.

Quadro III.15 Ibero-América (5 países): Peças de Teatro

País	Ano	Peças de teatro	Número de habitantes por função de teatro
Argentina	2018	12643	3575
Chile	2019	7992	2392
Cuba	2019	32924	344
Espanha	2019	47372	987
Portugal	2019	13516	754

Fonte: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), sobre a base de estatísticas oficiais dos respectivos países. Argentina: *Sistema de Información Cultural de la Argentina* (SINCA) 2017; Chile: *Ministerio da Cultura, Artes e Patrimônio*, 2019; Cuba: *Anuario de Estadísticas de Cuba*, 2019; Espanha: *Anuario de Estadísticas Culturales*, 2020; Portugal: *Estatísticas da Cultura*, 2019. Para o número de habitantes: Divisão de População, Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais, Nações Unidas, 1 julho, 2020.

Nota 1: Argentina: considera as peças de teatro do circuito comercial, com base na informação proporcionada pela *Asociación Argentina de Empresarios Teatrales* (AADET). Nota 2: Chile: os dados são referentes exclusivamente ao movimento registrado pelos teatros, centros culturais e similares que responderam à Pesquisa de Espetáculos Públicos do INE, declarando ter apresentado espetáculos de artes cênicas pelo menos uma vez no ano.

que o indicador teatros não é suficiente no momento de analisar a oferta de espetáculos teatrais na região.

Uma das atividades que permitiu aproximar o teatro das pessoas foram os festivais de teatro. São centenas de festivais de artes cênicas realizados na Ibero-América, em cidades grandes e pequenas, de caráter local e internacional, os quais foram se consolidando com o passar dos anos, transformando-se em polos de atração turística.

Desde os anos 80, com o retorno da democracia em vários países da América Latina, começaram a ser gerenciadas diversas ações de política cultural, com tendência a favorecer o desenvolvimento das artes cênicas e com elas o desenvolvimento de festas, festivais, encontros e eventos destinados ao setor. Surgiu uma grande quantidade de festivais que foram se consolidando no contexto cultural da região ibero-americana. Vários deles foram constituídos através de políticas públicas ou de gestão mista destacadas nos seus países, e alcançaram uma dimensão importante, comparável em alguns casos aos festivais mais prestigiosos da Europa. Casos como *Santiago a Mil* (Santiago do Chile), o Festival Ibero-americano de Teatro de Bogotá (Bogotá, Colômbia), FIBA (Buenos Aires, Argentina), entre outros, exibem programações que incluem diferentes visões sobre a região ibero-americana, embora com uma forte presença europeia. Os seus orçamentos são expressos em milhões de dólares, e conseguiram afirmar-se na oferta cultural das cidades e capitais mais importantes da América do Sul (EFIBERO, 2018).

Outros dos festivais internacionais de grande importância na Ibero-América são: o Festival

Internacional de Teatro de Manizales (Colômbia); Festival Internacional de Teatro do Caribe (Colômbia); Festival Internacional de Teatro de Londrina FILO (Brasil); Festival Internacional de Artes Cênicas de Guayaquil (Equador); Festival da Cidade de México (México); Festival Cervantino (México); a *Festa Internacional de Teatro en Calles Abiertas* (FITECA) (Peru); Festival Ibero-americano de Teatro de Cádiz (Espanha); Festival Internacional de Teatro Clássico de Mérida (Espanha); Maio teatral (Cuba); e Festival Latino-americano de Teatro (locação itinerante), entre outros. Este último encontra-se sob a tutela do *Corredor Latinoamericano de Teatro* (CLT)⁴⁷, uma plataforma onde participam países como Argentina, Chile, Colômbia, El Salvador, Espanha, México e Brasil.

Com a chegada da pandemia da Covid-19, não só os festivais de teatro, mas também as apresentações teatrais tiveram que ser suspensas, causando enormes prejuízos para o setor. Na Argentina, no dia 12 de junho de 2020 foram suspensas 342 estreias e 59 turnês adiadas, de acordo com o censo da Associação de Profissionais da Direção Cênica. No entanto, no Chile, a Rede de Teatros de Santiago calculou que a suspensão de mais de 400 peças supôs prejuízos por volta de 38 mil dólares até o dia 21 de abril de 2020. Um dos primeiros estabelecimentos em fechar foi o icônico Teatro Municipal de Santiago, onde foram tomadas diversas medidas para paliar o impacto da pandemia, como a redução de pessoal a honorários e a redução de 20% do salário da maioria do pessoal contratado (BID, 2020).

⁴⁷ Além do CLT, existem outras redes de colaboração de teatro na região como REDELAE (*Red Eurolatinoamericana de Artes Cênicas*), COFAE (Coordenadora de Feiras de Artes Cênicas do Estado Espanhol) e a Rede Espanhola de Teatros, Auditórios, Circuitos e Festivais de titularidade pública.

Diante desse cenário, muitos teatros da região começaram a potencializar a visualização (gratuita ou paga) de apresentações (espetáculos teatrais, de dança, concertos, etc.) pela internet. No caso do Teatro Municipal de Santiago do Chile, por exemplo, foi criada a plataforma Municipal Delivery, onde se transmite conteúdo três a quatro vezes por semana. No entanto, a equipe responsável pelo *Teatro Colón*, na Argentina, criou o website do teatro #culturaencasa, onde são realizadas transmissões ao vivo todas as noites de domingo. No dia 4 de junho de 2020, o Teatro Municipal de Santiago, através da sua plataforma, tinha realizado 27 eventos virtuais com 261.860 participantes, entre espetáculos, palestras e oficinas. Por outro lado, o *Teatro Colón* calcula que todos os seus conteúdos emitidos no dia 21 de junho de 2020, incluindo transmissões de eventos, músicos de casa e arquivo histórico de áudio, reúnem mais de 1,5 milhão de visualizações (BID, 2020).

Dança

Com relação aos espetáculos de dança, é importante lembrar que pouquíssimos países da região apresentam dados oficiais. De acordo com a informações disponíveis para 2019, em Cuba foram realizadas 18.501 apresentações de dança, na Espanha 2.160 e em Portugal 1.779.

Assim como no teatro, na dança também se constata a existência de festivais. Nestes eventos, a curto prazo é possível encontrar uma ampla variedade de atividades relacionadas com a dança, como apresentações de artistas ou companhias consagradas internacionalmente, oficinas abertas ao público e concursos de dança.



A Espanha, por exemplo, registrou em 2019 um total de 390 festivais de dança, sendo a maioria deles nas comunidades de Andaluzia (23,1%), Madri (16,7%) e Catalunha (15,1%).

Entre os festivais de dança mais importantes da região estão: Festival Internacional de Balé de La Habana (Cuba); Festival Internacional de Balé de Cali (Colômbia); Festival de Tango de Buenos Aires (Argentina); *Danza en la Ciudad* (Colômbia); e Festival Internacional de Dança Contemporânea da Cidade do México (FIDCD-MX) (México). Por último, cabe ressaltar que uma parte importante dos países da região têm festivais folclóricos (Argentina, Brasil, Costa Rica, Chile, El Salvador, Espanha, Panamá, Portugal e Peru).⁴⁶

Apresentações de música

Com relação aos espaços destinados a shows e/ou música ao vivo, há informações somente da Argentina e da Espanha. A Argentina conta com um total de 158 espaços e a Espanha 541.

⁴⁶ Para mais informações, revise a lista de Festivais do Conselho Internacional de Festivais Folclóricos e Artes Tradicionais (CIOFF), disponível em: <http://www.cioff.org/events-festivals.cfm?lng=es>

Caso seja considerada a variável população, a Argentina apresenta um indicador de 286 mil pessoas por espaço destinado a shows e/ou música ao vivo, enquanto na Espanha este indicador é de 86 mil pessoas por espaço.

Ao considerar o número apresentações de música ao vivo, há informações disponíveis para o Chile, Cuba, Espanha e Portugal. Em 2019, no Chile este valor era de 4511, em Cuba era de 182.049, na Espanha de 107.358 (considerando concertos de música clássica e música popular) e em Portugal de 13.345. Ao considerar a variável população, Cuba atinge o menor número de habitantes por apresentação musicais (62), seguida pela Espanha (436), Portugal (764) e Chile (4.238).

3

Artes Visuais e Artesanato

Galerias de Arte

As galerias de arte são espaços destinados à exibição e venda de obras artísticas (principalmente pinturas e esculturas). Há galerias que possuem uma coleção permanente, enquanto há outras que renovam as suas exposições periodicamente.

De acordo com o quadro III.16, Portugal e México são os países que apresentam o número mais alto de galerias de arte. No entanto,

ao considerar a população, Portugal tem dez vezes menos habitantes por galeria de arte que o México. Deve-se acrescentar que em Portugal o número de exposições em galerias de arte durante 2019 chegou a 6.959, o que mostra uma intensa atividade neste setor.

Quadro III.16

Ibero-América (5 países): Galerias de Arte

País	Ano	Galerias de Arte	Número de habitantes por Galeria de Arte
Argentina	2018	260	173830
Costa Rica	2021	38	134056
Cuba	2019	123	92086
México	2021	962	134026
Portugal	2019	989	10310

Fonte: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), sobre a base de estatísticas oficiais dos respectivos países. Argentina: *Sistema de Información Cultural de la Argentina* (SINCA), 2018; Costa Rica: *Mapa Cultural de Costa Rica, Sistema de Información Cultural de Costa Rica*, 2021; Cuba: *Anuario de Estadísticas de Cuba*, 2019; México: *Sistema de Información Cultural*, 2021 Portugal: *Estatísticas da Cultura*, 2019. Para o número de habitantes: Divisão de População, Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais, Nações Unidas, 1 julho, 2020.

Nota 1: em Portugal o indicador considera “galerias de arte comercial e outros espaços de exposição”.

Por outro lado, ao analisar a concentração das galerias de arte nas capitais de cada país, verifica-se que a concentração mais alta se apresenta novamente na Costa Rica, onde 86,8% das galerias de arte ficam na capital San José. Em seguida, está a Argentina, onde 47,7% das galerias ficam na Cidade Autônoma de Buenos Aires. No entanto, em Cuba, México e Portugal menos de 30% das suas galerias estão nas capitais.

Quadro III.17 Ibero-América (5 países): Concentração de Galerias de Arte em capitais

País	Año	Galerías total	Galerías capitales	Concentración
Argentina	2018	260	124	47,7%
Costa Rica	2021	38	33	86,8%
Cuba	2019	123	34	27,6%
México	2021	962	281	29,2%
Portugal	2019	989	248	25,1%

Fonte: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), sobre a base de estatísticas oficiais dos respectivos países. Argentina: *Sistema de Información Cultural de la Argentina* (SINCA), 2018; Costa Rica: *Mapa Cultural de Costa Rica, Sistema de Información Cultural de Costa Rica*, 2021; Cuba: *Anuario de Estadísticas de Cuba*, 2019; México: *Sistema de Información Cultural*, 2021 Portugal: *Estatísticas da Cultura*, 2019.

Nota 1: em Portugal, o indicador considera “galerias de arte comercial e outros espaços de exposição”.

Por último, cabe indicar que a expansão da Internet permitiu a criação de galerias de arte virtuais, o que contribuiu para ampliar o acesso do público a determinadas obras artísticas, processo que se intensificou com a pandemia da Covid-19. Destaca-se a iniciativa do governo argentino para apoiar o mundo artístico, que encomendou a produção de obras de arte digital a 500 artistas (Unesco, 2020c).

Por sua vez, o governo mexicano apoiou um concurso lançado pelo Instituto de Veracruz chamado “*Quédate en casa, nos veremos pronto*”, para que estudantes e profissionais de design gráfico, ilustração e artes visuais produzissem obras que destacassem a importância da solidariedade comunitária (Unesco, 2020b).



4

Livros e Imprensa

Livros

O setor da edição de livros desenvolveu-se de maneira heterogênea na Ibero-América. Há países nos quais existe uma indústria editorial consolidada há várias décadas, enquanto em outros a edição de livros continua sendo incipiente. A seguinte seção examina a situação da região com relação aos títulos publicados com ISBN, de acordo com o último relatório do Centro Regional para o Fomento do Livro (CERLALC): *El espacio Iberoamericano del libro 2018*. Embora alguns países tenham estatísticas mais atualizadas a respeito, decidiu-se utilizar a informação do CERLALC, pois oferece uma visão completa da região.

De acordo com o quadro III.18, no período 2013-2017, a América Latina experimentou um crescimento de 2,6% nos títulos publicados com ISBN. Os maiores crescimentos ocorreram em Honduras (54,8%), Equador (35,1%), Chile (34,8%) e Bolívia (29,3%). Por outro lado, alguns países da região viram baixar de maneira significativa o seu número de títulos com ISBN, como Panamá (-69,2%) e Venezuela (-23,7%).

O caso do Panamá é explicado por um aumento incomum no registro de material cartográfico pelo Instituto Nacional Geográfico Tommy Guardia em 2013 e 2014, quando foram registradas 2.655 e 2.710 obras, respectivamente, em comparação com as 611 em 2017. Isto representaria, portanto, uma normalização dos

números. No entanto, este não seria o caso da Venezuela, onde a redução entre 2013 e 2017 seria indicativa de uma recessão na atividade editorial (CERLALC, 2018).

Em qualquer caso, se a análise para a América Latina for realizada considerando o período 2014-2017, será obtida uma taxa de crescimento negativo (-2,9%). De acordo com o CERLALC (2018) – depois de vários anos de crescimento sustentado dos títulos com ISBN no conjunto da Ibero-América –, o ano de 2014 marca um ponto de inflexão, pois desde então as obras registradas pararam de crescer, o que constitui, sem dúvida, um foco de preocupação importante.

Ao focar em 2017, observa-se que na América Latina os países com maior número de títulos registrados são Brasil, Argentina, México e Colômbia, o que mostra que são os países da região com maior consolidação da indústria editorial. Não obstante, ao considerar a Ibero-América, a Espanha supera todos os países da região.

A Espanha e o Brasil, nessa ordem, são os países que de longe registram maior proporção de títulos na Ibero-América. Juntos representam quase 60%. Entretanto, não se pode ocultar que, com um quarto da população do Brasil, a Espanha produza o mesmo volume de títulos anualmente. Este fator é suficiente para marcar a distância entre o grau de consolidação do setor editorial espanhol e o resto dos países da Ibero-América, ao mesmo tempo em que revela a sua vocação exportadora (CERLALC, 2018).

Quadro III.18

Títulos com ISBN (incluindo novidades e reedições) registrados nos países da Ibero-América (2013-2017)

País	2013		2014		2015		2016		2017		Variação Títulos % 2013-2017
	Títulos	Part.	Títulos	Part.	Títulos	Part.	Títulos	Part.	Títulos	Part.	
Argentina	27754	9,7%	27643	9,0%	28803	9,8%	27702	9,4%	28450	9,3%	2,5%
Bolívia	1140	0,4%	1275	0,4%	1304	0,4%	1403	0,5%	1474	0,5%	29,3%
Brasil	83853	29,3%	92209	30,2%	88685	30,1%	82426	27,9%	87672	28,8%	4,6%
Chile	5946	2,1%	5700	1,9%	6267	2,1%	7232	2,5%	8015	2,6%	34,8%
Colômbia	16046	5,6%	15900	5,2%	17621	6,0%	17836	6,0%	18485	6,1%	15,2%
Costa Rica	1826	0,6%	1596	0,5%	1449	0,5%	1951	0,7%	1876	0,6%	2,7%
Cuba	1204	0,4%	4456	1,5%	1719	0,6%	20002	0,7%	1312	0,4%	9,0%
Equador	3401	1,2%	3854	1,3%	3992	1,4%	4727	1,6%	4596	1,5%	35,1%
El Salvador	651	0,2%	734	0,2%	677	0,2%	667	0,2%	727	0,2%	11,7%
Guatemala	1172	0,4%	1197	0,4%	1248	0,4%	959	0,3%	1045	0,3%	-10,8%
Honduras	347	0,1%	505	0,2%	99	0,0%	468	0,2%	537	0,2%	54,8%
México	29464	10,3%	29525	9,7%	29895	10,1%	27943	9,5%	26418	8,7%	-10,3%
Nicarágua	337	0,1%	89	0,0%	237	0,1%	153	0,1%	s.d.	s.d.	s.d.
Panamá	2867	1,0%	2974	1,0%	972	0,3%	1229	0,4%	882	0,3%	-69,2%
Paraguai	842	0,3%	698	0,2%	863	0,3%	867	0,3%	869	0,3%	3,2%
Peru	6756	2,4%	6152	2,0%	6093	2,1%	6463	2,2%	6742	2,2%	-0,2%
Rep. Dominicana	1372	0,5%	1652	0,5%	1646	0,6%	1487	0,5%	1568	0,5%	14,3%
Uruguai	2049	0,7%	2054	0,7%	2080	0,7%	2097	0,7%	2230	0,7%	8,8%
Venezuela	3579	1,3%	3199	1,1%	3334	1,1%	3118	1,1%	2729	0,9%	-23,7%
América Latina	190606	66,5%	201412	65,9%	196984	66,8%	190730	64,6%	195627	64,2%	2,6%
Espanha	76803	26,8%	79224	25,9%	79397	26,9%	86000	29,1%	89962	29,5%	17,1%
Portugal	19060	6,7%	25000	8,2%	18715	6,3%	18367	6,2%	19155	6,3%	0,5%
Ibero-América	286469	100,0%	305636	100,0%	295096	100,0%	295097	100,0%	304744	100,0%	6,4%

Fonte: CERLALC, *El espacio iberoamericano del libro 2018* (elaborado sobre os dados das agências nacionais do ISBN).
s.d.: sem dados.

Devido às enormes diferenças entre os diferentes países no volume de títulos registrados, o que pode ser explicado para começar pelo tamanho da população, é muito útil o indicador do número de títulos por cada 10.000 habitantes. Este indicador, que revela nova-

mente a assimetria entre Espanha e Portugal e o resto dos países da Ibero-América abre outro panorama que fica às vezes oculto atrás do enorme volume de inscrição de títulos em determinados países (CERLALC, 2018).

Quadro III.19

Títulos registrados por cada 10.000 habitantes nos países da Ibero-América (2017)

País	Títulos
Espanha	19,3
Portugal	18,6
Uruguai	6,5
Argentina	6,4
Chile	4,4
Brasil	4,2
Costa Rica	3,8
Colômbia	3,8
Equador	2,8
Panamá	2,2
Peru	2,1
México	2,0
Rep. Dominicana	1,5
Bolívia	1,3
Paraguai	1,3
Cuba	1,1
El Salvador	1,1
Venezuela	0,9
Guatemala	0,6
Honduras	0,6

Fonte: CERLALC, *El espacio iberoamericano del libro 2018* (elaborado sobre os dados das agências nacionais do ISBN).

Por outro lado, ao analisar a distribuição de títulos com ISBN na América Latina por tipo de agente editor (veja o quadro III.20), nota-se que a maior parte do mercado é dominada pelas editoras comerciais (alcançando uma participação de 55% em 2017). Entretanto, há agentes que no período 2013-2017 tiveram um crescimento notável, como é o caso dos autores-editores que tiveram um aumento de 27,8% e as editoras universitárias que cresceram 22,5%. Este fato se vê refletido igualmente no aumento da participação destes agentes no total de títulos publicados, chegando em 2017 a 12% no caso de autores-editores⁴⁹ e a 11,7% no caso das editoras universitárias.

Cabe ressaltar que, tanto na Espanha como em Portugal, a participação de autores-editores foi bastante menor. No primeiro caso, 4,4% e no segundo, 5,7%. Estas diferenças na participação dos autores-editores no conjunto de títulos com ISBN poderiam ser, pelo menos, por duas razões. Por um lado, a fragilidade da indústria editorial em determinados países latino-americanos, o que leva os autores a se ocuparem da edição e comercialização das suas próprias obras, e, por outro, a maior penetração de certos serviços e plataformas de autopublicação (como *Kindle Direct Publishing* da Amazon) na Espanha e Portugal, que não exigem a utilização de ISBN (CERLALC, 2018).

⁴⁹ Para mais informações, consulte: *Radiografía de la autopublicación en América Latina*, publicado pelo CERLALC em 2018.

Quadro III.20

América Latina. Títulos com ISBN segundo o tipo de agente editor (2013-2017)

Tipo de agente	2013		2014		2015		2016		2017		Variação Títulos %2013-2017
	Títulos	Part.	Títulos	Part.	Títulos	Part.	Títulos	Part.	Títulos	Part.	
Autor-editor	18363	9,6%	19316	9,6%	22989	11,7%	22334	11,7%	23474	12%	27,8%
Editora comercial	111203	58,3%	116606	57,9%	110242	55,96	104709	54,9%	107760	55,1%	-3,1%
Editora universitária	18611	9,8%	19829	9,8%	20690	10,5%	21431	11,2%	22792	11,7%	22,5%
Entidade privada - não editora	25340	13,3%	27095	13,5%	25906	13,2%	25749	13,5%	25479	13,0%	0,5%
Entidade pública	12119	6,4%	13255	6,6%	11769	6,0%	10233	5,4%	9594	4,9%	-20,8%
Outros	4970	2,6%	5311	2,6%	5388	2,7%	6274	3,3%	6528	3,3%	31,3%
Total	190606	100%	201412	100%	196984	100%	190730	100%	195627	100%	2,6%

Para mais informações, consulte: *Radiografía de la autopublicación en América Latina*, publicado pelo CERLALC em 2018.

Posteriormente, ao considerar o tipo de formato dos títulos com ISBN na América Latina no período 2013-2017, constata-se que o formato digital incrementou a sua participação

de 21% a 25%. Trata-se da participação mais alta desde o início da década, quando os títulos nesse formato apenas representavam 9,27%.

Quadro III.21

América Latina. Títulos com ISBN segundo formato (2013-2017)

Formato	2013		2014		2015		2016		2017	
	Títulos	Part.	Títulos	Part.	Títulos	Part.	Títulos	Part.	Títulos	Part.
Impresso	150700	79%	156134	78%	153659	78%	146120	77%	146598	75%
Digital	39906	21%	45278	22%	43325	22%	44610	23%	49029	25%
Total	190606	100%	201412	100%	196984	100%	190730	100%	195627	100%

Fonte: CERLALC, *El espacio iberoamericano del libro 2018* (elaborado sobre os dados das agências nacionais do ISBN).

Quanto à linha da edição digital na Ibero-América, observa-se que a Espanha registrou em 2017 uma maior proporção de títulos em suporte digital que Portugal e que o conjunto de América Latina. Dos 89.962 títulos com ISBN registrados na Espanha em 2017, 28.433 foram obras digitais, ou seja, 31,6%. Em Portugal, esta participação subiu para 25,0% (4.786 dos 19.155 títulos com ISBN registrados em 2017), enquanto na América Latina foi 25,1% (CERLALC, 2018).

É importante lembrar que aqui está incluída a oferta publicada pelos diferentes agentes editores, não só pelas editoras comerciais, portanto, trata-se de títulos que não necessariamente estão à venda e que circulam em muitas ocasiões por canais dos próprios agentes –sites das entidades, por exemplo–. De fato, na América Latina, observa-se que são as editoras comerciais que registram proporcionalmente menos títulos digitais. Por outro lado, as editoras universitárias situam-se como o agente editor onde a participação dos títulos em formato digital é maior com 43,84% (CERLALC, 2018).

Em qualquer caso, muito embora se constate uma progressiva e sustentada penetração da edição digital, convém ser prudente ao falar da América Latina como um todo, sem reparar nas particularidades e diferenças existentes entre os diferentes países. Desta forma, ao desagregar por país a participação das obras em formato digital, Venezuela (43,5%), Cuba, Brasil (30,4%), Costa Rica e Equador aparecem, nessa ordem, como os países onde proporcionalmente foram registrados mais títulos digitais. Todos, de fato, superam a participação das obras em formato digital

do conjunto da região. Esta proporção é, pelo contrário, baixa e quase marginal na Bolívia, Paraguai, Peru e República Dominicana, aonde não chegam sequer a 10% (CERLALC, 2018).

Bibliotecas

Ao considerar as bibliotecas da região, verifica-se que o México, a Espanha e o Brasil possuem o maior número de bibliotecas. Entretanto, ao incluir o tamanho das suas populações na análise, esses países obtêm resultados muito diferentes no indicador habitantes por biblioteca. A Espanha tem o menor número de habitantes por biblioteca, seguida pela Argentina. O Panamá está na outra ponta da escala.



Quadro III.22

Ibero-América (8 países): Número de Bibliotecas

País	Ano	Nº de Bibliotecas	Habitantes por Biblioteca
Argentina	2018-2019	3966	11396
Brasil	2015	6057	35093
Chile	2021	552	34631
Costa Rica	2021	262	19443
Cuba	2019	383	29573
Espanha	2018	6458	7240
México	2021	9331	13818
Panamá	2019	41	105238

Fonte: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), sobre a base de estatísticas oficiais dos respectivos países. Argentina: *Sistema de Información Cultural de la Argentina*, 2021; Brasil: *Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas* (SNBP), Secretaria Especial da Cultura, 2021; Chile: *Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas*, *Servicio Nacional del Patrimonio Cultural*, 2021; Costa Rica: *Mapa Cultural de Costa Rica*, *Sistema de Información Cultural de Costa Rica*, 2021; Cuba: *Anuario Estadístico de Cuba*, 2019; Espanha: *Anuario de Estadísticas Culturales*, 2020; México: *Sistema de Información Cultural, SIC*, 2021; Panamá: *Biblioteca Nacional de Panamá*, 2019. Para o número de habitantes: Divisão de População, Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais, Nações Unidas, 1 julho, 2020.

Notas: 1. Argentina: soma das bibliotecas populares e especializadas por região. 2. Brasil: só inclui bibliotecas públicas. 3. Chile: inclui bibliotecas públicas da DIBAM. 4. México: este número considera 7.463 bibliotecas onde o Ministério da Cultura tem alguma ingerência e 1.868 bibliotecas especializadas. 5. Panamá: só inclui bibliotecas públicas inscritas ao Ministério da Educação.

Imprensa

Com relação aos jornais, os números oficiais são escassos, porém, o portal prensaescrita.com permite acessar os jornais diários ao redor do mundo, especialmente em espanhol. De acordo com as informações disponíveis neste site da Ibero-América, a maioria dos países da região tem mais jornais digitais do que impressos, o que mostra o impacto das novas tecnologias na imprensa. Ao examinar o total de jornais, Espanha, México, Argentina e Chile destacam como os países com maior número. No entanto, o menor número de jornais tende a localizar-se nos países centro-americanos.

Em termos de tamanho populacional, o Uruguai é o país com o menor número de habitantes por jornal, seguido pela Espanha e Chile. Cuba e Guatemala estão no outro extremo da escala.



Quadro III.23
Ibero-América (20 países): Jornais diários 2021

País	Jornais Impressos	Jornais Digitais	Jornais Totais	Número de habitantes por jornal (total)
Argentina ⁵⁰	183	116	299	151156
Bolívia	27	30	57	204790
Chile	62	142	204	93707
Colômbia	45	47	92	553075
Costa Rica	5	26	31	164326
Cuba	2	6	8	1415827
Equador	34	21	55	320783
El Salvador	7	18	25	259448
Espanha	136	639	775	60329
Guatemala	10	12	22	814344
Honduras	6	17	23	430635
México ⁵¹	474	255	729	176862
Nicarágua	5	7	12	552046
Panamá	8	10	18	239709
Paraguai	12	23	35	203787
Perú	97	33	130	253630
Portugal ⁵²	26	33	59	172826
Rep. Dominicana	10	61	71	152787
Uruguai	35	40	75	46316
Venezuela	63	73	136	209088

⁵⁰ De acordo com o *Sistema de Información Cultural de la Argentina* (SINCA) 2021, o país registra 246 jornais impressos e 329 digitais, porém, não se sabe quantos deles circulam (ou são atualizados) diariamente.

⁵¹ Segundo o *Sistema de Información Cultural de México* 2021, esse país registra 320 publicações periódicas, mas se desconhece quantas delas correspondem a jornais.

⁵² De acordo com o *Anuário Estatísticas da Cultura de Portugal* 2019, o país registra 364 jornais, embora se desconheça quantos circulam diariamente.

Fonte: Imprensa escrita (2021). Disponível em: <https://www.prensaescrita.com> Para o número de habitantes: Divisão de População, Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais, Nações Unidas, 1 julho, 2020.

5

Meios Audiovisuais e Interativos



Cinema

Da mesma forma que no âmbito da edição de livros, o setor do cinema se desenvolveu de maneira heterogênea na região. Enquanto em alguns países há uma indústria cinematográfica consolidada há várias décadas, em outros a produção cinematográfica continua sendo incipiente. A seguinte seção examina a situação da indústria cinematográfica na região, tomando como fonte principal o banco de dados sobre cultura Unesco-UIS (2017). Embora alguns países tenham estatísticas mais atualizadas ao respeito, decidiu-se manter a data que o banco da Unesco dispõe dos dados, a fim de garantir a comparabilidade das estatísticas entre países.

O quadro III.24 mostra a evolução de longas-metragens nacionais produzidos entre 2013 e 2017 na Ibero-América. Em termos gerais, a região experimentou um crescimento de 33% no período analisado, apresentando-se os maiores aumentos na Costa Rica e em Portugal.

Ao focar a atenção em 2017, comprova-se que a Espanha, Argentina, México e Brasil são os países que produzem a maior quantidade de longas-metragens na região. De fato, em conjunto estes países produzem 80% dos longas-metragens da Ibero-América. Estas nações apresentam uma longa tradição no campo cinematográfico, que foi sendo consolidada durante grande parte do século XX até chegarem a ser amplamente reconhecidos na região como expressões de uma identidade nacional.

Quadro.24 Ibero-América (15 países): Longas-metragens nacionais produzidos 2013-2017

País	2013	2014	2015	2016	2017	Variação % 2013-2017
Argentina	172	179	191	200	220	28%
Bolívia		1	6	20	6	
Brasil	129	114	129	142	160	24%
Chile	31	48	38	44	49	58%
Colômbia	26	41	56	47	49	88%
Costa Rica	2	13	14	2	13	550%
Equador		27	23			
Espanha	231	216	255	254	241	4%
Honduras			6	6	12	
México	126	130	140	162	176	40%
Peru	14	17	30	26	25	79%
Portugal	13	12	31	28	38	192%
Puerto Rico	6	4	3			
Rep. Dominicana		20	20	20	25	
Uruguai	11	11	11			

Fonte: Banco de dados sobre cultura, Unesco-UIS e fontes nacionais para os casos da Argentina (INCAA) e Peru (Ministério da Cultura).

Ao analisar mais detalhadamente os longas-metragens nacionais produzidos em 2017, detecta-se que cerca de 80% correspondem a

produções 100% nacionais, enquanto 20% correspondem a longas-metragens coproduzidos internacionalmente.

Quadro III.25 Ibero-América (12 países): Produção de longas-metragens nacionais 2017

País	Longas-metragens nacionais produzidos	Porcentagem de longas-metragens que são 100% produção nacional	Porcentagem de longas-metragens que são coproduzidos internacionalmente
Argentina	220	82,7%	17,3%
Bolívia	6	83,3%	16,7%
Brasil	160	86,3%	13,7%
Chile	49	73,5%	26,5%
Colômbia	49	81,8%	18,2%
Costa Rica	13	76,9%	23,1%
Espanha	241	82,6%	17,4%
Honduras	12	100,0%	0,0%
México	176	70,5%	29,5%
Peru	25	92,0%	8,0%
Portugal	38	65,8%	34,2%
Rep. Dominicana	25	92,0%	8,0%

Fonte: Banco de dados sobre cultura, Unesco-UIS e fontes nacionais para os casos da Colômbia (Sistema de Informação e Registro Cinematográfico (SIREC) do Ministério da Cultura da Colômbia) e Peru (Ministério da Cultura).

Ao abordar as companhias distribuidoras de longas-metragens, verifica-se que a Espanha tem o maior número de companhias (341). Mais atrás, estão países como Argentina (132) e Brasil (111). Os outros países da região têm uma média de 15 companhias. Ao considerar a origem das empresas distribuidoras, observa-se que cerca de 70% correspondem a companhias nacionais. Paí-

No entanto, ao centrar a atenção nos longas-metragens exibidos em 2017, constata-se que a Espanha apresenta o maior número, representando 25% dos longas-metragens expostos na região. Em seguida, situam-se Portugal (13,5%) e Venezuela (13,1%). Os outros países têm participações abaixo de 10%. Cabe acrescentar que 85% dos longas-metragens exibidos correspon-

Quadro III.26 Ibero-América (13 países): Companhias distribuidoras de longas-metragens 2017

País	Nº de companhias distribuidoras	% de companhias distribuidoras nacionais	% de companhias distribuidoras estrangeiras
Argentina	74		
Bolívia	1	100,0%	0,0%
Brasil	111	93,7%	5,4%
Chile	5	80,0%	20,0%
Colômbia	15	20,0%	46,7%
Costa Rica	15	13,3%	86,7%
Espanha	341	85,7%	14,3%
Honduras	3	33,3%	66,7%
México	51	88,2%	11,8%
Peru	18		
Portugal	24	100,0%	0%
Rep. Dominicana	7	85,7%	14,3%
Venezuela	6	100,0%	0,0%

Fonte: Banco de dados sobre cultura, Unesco-UIS e fontes nacionais para os casos da Argentina (INCAA 2018-2019), Chile (*Cámara de Distribuidores Cinematográficos -Cadic-* e Portugal (*Distribuidoras Com Filmes Estreados, 2017*)).

ses como Bolívia, Portugal e Venezuela têm 100% de companhias nacionais. No entanto, Costa Rica e Honduras são os países com maior proporção de companhias estrangeiras (86,7% e 66,7% respectivamente).

dem a longas-metragens estrangeiros. Os únicos países que apresentam uma participação de longas-metragens nacionais superior à média são Argentina (33,4%), Brasil (32,0%), Espanha (23,0%) e México (20,8%).

Quadro III.27 Ibero-América (12 países): Longas-metragens exibidos 2017

País	N.º total de longas-metragens exibidos	% de longas-metragens nacionais exibidos	% de longas-metragens estrangeiros exibidos
Argentina	659	33,4%	66,6%
Bolívia (2015)	245	0,0%	97,6%
Brasil	703	32,0%	68,0%
Chile	230	12,2%	87,8%
Colômbia	415	10,6%	89,4%
Costa Rica	259	5,0%	95,0%
Espanha	1806	23,0%	77,0%
Honduras (2015)	114	3,5%	96,5%
México	424	20,8%	79,2%
Peru	267	9,4%	90,6%
Portugal	986	15,3%	84,7%
Rep. Dominicana	220	13,6%	86,4%
Venezuela	950	14,8%	85,2%

Fonte: Banco de dados sobre cultura, Unesco-UIS e fontes nacionais para os casos da Argentina (INCAA 2017), Colômbia (Ministério da Cultura) e Peru (Ministério da Cultura).

Tendo revisado a produção, distribuição e exibição de longas-metragens na região, torna-se essencial abordar a infraestrutura cinematográfica, avaliando indicadores como cinemas, salas de cinema e telas de cinema.

Um dos problemas mais frequentes ao abordar o número de cinemas nos países ibero-americanos é a confusão que existe entre cinemas e salas de cinema. Portanto, a tabe-

la abaixo mostra esses dados separadamente. As informações disponíveis indicam que México, Brasil e Espanha possuem o maior número de salas de cinema e cinemas. Destes, Espanha, México e Portugal apresentam a as menores taxas de habitantes por cinema, com valores entre 12 mil e 18 mil habitantes por cinema. No outro extremo está o Brasil, com mais de 60.000 habitantes por salas de cinema.

“Da mesma forma que no âmbito da edição de livros, o setor do cinema se desenvolveu de maneira heterogênea na região. Enquanto em alguns países há uma indústria cinematográfica consolidada há várias décadas, em outros a produção cinematográfica continua sendo incipiente”.

Quadro III.28 Ibero-América (10 países): Cinemas e Salas de Cinema

País	Ano	N.º de cinemas	N.º de salas de cinema	N.º de habitantes por sala de cinema
Argentina	2018	330		
Brasil	2018	809	3347	63507
Chile	2018	79	489	39092
Colômbia	2019	245	1227	41469
Costa Rica	2021	26		
Cuba	2019		239	47392
Espanha	2020	750	3701	12633
México	2019	955	7493	17207
Peru	2018	103	634	52006
Portugal	2019	185	583	17490

Fonte: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), sobre a base das estatísticas oficiais dos respectivos países. Argentina: *Sistema de Información Cultural de la Argentina*, 2021; Brasil: Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual, Agência Nacional do Cinema (ANCINE), 2018; Chile: *International Box Office EssentialsTM*, 2018; Colômbia: Ministério da Cultura, 2021; Costa Rica: *Mapa Cultural da Costa Rica*, Cuba: *Anuario Estadístico de Cuba*, 2019; Espanha: *Anuario de Estadísticas Culturales*, 2021; México: *Anuario Estadístico del Cine Mexicano* 2019; Peru: COMSCORE, 2018; Portugal: Estatísticas da Cultura 2019, Instituto Nacional de Estatística (elaboradas com os dados do Instituto do Cinema e Audiovisual). Para o número de habitantes: Divisão de População, Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais, Nações Unidas, 1 julho, 2020.

Nota: 1. Cuba inclui cinemas de 35mm e 16mm. 2. Em Portugal a informação refere-se aos cinemas que enviaram informação ao ICA - Instituto do Cinema e do Audiovisual, de acordo com o projeto de informatização de bilheterias (Decreto-lei nº 125/2003, de 20 de junho).



De acordo com as informações disponíveis no banco de dados sobre cultura da Unesco-UIS, a Espanha apresenta a melhor disponibilidade de telas com relação ao número de habitantes, com 8,7 telas por 100.000 habitantes. Por outro lado, Brasil e Venezuela apresentam as menores taxas de telas per capita, com 1,7 telas por 100.000 habitantes.

Das telas disponíveis em cada país, mais de 90% são digitais. Entretanto, na Argentina e na Venezuela esta proporção é menor, com 70,5% e 70,8% de telas digitais, respectivamente.

Quadro III.29 Ibero-América (12 países): Telas de Cinema

País	Ano	N.º de telas	Telas per capita (por 100.000 habitantes)	N.º de telas digitais
Argentina	2018	980	2,2	70,5%
Bolívia	2015			
Brasil	2017	3223	1,7	100,0%
Chile	2017	411	2,5	99,8%
Colômbia	2017	1082	2,4	98,7%
Costa Rica	2017	151	3,4	98,7%
Espanha	2017	3618	8,7	
México	2017	6633	5,7	100,0%
Peru	2017	625	2,2	100,0%
Portugal	2018	583	5,5	90,4%
Rep. Dominicana	2017	195	2,0	100,0%
Venezuela	2015	473	1,7	70,8%
Portugal	2019	185	583	17490

Fonte: Banco de dados sobre cultura, Unesco-UIS e fontes nacionais para os casos da Colômbia (*Sistema de Información y Registro Cinematográfico* (SIREC) do Ministério da Cultura da Colômbia) e Portugal (Estatísticas da Cultura 2019, Instituto Nacional de Estatística (elaboradas com os dados do Instituto do Cinema e Audiovisual).

Como em outras indústrias culturais, a indústria cinematográfica foi duramente atingida pela pandemia da Covid-19. No final de maio de 2020, estimava-se que a indústria cinematográfica mundial perderia 10 bilhões de dólares (Unesco 2020c), um valor que sem dúvida cresceu com o passar dos meses.

Rádio e Televisão

Os meios de comunicação ocupam um lugar central nas sociedades contemporâneas, pois oferecem conteúdos à população que lhe permitem estar informada, aprender e se divertir.

Deve-se acrescentar que a indústria de mídia é uma indústria de enorme dinamismo, tanto em termos da sua relação com os mercados de capitais, a internacionalização das empresas de mídia (originalmente de âmbito nacional), como também da sua enorme sensibilidade às mudanças tecnológicas e à redução dos custos de produção (Guerra, 2019).

Em particular, a chegada de internet significou um grande desafio para os meios tradicionais que testemunharam o surgimento de rádios digitais, assim como de serviços de streaming (TV, música, filmes, *podcast*) que competem pela preferência do público. Nesse cenário,

alguns meios terminaram adaptando-se, enquanto outros simplesmente desapareceram.

Neste contexto, pode-se afirmar que a tendência geral dos meios de comunicação a nível mundial foi a concentração da propriedade em poucas corporações que operam uma variedade de formas de comunicação social em diferentes plataformas, em regime de oligopólio (Guerra, 2019).

Cabe destacar que, após o surgimento da pandemia de Covid-19, os meios de comunicação tradicionais, como rádio e televisão, desempenharam um papel importante no acesso das pessoas à cultura, especialmente em países onde a penetração da Internet continua sendo baixa.

Rádio

O rádio tem um lugar privilegiado no contexto ibero-americano. Embora a democratização da Internet tenha levado ao seu deslocamento em alguns países como Chile, Costa Rica ou Espanha, o rádio continua sendo o segundo meio de maior penetração depois da televisão - o primeiro na Guatemala. Em uma esfera marcada pela oralidade das suas práticas culturais e por um território extenso, às vezes inacessível, com grandes divergências econômicas e socioculturais, o rádio apresenta um potencial significativo (Piñeiro e Martín 2018).

De acordo com as informações disponíveis para quatro países da região, o Chile ostenta a maior oferta de emissoras de rádio.

Quadro III.30
Ibero-América (4 países):
Número de emissoras de rádio

País	Ano	N.º de emissoras de rádio	N.º de habitantes por emissora de rádio
Argentina	2015	2134	21179
Chile	2021	2499	7650
Cuba	2019	100	113266
Portugal	2019	1035	9852

Fonte: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), sobre a base de estatísticas oficiais dos respectivos países. Argentina: *Sistema de Información Cultural de la Argentina* (SINCA) 2015; Chile: concessões vigentes de Amplitude Modulada, Mínima Cobertura, Frequência Modulada e Onda Curta, Subsecretaria de Telecomunicações, 2021; Cuba: *Anuario Estadístico de Cuba*, 2019; Portugal: Estatísticas da Cultura, 2019. Para o número de habitantes: Divisão de População, Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais, Nações Unidas, 1 julho, 2020.

Como citado anteriormente, o rádio é o meio de maior penetração na Guatemala. Isto explica o importante papel que teve durante a pandemia. Por exemplo, a Rádio Faro Cultural e rádios comunitárias proporcionaram programas culturais especiais e informação sobre a pandemia (UNESCO, 2020b).

Televisão

Como se pode observar no quadro N°31, há uma clara predominância da televisão comercial privada sobre a televisão pública nos países estudados. Somente Portugal e, em maior medida, a Venezuela, apresentam um número maior de canais públicos do que privados. Nos outros países, em geral, os canais públicos não são relevantes em termos de

audiência, mas em alguns casos funcionam como espaços para a produção de conteúdos alternativos, diferenciados da oferta comercial e de qualidade, como, por exemplo, na Colômbia (Señal Colombia), Peru (TV Peru) e Brasil (TV Cultura).

Quadro III.31

Ibero-América (10 países): Redes nacionais de televisão aberta 2020

País	Privadas	Públicas	Total
Argentina	5	1	6
Brasil	5	2	7
Chile	6	1	7
Colômbia	3	2	5
Espanha	4	2	6
México	6	3	9
Peru	5	1	6
Portugal	2	5	7
Uruguai	3	2	5
Venezuela	9	13	22

Fonte: OBITEL 2020.

De acordo com o relatório da Obitel (2020), mantém-se a tendência indicada durante anos sobre o declínio do *rating* e do *share TV* aberta, assim como a lenta, mas constante, migração das audiências para outras janelas de exibição, especialmente aquelas baseadas na Internet. Isto acontece à medida que as conexões domiciliares de banda larga fixa mostram uma tendência crescente em todos os mercados.

Por outro lado, nos principais mercados consolidou-se a tendência que a Obitel relata nos últimos anos referente a uma estratégia de parcerias entre sinais de TV pagas, como

TNT, HBO, Disney e outras, com canais de TV aberta, operadores de TV pagas e plataformas de distribuição global, como Netflix, Movistar+ e Amazon Prime, para a produção e distribuição de ficções de alta fatura técnica, pensadas para exportação. Esta equação inclui as produtoras independentes que, em cada país, e de maneira crescente, estão formando cada vez mais alianças de diferentes tipos e escopo com agentes locais e globais aos quais prestam serviços para a produção de ficção com múltiplas janelas de exposição, incluindo plataformas VoD (Obitel, 2020).

A pandemia do Covid-19 trouxe novos ares à televisão pública, à medida que vários governos da região implementaram programas educativos ou culturais para diminuir o impacto do fechamento presencial das escolas.

No México, por exemplo, o Ministério da Educação implementou um programa intitulado "*Aprender en casa*", utilizando os vídeos da Unesco sobre os lugares de patrimônio mundial, patrimônio vivo e criatividade, que foram difundidos pela televisão e pela Internet para ensinar história, ciências naturais, ética e estudos cívicos (Unesco, 2020c).

Na Colômbia, o Ministério da Cultura em colaboração com a Señal Colombia Televisión, lançou uma série sobre a dança nas suas diferentes regiões, que também explora o processo criativo (Unesco, 2020b),

Por sua vez, no Chile, um acordo entre os canais que compõem a ANATEL, o Ministério da Educação (MINEDUC) e o Conselho Nacional de Televisão (CNTV) permitiu a criação de um novo canal público chamado TV Educa Chile, com o objetivo de comple-

mentar a educação à distância das crianças durante a pandemia do Coronavírus. Embora a produção seja realizada pelo canal público TVN, os outros canais a apoiam com conteúdos educativos e divertidos. Devido ao seu sucesso e aos altos índices de audiência, está sendo analisado para prolongá-lo para além da pandemia.

Música gravada

A presente seção tenta aproximar-se à oferta de música gravada na região, excluindo a oferta de apresentações de música ao vivo (examinadas na seção apresentações artísticas e celebrações).

O mercado da música gravada é provavelmente um dos mercados mais dinâmicos, entendendo que cada inovação tecnológica produz mudanças quanto à forma em que se acessa a música gravada. Em termos de equipamentos de reprodução musical, passamos os últimos 150 anos pelo Fonógrafo, Gramofone, Toca-discos, Rádio Cassete, *Walkman*, *Discman*, Reprodutor de mp3, Reprodutor de *minidisc*, Ipod e telefone celular, entre os mais importantes.

A verdade é que quando as músicas se transformaram em arquivos de música digital (no final do século XX), as mudanças tecnológicas se aceleraram. Assim, enquanto o reprodutor de mp3 se expandia, apareceram as plataformas (legais e ilegais) para baixar música da Internet. Nessa linha, diferentes empresas discográficas começaram a fazer lançamentos exclusivos para atrair usuários aos seus sites. Com a chegada do Ipod e a possibili-

dade de reproduzir arquivos multimídia, esta função se integrou aos telefones celulares e outros aparelhos portáteis, massificando o acesso à música gravada.

No entanto, nos últimos quinze anos, o fenômeno mais destacado neste âmbito foi o crescimento do streaming, tal como evidenciado no *Global Music Report 2019* da *Federation of the Phonographic Industry* (IFPI), que administra o mercado da música gravada.

De acordo com o relatório, a nível mundial, o mercado de música gravada cresceu 9,7%, atingindo uma receita total de 19,1 bilhões de dólares para o setor. A receita total do streaming aumentou 34%, respondendo por quase metade da receita total (47%) em todo o mundo, impulsionada por um aumento de 32,9% nas assinaturas do *streaming*. No final de 2018, havia 255 milhões de usuários de serviços de *streaming* pagos, representando 37% do total de receitas de música gravada. O crescimento no fluxo compensou um declínio de 10,1% na receita física e uma diminuição de 21,2% na receita de download (IFPI, 2019)



Quadro III.31
Receitas globais da indústria da música gravada 2001-2018
 (bilhões de dólares americanos)

Ano	Físico	Digital (excluindo streaming)	Streaming	Direitos de interpretação	Receitas por sincronização
2001	23.3			0.8	
2002	21.7			0.7	
2003	20.0			0.8	
2004	19.4	0.4		1.0	
2005	18.1	1.0	0.1	1.0	
2006	16.4	2.0	0.2	1.0	
2007	1.2	2.7	0.2	1.2	
2008	12.0	3.4	0.3	1.3	
2009	10.5	3.7	0.4	1.3	
2010	9.0	3.9	0.4	1.4	0.3
2011	8.3	4.3	0.7	1.5	0.3
2012	7.7	4.4	1.0	1.6	0.3
2013	6.8	4.3	1.4	1.8	0.3
2014	6.0	4.0	1.9	1.9	0.3
2015	5.8	3.8	2.9	2.0	0.4
2016	5.6	3.2	4.7	2.3	0.4
2017	5.2	2.6	6.7	2.4	0.4
2018	4.7	2.3	8.9	2.7	0.4

Fonte: IFPI, *Global Music Report 2019*.

Quadro III.32
Receitas globais de música gravada por segmento 2018

Físico	Transmissão de áudio por assinatura	Streaming com publicidade	Downloads e outros digitais	Direitos de execução	Receitas de sincronização
25%	37%	10%	12%	14%	2%

Fonte: IFPI, *Global Music Report 2019*.

O relatório também indica que, pelo quarto ano consecutivo, a América Latina foi a região que mais cresceu (16,8%), com o Brasil (15,4%) e o México (14,7%) na liderança.

Nessa linha, a região reflete as tendências globais com quedas nas receitas físicas (-37,8%) e *downloads* (-45,0%), mas resultados fortes em *streaming* (+39,3%). O Brasil,



o maior mercado da América Latina, continuou a sua trajetória de crescimento, aumentando em 15,4% e registrando uma das maiores taxas de crescimento do digital nos 10 principais mercados (38,5%). Chile, México e Colômbia também registraram lucros notáveis, aumentando em 16,3%, 14,7% e 9,0% respectivamente (IFPI, 2019).

Cabe destacar que dentro das plataformas de *streaming*, as mais importantes no âmbito da música são *Spotify*, *Deezer*, *Apple Music*, *SoundCloud* e *Amazon Music*. O Spotify é o líder com 345 milhões de usuários no mundo no final de 2020, dos quais 155 milhões correspondem a assinantes Premium e 199 milhões a usuários com propaganda⁵³. Os usuários latino-americanos do *Spotify* repre-

sentam aproximadamente 22% dos usuários da plataforma.

Por outro lado, uma das consequências positivas do auge da música digital e das plataformas de *streaming* foi a redução da pirataria. O relatório de 2018 da *Digital Media Association* (DiMA) mostra que, nos Estados Unidos, as taxas de pirataria diminuíram mais de 50% desde 2013. Seria necessário pesquisar o impacto deste fenômeno na Ibero-América, a informação fornecida constitui uma luz de esperança perante o grave problema da pirataria na região.

⁵³ <https://investors.spotify.com/financials/press-release-details/2021/Spotify-Technology-S.A.-Announces-Financial-Results-for-Fourth-Quarter-2020/default.aspx>

Para concluir

Dentro da análise da oferta cultural na Ibero-América realizado neste capítulo é possível distinguir as seguintes conclusões:

1. Existem grandes diferenças com respeito à oferta de bens culturais na Ibero-América. Espanha, Brasil, México e Argentina têm os mercados culturais mais importantes da região. No entanto, ao considerar a variável população, destacam as proporções de bens por habitante alcançadas na Espanha, Cuba e Portugal. O exposto anteriormente evidencia que um alto número de bens culturais não significa necessariamente uma alta disponibilidade para o conjunto da população. Por isso, é recomendável, na medida do possível, realizar análises de oferta cultural considerando o número de habitantes ou grupos populacionais para os quais é dirigida.
2. Embora tenha melhorado a disponibilidade de informação sobre oferta de bens culturais na região, existem áreas em que ainda se nota déficits importantes como patrimônio construído, natural e cultural e intangível, apresentações artísticas e celebrações, artes visuais e artesanato. É necessário continuar avançando no registro destes bens, a fim de ter um panorama mais certo da região.
3. Ao tentar aproximar-se da concentração geográfica de bens culturais, definiu-se focar a atenção na unidade territorial onde fica a capital do país. De acordo com as informações disponíveis, só foi possível realizar a análise para o caso dos museus, teatro e galerias de arte. A maioria dos países que têm informações a respeito (Argentina, Brasil, Cuba, Espanha, México e Portugal) apresenta uma baixa concentração destes bens nas suas capitais, e só a Costa Rica apresenta uma alta concentração. Contudo, ao tratar-se de uma amostra pequena de países, não é possível projetar conclusões ao conjunto da Ibero-América.
4. Ao considerar o impacto das tecnologias da informação e da comunicação em diferentes âmbitos da cultura, constata-se que este fenômeno continuou crescendo graças a um turbilhão de inovações e formatos. No caso dos livros, a proporção de títulos com ISBN em formato digital passou de 21% em 2013 a 25% em 2017, alcançando a proporção mais alta da década (CERLALC, 2018). No caso dos filmes e da televisão, consolidou-se a estratégia de parcerias entre sinais de TV paga, como TNT, HBO, Disney e outras, com canais de TV aberta, operadores de TV paga e plataformas de distribuição global, como Netflix, Movistar+ e Amazon Prime (Obitel, 2020). Por último, no caso da música gravada, o fenômeno

mais destacado dos últimos quinze anos foi o crescimento do streaming. De fato, atualmente, a metade das receitas do mercado da música gravada corresponde às assinaturas de *streaming* (IFPI, 2019).

5. A pandemia da Covid-19 afetou duramente o setor cultural. Restringiu o acesso à cultura devido ao fechamento de lugares patrimoniais, museus, galerias de arte, cinemas e a suspensão de espetáculos ao vivo como peças de teatro, shows, festivais, entre outras restrições. Esse contexto, contudo, provocou uma aceleração sem precedentes do acesso à cultura on-line. Inúmeros museus, galerias

e livrarias abriram as suas portas às visitas virtuais e expandiram o acesso aos e-books. Assim também, salas de ópera, teatros e salas de shows transmitiram apresentações ao vivo (Unesco, 2020b). Entretanto, os efeitos da pandemia não param por aí, pois também permitiram injetar novos ares à televisão pública, à medida que vários governos da região implementaram programas educativos ou culturais para diminuir o impacto do fechamento presencial das escolas.

CAPÍTULO IV

CONSUMO E PARTICIPAÇÃO CULTURAL



Em uma época de pandemia mundial, mais do que nunca, a cultura pode ser considerada como instrumento para a reparação, cura e criação de resiliência no pós-crise.

Segundo dados da Organização Mundial da Saúde, no *“Report on the evidence base for arts and health interventions”* de WHO Europe (2019), que examina os benefícios para a saúde de cinco amplas categorias de artes – artes cênicas (música, dança, canto, teatro, cinema); artes visuais (artesanato, design, desenho, pintura, fotografia); literatura (escrita, leitura, participação em festivais literários); cultura (visitas a museus, galerias, concertos, shows, teatro); e artes on-line (animações, artes digitais, etc.) –, a arte e a cultura beneficiam a saúde, o sistema imunológico e a gestão do estresse, proporcionando benefícios à saúde física e mental. Além disso, a Unesco indicou que “colocar a cultura no centro do desenvolvimento é um investimento essencial no futuro do mundo e a condição para o sucesso de uma globalização bem entendida, que leve em consideração os princípios da diversidade cultural” (Unesco, s.d.).

Entendendo a relevância da cultura para as sociedades, este capítulo tem como objetivo revisar a participação e o consumo cultural na Ibero-América e, com isto, compreender o grau de interação da sociedade com a oferta cultural na região.

Os dados e estatísticas utilizados nesta análise provêm de múltiplas fontes de informação, coletadas em nível nacional, no período compreendido entre 2010 e 2020 e podem ser organizadas, principalmente, em quatro grupos de pesquisas: de participação cultural,⁵⁴ pesquisas de leitura, de juventude e de uso tecnológico.⁵⁵ As informações apresentadas neste capítulo estão sujeitas à disponibilidade de dados dos países da região.

⁵⁴ No caso da *Encuesta Nacional de Participación Cultural (2017)* do Chile, verifica-se que todas as estatísticas elaboradas e apresentadas neste documento apresentam coeficientes de variação menores de 7%, *on-line* com as recomendações realizadas pela Subsecretaria das Culturas e das Artes e pelo Instituto Nacional de Estatísticas (INE) do Chile.

⁵⁵ Considerando que as pesquisas não são uniformes entre os países da região, neste capítulo se enfatizou as informações padronizáveis entre as pesquisas. Desta forma, por exemplo, ao considerar as taxas de frequência ao teatro, foram padronizadas as informações entre as pesquisas para as quais a pergunta foi especificada como: “Assistiu a uma apresentação teatral nos últimos 12 meses?”, com aquelas para as quais a pergunta foi: “Quantas vezes foi a uma apresentação teatral nos últimos 12 meses?..”

Seguindo a classificação do Marco de Estatísticas Culturais Unesco-UIS (MEC), a primeira parte do capítulo está organizada sob vários domínios: patrimônio, apresentações artísticas e celebrações; artes visuais e artesanato; livros e imprensa; e meios audiovisuais e interativos.⁵⁶

Para isso, faz-se a seguinte análise: em que medida a população participa destes eventos ou consome determinados bens culturais, e como as características da população afetam as taxas de acesso, tais como níveis de estudo, sexo e níveis socioeconômicos.

Já a segunda parte do capítulo enfoca a irrupção da tecnologia e do acesso à Internet na democratização e expansão da participação cultural. Assistir vídeos musicais, baixar livros e contratar plataformas de filmes on-line são cada vez mais importantes na vida das pessoas, mas exigem os meios necessários para acessar o seu conteúdo. Por esta razão, analisa-se o acesso efetivo que os países ibero-americanos têm à Internet.

⁵⁶ Cabe destacar que o domínio design e serviços criativos não foi considerado nesta ocasião, devido à dificuldade de obter estatísticas de consumo a respeito. Além disso, o Patrimônio Imaterial, que é considerado um domínio transversal pelo MEC, nesta seção foi incluído no domínio patrimônio.

6

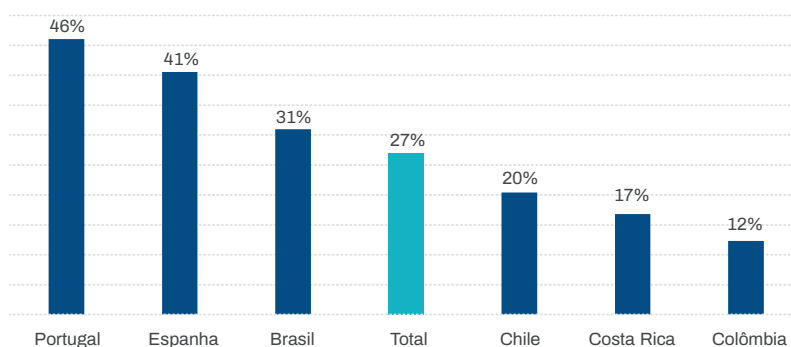
Patrimônio

Museus

O gráfico IV.1 contém informações sobre a porcentagem da população que declarou ter ido a museus durante o ano em seis países da Ibero-América. Em média, a assistência regional chega a 27% aproximadamente. Porém, os dados também revelam uma grande dispersão das taxas a nível país. Assim, enquanto os dos países europeus ibero-americanos – Portugal e Espanha – possuem os números mais altos de frequência dentro do conjunto de países da região (46% e 41% de frequência, respectivamente), os países com menores taxas de frequência – Costa Rica e Colômbia – possuem taxas significativamente menores (17% e 12%, respectivamente). Na República Dominicana, esta taxa é de cerca de 7% por um período de seis meses.⁵⁷

⁵⁷ Pesquisa Nacional de Consumo Cultural (2014), população de 15 anos ou mais.

Gráfico IV.1 Porcentagem da população que foi a algum museu durante o ano, por volta de 2017



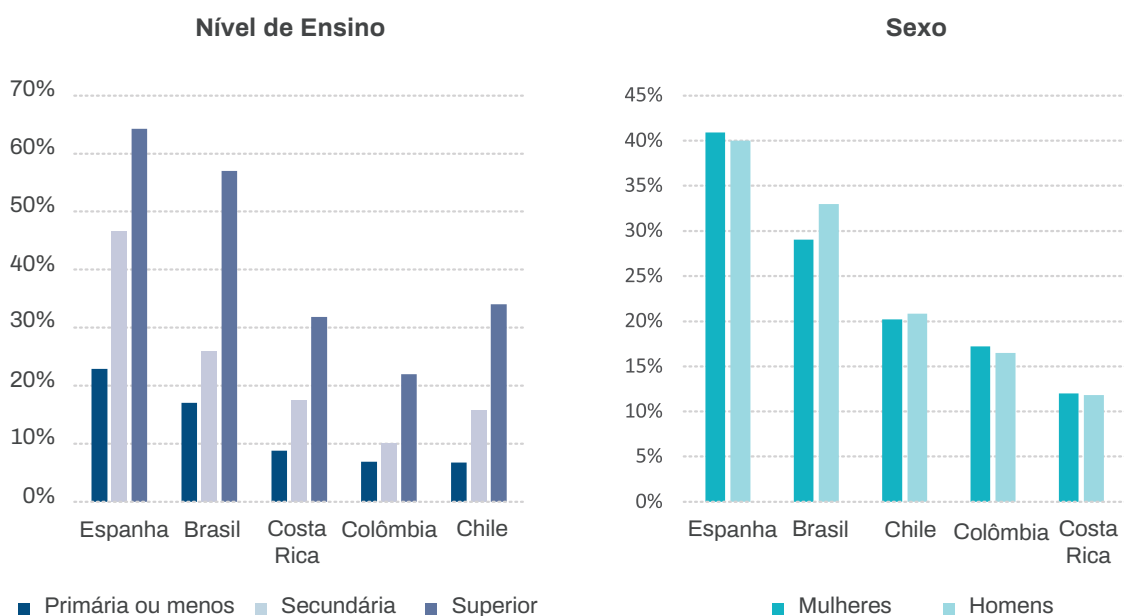
Fonte: Brasil, *Cultura nas capitais, 2017* (12 anos ou mais, 12 capitais) / Chile, *Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017* (15 anos ou mais) / Colômbia, *Encuesta de Consumo Cultural, 2016* (12 anos ou mais, capitais municipais) / Costa Rica, *Encuesta Nacional de cultura, 2016* (12 anos ou mais) / Espanha, *Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019* (16 anos ou mais) / Portugal, Informe: Estatísticas da Cultura 2019, 2016.

Por sua vez, de acordo com estatísticas informadas pela Subsecretaria de Memória Social–Direção de Museus e Sítios Arqueológicos do Equador, em 2017 os museus do país registraram cerca de 497.000 visitas, número que subiu a 891.000 em 2019.

mesma maneira na Espanha, país no qual a frequência a museus por parte da população com estudos secundários tende a aproximar-se mais às taxas de frequência na população com educação superior. Em particular, observa-se que o nível de frequência dos segmentos com

Gráfico IV.2

Porcentagem da população que foi a algum museu durante o ano, por nível de ensino e sexo, por volta de 2017



Fonte: Brasil, *Cultura nas capitais, 2017* (12 anos ou mais, 12 capitais) / Chile, *Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017* (15 anos ou mais) / Colômbia, *Encuesta de Consumo Cultural, 2016* (12 anos ou mais, capitais municipais) / Costa Rica, *Encuesta Nacional de cultura, 2016* (12 anos ou mais) / Espanha, *Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019* (16 anos ou mais) / Portugal, Informe: Estatísticas da Cultura 2019, 2016.

No gráfico IV.2, apresenta-se a distribuição da frequência a museus por nível de ensino e sexo de acordo com o país, revelando fortes assimetrias no nível de frequência anual conforme o nível de escolaridade da população. Em todos os países selecionados, observa-se que a população com educação superior mantém taxas por volta de três vezes mais altas do que a população com educação primária ou inferior, e ao menos o dobro do que a da população com educação secundária. Isto não se cumpre da

educação secundária na Espanha é especialmente alto quando comparado com os mesmos segmentos no resto dos países da região.

Finalmente, observa-se que as taxas de frequência a museus de mulheres e homens tende a ser similar nos países selecionados, com médias de frequência regional de 24% em ambos os casos e com diferenças entre 0 e 4 pontos entre ambos os gêneros a nível país.

Tabela IV.1

Porcentagem da população que frequentou museus nos últimos 12 meses, por volta de 2017

País	Total	Nível de ensino			Sexo	
		Primária ou menos	Secundária	Superior	Mulheres	Homens
Brasil	31%	17%	26%	57%	29%	33%
Chile	20%	7%	16%	34%	20%	21%
Colômbia	12%	7%	10%	22%	12%	12%
Costa Rica	17%	9%	17%	32%	17%	17%
Espanha	41%	23%	47%	64%	41%	40%
Portugal	46%					
Média simples	28%	12%	23%	42%	24%	24%

Fonte: Brasil, *Cultura nas capitais, 2017* (12 anos ou mais, 12 capitais) / Chile, *Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017* (15 anos ou mais) / Colômbia, *Encuesta de Consumo Cultural, 2016* (12 anos ou mais, capitais municipais) / Costa Rica, *Encuesta Nacional de cultura, 2016* (12 anos ou mais) / Espanha, *Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019* (16 anos ou mais) / Portugal, *Informe: Estatísticas da Cultura 2019, 2016*.

7

Presentações artísticas e celebrações

Teatro

O teatro é uma das formas artísticas mais antigas da história do ser humano. Este gênero literário representou uma ferramenta cultural de grande relevância para a expressão criativa de ideias e sentimentos, sendo aclamada durante milênios como uma forma de entretenimento por um público cativado pelas histórias interpretadas. Porém, a massificação da televisão e do cinema representou um desa-

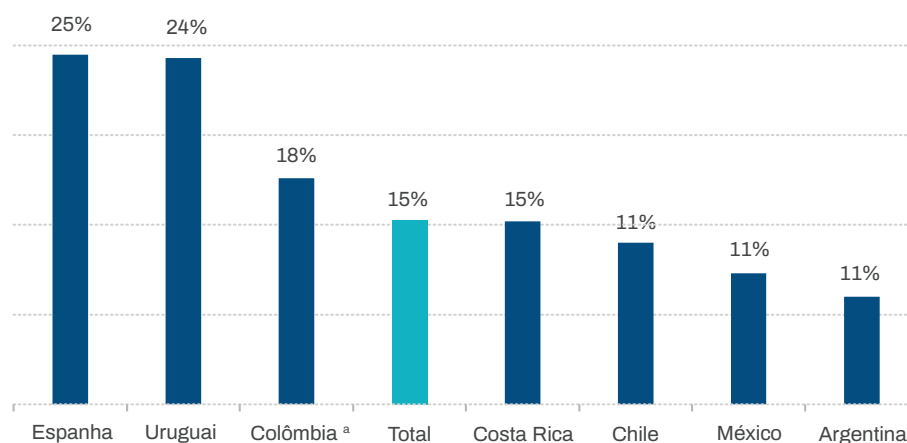
lio para o teatro, tendo que competir com um maior número de formas de entretenimento.

No gráfico IV.3, apresenta-se a taxa da população que informou ter assistido pelo menos uma vez durante o ano alguma peça de teatro nos sete países da Ibero-América, com uma média de frequência que se aproxima a 15% da população.

O gráfico IV.3 evidencia uma grande diferença nas taxas de frequência da Espanha e Uruguai com respeito ao resto dos países. Assim, enquanto na Espanha a taxa de frequência é de 25% aproximadamente e no Uruguai 24%. A taxa diminui e é relativamente similar entre os outros cinco países latino-americanos considerados: Colômbia (16%), Costa Rica (15%), Chile (14%), México (12%) e Argentina (11%). Por sua vez, no caso da República Dominicana, a taxa de

Gráfico IV.3

Porcentagem da população que foi a algum espetáculo de teatro durante o ano, por volta de 2017



Fonte: Argentina, *Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2017* (13 anos ou mais; aglomerados urbanos sobre 30 mil habitantes) / Chile, *Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017* (15 anos ou mais) / Colômbia, *Encuesta de Consumo Cultural, 2016* (12 anos ou mais, capitais municipais) / Costa Rica, *Encuesta Nacional de cultura, 2016* (12 anos ou mais) / Espanha, *Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019* (16 anos ou mais) / México, *Módulo sobre Eventos Culturales seleccionados (MODECULT), 2019* (18 anos ou mais; agregados urbanos) / Uruguai, *Imaginarios y consumos culturales, 2014* (16 anos ou mais).

^a Inclui teatro, dança e ópera.

frequência a estes eventos foi de cerca de 7% para um período de seis meses em 2014, de acordo com a informação coletada na Pesquisa Nacional de Consumo Cultural do país.

De acordo com a informação apresentada no gráfico IV.4, e como visto no resto das categorias de frequência a eventos culturais, observam-se notórias desigualdades no consumo de espetáculos teatrais segundo o nível de escolaridade da população. Desta forma, conforme as estatísticas apresentadas na tabela IV.2, a taxa de frequência dos segmentos de educação superior (32%) pode ser até quatro vezes superior à de educação primária (8%).

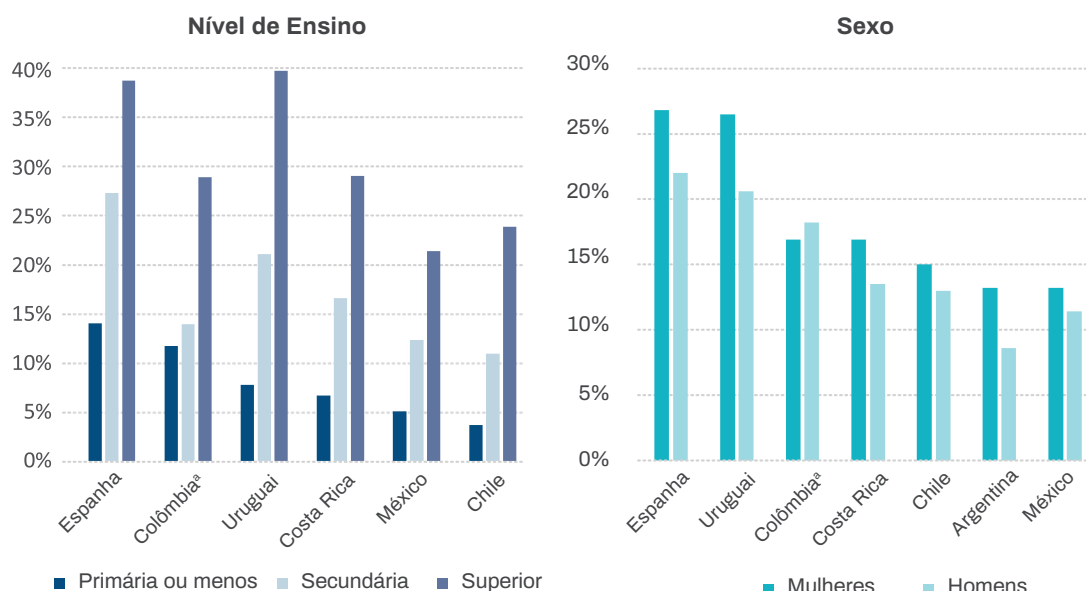
Tal como no gráfico anterior, a Espanha lidera as taxas de frequência dentro dos países

considerados, o que se cumpre em todos os níveis de ensino (excetuando a taxa de frequência na população de educação superior do Uruguai, que supera as taxas de todos os segmentos e países). De fato, embora em todos os países o consumo de espetáculos de teatro seja significativamente maior em segmentos da população com educação superior, a taxa de frequência no segmento de educação secundária na Espanha é próxima à taxa de frequência de educação superior da Colômbia e Costa Rica e superior à do México e Chile.

No entanto, o gráfico IV.4 também revela que as mulheres na Ibero-América apresentam um maior consumo de espetáculos teatrais que os homens na região, com diferenças entre 2-6 pontos percentuais, dependendo do

Gráfico IV.4

Porcentagem da população que foi a algum espetáculo de teatro durante o ano por nível de ensino e sexo, por volta de 2017



Fonte: Argentina, *Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2017* (13 anos ou mais; aglomerados urbanos sobre 30 mil habitantes) / Chile, *Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017* (15 anos ou mais) / Colômbia, *Encuesta de Consumo Cultural, 2016* (12 anos ou mais, capitais municipais) / Costa Rica, *Encuesta Nacional de cultura, 2016* (12 anos ou mais) / Espanha, *Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019* (16 anos ou mais) / México, *Módulo sobre Eventos Culturales seleccionados (MODECULT), 2019* (18 anos ou mais; agregados urbanos) / Uruguai, *Imaginario y consumos culturales, 2014* (16 anos ou mais). ^a Teatro, dança e ópera.

Tabela IV.2

Porcentagem da população que assistiu a espetáculos de teatro nos últimos 12 meses, por volta de 2017

País	Total	Nível de ensino			Sexo		Níveis socioeconômicos ^a				
		Primária ou menos	Secundária	Superior	Mulheres	Homens	I	II	III	IV	V
Argentina	11%				13%	9%	3%	7%	11%	24%	21%
Chile	14%	4%	11%	24%	15%	13%	9%	10%	10%	17%	29%
Colômbia ^a	18%	12%	14%	29%	17%	18%	11%	14%	13%	19%	29%
Costa Rica	15%	7%	17%	29%	17%	14%					
Espanha	25%	14%	28%	39%	27%	22%					
México	12%	5%	12%	22%	13%	11%					
Uruguai	24%	8%	21%	50%	27%	21%					
Média simples	17%	8%	17%	32%	18%	15%	8%	10%	11%	20%	26%

Fonte: Argentina, *Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2017* (13 anos ou mais; aglomerados urbanos sobre 30 mil habitantes) / Chile, *Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017* (15 anos ou mais) / Colômbia, *Encuesta de Consumo Cultural, 2016* (12 anos ou mais, capitais municipais) / Costa Rica, *Encuesta Nacional de cultura, 2016* (12 anos ou mais) / Espanha, *Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019* (16 anos ou mais) / México, *Módulo sobre Eventos Culturales seleccionados (MODECULT), 2019* (18 anos ou mais; agregados urbanos) / Uruguai, *Imaginario y consumos culturales, 2014* (16 anos ou mais). ^a Argentina: por nível de rendas (I - Baixo, II - Médio baixo, III - Médio, IV - Médio alto, V - Alto) / Chile: por quintis / Colômbia: por quintis, calculados com níveis de renda dentro da pesquisa. ^a Inclui teatro, dança e ópera.

país em questão. Isto se cumpre para seis dos sete países em estudo, sendo unicamente a Colômbia a exceção. Neste último caso, a taxa de frequência dos homens situa-se 1 ponto percentual sobre a taxa das mulheres.

Uma terceira dimensão que é possível analisar no caso do consumo de espetáculos de teatro é a frequência segundo os níveis socioeconômicos, dados disponíveis para Argentina, Chile e Colômbia. Aqui, é importante destacar três pontos. Primeiro, que como em casos anteriores, observa-se uma forte relação entre a frequência a estes eventos culturais e o nível socioeconômico da população –quanto maior o nível socioeconômico, maior a taxa de frequência–. Segundo, há uma grande diferença no consumo entre o grupo de maiores e o de menores rendas, mas que o nível de dispersão entre os grupos e o tamanho desta lacuna varia entre os três países. Desta forma, a taxa de frequência dos

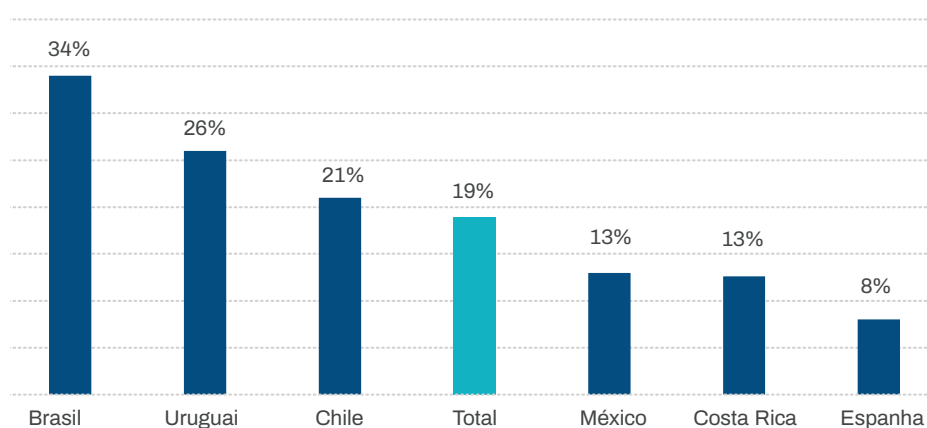
grupos de maiores rendas passa de cerca de sete vezes maior do que a taxa em grupos de menores rendas no caso da Argentina, para cerca de três vezes no caso do Chile e Colômbia. Finalmente, a tabela também evidencia que os dois grupos de maiores rendas são os que concentram as maiores taxas de consumo de espetáculos teatrais, muito por cima do resto da população. Este último dado é observado nos três países.

Dança

A dança é uma das expressões mais ricas e complexas da identidade cultural, influenciada por vastas tradições ancestrais, junto com novos movimentos populares. Na Ibero-América, utilizando os resultados das pesquisas culturais de seis países da região (gráfico IV.5), calcula-se que a média da população que assistiu a espetáculos de dança ao vivo por volta de

Gráfico IV.5

Frequência a espetáculos de dança durante o ano, por volta de 2017



Fonte: Brasil, *Cultura nas capitais, 2017* (12 anos ou mais, 12 capitais) / Chile, *Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017* (15 anos ou mais) / Costa Rica, *Encuesta Nacional de cultura, 2016* (12 anos ou mais) / Espanha, *Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019* (16 anos ou mais) / México, *Módulo sobre Eventos Culturales seleccionados (MODECULT), 2019* (18 anos ou mais; agregados urbanos) / Uruguai, *Imaginario y consumos culturales, 2014* (16 anos ou mais).

2017 foi de cerca de 19%. Esta taxa foi liderada pelo Brasil, país no qual a porcentagem de frequência alcançou 34% (sendo necessário destacar que, no caso de Brasil, a pesquisa considera exclusivamente cidades capitais). No outro extremo, a Espanha posicionou-se com a participação média mais baixa, com 8% de frequência.

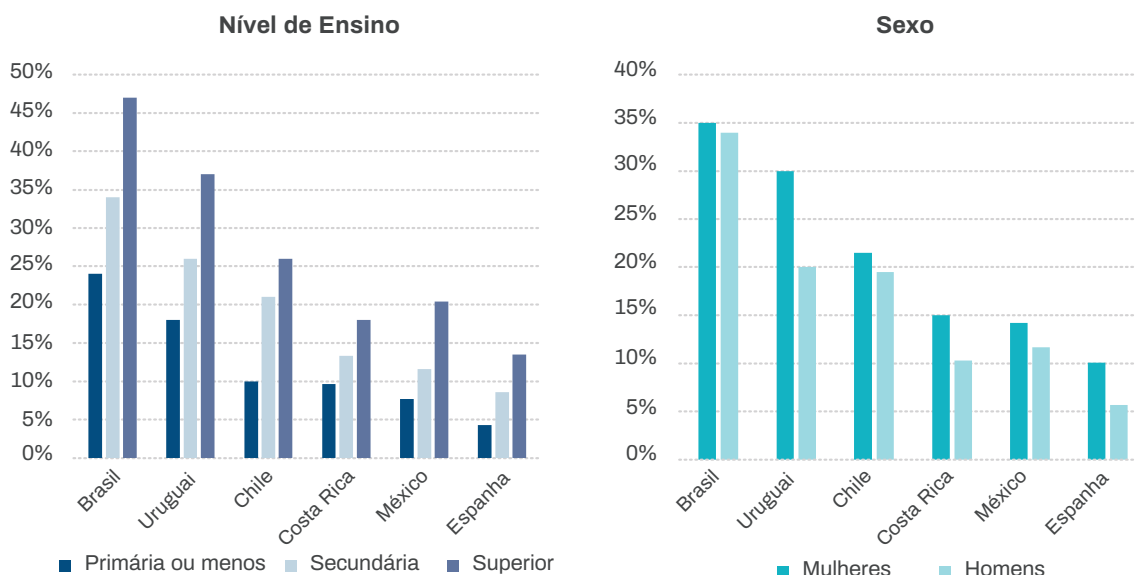
Apesar de estas taxas contemplarem proporções de frequência a nível nacional, é importante perguntar-se em que medida os diferentes segmentos populacionais têm acesso a este tipo de eventos culturais dentro de cada país. No gráfico IV.6, detalham-se as

taxas conforme os níveis de ensino e sexo dos entrevistados.

Como é possível observar, existem grandes diferenças nos níveis de acesso a espetáculos de dança segundo o nível de ensino das pessoas, sendo os segmentos de maior nível de ensino aqueles com taxas de frequência mais altas. Mesmo quando o grau desta diferença varia de país para país, observa-se que, com exceção da Costa Rica, as taxas de frequência dos segmentos de educação superior costumam ser, pelo menos, o dobro daqueles com educação primária ou inferior no resto dos países.

Gráfico IV.6

Frequência a espetáculos de dança durante o ano, por nível de ensino e sexo, por volta de 2017



Fonte: Brasil, *Cultura nas capitais, 2017* (12 anos ou mais, 12 capitais) / Chile, *Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017* (15 anos ou mais) / Costa Rica, *Encuesta Nacional de cultura, 2016* (12 anos ou mais) / Espanha, *Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019* (16 anos ou mais) / México, *Módulo sobre Eventos Culturales seleccionados (MODECULT), 2019* (18 anos ou mais; agregados urbanos) / Uruguai, *Imaginario y consumos culturales, 2014* (16 anos ou mais).

Tabela IV.3

Porcentagem da população que assistiu a espetáculos de dança nos últimos 12 meses, por volta de 2017

País	Total	Nível de ensino			Sexo	
		Primária ou menos	Secundária	Superior	Mulheres	Homens
Brasil	34%	24%	34%	47%	35%	34%
Chile	21%	10%	21%	26%	22%	20%
Costa Rica	13%	10%	13%	18%	15%	10%
Espanha	8%	4%	9%	14%	10%	6%
México	13%	8%	12%	20%	14%	12%
Uruguai	26%	18%	26%	37%	30%	20%
Média simples total	19%	12%	19%	27%	21%	17%

Fonte: Brasil, *Cultura nas capitais, 2017* (12 anos ou mais, 12 capitais) / Chile, *Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017* (15 anos ou mais) / Costa Rica, *Encuesta Nacional de cultura, 2016* (12 anos ou mais) / Espanha, *Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019* (16 anos ou mais) / México, *Módulo sobre Eventos Culturales seleccionados (MODECULT), 2019* (18 anos ou mais; agregados urbanos) / Uruguai, *Imaginarios y consumos culturales, 2014* (16 anos ou mais).

Com relação à frequência de acordo com o sexo dos entrevistados, em todos os países as mulheres informam taxas de frequência maiores do que os homens. Isto é especialmente certo na Costa Rica e Espanha, cuja diferença em pontos percentuais entre ambos os sexos é a maior entre os países estudados (5 e 4 pontos percentuais, respectivamente).

Apresentações de música

A tabela IV.4 contém informações sobre a frequência a eventos musicais em oito países da Ibero-América. Estas informações consideram eventos musicais totais ou separados em concertos de música clássica e resto de eventos de música ao vivo, segundo as informações fornecidas pelas pesquisas dos países. De acordo com os dados apresentados, os eventos de música ao vivo tendem a ser uma das atividades culturais com maior participação pela comunidade ibero-americana,

considerando os âmbitos e setores culturais estudados neste documento. Em termos de frequência a algum destes eventos, as taxas variam de 46% no Brasil (considerando neste país só música não clássica, já que não se conhece a taxa de frequentadores tanto a eventos de música clássica quanto a eventos de música não clássica) a 22% na Argentina.

Com relação à frequência a eventos musicais segundo níveis de escolaridade da população, pode-se notar que os segmentos com maiores níveis de ensino tendem a ter maiores proporções de frequência anual em comparação ao resto dos grupos. Desta forma, a taxa de frequência da população com educação superior pode chegar a ser três vezes maior do que aquela da população com educação primária ou inferior no caso dos eventos de música clássica, e cerca de duas vezes no caso de eventos de música totais ou de música não clássica. Um caso particular é

o do Chile, país onde esta diferença alcança os números mais altos em termos relativos. A taxa de frequência no segmento de população com educação superior é mais de três vezes superior à taxa do grupo com menos escolaridade no caso de eventos de música não clássica e cinco vezes no caso de eventos de música clássica.

Ao considerar a frequência a eventos musicais por gênero, observa-se que só no caso da Colômbia, Uruguai e Espanha (música clássica) a taxa de frequência das mulheres supera a taxa de frequência dos homens (e por diferenças bastante baixas, de 2 e 1 ponto percentual, respectivamente). Por outro lado, em geral, observa-se que os homens tendem a ir em maior proporção eventos de música, tanto eventos de música clássica

como de música ao vivo não clássica. A diferença mais alta em termos absolutos está no Brasil, país em que a taxa de frequência dos homens é 8 pontos maior do que a das mulheres em eventos ao vivo de música não clássica e 3 pontos em eventos de música clássica.

No caso da Argentina, Brasil e Chile, as informações sobre a participação em eventos musicais também podem ser agrupadas segundo níveis socioeconômicos da população. Assim, pode-se apreciar na tabela IV.5 que o nível de frequência a eventos musicais está fortemente ligado ao segmento socioeconômico de procedência. As diferenças de frequência entre o segmento de maiores e o de menores rendas são especialmente grandes em concertos de música clássica, tal como

Tabela IV.4

Frequência a recitais, apresentações e música ao vivo durante o ano, por volta de 2017

País	Total	Nível de ensino			Sexo	
		Primária ou menos	Secundária	Superior	Mulheres	Homens
Argentina	22%				21%	24%
Colômbia	30%	21%	30%	43%	31%	29%
México	27%	16%	32%	38%	26%	29%
Uruguai	34%	20%	35%	50%	35%	34%
Brasil (música ao vivo)	46%	29%	46%	67%	42%	50%
Chile (música ao vivo)	30%	13%	26%	44%	30%	30%
Espanha (música ao vivo)	30%	19%	37%	43%	29%	32%
Brasil (música clássica)	11%	7%	9%	22%	10%	13%
Chile (música clássica)	6%	2%	4%	11%	6%	6%
Espanha (música clássica)	9%	5%	9%	17%	10%	9%

Fonte: Argentina, *Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2017* (13 anos ou mais; aglomerados urbanos sobre 30 mil habitantes) / Brasil, *Cultura nas capitais, 2017* (12 anos ou mais, 12 capitais) / Chile, *Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017* (15 anos ou mais) / Colômbia, *Encuesta de Consumo Cultural, 2016* (12 anos ou mais, capitais municipais) / Espanha, *Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019* (16 anos ou mais) / México, *Módulo sobre Eventos Culturales seleccionados (MODECULT), 2019* (18 anos ou mais; agregados urbanos) / Uruguai, *Imaginarios y consumos culturales, 2014* (16 anos ou mais).

Tabela IV.5

Frequência a recitais, apresentações e música ao vivo ao ano por nível socioeconômico, por volta de 2017

País	Total	Níveis socioeconômicos ^a				
		I	II	III	IV	V
Argentina ^a	22%	9%	25%	25%	29%	50%
Brasil (música ao vivo) ^b	46%		26%	41%	57%	72%
Brasil (concerto de música clássica)	11%		6%	8%	16%	28%
Chile (música ao vivo) ^c	30%	23%	25%	29%	35%	42%
Chile (concerto de música clássica)	6%	3%	4%	5%	8%	14%

Fonte: Argentina, *Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2017* (13 anos ou mais; aglomerados urbanos sobre 30 mil habitantes) / Brasil, *Cultura nas capitais, 2017* (12 anos ou mais, 12 capitais) / Chile, *Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017* (15 anos ou mais).

^a Por nível de renda: I - Baixo; II - Médio baixo; III - Médio; IV - Médio alto; V - Alto.

^b Por classe: II - E e D; III - C; IV - B; V - A.

^c Por quintis (20%) de renda.

ocorre segundo os níveis de ensino. Assim, tanto no Brasil como no Chile, a frequência dos segmentos de maiores rendas tende a superar cinco vezes a dos segmentos com

menores rendas. Na Argentina, a diferença é considerável inclusive entre o grupo de menores rendas e o resto da população.

Tabela IV.6

Visitas nos últimos 12 meses a galerias / exposições de arte, por volta de 2017

País	Total	Nível educacional			Sexo	
		Primária ou menos	Secundaria	Terciaria	Mujeres	Hombres
Chile (exposição)	16%	4%	11%	29%	16%	16%
Colômbia (galeria ou exposição)	8%	4%	6%	16%	9%	8%
Costa Rica (galeria ou exposição)	8%	3%	8%	16%	8%	8%
Espanha (exposição)	30%	17%	33%	49%	30%	29%
Espanha (galeria)	16%	8%	18%	28%	17%	15%
México (galeria)	15%	5%	16%	27%	14%	16%

Fonte: Chile, *Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017* (15 anos ou mais) / Colômbia, *Encuesta de Consumo Cultural, 2016* (12 anos ou mais, capitais municipais) / Costa Rica, *Encuesta Nacional de cultura, 2016* (12 anos ou mais) / Espanha, *Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019* (16 anos ou mais) / México, Módulo sobre Eventos Culturales seleccionados (MODECULT), 2019 (18 anos ou mais; agregados urbanos).

8

Artes visuais e artesanato

Galerias de arte

A tabela IV.6 apresenta as taxas de visitas da população a galerias e exposições artísticas de cinco países da região. Estas taxas são apresentadas em função da estrutura de coleta de dados de cada país, segundo a qual a informação representa só visitas a exposições de arte, só a galerias ou ambas.

De acordo com a tabela, é fácil observar que a visita a estes eventos está fortemente centrada em segmentos da população de educação superior em todos os países selecionados, com taxas significativamente mais baixas na população com menores níveis de ensino. Em particular, observa-se que o único caso em que o segmento da população com educação primária ou inferior alcança taxas de frequência de dois dígitos é o da Espanha (exposições de arte). Em termos exclusivos de visitas a exposições de arte, distingue-se a taxa de visitas na Espanha, sendo esta maior do que a visita no Chile a estes eventos e que a visita a galerias e a exposições de arte na Colômbia e Costa Rica. Isto se cumpre tanto para a média total de frequência como para as taxas de visitas por níveis de ensino e de acordo com o sexo.

9

Livros e imprensa

Livros

A leitura é crucial no processo de aquisição de conhecimentos e é uma das pedras angulares para transferir experiências de geração em geração. Tanto em termos de ciências como de letras, a leitura ajuda-nos a entender o mundo que nos rodeia, mas é principalmente a literatura que nos permite cultivar a nossa imaginação, compartilhar histórias e realidades. Por isso, o livro, dentro do desenvolvimento cultural, é essencial. Sobre este assunto, Mário Vargas Llosa, no seu livro *A Civilização do Espetáculo (2011)*, destaca:

» As ideias de especialização e progresso, inseparáveis da ciência, são inválidas para as letras e as artes, o que não quer dizer, evidentemente, que a literatura, a pintura e a música não mudem nem evoluam. Mas, diferentemente do que se diz sobre a química e a alquimia, nelas não se pode dizer que aquela abole e supera esta. A obra literária e artística, que atinge certo grau de excelência, não morre com o passar do tempo: continua vivendo e enriquecendo as novas gerações e evoluindo com elas. Por isso, as letras e as artes constituíram até agora o denominador comum da cultura, o espaço no qual era possível a comunicação entre seres humanos, apesar das diferenças de línguas, tradições, crenças e épocas,

pois quem hoje se emociona com Shakespeare, ri com Molière e se deslumbra com Rembrandt e Mozart está dialogando com quem no passado os leu, ouviu e admirou. (...) A cultura pode e deve ser, também, experimentação, é claro, desde que as novas técnicas e formas introduzidas pela obra ampliem o horizonte da experiência da vida, revelando os seus segredos mais ocultos ou expondo-nos a valores estéticos inéditos que revolucionem a nossa sensibilidade e nos deem uma visão mais sutil e nova desse abismo sem fundo que é a condição humana. (p. 72-73 – tradução nossa).

Na região, de acordo com as informações da seguinte tabela, a leitura de livros por ano é

de 10,9 livros na Espanha a 1,6 livros na Argentina. Por outro lado, a leitura de livros especificamente por motivos de lazer é similar tanto no Chile como no México, com uma média de 3,6 e 3,5 livros anuais, respectivamente.

A leitura de livros como hábito está fortemente ligada ao nível de ensino, como é possível observar em cada um dos países na tabela. Assim, a população com educação primária lê em média entre 3,9 (Colômbia) e 2,9 (Costa Rica) livros por ano, enquanto a população com educação superior lê entre 10,9 (México) e 6,7 (Colômbia) livros anuais. Em termos de leitura como atividade de lazer, observa-se uma maior quantidade de livros lidos no Chile do que no México, com uma média respectiva de 2,5 e 2,1 livros, o que se reverte na população de educação superior.

Tabela IV.7

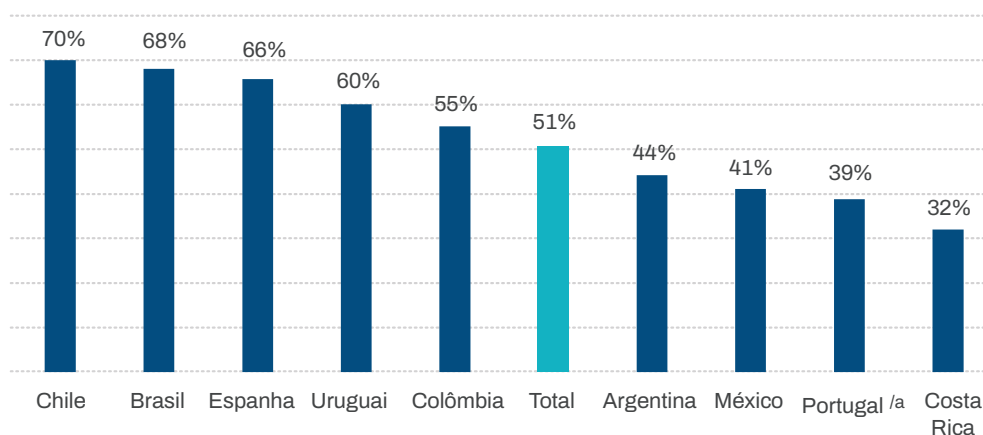
Quantidade de livros lidos por ano, por volta de 2017

País	Total	Nível de ensino			Sexo	
		Primária ou menos	Secundária	Superior	Mulheres	Homens
Argentina	1,6				1,9	1,3
Chile (estudo ou trabalho)	4,7	4	3,1	5,9	4,4	4,2
Chile (lazer)	3,6	2,5	3,3	4,4	4	3,1
Colômbia	4,9	3,9	4,3	6,7	4,9	5
Costa Rica	5,6	2,9	5,2	8	5,9	5,2
Espanha	10,9					
México (lazer)	3,5	2,1	3,5	7	3,9	3,2
México (total)	5,3	3	5,1	10,9	4,8	5,9

Fonte: Argentina, *Encuesta Nacional de consumos culturales, 2017* (13 anos ou mais) / Chile, *Encuesta Comportamiento Lector, 2014* (15 anos ou mais; zonas urbanas) / Colômbia, *Encuesta Nacional de Lectura, 2017* (5 anos ou mais) / Costa Rica, *Encuesta Nacional de Cultura, 2016* (12 anos ou mais) / Espanha, *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España, 2019* (14 anos ou mais) / México, *Módulo sobre Lectura (MOLEC), 2020* (18 anos ou mais).

Gráfico IV.7

Porcentagem da população que leu, pelo menos um livro durante o ano, por volta de 2017



Fonte: Elaborado com resultados de pesquisas nacionais: Argentina, *Encuesta Nacional de consumos culturales, 2017* (13 anos ou mais) / Brasil, *Cultura nas capitais, 2017* (12 anos ou mais, 12 capitais) / Chile, *Encuesta Comportamiento Lector, 2014* (15 anos ou mais; áreas urbanas) / Colômbia, *Encuesta Nacional de Lectura, 2017* (5 anos ou mais) / Costa Rica, *Encuesta Nacional de Cultura, 2016* (12 anos ou mais) / Espanha, *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España, 2019* (14 anos ou mais) / México, *Módulo sobre Lectura (MOLEC), 2020* (18 anos ou mais) / Portugal, *Estatísticas da Cultura 2019, 2016* / Uruguai, *Imaginario y consumo cultural, 2014* (16 anos ou mais).

a/ Apenas leitura por motivo de lazer.

Neste segmento, o México aparece com uma média de 7 livros lidos por ano, enquanto no Chile, esse média chega a 4,4 livros.

Analisando a leitura de livros conforme o sexo dos entrevistados, observa-se que em quase todos os países e tipos de leitura, as mulheres tendem a ler um número maior de livros do que os homens. As únicas exceções a esta constatação são México, onde a média de livros lidos pelas mulheres é de 4,8 (1,1 menos livros que os homens); e Colômbia, onde a taxa de livros lidos por ambos os sexos tende a ser similar.

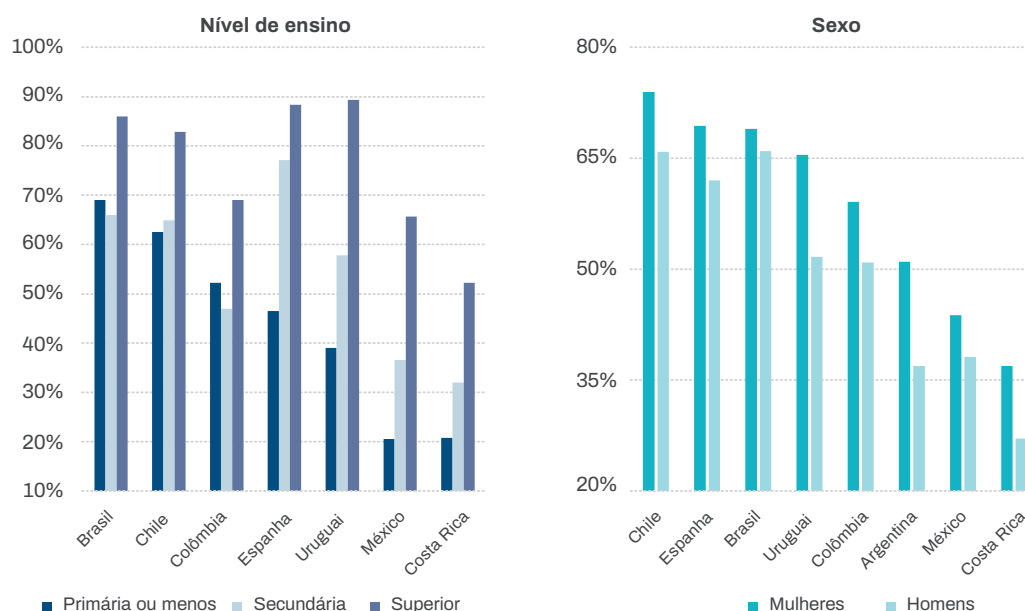
Enquanto a tabela anterior mostra informações sobre a média de livros lidos na Ibero-América, também é importante conhecer em que medida a população costuma ler livros. Por isso, o gráfico 7 mostra os números sobre a porcentagem populacional que leu, pelo menos, um livro por

mês em 10 países da Ibero-América. De acordo com os resultados, a leitura média nestes países situa-se em torno de 51% da população. O Chile (70%) e o Brasil (68%) são os dois países com maiores taxas de leitura. Por outro lado, Costa Rica (32%) e México (41%) são os países com taxas mais baixas (Portugal é omitido desta comparação, pois o número de leitura só considera leitura por motivo de lazer).

O gráfico IV.8 contém informações detalhadas sobre a taxa de leitura da população de acordo com os níveis de ensino e sexo. É possível observar que a taxa de leitura é fortemente determinada pelo nível de ensino da população: quanto maior o nível de ensino, maior é a taxa de leitura em todos os países. No entanto, chama a atenção que, excepcionalmente no caso do Brasil, Chile e Colômbia, as taxas de leitura na população de educação primária ou inferior igualam ou superam as taxas de leitura da po-

Gráfico IV.8

Porcentagem da população que leu, pelo menos, um livro durante o ano, por nível de ensino e sexo, por volta de 2017



Fonte: Elaborado com resultados de pesquisas nacionais: Argentina, *Encuesta Nacional de consumos culturales, 2017* (13 anos ou mais) / Brasil, *Cultura nas capitais, 2017* (12 años o más, 12 capitales) / Chile, *Encuesta Comportamiento Lector, 2014* (15 anos ou mais; zonas urbanas) / Colômbia, *Encuesta Nacional de Lectura, 2017* ((5 anos ou mais) / Costa Rica, *Encuesta Nacional de Cultura, 2016* (12 anos ou mais) / Espanha, *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España, 2019* (14 anos ou mais) / México, *Módulo sobre Lectura (MOLEC), 2020* (18 anos ou mais) / Portugal, *Estatísticas da Cultura 2019, 2016* / Uruguai, *Imaginaríos y consumo cultural, 2014* (16 anos ou mais).

Tabela IV.8

Porcentagem da população que leu, pelo menos, um livro durante o ano, por volta de 2017

País	Total	Nível de ensino			Sexo	
		Primária ou menos	Secundária	Superior	Mulheres	Homens
Argentina	44%				51%	37%
Brasil	68%	50%	69%	86%	69%	66%
Chile	70%	63%	65%	83%	74%	66%
Colômbia	55%	52%	47%	69%	59%	51%
Costa Rica	32%	21%	32%	52%	37%	27%
Espanha	66%	47%	77%	88%	69%	62%
México	41%	21%	37%	66%	44%	38%
Portugal ^a	39%					
Uruguai	60%	39%	58%	89%	66%	52%
Média simples	53%	42%	55%		59%	50%

Fonte: Argentina, *Encuesta Nacional de consumos culturales, 2017* (13 anos ou mais) / Brasil, *Cultura nas capitais, 2017* (12 anos ou mais, 12 capitais) / Chile, *Encuesta Comportamiento Lector, 2014* (15 anos ou mais; zonas urbanas) / Colômbia, *Encuesta Nacional de Lectura, 2017* (5 anos ou mais) / Costa Rica, *Encuesta Nacional de Cultura, 2016* (12 anos ou mais) / Espanha, *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España, 2019* (14 anos ou mais) / México, *Módulo sobre Lectura (MOLEC), 2020* (18 anos ou mais) / Portugal, *Estatísticas da Cultura 2019, 2016* / Uruguai, *Imaginaríos y consumo cultural, 2014* (16 anos ou mais). ^a Apenas como lazer.

pulação de educação secundária. Observa-se também que países com menores taxas de leitura em termos totais – como Costa Rica (32%) e México (41%) – também apresentam as menores taxas de leitura para todos os segmentos de educação.

Por outro lado, observa-se que a taxa de leitura é evidentemente maior entre mulheres do que entre homens em todos os países. Esta diferença é importante principalmente em países como Argentina, Costa Rica e Uruguai, onde a taxa de leitura das mulheres chega a ser 10 pontos maior do que a dos homens.

Um aspecto importante a ser destacado sobre a leitura em função do formato é que a lacuna entre os segmentos de educação primária ou inferior e o ensino superior tende a ser significativamente maior em formatos digitais do que impressos. Isto ocorre tanto no Chile como na Colômbia. Enquanto em formatos impressos em ambos os países a taxa de leitura do segmento com ensino superior é entre 12 e 14 pontos percentuais, superior à taxa de leitura do segmento de educação primária ou inferior. Este número pode chegar a ser entre 26 e 33 pontos no caso do formato digital. Na Espanha, apesar de a diferença no formato digital estar dentro deste escopo (28 pontos percentuais), observa-se que a lacuna nos formatos impressos é mais significativa (38 pontos) do que nos outros dois países mencionados.

⁵⁸ Porém, é necessário ressaltar que, no caso do Brasil, a pesquisa considera somente cidades capitais e, portanto, pode superestimar a taxa de frequência em termos nacionais.

Por outro lado, a tabela revela o mesmo padrão encontrado anteriormente no caso da leitura nos formatos impressos: as mulheres leem mais do que os homens. Entretanto, no caso da leitura no formato digital, esta lacuna tende a não existir, com taxas de leitura similares entre mulheres e homens para os quatro países em estudo.

Bibliotecas

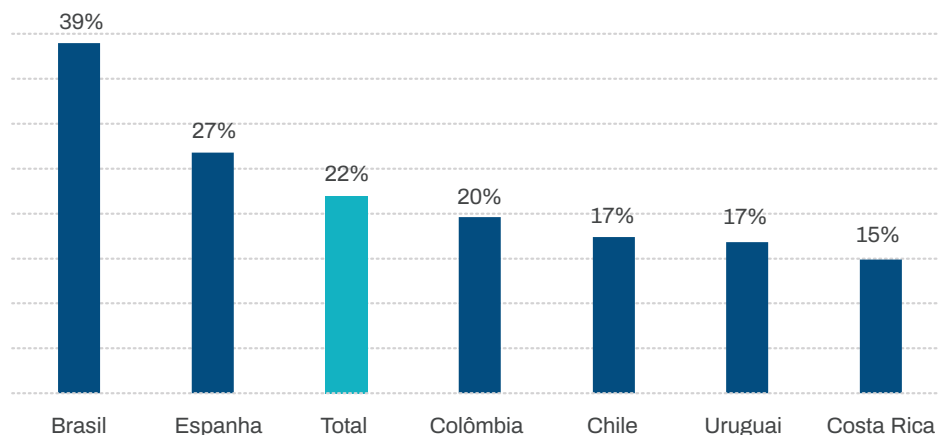
Um das formas mais fáceis para ter acesso aos livros é através de bibliotecas. Em média, a taxa de frequência a bibliotecas na Ibero-América é de aproximadamente 22% (ver gráfico IV.9), número liderado pelo Brasil, com uma taxa de frequência anual de 39%. Esta taxa tende a ser significativamente superior ao resto dos países, só seguida pela Espanha (27%) e Colômbia (20%). No outro extremo, Uruguai, Chile e Costa Rica apresentam as taxas mais baixas de frequência, com médias anuais de 17%, 17% e 15%, respectivamente.

Além disso, de acordo com estatísticas informadas pela Subsecretaria de Memória Social – Direção Nacional de Bibliotecas do Equador, em 2017 as bibliotecas do país registraram 34.000 visitas aproximadamente, número que subiu para 63.000 em 2019.

Para analisar a assimetria no acesso à leitura de acordo com características da população, no gráfico IV.9, apresenta-se a taxa de frequência a bibliotecas detalhada por nível de ensino e sexo. Tal como visto no resto das atividades culturais, observa-se que a atividade de frequência a bibliotecas está relacionada fortemente com o nível de escolaridade da população.

Gráfico IV.9

Porcentagem da população que frequentou alguma biblioteca durante o ano, por volta de 2017



Fonte: Elaborado com pesquisas nacionais: Brasil, Cultura nas capitais, 2017 (12 anos ou mais, 12 capitais) / Chile, Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017 (15 anos ou mais) / Colômbia, Encuesta de Consumo Cultural, 2016 (12 anos ou mais, capitais municipais) / Costa Rica, Encuesta Nacional de cultura, 2016 (12 anos ou mais) / Espanha, Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019 (16 anos ou mais) / Uruguai, Imaginarios y consumos culturales, 2014 (16 anos ou mais).

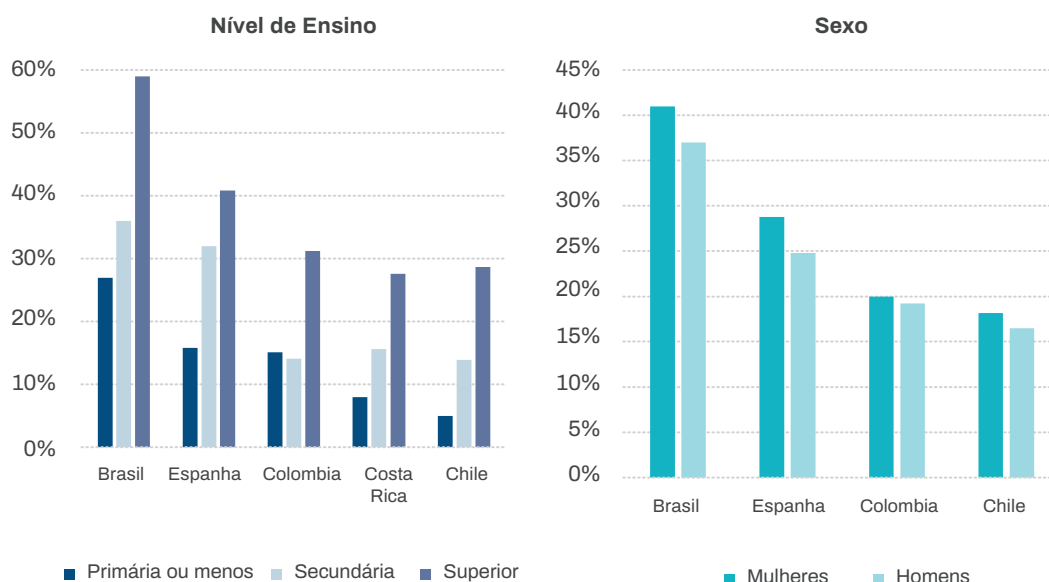
Conseqüentemente, a taxa de frequência cresce com o nível de ensino, atingindo níveis máximos nos segmentos da população com estudos superiores. Um caso que chama a atenção neste contexto é o da Colômbia, país onde a taxa de frequência de segmentos com estudos primários ou inferiores supera à do segmento com estudos secundários.

Dentre os países selecionados, o Chile representa o caso mais crítico em termos da diferença de frequência por níveis de ensino. Nesse país, a taxa de frequência de grupos com educação superior é aproximadamente sete vezes a taxa de frequência de grupos com educação primária ou inferior, sendo a lacuna mais alta dentro dos países considerados. No outro extremo, o Brasil



Gráfico IV.10

Porcentagem da população que frequentou alguma biblioteca durante o ano, por nível de ensino e sexo, por volta de 2017



Fonte: Elaborado com pesquisas nacionais: Brasil, Cultura nas capitais, 2017 (12 anos ou mais, 12 capitais) / Chile, Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017 (15 anos ou mais) / Colômbia, Encuesta de Consumo Cultural, 2016 (12 anos ou mais, capitais municipais) / Costa Rica, Encuesta Nacional de cultura, 2016 (12 anos ou mais) / Espanha, Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019 (16 anos ou mais) / Uruguai, Imaginarios y consumos culturales, 2014 (16 anos ou mais).

e a Colômbia são os países nos quais esta lacuna parece ser menor. No entanto, em todos

Tabela IV.9

Porcentagem da população que frequentou alguma biblioteca durante os 12 meses anteriores

País	Total	Nível de ensino			Sexo		Níveis socioeconômicos ^a				
		Primária ou menos	Secundária	superior	Mulheres	Homens	I	II	III	IV	V
Brasil	39%	27%	36%	59%	41%	37%		21%	36%	48%	60%
Chile	17%	5%	14%	29%	18%	17%	16%	13%	16%	19%	25%
Colômbia	20%	15%	14%	31%	20%	19%	12%	15%	15%	22%	28%
Costa Rica	15%	8%	16%	28%							
Espanha	27%	16%	32%	41%	29%	25%					
Uruguai	17%										
Média simples	22%	14%	22%	37%	27%	24%	14%	16%	23%	30%	38%

Fonte: Brasil, Cultura nas capitais, 2017 (12 anos ou mais, 7 municípios) / Chile, Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017 (15 anos ou mais) / Colômbia, Encuesta de Consumo Cultural, 2016 (12 anos ou mais, capitais municipais) / Costa Rica, Encuesta Nacional de cultura, 2016 (12 anos ou mais) / Espanha, Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019 (16 anos ou mais) / Uruguai, Imaginarios y consumos culturales, 2014 (16 anos ou mais).

^a Brasil: por classe (II - E e D; III - C; IV - B; V - A) / Chile: por quintis (20%) / Colômbia: por quintis (20%), calculados com níveis de renda dentro da pesquisa.

os países, a taxa de frequência de grupos com nível superior é pelo menos o dobro da dos grupos com níveis de escolaridade mais baixos.

Em termos de distribuição por gênero, é possível destacar que as mulheres tendem a frequentar bibliotecas em maior medida que os homens. O gráfico IV.10 mostra que a taxa de frequência das mulheres é maior do que a dos homens nos quatro países sobre os quais há informações (Brasil, Espanha, Colômbia e Chile), entre 1 e 4 pontos percentuais, segundo o país.

A frequência a bibliotecas pode ser detalhada por níveis socioeconômicos no Brasil, Chile e Colômbia. Desta forma, é possível observar que, como ocorre com a taxa de frequência de acordo com os níveis de ensino, a taxa de frequência a bibliotecas também é sensível aos níveis socioeconômicos, embora as diferenças entre grupos de maior e menor renda tendem a ser menos expressivas no caso do Chile e mais marcantes no caso do Brasil.

⁵⁹ Pesquisa Nacional de Consumo Cultural (2014), população de 15 anos ou mais.

10

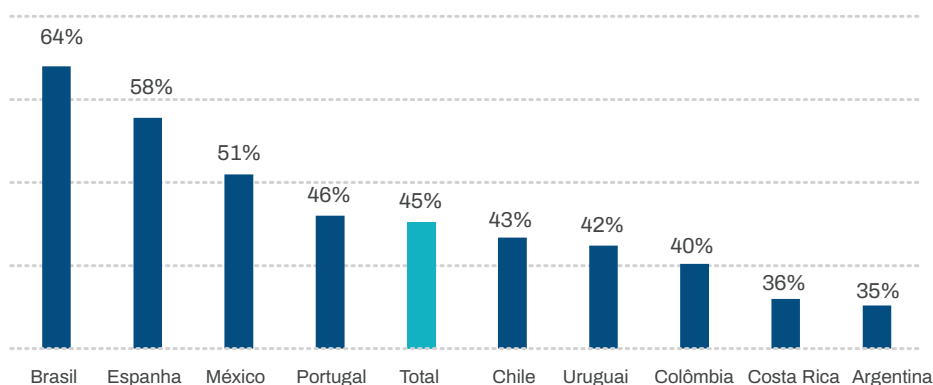
Meios audiovisuais e interativos

Cine

Na Ibero-América, uma das atividades culturais mais populares é ir ao cinema. Como pode ser observado no gráfico IV.11, cerca de 45% da população na Ibero-América revelou ter ido ao cinema pelo menos uma vez durante o ano. Este número, contudo, esconde uma grande variação nas taxas a níveis nacionais, com países como Brasil e Espanha que apresentam as frequências médias mais altas da região (64% e 58%, respectivamente), e outros como Costa Rica e Argentina (36% e 35%, respectivamente), com frequências inferiores. Por outro lado, a República Dominicana registra uma taxa de frequência de 45% da população em um período de seis meses.⁵⁹

Gráfico IV.11

Frequência de idas ao cinema durante o ano, por nível socioeconômico, por volta de 2017



Fonte: Elaborado con pesquisas nacionais: Argentina, Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2017 (13 años ou mais; aglomerados urbanos sobre 30 mil habitantes) / Brasil, Cultura nas capitais, 2017 (12 años ou mais, 12 capitais) / Chile, Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017 (15 años ou mais) / Colômbia, Encuesta de Consumo Cultural, 2016 (12 años ou mais, capitais municipais) / Costa Rica, Encuesta Nacional de cultura, 2016 (12 años ou mais) / Espanha, Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019 (16 años ou mais) / México, Módulo sobre Eventos Culturales seleccionados (MODECULT), 2019 (18 años ou mais; agregados urbanos) / Portugal, Informe: Estatísticas da Cultura 2019, 2016 / Uruguai, Imaginarios y consumos culturales, 2014 (16 años ou mais).

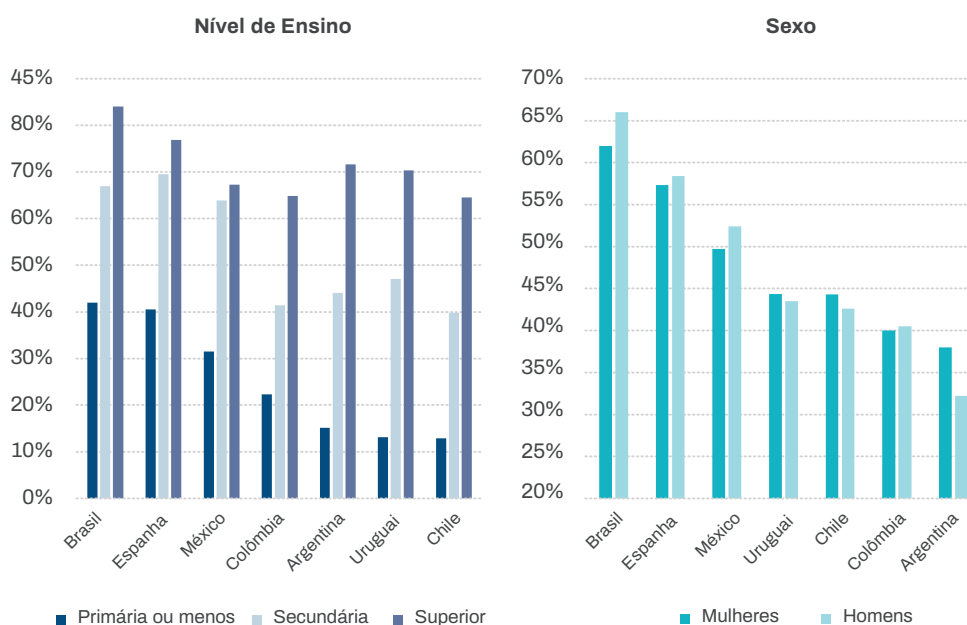
De acordo com o gráfico IV.12, em todos os países selecionados, o nível de frequência ao cinema sobe de acordo com o nível de escolaridade. Porém, observa-se também que aqueles países com maiores níveis de frequência geral –Brasil, Espanha e México– apresentam menores diferenças de frequência entre grupos de alto e baixo nível de ensino. Enquanto entre estes três países a frequência de grupos com maior escolaridade pode até duplicar as taxas de frequência de grupos com menor nível de ensino, em países com menor frequência geral,

de grupos com até o nível secundário e superior (menos a 20 pontos percentuais), para o resto dos países com taxas gerais de frequência mais baixas, esta lacuna é sempre maior (maior a 20 pontos percentuais).

Em termos da caracterização de frequência por gênero, observa-se que, em geral, mulheres e homens tendem a ir ao cinema na mesma medida, com diferença entre 0 e 4 pontos percentuais entre ambos os gêneros, segundo o país. Só na Argentina esta lacuna tende a ser mais

Gráfico IV.12

Taxa de frequência de idas ao cinema durante o ano, por nível de ensino e sexo, por volta de 2017



Fonte: Elaborado com pesquisas nacionais: Argentina, Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2017 (13 anos ou mais; aglomerados urbanos com mais de 30 mil habitantes) / Brasil, Cultura nas capitais, 2017 (12 anos ou mais, 12 capitais) / Chile, Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017 (15 anos ou mais) / Colômbia, Encuesta de Consumo Cultural, 2016 (12 anos ou mais, capitais municipais) / Costa Rica, Encuesta Nacional de cultura, 2016 (12 anos ou mais) / Espanha, Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019 (16 anos ou mais) / México, Módulo sobre Eventos Culturales seleccionados (MODECULT), 2019 (18 anos ou mais; agregados urbanos) / Portugal, Informe: Estatísticas da Cultura 2019, 2016 / Uruguai, Imaginarios y consumos culturales, 2014 (16 anos ou mais).

como Argentina e Chile, pode chegar a ser entre quatro e cinco vezes maior. Além disso, enquanto nos três primeiros países mencionados existe uma pequena lacuna entre a frequência

marcada, país no qual a taxa de frequência das mulheres supera à dos homens em 6 pontos percentuais.

Tabela IV.10

Porcentagem da população que foi ao cinema nos últimos 12 meses, por volta de 2017

País	Total	Nível de ensino			Sexo		Níveis Socioeconômicos ^a				
		Primária ou menos	Secundária	Superior	Mulheres	Homens	I	II	III	IV	V
Argentina	35%	15%	44%	72%	38%	32%	15%	44%	44%	47%	72%
Brasil	64%	42%	67%	84%	62%	66%		35%	60%	79%	88%
Chile	43%	13%	40%	65%	44%	43%	31%	30%	31%	41%	55%
Colômbia	40%	22%	41%	65%	40%	43%	23%	20%	32%	48%	66%
Costa Rica	36%										
Espanha	58%	41%	70%	77%	57%	58%					
México	51%	32%	64%	67%	50%	52%					
Portugal	46%										
Uruguai	42%	13%	47%	70%	44%	43%					
Média simples	46%	25%	53%	71%	48%	48%	23%	32%	42%	54%	70%

Fonte: Argentina, Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2017 (13 anos ou mais; aglomerados urbanos com mais de 30 mil habitantes) / Brasil, Cultura nas capitais, 2017 (12 anos ou mais, 12 capitais) / Chile, Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017 (15 anos ou mais) / Colômbia, Encuesta de Consumo Cultural, 2016 (12 anos ou mais, capitais municipais) / Costa Rica, Encuesta Nacional de cultura, 2016 (12 anos ou mais) / Espanha, Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019 (16 anos ou mais) / México, Módulo sobre Eventos Culturales seleccionados (MODECULT), 2019 (18 anos ou mais; agregados urbanos) / Portugal, Informe: Estatísticas da Cultura 2019, 2016 / Uruguai, Imaginarios y consumos culturales, 2014 (16 anos ou mais).

^a Argentina: por nível de renda (I - Baixo, II - Médio baixo, III - Médio, IV - Médio alto, V - Alto) / Brasil: por classe (II - E e D, III - C, IV - B, V - A) / Chile: por quintis (20%) / Colômbia: por quintis (20%), calculados com níveis de renda dentro da pesquisa.

Outra dimensão relevante ao analisar as taxas de frequência ao cinema são os níveis socioeconômicos dos entrevistados. Neste caso, embora seja evidente que em todos os países o nível de acesso está positivamente ligado a maiores rendas, as diferenças de acesso entre os grupos de menor e maior renda muda entre países. Em termos relativos, a maior lacuna é da Argentina, onde o grupo socioeconômico de maior renda tem uma taxa de frequência ao cinema quase cinco vezes superior ao grupo socioeconômico de menor renda. Por outro lado, no Brasil, Chile e Colômbia, a diferença parece ser menor, sendo em torno de duas a três vezes a porcentagem de frequência do grupo socioe-

conômico de menor renda. Em termos absolutos, na Argentina a diferença entre os dois grupos é também a maior (57 pontos percentuais), seguida pelo Brasil (53 pp.), Colômbia (53 pp.) e Chile (53 pp.).

Com relação ao estudo por nível de ensino, na Argentina, Brasil e Colômbia, as taxas de frequência dos grupos de menor e maior nível socioeconômico tendem a coincidir com as taxas de frequência de grupos de menor e maior nível de escolaridade, respectivamente. Entretanto, isto não acontece no caso do Chile, país onde se observam taxas similares de frequência nos grupos de maior nível

socioeconômico e escolaridade, mas cujas taxas de frequência de grupos de menores níveis de ensino diferem consideravelmente. Isto pode sugerir que, em grupos de menor renda, a taxa de frequência ao cinema tende a estar relacionada com o nível de escolaridade das pessoas.

Rádio

A tabela IV.11 apresenta informações sobre as taxas da população que escuta rádio pelo menos uma vez por semana em quatro países da Ibero-américa. De acordo com os resultados, Uruguai é o país com uma maior porcentagem da população que escuta semanalmente este meio de comunicação (87%), enquanto a Colômbia, no outro extremo, apresenta a porcentagem mais baixa (64%).

Em termos de taxa de escuta por nível de ensino, não existe um padrão único na escuta de rádio. Enquanto no Chile e no Uruguai a taxa diminui quanto maior o nível educacional, na Colômbia ocorre o contrário. Isto é similar ao observado com a televisão e também ocorre ao estudar a distribuição de números de escuta de rádio segundo o nível socioeconômico. Desta forma, enquanto na Argentina e na Colômbia as taxas da população que informam usar este meio de comunicação, pelo menos uma vez por semana, aumentam com o nível socioeconômico, no Chile esta taxa decresce.

Em relação ao gênero, observa-se que, em média, os homens tendem a ouvir mais o rádio do que as mulheres. Esta diferença nas taxas varia de 0 na Colômbia, onde mulheres e homens informam o mesmo nível de uso do rádio, até 7 pontos percentuais no caso da Argentina.

Tabela IV.11

Porcentagem da população que escuta rádio pelo menos uma vez por semana

País	Total	Nível de ensino			Sexo		Níveis Socioeconômicos ^a				
		Primária ou menos	Secundária	Superior	Mulheres	Homens	I	II	III	IV	V
Argentina ^b	70%				67%	74%	69%	68%	72%	72%	71%
Chile	70%	74%	71%	66%	69%	71%	71%	71%	74%	70%	59%
Colômbia	64%	61%	65%	68%	64%	64%	57%	62%	66%	66%	66%
Uruguai	87%	86%	86%	83%	83%	89%					

Fonte: Argentina, Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2017 (13 anos ou mais; aglomerados urbanos sobre 30 mil habitantes) / Chile, Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017 (15 anos ou mais) / Colômbia, Encuesta de Consumo Cultural, 2016 (12 anos ou mais, capitais municipais) / Uruguai, Imaginarios y consumos culturales, 2014 (16 anos ou mais)

^a Argentina: por nível de renda (I - Baixo, II - Médio baixo, III - Médio, IV - Médio alto, V - Alto) / Chile: por quintis (20%) / Colômbia: por quintis (20%), calculados com níveis de renda dentro da pesquisa.

^b Pessoas que escutam rádio em geral.

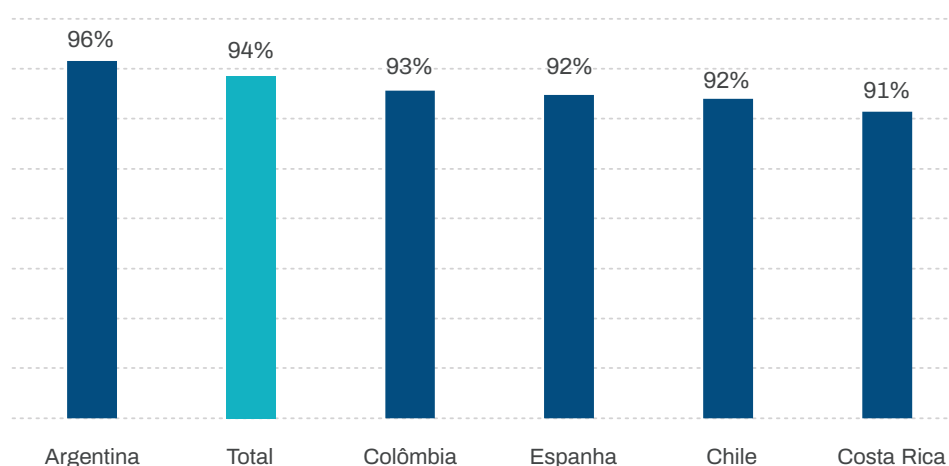
Televisão

A televisão é um dos meios mais populares de entretenimento doméstico e o meio mais comum pelo qual as pessoas acessam conteúdos culturais. Isto é evidente no seguinte gráfico, que mostra que, em cinco países ibero-americanos selecionados, a porcentagem da população que vê televisão pelo menos uma vez por semana ultrapassa 90%, com

com o revelado no resto das atividades culturais. Com exceção da Colômbia, observa-se que os segmentos com educação primária ou inferior possuem taxas significativamente maiores de uso da televisão do que os segmentos de educação superior. Além disso, em três dos quatro países para os quais existem dados disponíveis, os segmentos do ensino secundário lideram em taxas de audiência de TV.

Gráfico IV.13

Porcentagem da população que viu televisão pelo menos uma vez por semana, por volta de 2017



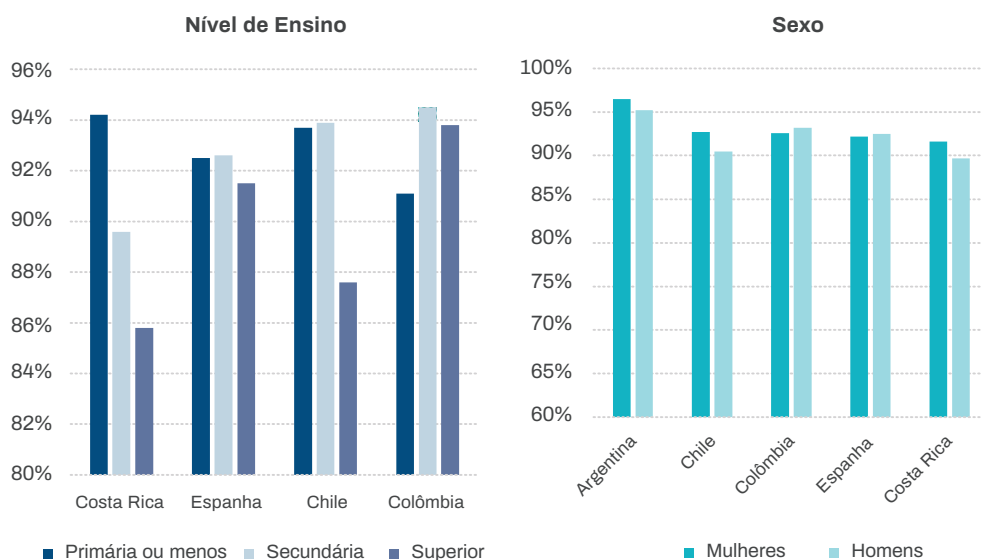
Fonte: Argentina, Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2017 (13 anos ou mais; aglomerados urbanos sobre 30 mil habitantes) / Chile, Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017 (15 anos ou mais) / Colômbia, Encuesta de Consumo Cultural, 2016 (12 anos ou mais, capitais municipais) / Espanha, Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019 (16 anos ou mais) / Uruguai, Imaginarios y consumos culturales, 2014 (16 anos ou mais).

uma média regional de 94%. Dentro desta amostra de países, a Argentina tem a maior taxa de audiência de televisão (96%) e o Uruguai a menor (91%). Um ponto que chama a atenção no uso da televisão na Ibero-América é que quanto maior o nível de ensino e socioeconômico das pessoas, maior é o uso da televisão (ver gráfico IV.14), contrastando

Por outro lado, não há diferenças significativas entre os países quanto à audiência de TV por gênero (com diferenças entre 0% e 2%, dependendo do país), embora, em geral, as taxas de audiência das mulheres tendam a ser ligeiramente mais elevadas, com uma média regional de 93% para as mulheres e 92% para os homens.

Gráfico IV.14

Porcentagem da população que viu televisão pelo menos uma vez por semana, por nível de ensino e sexo, por volta de 2017



Fonte: Argentina, Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2017 (13 anos ou mais; aglomerados urbanos sobre 30 mil habitantes) / Chile, Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017 (15 anos ou mais) / Colômbia, Encuesta de Consumo Cultural, 2016 (12 anos ou mais, capitais municipais) / Espanha, Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019 (16 anos ou mais) / Uruguai, Imaginarios y consumos culturales, 2014 (16 anos ou mais).

Tabela IV.12

Porcentagem da população que vê televisão pelo menos uma vez por semana, por volta de 2017

País	Total	Nível de ensino			Sexo		Níveis Socioeconômicos ^a				
		Primária ou menos	Secundária	Superior	Mulheres	Homens	I	II	III	IV	V
Argentina	96%				97%	95%	98%	95%	97%	94%	94%
Chile	92%	94%	94%	88%	93%	91%	95%	94%	93%	91%	91%
Colômbia	93%	91%	95%	94%	93%	93%	90%	91%	94%	95%	95%
Espanha	92%	93%	93%	92%	92%	93%					
Costa Rica	91%	94%	90%	86%	92%	90%					
Média simples	93%	93%	93%	90%	93%	92%	94%	93%	94%	93%	93%

Fonte: Argentina, Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2017 (13 anos ou mais; aglomerados urbanos sobre 30 mil habitantes) / Chile, Encuesta Nacional de Participación Cultural, 2017 (15 anos ou mais) / Colômbia, Encuesta de Consumo Cultural, 2016 (12 anos ou mais, capitais municipais) / Costa Rica, Encuesta Nacional de cultura, 2016 (12 anos ou mais) / Espanha, Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019 (16 anos ou mais).

^a Argentina: por nível de renda (I - Baixo, II - Médio baixo, III - Médio, IV - Médio alto, V - Alto) / Chile: por quintis (20%) / Colômbia: por quintis (20%), calculados com níveis de renda dentro da pesquisa.

Videogames

Nas últimas décadas, os videogames se tornaram um meio de entretenimento usual para jovens e adultos. Este tipo de atividade, tal como livros e filmes, marcou gerações, envolvendo um processo criativo que permite criar e explorar novos mundos e realidades. Na Ibero-América, a tabela IV.13 reúne os resultados das pesquisas de cultura em cinco países da região, informando a taxa da população que confirmou ter jogado videogame pelo menos uma vez por mês. Entre os países incluídos, a Costa Rica é o que apresenta a maior porcentagem de *gamers* (30%). Por outro lado, a Espanha (14%) tem a taxa mais baixa. A tabela também mostra que o nível de ensino (primário ou inferior, secundário e superior) tende a ser importante no uso de

videogames como forma de entretenimento no Chile e na Argentina, mas que esta importância diminui no caso da Colômbia, onde as taxas de jogadores em todos os três níveis educacionais tendem a ser relativamente similares.

Em termos de taxa de jogadores por gênero, observa-se um forte viés no consumo de games por homens, com taxas significativamente mais altas do que as das mulheres em todos os países selecionados. Na Argentina, Chile, Colômbia e Espanha, a taxa de jogadores tende a ser pelo menos o dobro da taxa de jogadoras e, embora na Costa Rica esta proporção seja menor, os homens ainda superam em 10 pontos percentuais o número de mulheres.

Tabela IV.13

Porcentagem da população que jogou videogames pelo menos uma vez por mês, por volta de 2017

País	Total	Nível de ensino			Sexo		Níveis Socioeconômicos ^a				
		Primária ou menos	Secundária	Superior	Mulheres	Homens	I	II	III	IV	V
Argentina	19%				13%	26%	15%	14%	25%	21%	30%
Chile	17%	7%	17%	20%	10%	24%	14%	17%	17%	17%	18%
Colômbia	21%	18%	20%	24%	13%	29%	9%	14%	19%	25%	28%
Costa Rica	30%	23%	37%	34%	25%	35%					
Espanha	14%				7%	21%					

Fonte: Argentina, Encuesta Nacional de Consumos Culturales, 2017 (13 anos ou mais; aglomerados urbanos com mais de 30 mil habitantes) / Colômbia, Encuesta de Consumo Cultural, 2016 (12 anos ou mais, capitais municipais) / Costa Rica, Encuesta Nacional de cultura, 2016 (12 anos ou mais) / Espanha, Encuesta de hábitos y prácticas culturales, 2018-2019 (16 anos ou mais).

^a Argentina: por nível de renda (I - Baixo, II - Médio baixo, III - Médio, IV - Médio alto, V - Alto) / Chile: por quintis (20%) / Colômbia: por quintis (20%), calculados com níveis de renda dentro da pesquisa.

amente à medida que o nível socioeconômico aumenta, a diferença entre os segmentos populacionais não é a mesma entre eles. Desta forma, chama a atenção que, embora o nível educacional e o socioeconômico tendam a se correlacionar positivamente no caso do Chile, a diferença no uso de videogames entre os níveis educacionais é significativamente maior do que a diferença de acordo com o nível socioeconômico, que tende a ser relativamente baixa. O oposto ocorre na Colômbia, onde a diferença de acordo com os níveis educacionais tende a ser menor do que quando se considera os níveis socioeconômicos. Isto indica que as características que determinam o nível de utilização dos videogames dentro da população variam de país para país.

Por último, no caso da Argentina, observa-se que a taxa de jogo também é determinada por fatores socioeconômicos, com a taxa de participação do segmento de maior renda duas vezes mais alta a ados dois segmentos de renda mais baixa.

11

A nova era digital: o acesso e uso da internet para fins culturais

Atividades culturais através da internet

À medida que a tecnologia avança e se facilita o acesso a bens e produtos digitais, a população tem maiores oportunidades de desfrutar de novas formas de entretenimento e ferramentas de aprendizagem. Desta forma, enquanto a primeira seção deste capítulo estudou a participação e o consumo de atividades culturais em formatos presenciais, como a frequência ao cinema ou teatro, nesta seção, o objetivo é observar até que ponto as plataformas digitais são utilizadas na Ibero-América para realizar atividades culturais e que porcentagem da população é capaz de acessar esta tecnologia.

As fontes de informações disponíveis são pesquisas de juventude e pesquisas de uso tecnológico. Embora as pesquisas de juventude representem somente um segmento da população, estas pesquisas permitem ter uma aproximação ao uso da tecnologia no país.

Argentina

Na Argentina, a pesquisa “*Encuesta Joven*” realizada em 2014 para a população entre 15 e 29 anos em Buenos Aires, revelou que apenas 2,9% dos entrevistados não utilizavam a Internet, enquanto entre os que a utilizavam, 52% indicavam utilizá-la para ouvir música, 43% para baixar textos, música, software, jogos, filmes e/ou vídeos, 31% para ver vídeos, filmes ou séries, 31% para carregar fotos, textos, música e/ou vídeos, 20% para jogar on-line e 17% para ver TV e ouvir rádio.

Por outro lado, a “*Encuesta de Consumos Culturales*” de 2017, que coletou informações de pessoas de 13 anos ou mais, residentes em aglomerados urbanos com mais de trinta mil habitantes, informou que 65% dos seus entrevistados utilizam a internet para assistir a vídeos no *Youtube*; 61% para a leitura de blogs ou portais de notícias e 43% para ver tutoriais de música, teatro ou livros.

Bolivia

Na Bolívia, de acordo com a “*Encuesta nacional de opinión sobre tecnologías de información y comunicación (TIC)*” de 2016, que estuda pessoas de 14 anos ou mais, 26% da população internauta utilizou internet para escutar música ou ver vídeos; 12% para jogar on-line e 11% para ver notícias. Por outro lado, 46% dos entrevistados informaram usar internet nos sete dias da semana

Chile

A *IX Encuesta de Juventud* foi realizada em 2018, coletando informações da população

entre 15 e 29 anos e 30 e 60 anos. De acordo com os resultados, enquanto menos de 1% dos jovens menores de 30 anos de renda alta e média declararam não usar a internet, 2,7% dos jovens com renda alta informaram não usá-la. Por outro lado, a taxa de não utilização da internet entre pessoas de 30 a 60 anos tende a ser muito mais alta, especialmente entre os de nível socioeconômico mais baixo. Desta forma, enquanto 6,3% e 6,6% daqueles com renda média e alta informaram não usar internet, este número sobe até 28,4% entre os informantes com renda baixa.

Por outro lado, as atividades culturais realizadas na internet também variam entre os dois segmentos etários da população. Enquanto 55% dos internautas de 15 a 29 anos declararam baixar música na internet. No caso da população de 30 a 60 anos, este número só chegou a 24%. A mesma coisa acontece com os que indicam utilizar internet para ver televisão, filmes, séries, vídeos ou outro material audiovisual, atividade realizada por 42% dos internautas entrevistados menores de 30 anos e 27% na faixa etária de 30 anos ou mais. Por sua vez, ambos os grupos tendem a utilizar a internet para escutar rádio e ler

Tabela IV.14

Porcentagem da população que não usa internet, por idade e nível socioeconômico, Chile 2018

Não usa internet	15-29 anos	2%	N socioec. Baixo	2,7%
			N socioec. Médio	0,9%
			N socioec. Alto	0,0%
	30-60 anos	16%	N socioec. Baixo	28,4%
			N socioec. Médio	6,6%
			N socioec. Alto	6,3%

Fonte: Elaborado com dados de *IX Encuesta de Juventud de 2018*.

jornais, notícias, revistas, etc. Da mesma forma, com 21% e 29%, respectivamente, no caso dos menores de 30 anos e 20% e 27% no caso daqueles com 30 anos ou mais.

Costa Rica

A “*Tercera Encuesta Nacional de Juventudes*” coletou informações sobre população de 15 a 35 anos da Costa Rica. Entre os seus resultados, a pesquisa mostrou que 82% da população dessa faixa etária utilizou a internet no último ano para baixar, ver ou escutar música/vídeos; 49% para ler ou baixar livros, revistas ou jornais; 41% para ver televisão pela internet e 34% para jogar on-line.

Espanha

De acordo com o “*Informe juventud España*”, relatório realizado em 2016 e que ouviu pessoas de 16 a 29 anos, 77% dos entrevistados informaram utilizar a internet para jogar ou baixar jogos, imagens, filmes ou música. Por sua vez, o “*Informe Sociedad Digital en España de 2019*” revelou que 63% utilizaram a internet para escutar música, programas de rádio on-line ou podcast” e 52%, para conteúdo multimídia.

México

A “*Encuesta Jóvenes México*”, pesquisa que coletou informações da população de 15 a 29 anos em 2019, revelou que 82% dos entrevistados utilizam internet diariamente. Por outro lado, a “*Encuesta Nacional de lectura de 2015*” indicou que as principais razões pelas

quais as pessoas utilizam internet são: baixar música e/ou fotos” (36%); escutar música (28%); ver vídeos, filmes ou séries (24%); jogar (12%); ler livros (11%) e ler jornais e revistas (6%).

Paraguai

A “*Encuesta sobre acceso y uso de Internet en Paraguay de 2017*” estimou que 74% das pessoas se conectam para ver vídeos, enquanto 70% se conectam para escutar música”; 70% para ler notícias e 44% para jogar.

Uruguai

No Uruguai, a “*Encuesta de Usos de Tecnologías de la Información y la Comunicación de 2019*”, que coleta informação para a população de 14 anos ou mais, divulgou que 86% da população utiliza a internet para “uso de Youtube”; 77% para a “busca de informação sobre atualidade”; 71% para “baixar música, imagens, etc.”; e 51% para “uso de Netflix”.

América Latina

Uma contribuição significativa à compreensão do acesso e uso da internet na América Latina provém das informações proporcionadas pelo *Latinobarómetro*. De acordo com as estatísticas apresentadas por esta instituição para 2018 e considerando 18 países da América Latina, em termos de usos de redes sociais relacionadas com atividades culturais, 60% da população declararam usar o *Facebook*, 36% o *Youtube* e 23% o *Instagram*.

O acesso à internet na Ibero-América

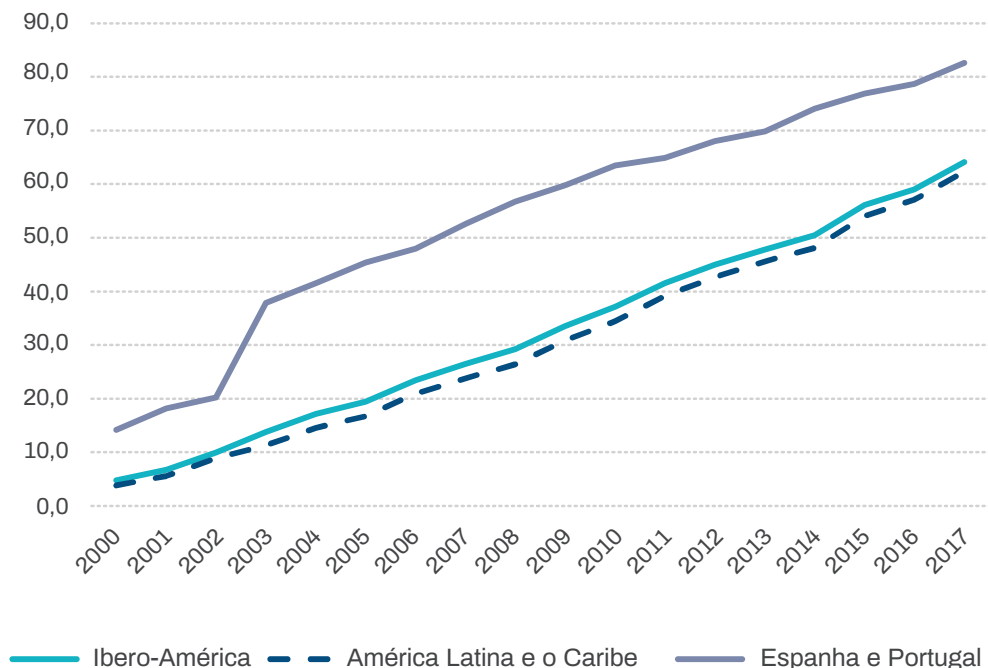
Como se pode observar no gráfico IV.15, a percentagem da população com acesso à internet na Ibero-América experimentou um aumento contínuo entre 2000 e 2017. Este aumento está alinhado com a nova era digital e o maior e mais fácil acesso a bens tecnológicos por parte da população. Entretanto, existe uma grande diferença entre as taxas de acesso à internet da Espanha e Portugal com respeito à América Latina e o Caribe (ALC). Esta diferença cresceu consideravelmente entre 2002 e 2003 e tem diminuído paulatina-

mente desde então. Mesmo assim, em 2017 a diferença entre as taxas de acesso das duas regiões era de 20 pontos percentuais.

Embora a diferença entre os países ibéricos e a ALC possa ser interpretada como uma diferença entre regiões, é necessário destacar que há uma grande heterogeneidade nas taxas de acesso dentro da ALC. Por isso, comparar apenas as médias regionais de acesso pode levar à análise e conclusões errôneas. Para abordar este ponto, a seguir, apresentam-se dados através do tempo separadamente para os países da Ibero-América.

Gráfico 15

Acesso à internet na Ibero-América (percentagem da população, médias ponderadas), 2000-2017



Fonte: Elaborado com dados do *International Telecommunication Union* (<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>).

A tabela IV.15 mostra estatísticas da porcentagem da população com acesso à internet em 22 países da Ibero-América, no período de 2000-2017. Observa-se que, em 2000, a Espanha e Portugal apresentavam taxas de acesso de 14% e 16% respectivamente, superiores à maioria dos países da América Latina e o Caribe (exceto Chile e Uruguai), onde as taxas de acesso estavam na faixa de 0%-8% da população. No entanto, o Chile e o Uruguai representavam dois casos excepcionais na ALC, com taxas de 17% e 11% respectivamente, similares às taxas da Espanha e de Portugal.

O aumento da lacuna entre ambas as regiões entre 2002 e 2003, evidenciado no gráfico 15, é notório nas estatísticas por país de 2005 e 2010. O aumento da distância entre as duas regiões mostrada na Figura 15 entre 2002 e 2003 é evidente nas estatísticas de país de 2005 e 2010. Neste período, todos os países da América Latina e do Caribe ficam atrás da taxa de acesso da Espanha e de Portugal.

Mas o fenômeno que marca os anos de 2015 e 2017 na América Latina é a grande heterogeneidade das taxas de acesso à internet entre os 20 países considerados. Em 2017, enquanto o Chile (82%), a Argentina (74%), a Costa Rica (72%) e o Uruguai (70%) apresentam os maiores da região e estão próximos à Espanha (85%) e Portugal (74%), países como Haiti (12%), Honduras (32%) e El Salvador (34%) estão muito atrasados.

Tabela IV.15**Acesso à internet na Ibero-América 2000-2017**

País	2000	2005	2010	2015	2017
Argentina	7%	18%	45%	68%	74%
Bolívia	1%	5%	22%	36%	44%
Brasil	3%	21%	41%	58%	67%
Chile	17%	31%	45%	77%	82%
Colômbia	2%	11%	37%	56%	62%
Costa Rica	6%	22%	37%	60%	72%
Cuba	1%	10%	16%	37%	57%
Equador	1%	6%	29%	49%	
El Salvador	1%	4%	16%	27%	34%
Guatemala	1%	6%	11%	29%	41%
Honduras	1%	7%	11%	27%	32%
México	5%	17%	31%	57%	64%
Nicarágua	1%	3%	10%	20%	28%
Panamá	7%	11%	40%	51%	60%
Paraguai	1%	8%	20%	50%	61%
Peru	3%	17%	35%	41%	50%
República Dominicana	4%	11%	31%	54%	68%
Uruguai	11%	20%	46%	65%	70%
Espanha	14%	48%	66%	79%	85%
Portugal	16%	35%	53%	69%	74%
Espanha e Portugal	14%	45%	63%	77%	83%
América Latina e o Caribe ^a	4%	17%	34%	54%	62%
Ibero-América	5%	19%	37%	56%	64%

Fonte: Elaborado com dados do *International Telecommunication Union* (<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>).

^a Inclui Haiti e Jamaica.

Em conclusão

Dentro da análise da participação e do consumo cultural na Ibero-América realizada neste capítulo. Indica-se uma série de pontos-chave. Entre eles, destacam-se três importantes:

1. Ao longo do estudo desenvolvido na seção sobre a participação e consumo em atividades culturais presenciais, as taxas de participação sujeitas à segmentação da população por níveis de ensino e socioeconômicos mostram claramente a grande desigualdade no acesso a este tipo de atividades. Desta forma, a frequência está fortemente ligada aos setores da população com os níveis de escolaridade e de renda mais altos, gerando grandes lacunas, especialmente com os setores mais vulneráveis da população.

Este fenômeno está presente nos oito setores e domínios culturais estudados em todos os países (embora a profundidade desta lacuna varie de país para país). Além disso, ao analisar os níveis de leitura, o padrão se repete. Desta forma, tanto o número de livros lidos anualmente como a porcentagem da população que lê livros e a taxa anual de frequência a bibliotecas se mostram fortemente ligados

aos níveis de ensino da população, gerando lacunas nas taxas de participação por níveis educacionais.

A assimetria nas taxas de participação no consumo cultural é um reflexo de que nem toda a população é capaz de acessar igualmente os conteúdos culturais. Entendendo que estas atividades são



desenvolvidas em contextos de lazer, estas constatações deixam a pergunta aberta sobre em que medida a relação entre os níveis de participação cultural e os níveis de ensino e socioeconômicos se relacionam através da disponibilidade de tempo livre de cada segmento ou do estilo de vida e a forma em que os grupos decidem ocupar o seu tempo livre.



2. Em geral, observam-se níveis similares de participação cultural em atividades presenciais entre homens e mulheres, com exceção da frequência a espetáculos de dança, onde as mulheres têm maiores taxas de participação. Entretanto, é possível notar grandes diferenças entre os dois grupos ao considerar a participação e consumo de videogames, setor no qual os homens apresentam taxas significativamente mais altas, em alguns casos dobrando o nível de participação das mulheres.

No que se refere às atividades de leitura de livros, os dados mostraram que as taxas de leitura de livros das mulheres são maiores do que as dos homens, tanto em termos de número de livros lidos (embora não em todos os países) como em porcentagem da população que lê livros e frequência a bibliotecas, demonstrando assim que as mulheres tendem a ler mais e em maior medida do que os homens da região.

3. Há uma forte evidência de que o uso da internet e de bens digitais abre a porta ao acesso de bens e atividades culturais tais como música, livros, filmes, etc. Em todos os países analisados, o uso da internet está fortemente vinculado a estas ativida-

des. No entanto, existe uma grande desigualdade de acesso à internet dentro dos países da região, passando em 2017 de taxas de acesso de 85% da população na Espanha e de 82% no Chile a 28% na Nicarágua. Além disso, a heterogeneidade não se apresenta somente entre países, mas também dentro deles. Por exemplo, apesar de o Chile ter uma das taxas de acesso mais altas na Ibero-América, os resultados da *IX Encuesta de Juventud de 2018* revelam que 98% da população de 15 a 29 anos utilizam internet, 14 pontos percentuais a mais que a registrada para a população de 30 a 60 anos (84%). Dentro deste último segmento, a porcentagem de acesso baixa a 72% ao considerar aquelas pessoas pertencentes ao grupo socioeconômico mais baixo.

-
- 4.** Em outras palavras, mesmo quando a tecnologia se relaciona com conceitos de “democratização” da informação, e que estes meios podem expandir a participação e consumo cultural, o acesso à tecnologia na Ibero-América ainda está muito limitado por fatores socioeconômicos e demográficos, com diferenças tanto entre países como dentro deles.

C A P Í T U L O V

EMPREGO
NO SETOR
CULTURAL EM
TEMPOS DA
COVID-19



As indústrias culturais e criativas (ICC) compõem o setor cultural, incorporando a criatividade como componente central da produção, ao mesmo tempo em que promovem o conteúdo artístico, cultural e patrimonial.

Por isso, dizem que as indústrias culturais e criativas têm uma natureza dupla: a econômica, através da geração de riqueza e emprego; e a cultural, pois gera valores, sentidos e identidades, inovação e recreação (Unesco, s.d.). Na Ibero-América, este setor representa entre 1,7% e 3,1% do total de empregos da região, sendo um setor dinâmico e em constante evolução.

Nas últimas décadas, as ICC enfrentaram grandes desafios por conta da nova era digital e da crescente globalização. Isso influenciou as pautas e os estilos de vida da população, além de ter forçado as ICC a repensarem os processos que usam para chegar às pessoas.

Tais desafios se multiplicaram devido ao enorme impacto da crise sanitária da covid-19 no

mundo, que se traduziu em contrações da economia mundial, bem como em restrições da mobilidade e confinamentos empregados por diversos países para frear a expansão do vírus, afetando diretamente o funcionamento das ICC.

Em termos econômicos, segundo números da CEPAL, a América Latina e o Caribe apresentaram taxas negativas de crescimento do PIB em 2020, que se situaram em torno de -10,7%. Ao mesmo tempo, segundo o Banco Mundial, os números da Espanha e de Portugal tiveram uma queda de cerca de 10,8% e 7,6%, respectivamente. De acordo com estudos da Unesco (2021), o desempenho das indústrias culturais e criativas ao redor do mundo foram consistentemente piores do que o desempenho global das economias nacionais, o que fez esperar uma contração até maior no setor da cultura ibero-americana durante 2020. As ICC consideram que os setores que dependem do uso de recintos ou salas fechadas, e aqueles muito vinculados ao turismo internacional, são os que mais danos sofreram com as medidas de distanciamento social. (Mercosul, Unesco, BID, SEGIB e OEI, 2020.) Isto afeta diretamente os empregos associados a tais setores.

Considerando o exposto, neste capítulo, apresentam-se estimativas da magnitude do mercado de trabalho cultural na Ibero-américa, além de uma análise do impacto da pandemia nas ICC a nível regional. O nosso documento reúne estimativas da grandeza e da evolução do emprego na cultura antes da pandemia, a sua caracterização em termos de inserção e natureza, além das projeções da evolução do desemprego no setor frente à conjuntura dos anos 2020 e 2021.

1

Medindo o mercado de trabalho cultural na Ibero-américa

A fim de estudar o mercado de trabalho cultural ibero-americano, analisam-se informações de quinze países da região obtidas em 2019 (de catorze países da América Latina e da Espanha). Tal seleção foi delimitada pela disponibilidade de dados. E as duas principais fontes de informação utilizadas foram as Contas Satélites da Cultura (CSC) e as “*Encuestas Permanentes de hogares*” (Pesquisas Domiciliares Contínuas).

As Contas Satélites da Cultura foram feitas por diversos países ibero-americanos com o objetivo de conhecer as contribuições da cultura às economias nacionais. Especificamente, tais esforços permitem medir a participação do setor cultural no produto interno bruto, fazer balanços da oferta e da utilização de produtos culturais, do financiamento das atividades culturais, da informação sobre o emprego nas áreas de cultura, entre outras coisas. Tudo isto é explicado com detalhes no Capítulo II deste documento.

Já as Pesquisas Domiciliares Contínuas são consultas socioeconômicas que reúnem, a nível nacional, informações periódicas sobre amostras representativas da população. Essas pesquisas oferecem dados sobre a qualidade de vida dos membros do domicílio, as suas características e renda, o que permite

estudar as particularidades dos trabalhadores do setor da cultura e fazer uma análise comparativa com o mercado de trabalho global de cada país.

A identificação dos empregos e ocupações que constituem o setor cultural pode ser feita tendo como base as classificações construídas pelo Marco de Estatísticas Culturais (MEC) da Unesco⁶⁰, que nos proporciona uma seleção de atividades (baseadas na classificação internacional CIIU rev.4 de quatro dígitos) e ocupações (classificação CIUO-08 de quatro dígitos), que podem ser identificadas em três setores: setores característicos da cultura, setores auxiliares à cultura e setores relacionados com a cultura.

As pesquisas domiciliares utilizadas neste capítulo aparecem na tabela V.1. Os catorze países apresentados foram selecionados graças à capacidade dos formatos destas pesquisas de se adaptar às classificações do MEC e ao fato de terem tamanhos de amostras suficientemente amplas para alcançar um estudo representativo do mercado de trabalho cultural nacional. Considerando que as pesquisas domiciliares são realizadas periodicamente pelos países, levou-se em conta as versões mais recentes, cujos dados estivessem disponíveis no momento de processá-los. Sendo assim, de maneira geral, as pesquisas desta seção foram feitas por volta de 2019⁶¹.

⁶⁰ Acessado em novembro de 2020 no site: http://www.lacult.unesco.org/docc/Marco_estadisticas_CLT_UNESCO_ESP.pdf

⁶¹ Outras atividades econômicas” faz referência à fabricação de produtos eletrônicos de consumo, fabricação de suportes magnéticos e óticos, atividades de radiodifusão, atividades de programação e emissão televisiva, atividades de design especializado e atividades de fotografia.

Tabela V.1

Ibero-América (15 países): Pesquisas domiciliares processadas para obter dados do mercado de trabalho cultural

	Nome da Pesquisa	Período	Órgão Executor
Argentina ^a	Encuesta Permanente de Hogares (continua)	2019	Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC)
Brasil	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua	2019	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)
Chile	Encuesta CASEN	Novembro 2017 a Fevereiro 2018	Departamento de Economía de la Universidad de Chile
Colômbia	Gran Encuesta Integrada de Hogares	2018	Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)
Costa Rica	Encuesta Nacional de Hogares	Julho 2018	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
Equador	Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo	2019	Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)
El Salvador	Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples	Janeiro a Dezembro 2019	Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC)
Honduras	Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples	Junho a Julho 2019	Instituto Nacional de Estadísticas (INE)
México	Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) Nueva Serie	Agosto a Novembro 2018	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
Nicarágua	Encuesta Nacional de Hogares sobre Medición de Nivel de Vida	2014	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
Panamá	Encuesta de Propósitos Múltiples	Março 2019	Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)
Peru	Encuesta Nacional de Hogares, Condiciones de Vida y Pobreza	Janeiro a Dezembro 2019	Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)
República Dominicana	Encuesta Nacional Continua de Fuerza de Trabajo	2019	Banco Central de la República Dominicana
Uruguai	Encuesta Continua de Hogares	2019	Instituto Nacional de Estadística (INE)

Fontes: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL) e Banco de Dados de Censos de Lares (BADEHOG).

^a Áreas urbanas.

N.T: títulos originais das pesquisas e órgãos executores.

2

Medição e caracterização do emprego cultural na Ibero-américa

Tamanho do mercado de trabalho no setor cultural e a sua evolução entre 2012 e 2019

Nesta seção, vamos medir o tamanho do setor cultural segundo a organização das atividades econômicas por domínios culturais, que são as áreas temáticas nas quais as atividades/ocupações da cultura podem ser agrupadas. No caso da América Latina, o tamanho do setor é medido tendo como base as pesquisas domiciliares. O emprego no setor cultural é organizado segundo as classificações do MEC, que estabelece seis domínios culturais:

- Patrimônio cultural e natural.
- Apresentações e celebrações.
- Artes visuais e artesanatos.
- Livros e imprensa.
- Meios visuais e interativos.
- Design e serviços criativos.

Além desses, um sétimo domínio cultural interage transversalmente com os seis anteriores: a educação cultural.

Por outro lado, na Espanha, a atividade cultural é medida tendo como base os resultados da Conta Satélite de Cultura, que agrupa a atividade cultural em cinco domínios:

- Atividades de bibliotecas, arquivos, museus e outras instituições culturais.
- Edição de livros, publicações periódicas e outras atividades editoriais.
- Atividades cinematográficas, de vídeo, rádio e televisão.
- Atividades de design, de criação, de tradução, artísticas e de espetáculos.
- Artes gráficas, gravação, reprodução de suportes, edição musical, fabricação de suportes e aparelhos de imagem e som, instrumentos musicais.
- Outras atividades econômicas relacionadas⁶¹.

No caso da Espanha, a participação de pessoas empregadas no setor cultural em torno dos domínios é registrada na tabela V.2. A fim de estudar a evolução desses números no tempo, consideram-se as estatísticas apresentadas para 2012 na versão anterior deste documento: *“Cultura y Desarrollo Económico en Iberoamérica”* (CEPAL e OEI, 2014).

⁶¹ “Outras atividades econômicas” faz referência à fabricação de produtos eletrônicos de consumo, fabricação de suportes magnéticos e óticos, atividades de radiodifusão, atividades de programação e emissão televisiva, atividades de design especializado e atividades de fotografia.

Tanto na América Latina quanto na Espanha, registrou-se crescimento no setor cultural entre 2012 e 2019. No caso da América Latina, estima-se que cerca de 3,7 milhões de pessoas trabalhavam no setor cultural por volta de 2019. Isso corresponde a 1,7% do emprego total a nível regional, número 0,3% maior se comparada à de 2012. O motor dessa variação foi marcado especialmente pelo crescimento dos domínios “Meios visuais e interativos” (de 0,3% a 0,5%) e “Design e serviços criativos” (0,3% a 0,6%), em termos de emprego total. E esse crescimento compensou a queda nos domínios “Apresentações e celebrações” (de 0,4% a 0,3%) e “Livros e imprensa” (de 0,3% a 0,2% do emprego total).

A composição do setor cultural também mostrou mudanças e foi marcada pelo grande crescimento do domínio “Design e serviços criativos”, cuja participação no setor cultural cresceu de 23,1% a 38,7%. Desta forma, essa classificação se transformou no princi-

pal domínio cultural dentro do setor característico da cultura, enquanto os outros quatro domínios culturais encolheram em termos relativos.

Na Espanha, em 2019, o emprego no setor cultural foi estimado em 710 mil pessoas, o que representou um incremento de 141 mil pessoas se comparado a números de 2012.

Assim como na América Latina, a composição do setor cultural na Espanha quanto aos domínios culturais variou entre 2012 e 2019. A participação de pessoas empregadas no setor cultural em “Outras atividades econômicas relacionadas” e “Atividades de design, de criação, de tradução, artísticas e de espetáculos” passaram de 36,7% a 39,8% e de 19,2% a 22,4%, respectivamente, enquanto a participação nos demais setores caiu. Por isso, “Outras atividades econômicas relacionadas” posicionou-se como o principal domínio cultural na Espanha.



Tabela V.2

Ibero-América (quinze países): Emprego em atividades características da cultura, classificado segundo domínios culturais a nível regional, por volta de 2018-2019

A. América Latina (14 países) ^a

Ano (por volta de) ^a	Em milhares de pessoas		Porcentagem em relação ao emprego cultural		Porcentagem em relação ao emprego total	
	2012	2019	2012	2019	2012	2019
Patrimônio cultural e natural	82,4	76,3	3,5	2,1	0,05	0,04
Apresentações e celebrações	608,2	717,3	26,0	23,7	0,35	0,28
Artes visuais e artesanatos	167,3	131,6	7,1	8,3	0,10	0,11
Livros e imprensa	464,4	352,1	19,8	12,7	0,27	0,19
Meios visuais e interativos	475,7	1089,5	20,3	19,3	0,28	0,47
Design e serviços criativos	541,1	1392,3	23,1	38,7	0,31	0,61
Educação cultural	2,6	11,9	0,1	1,9	0,00	0,04
Total	2341,7	3771,0	100,0	100,0	1,4	1,7

Fonte: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL); estimativas tendo como base as tabulações especiais das pesquisas domiciliares dos respectivos países.

^a Os resultados por domínios culturais só se apresentam para o agregado regional de treze países, já que os relativamente reduzidos tamanhos de amostras, em cada país, podem gerar estimativas instáveis ao longo do tempo.

^b Informação de 2019: reflete dados da última pesquisa elaborada por cada país (para informações mais detalhadas, ver tabela V.1). Dados de 2012: incorporam informação análoga para o período 2009-2012, que foi utilizada no relatório “*Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica*” (CEPAL-OEI, 2014). Desta forma, os números de 2012 correspondem às estimativas feitas no relatório (CEPAL-OEI 2014), que incluiu a Bolívia e o Paraguai e excluiu o México e a República Dominicana. Por outro lado, nos números de 2019 exclui-se a Argentina dada a dificuldade de separar as classificações culturais de acordo com os domínios considerados

B. Espanha, 2019 ^a

Ano (por volta de) ^a	Em milhares de pessoas		Porcentagem em relação ao emprego cultural	
	2012	2019	2012	2019
Atividades de bibliotecas, arquivos, museus, outras instituições culturais	34,5	40,3	6,1	5,7
Edição de livros, publicações periódicas e outras atividades editoriais	54,9	44,5	9,6	6,3
Atividades cinematográficas, de vídeo, rádio e televisão	75,2	76,1	13,2	10,7
Atividades de design, de criação, de tradução, artísticas e de espetáculos	109,3	158,9	19,2	22,4
Artes gráficas, gravação, reprodução de suportes, edição musical, fabricação de suportes e aparelhos de imagem e som, instrumentos musicais	86,7	107,6	15,2	15,1
Outras atividades econômicas relacionadas ^b	208,7	282,8	36,7	39,8
Total	569,2	710,2	100,0	100,0

Fonte: Ministério de Educação, Cultura e Esporte da Espanha. Sistema CULTURA Base (<http://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/culturabase/empleo-cultural/resultados-empleo.html>).

^a Os domínios culturais da Espanha não foram incorporados ao Quadro A porque não foi possível homologar os setores.

^b “Outras atividades econômicas” referem-se à fabricação de produtos eletrônicos de consumo, fabricação de suportes magnéticos e óticos, atividades de radiodifusão, atividades de programação e emissão televisiva, atividades de design especializado e atividades de fotografia..

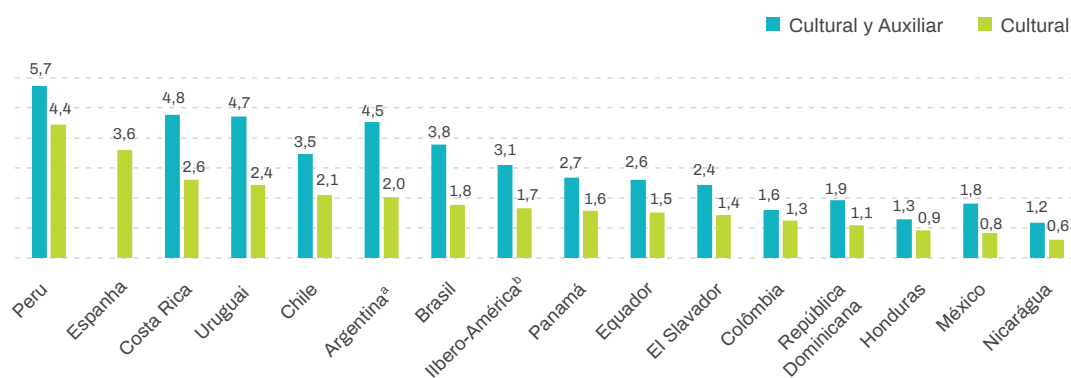
Tamanho do mercado de trabalho cultural por país

Para medir o tamanho do mercado de trabalho cultural em cada país, as atividades culturais foram agrupadas de acordo com o nível de conteúdo cultural envolvido. De maneira geral, as fases de produção, difusão e consumo de bens culturais são processos complexos que se nutrem de atividades múltiplas e diversos agentes. Desta forma, o estudo do emprego na cultura e as suas características não se prende unicamente aos trabalhos catalogados diretamente como “culturais”, mas também considera os setores que alimentam as ICC e permitem o seu funcionamento. Esses empregos podem ser categorizados em três setores: setores característicos da cultura, setores auxiliares à cultura e setores relacionados com a cultura.

Na tabela V.3, apresentam-se estatísticas do setor cultural reunidas segundo atividades. Quanto ao emprego total, na Ibero-América, a participação regional das atividades características da cultura gira em torno de 1,7%; a das atividades auxiliares à cultura em torno de 1,4%; e a das atividades relacionadas à cultura em torno de 2,1%. Considerando o setor cultural total exclusivamente como as atividades características da cultura, Peru (4,4%), Espanha (3,6%) e Costa Rica (2,6%) são os países da região que registram as taxas mais elevadas do setor em relação ao emprego total. No outro extremo, Nicarágua (0,6%), México (0,8%) e Honduras (0,9%) registram as participações mais baixas.

Gráfico V.1

Atividades características e auxiliares da cultura como porcentagem do emprego total, por volta de 2019



Fonte: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL); estimativas tendo como base as tabulações especiais das pesquisas domiciliares dos respectivos países. No caso da Espanha, a informação foi obtida no Ministério de Educação, Cultura e Esporte (2013).

^a Áreas urbanas.

^b Médias ponderadas, exclui a Espanha.

Tabela V.3

Ibero-América (15 países): Emprego em atividades características da cultura, atividades auxiliares e atividades relacionadas à cultura, por volta de 2018

	Ano	Atividades características da cultura		Atividades auxiliares à cultura		Atividades culturais características e auxiliares		Atividades relacionadas à cultura	
		Em milhares de pessoas	% Emprego total	Em milhares de pessoas	% Emprego total	Em milhares de pessoas	% Emprego total	Em milhares de pessoas	% Emprego total
Argentina ^a	2019	247,7	2,0	305,2	2,5	553,0	4,5	274,6	2,2
Brasil	2019	1675,3	1,8	1893,5	2,0	3568,8	3,8	2153,9	2,3
Chile	2017	165,1	2,1	107,2	1,4	272,3	3,5	181,4	2,3
Colômbia	2018	279,7	1,3	77,1	0,3	356,8	1,6	276,7	1,2
Costa Rica	2018	55,3	2,6	45,7	2,2	101,0	4,8	85,6	4,0
Equador	2019	70,9	1,5	50,2	1,1	121,1	2,6	77,6	1,0
El Salvador	2019	111,9	1,4	77,6	1,0	189,5	2,4	22,6	0,8
Espanha	2017	710,2	3,6
Honduras	2019	35,3	0,9	13,7	0,4	49,0	1,3	30,0	0,8
México	2018	495,4	0,8	570,0	1,0	1065,4	1,8	328,0	0,6
Nicarágua	2014	15,9	0,6	14,9	0,6	30,9	1,2	25,9	1,0
Panamá	2019	29,8	1,6	21,1	1,1	50,9	2,7	46,7	2,5
Peru	2019	765,2	4,4	222,8	1,3	987,9	5,7	1278,5	7,4
República Dominicana	2019	31,6	1,1	24,8	0,8	56,4	1,9	252,1	5,4
Uruguai	2019	39,5	2,4	37,3	2,3	76,8	4,7	30,7	1,9
Ibero-América ^b		4728,9	1,7	3461,2	1,4	7479,9	3,1	5064,1	2,1

Fonte: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL); estimativas tendo como base as tabulações especiais das pesquisas domiciliares dos respectivos países. No caso da Espanha, a informação foi obtida no Ministério de Educação, Cultura e Esporte (2013).

^a Áreas urbanas.

^b Médias ponderadas, exclui a Espanha.

Tamanho do emprego no setor cultural tendo como base as Contas Satélites da Cultura

Outra fonte de informação útil para medir o tamanho do setor cultural quanto ao número de empregados é através das Contas Satélites da Cultura feitas por vários países da região. Na tabela V.4, mostram-se os resultados de sete países entre 2012 e 2019.

Como se pode observar (ao comparar com as informações anteriormente apresentadas), existem certas diferenças nas estatísticas apresentadas pelas Contas Satélites e as classificações elaboradas com as pesquisas domiciliares. Essa diferença é especialmente importante no caso da República Dominicana, onde o emprego no setor cultural representou 12,5% do emprego total. Porém, devemos destacar que os critérios de delimitação do

emprego no setor cultural têm um papel decisivo nas diferenças. No caso da República Dominicana, por exemplo, as estatísticas elaboradas na conta satélite contemplam as ocupações “Professores de universidades e do ensino superior” e “Professores do ensino primário” como parte do setor cultural, mas, neste documento, consideram-se exclusivamente os setores de atividades de ensino ligados à promoção de conhecimentos sobre cultura, artes e comunicações.

Tabela V.4

Contas Satélites na Ibero-América e principais resultados

	Ano	Em milhares de pessoas	Porcentagem em relação ao emprego total
Argentina	2019*	308,9	
Colômbia	2017	554,3	
Costa Rica	2015	42,7	2,1
Equador	2018		4,2
México	2019*	1 395,6	
Portugal	2012	83,0	1,9
República Dominicana	2014	468,3	12,5

Fonte: Estatísticas apresentadas nas Contas Satélites dos respectivos países (ver Capítulo II).

* Dados preliminares.

Horas trabalhadas na cultura e em emprego equivalente

Para analisar o nível de intensidade do fator trabalho no tecido produtivo cultural, a tabela V.5 nos mostra informações sobre as horas semanais médias de trabalho por país e setor cultural. Na Ibero-América, a quantidade de horas trabalhadas em atividades características da cultura (39,2) e relacionadas à cultura (40,3) é inferior em relação à média do emprego total regional (41,9), mas o cenário é inverso no caso das atividades auxiliares à cultura (43,2). Os países que registram mais horas de trabalho em atividades culturais características são Peru (54,5), Honduras (44,3) e Colômbia (42,3). No outro extremo, México (33,7), Argentina (35,5) e Uruguai (35,6) são os países com menos horas de trabalho semanais.

Nas atividades características da cultura, a intensidade das horas de trabalho também varia de acordo com a natureza da atividade. Agrupando o emprego cultural entre as atividades culturais públicas e privadas, fica evidente que, em média, as horas semanais de trabalho registradas por empregados privados (39,0) é inferior às registradas por empregados públicos culturais (40,6). Ainda assim, em ambos os setores, as horas trabalhadas são, em média, inferiores às do emprego total.

“Nas atividades características da cultura, a intensidade das horas de trabalho também varia de acordo com a natureza da atividade”.

Tabela V.5

Ibero-América (14 países): Média total de horas trabalhadas no setor cultural, nas atividades auxiliares e nas atividades características da cultura, por volta de 2018

	Ano	Média do total de horas trabalhadas					
		Total de empregados	Atividades características da cultura	Atividades auxiliares à cultura	Atividades relacionadas	Emprego cultural setor público	Emprego cultural setor privado
Argentina ^a	2019	38.4	35.5	39.8	36.4	34.8	35.7
Brasil	2019	39.7	39.6	41.7	37.9	38.6	39.6
Chile	2017	42.6	40.7	44.4	41.6	43.4	40.6
Colômbia	2018	44.5	42.3	44.8	41.9	46.4	42.3
Costa Rica	2018	43.6	41.1	45.1	44.5	43.9	41.0
Equador	2019	43.1	39.5	45.1	49.5	32.9	39.8
El Salvador	2019	37.6	37.6	40.2	40.4	40.0	37.4
Honduras	2019	43.2	44.3	40.4	42.5		44.3
México	2018	45.3	33.7	42.2	41.8	45.0	33.6
Nicarágua ^b	2014	42.2	41.0	48.7	49.1		
Panamá	2019	38.5	36.7	44.7	42.8	40.0	36.7
Peru	2019	43.5	54.5	57.0	43.8	45.3	51.5
República Dominicana	2019	43.5	39.4	46.7	43.9	43.5	40.5
Uruguai	2019	38.5	35.6	40.5	35.0	37.9	35.5
Ibero-América ^c		41.9	39.2	43.2	40.3	40.6	39.0

Fonte: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL); estimativas baseadas nas tabulações especiais das pesquisas domiciliares dos respectivos países.

^a Áreas urbana.

^b Dados não disponíveis para a distinção entre setores públicos e privados.

^c Média ponderada.

No caso da Espanha, as informações disponíveis permitem distinguir o tipo de jornada de trabalho dentro das atividades culturais, dividindo-as em dois grupos: em tempo integral e em tempo parcial. Como mostrado na tabela V.6, em 2019, 86,6% dos empregos culturais eram em tempo integral (618 mil pessoas) e 13,4% jornadas parciais (92 mil pessoas). Quanto à distribuição por domínio cultural, o setor “Atividades de design, de

criação, de tradução, artísticas e de espetáculos” foi o de maior proporção de trabalhos em tempo parcial (19,6%), enquanto “Artes gráficas, gravação, reprodução de suportes, edição musical, fabricação de suportes e aparelhos de imagem e som, instrumentos musicais” correspondeu ao setor com maior proporção de trabalhadores com tempo integral, tendo apenas 6,6% de trabalhadores com jornadas parciais.

Tabela V.6

Espanha: Emprego no setor cultural segundo o tipo de jornada de trabalho por atividades econômicas, 2019

	Em milhares de pessoas			Porcentagens		
	Tempo integral	Tempo parcial	Total	Tempo integral	Tempo parcial	Total
Atividades de bibliotecas, arquivos, museus, outras instituições culturais, edição de livros, periódicos e outras atividades editoriais	7,2	12,6	87,6	85,2	14,8	100
Atividades cinematográficas, de vídeo, rádio e televisão	64,3	11,8	81,9	84,6	15,4	100
Atividades de design, de criação, de tradução, artísticas e de espetáculos	127,9	31,1	148,1	80,4	19,6	100
Artes gráficas, gravação, reprodução de suportes, edição musical, fabricação de suportes e aparelhos de imagem e som, instrumentos musicais	100,4	7,1	95	93,4	6,6	100
Outras atividades econômicas	253,4	29,4	277,8	89,6	10,4	100
Total	618,2	92	690,4	86,6	13,4	100

Fonte: Ministério da Educação, Cultura e Esporte da Espanha. Sistema CULTURA Base (<http://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/culturabase/empleo-cultural/resultados-empleo.html>).

Medindo a participação do setor público na cultura

O emprego no setor cultural ibero-americano está muito concentrado no setor privado. Como pode ser visto na tabela V.7, o alcance do setor privado no emprego cultural ibero-americano chega a 96,3%, enquanto no setor público alcança 3,7%, o que representa uma queda na participação do setor público de 2,3 pontos percentuais frente à estimada em 2012 pela CEPAL e OEI (2014). E esses números são coerentes com a maior relevância que as instituições privadas alcançaram

na região, mas também com o consequente enfraquecimento do papel do Estado na promoção e no desenvolvimento das atividades culturais.

Porém, a média regional ibero-americana esconde uma grande variação na participação do setor público de um país para outro. Na Argentina, Equador e Uruguai, por exemplo, chegam a alcançar números duas ou mais vezes maiores que a média. Em outros países, como Colômbia, Honduras e Panamá, atingem números de apenas 0 a 1% do emprego no setor cultural.

Com as informações da tabela V.7, também se observa que a participação do setor público na cultura nem sempre está ligada ao tamanho do setor público no mercado de trabalho nacional. Países como Argentina, Panamá e Uruguai demonstram participações que alcançam números de 15 a 17% do emprego total, enquanto outros, como Colômbia, Honduras e Equador, têm uma participação que desaba a números de 3 a 7%. Em termos regionais, o emprego cultural público na Ibero-américa alcança 12,3% do emprego total, com um incremento de 1,6 pontos percen-

tuais em relação à média regional estimada pela CEPAL e OEI (2014) para 2012.

Entre os países com maior participação de pessoas empregadas na cultura dentro do setor público total estão Argentina (2,4%), Uruguai (1,2%) e Equador (1,1%). Para o resto dos países, essa proporção ronda de 0 a 1%. Quanto à concentração do emprego privado em atividades culturais, os países com maiores participações são Uruguai (2,7%), Panamá (1,8%) e República Dominicana (1,7%).

Tabela V.7

Ibero-América (13 países): Participação do setor público e privado na cultura, por volta de 2018

	Ano	Emprego público (% do emprego total)	Emprego privado (% do emprego total)	Total	Emprego cultural público (% emprego cultural)	Emprego cultural privado (% emprego cultural)	Total	Emprego cultural público (% emprego público)	Emprego cultural privado (% emprego privado)
Argentina ^a	2019	17,2	82,8	100	20,3	79,7	100	2,4	1,6
Brasil	2019	12,3	87,7	100	2,7	97,3	100	0,4	2,0
Chile	2017	12,4	87,6	100	3,8	96,2	100	0,6	2,3
Colômbia	2018	3,8	96,2	100	0,6	99,4	100	0,2	1,3
Costa Rica	2018	14,7	85,3	100	2,8	97,2	100	0,5	3,0
República Dominicana	2019	13,6	86,4	100	4,4	95,6	100	0,5	1,7
Equador	2019	7,5	92,5	100	6,0	94,0	100	1,1	1,5
Honduras	2019	6,6	93,4	100	0,0	100,0	100	0,0	1,0
México	2018	12,9	87,1	100	2,9	97,1	100	0,2	0,9
Panamá	2019	15,7	84,3	100	1,1	98,9	100	0,1	1,8
Peru	2019	19,7	80,3	100	2,0	98,0	100	0,1	0,5
El Salvador	2019	13,6	86,4	100	3,7	96,3	100	0,3	1,3
Uruguai	2019	15,6	84,4	100	7,8	92,2	100	1,2	2,7
Ibero-América ^b	2019	12,3	87,7	100	3,7	96,3	100	0,4	1,5

Fontes: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL); estimativas de 2019 tendo como base as tabulações especiais das pesquisas domiciliares dos respectivos países. No caso da Espanha, a informação foi obtida no Ministério de Educação, Cultura e Esporte (2013); estimativas de 2012 sobre o relatório "Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica" (CEPAL-OEI, 2014).

^a Áreas urbanas.

^b Média ponderada.



As microempresas e o setor privado como promotores do emprego cultural

Dentro do setor privado da cultura, as microempresas⁶² desempenham um papel de destaque como promotoras do emprego cultural. Segundo as informações mostradas na tabela V.8, elas representam 56,1% do emprego cultural privado, número levemente superior à média do emprego total (53,5%). Por sua vez, as pequenas empresas⁶³ representam cerca de um quarto do emprego cultural privado (22,8%), número também maior do que a participação dessas organizações no emprego total (19,7%). Contrastando com esses números, as atividades privadas auxiliares à cultura tendem a ter uma concentração superior nas grandes empresas (33,3%), em comparação com as atividades características da cultura (21,1%) e com o emprego total privado (26,7%).

Os países com maior proporção de grandes empresas no emprego cultural característico são Peru (37,6%), Chile (30,1%), Colômbia (27,1%) e Costa Rica (27,1%). O caso do Chile e da Costa Rica é muito singular entre os países estudados, com uma das mais altas participações de grandes empresas, tanto no setor cultural quanto no auxiliar. O contrário acontece no Equador, Honduras e México, países onde as grandes empresas têm as participações mais baixas em ambos os setores.

⁶² Organizações com até 5 trabalhadores.

⁶³ Organizações com entre 6 e 49 trabalhadores.

Tabela V.8

Ibero-América (13 países): Volume do emprego privado no mercado de trabalho cultural e nas atividades auxiliares à cultura de acordo com o tamanho da empresa, por volta de

	Ano	Emprego setor privado			Emprego cultural setor privado			Emprego auxiliar setor privado		
		Micro-empresa (< 6) ^a	Pequena empresa (6-49)	Grande empresa (50+) ^b	Micro-empresa (< 6)	Pequena empresa (6-49)	Grande empresa (50+)	Micro-empresa (< 6)	Pequena empresa (6-49)	Grande empresa (50+)
Argentina ^c	2019	59,9	21,9	18,2	49,6	27,9	22,6	44,2	19,1	36,7
Brasil	2019	51,1	21,9	26,9	50,6	25,4	24,0	39,0	22,3	38,8
Chile	2017	39,9	24,7	35,4	38,2	31,7	30,1	12,6	26,9	60,5
Colômbia	2018	64,2	14,4	21,4	48,2	24,7	27,1	25,3	33,8	41,0
Costa Rica	2018	51,6	20,7	27,7	46,5	26,4	27,1	19,7	19,0	61,3
República Dominicana	2019	84,8		15,3	92,2		7,8	64,9		35,1
Equador	2019	74,7	14,0	11,3	73,1	15,7	11,1	39,8	28,6	31,5
Honduras	2019	95,8	3,8	0,4	91,6	8,4		88,9	11,1	
México	2018	67,2		32,8	88,1		11,9	82,5		17,5
Nicarágua ^d	2014
Panamá	2019	57,7	15,3	27,1	54,8	26,1	19,1	14,6	22,4	63,0
Peru	2019	69,6		30,4	62,4	37,6		73,9		26,1
El Salvador	2019	39,8	24,9	35,4	40,0	37,3	22,7	19,0	23,2	57,8
Uruguai	2019	48,4	26,0	25,6	60,9	23,6	15,5	28,5	32,2	39,4
Ibero-América (média ponderada)		53,5	19,7	26,7	56,1	22,8	21,1	44,5	22,1	33,3

Fonte: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL); estimativas tendo como base as tabulações especiais das pesquisas domiciliares dos respectivos países.

^a No caso do Uruguai, “microempresa” contempla empresas de 1 a 4 pessoas.

^b “Grande empresa” contempla 41 trabalhadores ou mais no caso da Argentina, e 31 trabalhadores ou mais no caso do México.

^c Áreas urbanas.

^d Exclui-se a Nicarágua, cujos dados não permitiram a distinção entre setores públicos e privados.

3

Características dos Empregos e Ocupações Culturais

É fundamental caracterizar as pessoas que compõem os empregos nas ICC para entender o grau de vulnerabilidade deste setor frente aos choques externos. Acima de tudo, estudar as condições de trabalho dos trabalhadores da cultura permitirá entender que grupos foram os mais afetados após a crise no setor provocada pela pandemia da covid-19, e em que medida este acontecimento foi capaz de gerar impactos permanentes no setor.

Gênero e idade

Analisando a distribuição da participação por gênero nas ICC ibero-americanas apresentada na tabela V.9, observa-se que a participação por gênero nas atividades características da cultura e auxiliares à cultura é muito desigual. No caso das atividades características da cultura, a participação média de homens ronda o dobro da participação das mulheres (68% de homens e 32% de mulheres). Nas atividades auxiliares à cultura, a participação regional média dos homens chega a ser o triplo da participação das mulheres (76% e 25%, respectivamente). Em ambos os casos, a disparidade das taxas supera à das médias do emprego

total, constituída por uma participação de 57% de homens e 43% de mulheres.

Países como Peru, Honduras e Nicarágua mantêm as diferenças de participação por gênero mais altas no emprego cultural, com médias de participação dos homens de três a nove vezes maior que a participação das mulheres. Argentina, Uruguai e Panamá apresentam as menores diferenças. Ainda assim, em todos os países ibero-americanos selecionados, a participação dos homens supera a das mulheres no setor cultural.

No caso das atividades auxiliares à cultura, os países com diferenças de participação mais altas são Peru, Argentina (ao contrário do que acontece no caso das atividades culturais) e México, com uma participação masculina de três a nove vezes maior que a participação feminina. No outro extremo, Nicarágua, Chile e Uruguai apresentam as menores diferenças, mas só no caso da Nicarágua ela é superior a dois dígitos.

Continuando com o visto anteriormente, é possível apreciar que a diferença entre gêneros tende a ser especialmente sensível segundo a definição de “emprego cultural”, com uma forte mudança ao se observar, não as atividades, mas as ocupações culturais. Ao classificar o emprego cultural segundo ocupações, as participações tendem a ser muito mais equitativas no mercado de trabalho entre ambos os gêneros. Sendo assim, a nível ibero-americano, a média de participação das mulheres é de 49%, enquanto a dos homens é de 51%, o que representa uma desigualdade de 2 pontos percentuais. Essa

diferença é menor do que a do mercado total (de 14 pontos percentuais), com países como Panamá, Brasil, Uruguai e Honduras, onde a participação das mulheres é em média maior

que a dos homens. No caso do Panamá, a diferença chega a alcançar números de dois dígitos (18 pontos percentuais).

Tabela V.9

Ibero-América (14 países): Taxa de participação por gênero no emprego total, emprego cultural e emprego auxiliar à cultura, por volta de 2018

	Ano	Total emprego		Atividades características da cultura				Atividades auxiliares à cultura				Ocupações culturais			
		Taxa de participação (%)		Número (em milhares)		Taxa de participação (%)		Número (em milhares)		Taxa de participação (%)		Número (em milhares)		Taxa de participação (%)	
		M ^a	H ^b	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H
Argentina ^c	2019	44,0	56,0	106,2	141,5	42,9	57,1	53,3	251,9	17,5	82,5
Brasil	2019	43,7	56,3	686,7	988,6	41,0	59,0	491,1	1402,3	25,9	74,1	1990,1	1862,9	51,7	48,3
Chile	2017	43,5	56,5	55,2	109,9	33,4	66,6	33,3	74,0	31,0	69,0	165,5	178,8	48,1	51,9
Colômbia	2018	41,6	58,4	92,8	186,9	33,2	66,8	22,0	55,1	28,5	71,5	47,9	49,3	49,3	50,7
Costa Rica	2018	39,7	60,3	20,4	34,9	36,9	63,1	11,7	34,0	25,6	74,4
República Dominicana	2019	40,6	59,4	19,1	51,8	27,0	73,0	14,5	35,8	28,8	71,2	60,1	123,0	32,8	67,2
Equador	2019	41,5	58,5	45,0	66,9	40,2	59,8	21,1	56,5	27,2	72,8	164,4	184,0	47,2	52,8
Honduras	2019	37,5	62,5	8,6	26,7	24,4	75,6	3,7	10,0	26,8	73,2	83,1	81,6	50,4	49,6
México	2018	41,3	58,7	127,2	368,2	25,7	74,3	128,7	441,2	22,6	77,4	1046,8	1207,6	46,4	53,6
Nicarágua	2014	38,0	62,0	3,9	12,1	24,3	75,7	7,1	7,9	47,4	52,6	40,6	63,5	39,0	61,0
Panamá	2019	41,8	58,2	12,5	17,3	41,9	58,1	6,0	15,1	28,5	71,5	59,6	42,0	58,6	41,4
Perú	2019	46,5	53,5	60,4	704,8	7,9	92,1	22,2	200,5	10,0	90,0	330,9	377,9	46,7	53,3
El Salvador	2019	41,4	58,6	10,4	21,2	32,8	67,2	6,7	18,1	27,0	73,0	58,2	59,0	49,7	50,3
Uruguai	2019	45,1	54,9	16,9	22,7	42,7	57,3	11,3	26,0	30,2	69,8	39,5	38,1	50,9	49,1
Ibero-América ^d		42,7	57,3	1265,2	2753,5	33,5	66,5	832,7	2628,5	24,5	75,5	4086,6	4267,8	48,9	51,1

Fonte: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL); estimativas tendo como base as tabulações especiais das pesquisas domiciliares dos respectivos países.

^a Mulheres.

^b Homens.

^c Áreas urbanas.

^d Média ponderada.

“Quanto à idade média dos trabalhadores a nível ibero-americano, as pessoas que trabalham na cultura tendem a ser mais jovens do que os trabalhadores do mercado de trabalho total. Por outro lado, a nível setorial, as mulheres tendem a ser mais jovens do que os homens.”

Quanto à idade média dos trabalhadores a nível ibero-americano, as pessoas que trabalham na cultura tendem a ser mais jovens do que os trabalhadores do mercado de trabalho total. Por outro lado, a nível setorial, as mulheres tendem a ser mais jovens do que os homens, tanto nas atividades características quanto nas atividades auxiliares da cultura.

Na região, a média etária dos trabalhadores é de 40 anos no emprego total, média que se mantém ao se analisar o número por gênero. Considerando exclusivamente as atividades características da cultura, esta média baixa a 38 anos, com as mulheres sendo em média mais jovens (36,7 anos) que os homens (39 anos). Do total dos países considerados na região, México (36 anos), Honduras (36 anos) e Nicarágua (37 anos) apresentam as idades mais baixas, enquanto Peru (42 anos) e Argentina (42) registram as idades mais altas a nível ibero-americano. Quanto às atividades auxiliares à cultura, a média etária total também é de 38 anos, mas a diferença etária entre mulheres (37,5 anos) e homens (38,4 anos) é inferior à média das atividades culturais.

Essa diferença entre mulheres e homens não é comum em todos os países. O Peru é uma exceção ao apresentar uma média etária das mulheres mais alta do que a dos homens (45 e 42 anos, respectivamente). No caso das atividades auxiliares à cultura, isso só acontece no México (41 anos para as mulheres e 39 para os homens) e no Peru (42 anos para as mulheres e 41 para os homens).

Assim como nas participações por gênero, existem diferenças nos números de idade considerando o setor cultural segundo atividades ou ocupações. Desta forma, a média etária aumenta ao considerar o setor cultural por ocupações (42 anos), posicionando-se em um patamar superior à idade média do mercado de trabalho total (40 anos). Esta diferença é marcada pela idade das mulheres, que alcançam a idade de 42 anos a nível ibero-americano, enquanto os homens demonstram idades similares às estimadas para o emprego total (40 anos).

Tabela V.10

Ibero-América (14 países): Médias de idade por gênero no emprego total, emprego cultural e emprego auxiliar à cultura, por volta de 2018

	Ano	Médias de idade											
		Emprego total			Atividades características da cultura			Atividades auxiliares à cultura			Ocupações culturais		
		Total	M ^a	H ^b	Total	M	H	Total	M	H	Total	M	H
Argentina ^c	2019	41,4	41,3	41,5	41,6	40,3	42,5	39,3	38,8	41,0
Brasil	2019	39,8	39,5	40,0	38,5	36,9	39,6	36,6	35,8	38,3	42,0	42,8	38,6
Chile	2017	42,7	41,9	43,2	39,4	37,4	40,4	36,2	36,4	39,0	44,2	44,2	42,4
Colômbia	2018	39,7	39,5	39,9	36,9	34,3	38,2	33,7	34,0	37,3
Costa Rica	2018	40,5	39,9	40,9	38,1	36,4	39,1	35,1	35,1	37,6	43,3	43,2	40,0
República Dominicana	2019	40,2	40,3	40,1	39,4	36,9	40,3	34,6	34,0	38,7	44,8	48,9	40,8
Equador	2019	41,5	41,8	41,3	40,3	38,1	41,8	38,7	38,3	40,4	43,3	42,4	42,6
Honduras	2019	38,4	38,9	38,1	36,5	35,9	36,7	33,2	35,2	35,7	39,8	39,9	38,1
México	2018	39,6	39,7	39,5	35,9	34,0	36,5	42,2	41,2	38,6	41,2	40,7	39,4
Nicarágua	2014	36,6	37,5	36,1	36,4	34,9	36,8	33,0	33,9	35,2	39,8	42,7	37,5
Panamá	2019	41,7	41,8	41,5	38,3	37,3	39,0	39,9	39,1	38,9	45,8	45,7	43,2
Peru	2019	43,1	43,2	43,1	41,8	44,9	41,5	40,3	42,1	41,4	42,9	42,2	41,6
El Salvador	2019	39,6	40,0	39,2	37,1	36,9	37,2	32,6	34,3	35,5	42,1	42,4	39,3
Uruguai	2019	41,3	41,4	41,3	40,4	38,4	41,9	38,5	38,6	40,0	43,3	42,5	41,2
Ibero-América ^d		40,2	40,1	40,2	38,1	36,7	39,0	37,9	37,5	38,6	42,0	42,3	39,5

Fonte: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL); estimativas tendo como base as tabulações das pesquisas domiciliares dos respectivos países.

^a Mulheres. ^b Homens. ^c Áreas urbanas. ^d Média ponderada.

Níveis de escolaridade

Para analisar a distribuição dos empregos segundo o nível de escolaridade, divide-se a população em quatro segmentos:

- Ensino primário incompleto.
- Ensino primário completo.

- Ensino secundário (médio) completo.
- Ensino superior completo.

Neste caso, analisam-se os empregos culturais e auxiliares em conjunto, a fim de evitar a fragmentação excessiva da amostra de empregos culturais.



De acordo com os dados da tabela V.11.A, observa-se que na Ibero-américa o nível de escolaridade no mercado de trabalho das atividades características e auxiliares à cultura tende a ser maior que o nível de escolaridade nos mercados de trabalho totais.

No emprego total ibero-americano, os dois níveis de ensino predominantes são o ensino primário completo (35%) e o secundário/médio completo (36%), concentrando entre ambos 71% da participação total. Esta é a regra geral, mas existem algumas exceções a nível nacional. No caso de Honduras, Nicarágua e El Salvador predomina a ensino primário incompleto e completo no mercado de trabalho nacional, e no Peru, o ensino secundário e superior completos.

No caso do emprego cultural, a maior concentração está nos níveis de escolaridade de ensino secundário (médio) completo (41%) e superior completo (35%), que juntos representam 76% do total. Exceções a essa tendência são registradas no México, Peru e El Salvador, onde predominam os setores com estudos de ensino primário e secundário completos. Nesses três países, a proporção de trabalhadores com ensino superior completo é maior do que a proporção de trabalhadores com ensino primário incompleto.

Analisados do ponto de vista das ocupações características da cultura (tabela V.11.B), os empregos culturais repetem o padrão anteriormente observado nas atividades culturais, onde se nota uma alta proporção de traba-

lhadores com ensino secundário/médio (34%) e nível superior completos (31%). A concentração de trabalhadores neste setor é inferior à estimada para as atividades culturais, com uma participação total de 65% entre os dois

níveis de escolaridade. Neste setor, só o Brasil, Chile, Costa Rica e Peru refletem a tendência apresentada na média regional, enquanto no resto dos países o que predomina é o ensino primário e secundário completos.

Tabela V.11

Ibero-América (14 países): Emprego total, emprego em atividades culturais e ocupações culturais por nível de escolaridade, por volta de 2018

A. Emprego total e emprego em atividades características e auxiliares à cultura

	Ano	Emprego Total					Atividades características e auxiliares à cultura				
		Participação (%)				Total	Participação (%)				Total
		Ensino primário incompleto	Ensino primário completo	Ensino secundário (médio) completo	Ensino superior completo		Ensino primário incompleto	Ensino primário completo	Ensino secundário (médio) completo	Ensino superior completo	
Argentina ^a	2019	2,7	29,3	39,7	28,3	100	0,3	8,3	43,4	48,0	100
Brasil	2019	5,7	30,5	42,1	21,7	100	1,0	12,6	44,1	42,2	100
Chile	2017	5,7	23,8	51,1	19,3	100	0,4	5,8	42,1	51,7	100
Colômbia	2018	15,0	28,6	42,0	14,4	100	1,0	8,5	43,6	46,9	100
Costa Rica	2018	10,3	43,2	29,0	17,5	100	1,5	21,1	44,9	32,5	100
República Dominicana	2019	18,4	33,6	34,1	13,8	100	0,5	17,4	51,8	30,4	100
Equador	2019	13,0	40,1	33,0	13,9	100	0,6	12,5	43,0	43,9	100
Honduras	2019	28,4	41,7	21,2	8,7	100	3,4	21,7	42,0	32,9	100
México	2018	13,3	48,3	22,8	15,6	100	6,6	48,1	29,0	16,3	100
Nicarágua	2014	33,7	35,3	19,1	11,9	100	4,6	19,6	29,2	46,6	100
Panamá	2019	8,6	37,2	33,6	20,6	100	0,6	10,8	41,1	47,5	100
Peru	2019	21,8	18,9	34,9	24,4	100	9,4	20,6	53,9	16,1	100
El Salvador	2019	27,5	40,3	23,7	8,4	100	5,3	25,6	47,7	21,5	100
Uruguai	2019	3,5	60,1	22,0	14,4	100	0,5	29,0	38,3	32,2	100
Ibero-América ^b		10,8	34,7	35,5	19,0	100	2,9	21,4	40,9	34,8	100

Fontes: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL); estimativas de 2019 tendo como base as tabulações especiais das pesquisas domiciliares dos respectivos países. No caso da Espanha, a informação foi obtida no Ministério de Educação, Cultura e Esporte (2013); estimativas de 2012 tendo como base o relatório "Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica" (CEPAL-OEI, 2014).

^a Áreas urbanas. ^b Média ponderada.

B. Ocupações características da cultura

	Ano	Ocupações características da cultura				Total
		Participação (%)				
		Ensino primário incompleto	Ensino primário completo	Ensino secundário (médio) completo	Ensino superior completo	
Argentina ^a	2019	100
Brasil	2019	2,5	21,5	40,0	36,1	100
Chile	2017	2,9	16,3	40,2	40,6	100
Colômbia	2018	100
Costa Rica	2018	4,8	29,0	34,2	32,0	100
República Dominicana	2019	10,5	35,4	34,4	19,7	100
Equador	2019	4,4	35,7	36,1	23,8	100
Honduras	2019	12,9	47,4	30,5	9,2	100
México	2018	9,8	40,1	22,2	27,9	100
Nicarágua	2014	22,0	43,0	22,8	12,1	100
Panamá	2019	12,5	33,6	27,2	26,6	100
Peru	2019	15,0	15,9	38,4	30,7	100
El Salvador	2019	19,5	38,9	26,0	15,6	100
Uruguai	2019	1,5	37,1	34,4	27,0	100
Ibero-América ^b		6,6	28,3	33,7	31,3	100

Fontes: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL); estimativas de 2019 tendo como base as tabulações especiais das pesquisas domiciliares dos respectivos países. No caso da Espanha, a informação foi obtida no Ministério de Educação, Cultura e Esporte (2013); estimativas de 2012 tendo como base o relatório “*Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica*” (CEPAL-OEI, 2014).

^a Áreas urbanas. ^b Média ponderada.

Segurança e Previdência Social

A crise sanitária da covid-19 levou a uma crise no mercado de trabalho mundial, com crescimentos explosivos da taxa de desemprego e quedas na força de trabalho, especialmente no segundo e terceiro trimestres de 2020. Os problemas associados ao desemprego não se restringem aos efeitos imediatos nos níveis de renda, também englobam efeitos futuros na qualidade de vida das pessoas, principalmente quando o desemprego é prolongado. Em países com sistemas de pensões de ca-

pitalização individual, por exemplo, a falta de renda dos trabalhadores provoca a detenção da acumulação de fundos de aposentadorias para a velhice, o que acaba levando a níveis mais baixos de renda, uma vez que as pessoas se aposentam. Por outro lado, em países que não têm sistemas universais de saúde, o desemprego também costuma significar a perda da cobertura de saúde, o que acaba tornando mais aguda a situação dos mercados de trabalho na Ibero-América, com porcentagens importantes de empregados trabalhando sem contribuir para esses sistemas.

Entre os trabalhadores ocupados, as taxas de filiação a sistemas de previdência e de saúde costumam estar relacionadas ao grau de formalidade do trabalho. Portanto, maiores taxas de contribuição são indicadores de maiores taxas de formalidade e estabilidade no trabalho.

Na tabela V.12, apresentam-se as taxas de contribuição a sistemas de previdência por parte dos trabalhadores do âmbito da cultura em 11 países⁶⁴ ibero-americanos. Considerando as atividades características da cultura, observa-se níveis médios de contribuição in-

feriores (45,8%) às contribuições do emprego total regional (47,8%). A contribuição torna-se bem mais baixa considerando as ocupações culturais (37%), cerca de 11 pontos percentuais abaixo da média do emprego total. Ambos os pontos sugerem altos graus de informalidade associados ao emprego no setor característico da cultura.

Esses números valem para todos os países, exceto para o Peru e o México, cujas taxas de contribuição nos três grupos culturais analisados são inferiores à média do emprego total.

Tabela V.12

Ibero-América (11 países): Emprego total e emprego cultural por condição de contribuição ao sistema de previdência, por volta de 2018

	Ano	Emprego total			Atividades características da cultura			Atividades auxiliares à cultura			Ocupações culturais		
		Não contribui	Contribui	Total	Não contribui	Contribui	Total	Não contribui	Contribui	Total	Não contribui	Contribui	Total
		Participación (%)			Participación (%)			Participación (%)			Participación (%)		
Argentina ^a	2019	50,3	49,7	100	42,1	57,9	100	34,4	65,6	100
Brasil	2019	37,0	63,0	100	33,9	66,1	100	27,6	72,4	100	48,3	51,7	100
Chile	2017	31,9	68,1	100	32,4	67,6	100	9,3	90,7	100	48,0	52,0	100
Colômbia	2018	62,7	37,3	100	44,3	55,7	100	18,6	81,4	100
Costa Rica	2018	31,1	68,9	100	27,7	72,3	100	9,8	90,2	100	45,4	54,6	100
Honduras	2019	87,9	12,1	100	84,1	15,9	100	75,6	24,4	100	81,1	18,9	100
México	2018	68,1	31,9	100	86,0	14,0	100	78,1	21,9	100	80,9	19,1	100
Nicarágua	2014	77,3	22,7	100	62,0	38,0	100	11,0	89,0	100	86,5	13,5	100
Peru	2019	79,3	20,7	100	95,0	5,0	100	92,8	7,2	100	88,9	11,1	100
El Salvador	2019	69,8	30,2	100	62,5	37,5	100	31,3	68,7	100	81,8	18,2	100
Uruguai	2019	24,5	75,5	100	23,0	77,0	100	7,1	92,9	100	39,0	61,0	100
Ibero-América ^b		52,6	47,4	100	54,2	45,8	100	44,0	56,0	100	63,0	37,0	100

Fontes: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL); estimativas de 2019 tendo como base as tabulações especiais das pesquisas domiciliares dos respectivos países. No caso da Espanha, a informação foi obtida no Ministério de Educação, Cultura e Esporte (2013); estimativas de 2012 tendo como base o relatório "Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica" (CEPAL-OEI, 2014).

^a Áreas urbanas. ^b Média ponderada.

⁶⁴ Só nesses países foi possível sintetizar estatísticas sobre a cobertura dos sistemas de previdência, dada a disponibilidade de informações fornecidas pelas pesquisas domiciliares contínuas dos diversos países da região.

Distribuição de Remuneração pelo Trabalho

Na tabela V.13, apresentam-se estatísticas sobre a distribuição de remuneração no mercado de trabalho dos países ibero-americanos selecionados, especialmente no setor da cultura. Em média, 70% da população ibero-americana recebe salários inferiores à média do seu respectivo país, segundo os resultados das pesquisas socioeconômicas nacionais. Essa taxa se reduz para as três classificações culturais que estão sendo consideradas. Sendo assim, a taxa diminui consideravelmente para as atividades características e para as auxiliares da cultura (61,4% e 59,1%, respectivamente), e de forma menos marcada para as classifi-

cações de ocupações culturais (64,8%). Isso revela que os ganhos no setor cultural tendem a ser superiores, em termos globais, aos salários do restante do mercado de trabalho.

Na análise por países, isto acontece em todos os países, com exceção do México, Peru e Uruguai, quando o setor cultural é considerado de acordo com as atividades, e do Equador, México e Peru, quando o setor cultural é delimitado por ocupações. Para este grupo de países, nota-se o contrário. Em outras palavras, nesses quatro países, os empregos no setor cultural, a nível global, estão associados a salários mais baixos do que os do resto da economia, segundo a delimitação do setor cultural.



Tabela V.13

Ibero-América (14 países): Emprego total e emprego cultural por distribuição de ganhos salariais, por volta de 2018

	Ano	Emprego total			Atividades características da cultura			Atividades auxiliares à cultura			Ocupações culturais		
		Abaixo da média	Acima da média	Total	Abaixo da média	Acima da média	Total	Abaixo da média	Acima da média	Total	Abaixo da média	Acima da média	Total
		Participação (%)			Participação (%)			Participação (%)			Participação (%)		
Argentina ^a	2019	58,0	42,0	100	46,0	54,0	100	37,7	62,3	100
Brasil	2019	75,3	24,7	100	58,7	41,3	100	61,0	39,0	100	66,7	33,3	100
Chile	2017	71,3	28,7	100	45,7	54,3	100	46,9	53,1	100	43,3	56,7	100
Colômbia	2018	74,9	25,1	100	59,9	40,1	100	52,7	47,3	100
Costa Rica	2018	69,7	30,3	100	64,2	35,8	100	47,6	52,4	100	50,2	49,8	100
República Dominicana	2019	71,0	29,0	100	57,0	43,0	100	60,4	39,6	100	62,5	37,5	100
Equador	2019	65,8	34,2	100	52,4	47,6	100	43,8	56,2	100	68,9	31,1	100
Honduras	2019	59,4	40,6	100	40,3	59,7	100	31,2	68,8	100	41,9	58,1	100
México	2018	66,8	33,2	100	74,0	26,0	100	68,7	31,3	100	65,1	34,9	100
Nicarágua	2014	67,0	33,0	100	42,8	57,2	100	42,8	57,2	100	66,8	33,2	100
Panamá	2019	70,2	29,8	100	59,0	41,0	100	52,5	47,5	100	62,2	37,8	100
Peru	2019	63,7	36,3	100	71,5	28,5	100	69,4	30,6	100	71,7	28,3	100
El Salvador	2019	64,1	35,9	100	56,3	43,7	100	50,5	49,5	100	63,6	36,4	100
Uruguai	2019	63,6	36,4	100	63,6	36,4	100	48,0	52,0	100	57,2	42,8	100
Ibero-América ^b		70,3	29,7	100	61,4	38,6	100	59,1	40,9	100	64,8	35,2	100

Fontes: Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL); estimativas de 2019 tendo como base as tabulações especiais das pesquisas domiciliares dos respectivos países. No caso da Espanha, a informação foi obtida no Ministério de Educação, Cultura e Esporte (2013); estimativas de 2012 tendo como base o relatório "Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica" (CEPAL-OEI, 2014).

^a Áreas urbanas. ^b Média ponderada.

4

O impacto imediato da pandemia da covid-19 no mercado de trabalho cultural

A pandemia da covid-19, que começou no final de 2019 e se expandiu para todos os continentes em 2020, sacudiu o mundo em muitos aspectos. Na Espanha, o primeiro caso do vírus foi registrado em janeiro de 2020, e em Portugal e nos países da América Latina os primeiros

casos foram registrados, sobretudo, entre o final de fevereiro e a primeira metade de março do mesmo ano. Em questão de semanas, os primeiros casos se transformaram em ondas de novos infectados, e em muito pouco tempo os números de novos contagiados passaram de dezenas a milhões.

O controle da pandemia foi feito através de estratégias internas de cada país ibero-americano, mas a sua gravidade obrigou a tomar decisões de restrições da mobilidade em espaços públicos e também da aglomeração de pessoas de forma geral, confinando milhões delas nas suas casas e obrigando o fechamento do comércio não essencial em países ibero-americanos e no resto do mundo. Isso gerou um impacto imediato nas atividades do âmbito da cultura, com o cancelamento de serviços e eventos, afetando milhares de pessoas no setor.

Quanto ao mercado de trabalho, a pandemia gerou um efeito duplo. Por um lado, os contágios alteraram a oferta de empregos por conta da saúde dos trabalhadores, seja pela expansão do número de pessoas infectadas ou pelo medo de contagiar-se. Por outro, a redução da mobilidade física e a proibição do funcionamento do comércio afetou a própria atividade econômica, paralisando a oferta e a demanda de bens e serviços, e junto com ela a demanda por empregos.

A capacidade de adaptar as atividades econômicas a formatos não presenciais e de encontrar estratégias para lidar com a queda de renda derivada dessa conjuntura são aspectos cruciais para compreender os efeitos

diretos da pandemia sobre o emprego cultural. Além disso, as próprias características do emprego cultural podem ter gerado a mitigação ou o aprofundamento desses efeitos, impactando diretamente nos lares.

Para medir as consequências da pandemia no setor, uma série de países e instituições da região criaram diversos cadastros durante os meses mais críticos de 2020. Esta seção reúne as pesquisas feitas individualmente pela Argentina, Chile e Peru. Além disso, inclui os principais resultados da pesquisa efetuada conjuntamente pelos Ministérios da Cultura do Mercosul, pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), pela Secretaria-Geral Ibero-Americana (SEGIB) e pela Organização dos Estados Ibero-americanos para Educação, Ciência e Cultura (OEI) para 11 países da região⁶⁵.

Estas pesquisas foram de acesso aberto, e embora sofram potenciais problemas de autosseleção, permitem uma visão geral sobre a situação dos agentes culturais em meio à pandemia.

No caso da Argentina, Chile e Peru, os participantes correspondem principalmente a pessoas físicas ou microempresas, em sua maior parte localizadas nas capitais de cada país. A instabilidade salarial foi um fator comum relatado pelos entrevistados, especialmente entre quem trabalha de forma freelance.

⁶⁵ Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai (Estados Partes do Mercosul), Bolívia, Colômbia, Chile, Equador e Peru (Estados Asociados ao Mercosul), Costa Rica e México (como Estados convidados).

No contexto da crise pandêmica, o cancelamento de eventos e a diminuição dos ganhos tendem a ser os problemas mais frequentemente relatados pelos entrevistados.

A digitalização dos serviços culturais foi vista como uma possibilidade de apagar os efeitos da crise no setor, principalmente em meio aos confinamentos e à impossibilidade de promover e efetuar serviços de forma física. Porém, a possibilidade de passar a estes meios deve ser encarada com cuidado. Segundo a informação relatada pelo PNUD em 2021, na América Latina e no Caribe, e proporção média dos trabalhos que podem ser realizados de casa é de apenas 20%, inferior ao de outras economias com receitas similares.⁶⁶

Segundo os resultados das pesquisas, uma importante porcentagem de pessoas do setor cultural já realizam a digitalização dos seus serviços. Porém, é necessário considerar que o uso de meios digitais não resolve completamente os problemas experimentados pelo setor, já que:

- a.** A digitalização dos serviços, em muitos casos, talvez só seja possível parcialmente.
- b.** Em alguns casos, digitalizar não é possível por conta da natureza da atividade.
- c.** Os participantes da pesquisa nem sempre conseguem ganhar dinheiro com a digitalização dos seus produtos e serviços

⁶⁶ PNUD en América Latina y Caribe (2021). "Estás en Mute": Porque el acceso a Internet no es suficiente para la digitalización inclusiva de América Latina y el Caribe". Acessado em agosto de 2021 no site: https://www.latinamerica.undp.org/content/rblac/es/home/presscenter/director-s-graph-for-thought/_you-are-on-mute--because-internet-access-is-not-enough-for-the-.html

Ainda assim, existe uma margem para assessorar a implementação da digitalização no setor e promover formas de conseguir uma percepção de benefícios por parte dos empregados da cultura. A seguir, analisaremos os resultados das pesquisas com mais detalhes.

Chile

O coronavírus foi detectado no Chile no dia 03 de março. No dia 16 de abril do mesmo ano, foram informadas políticas de cancelamento de aulas presenciais, limitações de aglomerações de pessoas e o fechamento das fronteiras, impactando diretamente no funcionamento das atividades culturais e turísticas. A fim de dimensionar o impacto destas medidas, entre 23 de março e 13 de abril de 2020, o Ministério das Culturas, Artes e do Patrimônio do Chile realizou o "Catastro de estado de situación de Agentes, Centro y Organizaciones Culturales" (abril de 2020)⁶⁷. Este cadastro reuniu cerca de 15.080 respostas. Delas, 87% corresponderam a pessoas físicas e 13% a centros ou organizações, enquanto a maior parte das respostas se concentrou nas áreas mais povoadas do país (Metropolitana: 53,2%; Valparaíso: 12,5%; e Bío-Bío: 4,9%).

Entre as pessoas físicas, 72,3% disseram considerar a sua situação econômica no momento da pesquisa como "ruim" ou "muito ruim". Dos entrevistados, 45,7% declararam ser mulher e 51,4% homem. Por sua vez, a

⁶⁷ Acessado em novembro de 2020 no site: <http://observatorio.cultura.gob.cl/index.php/2020/04/25/resultados-catastro-de-estado-de-situacion-agentes-centros-y-organizaciones-culturales/>

maior parte das pessoas disse ser trabalhador freelance (85,1%), enquanto 10,7% declararam trabalhar com contrato. Entre os trabalhadores freelance, uma grande porcentagem (79,4%) informou não ter ganhos estáveis no momento de responder à pesquisa, e apenas 15,8% dos trabalhadores mantinham ganhos estáveis no mesmo período. A nível global, 81,4% do total dos participantes da consulta declarou dedicar mais da metade da sua atividade de trabalho ao âmbito da cultura (artes ou patrimônio), enquanto 82,7% do mesmo grupo revelou que a sua dedicação era superior a 76% da atividade total de trabalho. Isto demonstra um alto grau de exclusividade dos trabalhadores do setor, além de uma elevada instabilidade salarial.

Ao mesmo tempo, 64,9% dos participantes informaram estar afiliado a algum tipo de sistema de previdência social, com diferenças notórias entre trabalhadores contratados e freelance. Enquanto 9,9% dos trabalhadores com contrato não estavam afiliados a nenhum sistema, o número aumenta a 34,3% no caso dos trabalhadores freelance. Em termos de planos de saúde, “um quinto dos participantes (20,7%) não está afiliado a nenhum, e entre os trabalhadores freelance assegurados, apenas 40,3% mantinham as mensalidades em dia.

Os registros também revelam que a vulnerabilidade dos trabalhadores foi agravada pelos efeitos da pandemia. Considerando o período entre 03 de março de 2020 e a data da resposta, os principais problemas enfrentados pelos entrevistados (segundo o relatório) foram o “cancelamento de atividades previamente confirmadas” (36,4%), a “diminuição dos ganhos” (25,6%) e o “adiamento

de atividades” (16,7%)⁶⁸, sendo significativos os problemas associados ao cancelamento de atividades, especialmente no âmbito das artes cênicas, e os problemas derivados do adiamento de atividades nas áreas de pesquisa, patrimônio, leitura e livros.

Quanto à possibilidade de adaptar a atividade econômica aos meios digitais, 58,5% dos participantes declararam estar realizando ou ter a possibilidade de realizar o seu trabalho on-line. Em outras palavras, quase a metade dos trabalhadores do setor revelou não ser capaz de passar a sua atividade a um formato não presencial. Nas palavras do relatório:

» Isso é especialmente preocupante se considerarmos que as estatísticas sociais disponíveis indicam que os(as) trabalhadores(as) destes setores trabalham com acordos verbais, sob a figura de honorários, mantendo empregos simultâneos e que costumam realizar atividades de docência como complemento do seu trabalho, que também estão em grande parte paralisados devido à contingência sanitária. (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile, 2020, p. 11, tradução nossa).

Um ponto que gera especial atenção na consulta é a informação relatada sobre a capacidade dos trabalhadores de migrar para outros âmbitos econômicos, com o objetivo de paliar a queda dos ganhos no setor cultural. Desta forma, para enfrentar a crise, uma par-

⁶⁸ Nessa pergunta era possível selecionar mais de uma alternativa como resposta.

“Um ponto que gera especial atenção na consulta é a informação relatada sobre a capacidade dos trabalhadores de migrar para outros âmbitos econômicos, com o objetivo de paliar a queda dos ganhos no setor cultural”.

te importante dos participantes (40,4%) não tem nenhuma alternativa de ganhos além do recebido por seus trabalhos no âmbito cultural, situação constatada sem diferenças significativas tanto para homens quanto para mulheres, enquanto 15% dos trabalhadores entrevistados disseram estar em busca de alternativas de ganhos em outros âmbitos profissionais.

Por outro lado, quanto às instituições ou organizações, 95,8% declararam ser micros ou pequenas agrupações ou organizações. Os principais problemas associados à pandemia da covid-19 relatados pelos entrevistados foram:

- Cancelación de actividades previamente confirmadas (34%).
- Diminuição de renda (18,2%).
- Adiamento de actividades (15,9%).
- Redução de vendas (10,5%).

O relatório diz também que:

» Os problemas associados ao cancelamento de atividades são bem transversais e acentuados para as agrupações e organizações do setor cultural: mais da metade (1.059 entrevistados) revelou ter suspenso entre 81% e 100% das suas atividades de 03 de março de 2020 até a data do cadastro. Mas a situação parece especialmente significativa para os domínios associados às artes cênicas, como marionetes (76,4%), circo (72,5%), teatro (67,8%) e narração oral (65,3%). (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile, 2020, p. 10 – tradução nossa.).

Ao mesmo tempo, 73,8% das organizações declararam que a sua situação na época da pesquisa era “ruim” ou “muito ruim”; número similar à relatada por trabalhadores freelance. Quanto à capacidade das instituições e organizações de migrar a formatos não presenciais, 41,5% disseram que estava realizando a difusão on-line de atividades no momento da pesquisa e 31,9% estaria disposta

a fazê-lo, mas precisava ser assessorada sobre como conseguiu-lo. Particularmente, as áreas mais ativas empregando difusão on-line, segundo a pesquisa, eram:

- Design (58,8%).
- Novos meios/artes midiáticas (58,2%).
- Fotografia (52,3%).
- Livro e arquitetura (ambas com 51,2%).

Argentina

O primeiro caso de covid-19 na Argentina foi noticiado no dia 03 de março. No dia 20 do mesmo mês, entrava em vigor a quarentena decretada a nível nacional. Para conhecer os efeitos da pandemia no setor, o Ministério de Cultura da Argentina preparou a “*Encuesta Nacional de Cultura. Caracterización de personas y organizaciones de la cultura en el contexto de COVID-19*” (2020)⁶⁹, realizada entre os dias 06 e 27 de abril, reunindo 15.260 respostas, das quais 13.019 (85,3%) corresponderam a pessoas e 2.241 (14,7%) a organizações.

A maior parte dos entrevistados declarou residir na Cidade Autônoma de Buenos Aires e na Província de Buenos Aires (62% entre ambas), e 61% disseram ter entre 30 e 49 anos. Além disso, 50% das pessoas se declararam mulheres e 47% homens. Por sua vez, 4% dos participantes disseram ser indígenas ou descendentes de povos indígenas.

As três áreas principais que os entrevistados indicaram desempenhar foram: música (31%), formação e educação cultural e/ou artística (22%) e teatro (21%). Dos entrevistados, 56% disseram viver do seu trabalho no âmbito cultural, e 73% trabalhavam unicamente de forma freelance. Deste último grupo, nove de cada dez pessoas não recebiam salários estáveis.

Quanto às contribuições a planos de previdência e de saúde, “60% dos entrevistados tinham contribuído para a sua aposentadoria nos últimos três meses, 49% tinham cobertura de saúde por obra social e 28% revelaram utilizar hospitais públicos”, segundo o relatório dos resultados.

Os principais gastos relatados pelos participantes da pesquisa estavam relacionados ao pagamento de serviços (83%), aluguel de moradia (45%) e compras de matéria-prima ou insumos para o desenvolvimento de atividades culturais (41%). De maneira geral, a problemática frequente do setor cultural mais relatada pelos participantes está relacionada à busca de rendas alternativas. Desta forma, cerca de 50% do grupo indicou ter se dedicado a esta tarefa durante todos os meses durante os doze meses anteriores à pesquisa.

Entre outras restrições, a pandemia da covid-19 na Argentina significou um isolamento social preventivo e obrigatório. Frente a isso, os problemas mais indicados pelos participantes foram:

⁶⁹ Acessado em novembro de 2020 no site: <https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=4>

- Cancelamento de atividades (38%)
- Falta de percepção de renda por atividade cultural (33%).
- Diminuição de renda por atividade cultural (31%)⁷⁰.

Nesse sentido, o relatório assinala que:

» Um dos perfis mais prejudicados pelas consequências da situação de isolamento social, preventivo e obrigatório, é o das pessoas que trabalham como freelance, sem rendas estáveis, e cuja atividade no âmbito cultural representa mais da metade das suas rendas mensais. Neste perfil, encaixavam-se 32% dos entrevistados (cerca de 35% dos homens que responderam à pesquisa e 28% das mulheres). A proporção de pessoas que viram as suas atividades de trabalho culturais serem canceladas chegou a 48%, e das que não receberam rendas pelas atividades culturais, 45%. Além disso, 39% não puderam pagar aluguéis e serviços correspondentes às casas onde moram. (Ministerio de Cultura de Argentina, 2020, p. 18 – tradução nossa).

Na tentativa de mitigar tais efeitos, os participantes da pesquisa indicaram como principais estratégias empregadas: trabalho de casa/reuniões virtuais (22%); aulas, oficinas,

⁷⁰ Pergunta de múltipla escolha.

seminários e capacitações por *streaming* e plataformas virtuais em troca de um ganho econômico (22%); e espera da finalização da quarentena/ viver de economias/ reduções de gastos (15%)⁷¹. No entanto, 42% dos entrevistados revelaram ter apenas a possibilidade parcial de realizar as suas atividades profissionais vinculadas à cultura de maneira virtual, e 20% disseram que já estava realizando previamente ou tinha começado a fazê-lo. Por outro lado, 15% responderam que poderia fazer isso, mas que precisariam de assessoramento e/ou recursos públicos, e 18% dos participantes declararam não ver a virtualização das atividades como possível. Entre os que disseram utilizar as plataformas virtuais, apenas 38% declararam receber dinheiro em forma de pagamento.

Paralelamente, a pesquisa focou em organizações culturais, que se encontravam principalmente no setor ou disciplina teatral (26%), formação e educação cultural e/ou artística (24%) e musical (21%)⁷².

Em termos trabalhistas, 52% das organizações pesquisadas declararam envolver o trabalho de 6 a 25 pessoas, e 32%, 5 pessoas ou menos. Por outro lado, 37% das organizações tinham até 5 pessoas com retribuição econômica pela sua participação ou trabalho, 33% tinham de 6 a 25 pessoas, e 20% das organizações não contava com pessoas retribuídas economicamente.

⁷¹ Pergunta de múltipla escolha.

⁷² Pergunta de múltipla escolha.

Quanto aos sistemas de previdência social, cerca de metade das organizações disseram ter até cinco pessoas contribuintes, 20% entre 6 e 25 pessoas, enquanto 14% das organizações não dispunham de pessoal em tal condição. Quanto a isso, o relatório diz que:

» Em termos gerais, observa-se que, quanto maior o nível de formalização, menor a quantidade de pessoas praticantes e vice-versa. Metade das organizações envolve o trabalho de 6 a 25 pessoas (voluntários/as e/ou remunerados/as), mas só um terço delas declara essa quantidade de participantes remuneradas/os, e apenas uma quinta parte das organizações conta com entre 6 e 25 empregados/as que colaboram com fundos de previdência. (Ministerio de Cultura de Argentina, 2020, p. 29 – tradução nossa)

Outro ponto relevante no diagnóstico das organizações é o referente às suas fontes de rendas e gastos. De acordo com o revelado pelas organizações pesquisadas, os principais gastos são: salários (58%), serviços como luz, água etc. (49%) e matéria-prima e/ou insumos para a atividade cultural (44%)⁷³. As principais fontes de renda foram: venda de ingressos (40%), atividades de formação e educação artística ou cultural (34%), eventos culturais realizados (32%) e subsídios estatais (30%)⁷⁴.

Quanto aos problemas mais frequentes das organizações (como no caso dos trabalha-

dores do âmbito da cultura entrevistados), destaca-se a busca de fontes de renda alternativas ao campo cultural, onde 45% das organizações participantes revelaram ter sido obrigadas a enfrentar este problema todos os meses durante o ano.

O impacto da pandemia da covid-19 e os problemas derivados das políticas de contenção, geraram novas dificuldades para as organizações, sobretudo as associadas com problemas de atraso e impossibilidade de pagamento de serviços, salários, provedores, impostos e aluguel. Cerca de 19% relataram a suspensão sem pagamento dos trabalhadores da organização, e 2% chegaram a despedir pessoal.

Para mitigar os efeitos econômicos derivados da pandemia, 19% das organizações ofereceram aulas, oficinas, seminários e/ou capacitações por *streaming* e plataformas virtuais em troca de uma colaboração econômica, embora apenas um quarto das organizações (23%) tenha notificado que a monetização das atividades “virtualizadas” seria possível. Entre as organizações pesquisadas, 33% disseram poder realizar as suas atividades culturais de forma virtual apenas parcialmente, e 24% que a utilização deste meio não era possível.

Peru

No Peru, o primeiro caso registrado de coronavírus foi comunicado no dia 06 de março, e no dia 17 do mesmo mês foi anunciado o início do surto pandêmico. Para medir o impacto do estado de emergência na cultura, o Ministério da Cultura do Peru criou e aplicou

⁷³ Pergunta de múltipla escolha.

⁷⁴ Pergunta de múltipla escolha.

uma pesquisa nacional cujos resultados foram reportados no *"Informe sobre el impacto del estado de emergencia por el COVID-19 en el sector de las artes, museos e industrias culturales y educativas"* (junho de 2020)⁷⁵.

Do total de 10.452 entrevistados (entre os diversos departamentos nos quais o Peru se divide), 50% estavam concentrados em Lima, enquanto as atividades culturais com maior participação na pesquisa foram música (56%), artes cênicas (37%) e atividades transversais (31%).

Entre os participantes da pesquisa, 91% eram trabalhadores de micro ou pequenas empresas (82% do total corresponde a pessoas físicas, entre trabalhadores freelance ou contratados). Deste total, 56% dos entrevistados disseram não estar afiliado a um sistema de saúde, enquanto 89% declararam ter as atividades culturais como a sua principal fonte de renda.

De acordo com os resultados do relatório, todas as regiões territoriais e todas as atividades culturais apresentaram perdas econômicas significativas no meio da contingência. E as maiores perdas foram registradas em atividades de educação e formação cultural (27%), atividades transversais (18%) e audiovisuais (17%).

Quanto aos sintomas dos efeitos derivados da pandemia no setor cultural, 73% disseram ter cancelado entre 1 e 20 serviços ou ati-

vidades artísticas e 59% foram obrigadas a reprogramar atividades. Dos entrevistados, 90% declararam não ser capazes de pagar as suas despesas fixas por falta de faturamento.

Por outro lado, 53% dos entrevistados acreditavam poder virtualizar as suas atividades, número especialmente preocupante pois, em outras palavras, cerca da metade dos entrevistados não poderiam passar a plataformas virtuais para seguir em frente com as suas atividades no meio das restrições de mobilização e aglomeração pela pandemia.

Mercosul

Os resultados da *"Evaluación del impacto del COVID-19 en las industrias culturales y creativas: una iniciativa conjunta del MERCOSUR, UNESCO, BID, SEGIB y OEI"* foram apresentados em uma conferência on-line em dezembro de 2020⁷⁶. Esta pesquisa foi realizada entre julho e agosto de 2020, cobrindo os onze Estados Parte e Estados Associados ao Mercosul, além do México e da Costa Rica. A pesquisa contou com a participação de 6.619 entrevistados, dos quais 75% pertenciam a países do Mercosul.

Entre os entrevistados, 75% eram trabalhadores e 25% empresas. Dos trabalhadores, 53% eram homens e 46% mulheres, com uma idade média de 40 anos. Quanto aos proprietários de empresas, 59% eram homens

⁷⁵ Consultado em <https://www.gob.pe/institucion/cultura/informes-publicaciones/633376-informe-sobre-el-impacto-del-estado-de-emergencia-por-el-covid-19-en-el-sector-de-las-artes-museos-e-industrias-culturales-y-creativas-resultados-generales>

⁷⁶ Para ver o vídeo da conferência, acesse https://www.youtube.com/watch?v=mpvuD1RKf9I&ab_channel=MinisteriodeCulturadelaNaci%C3%B3n

e 40% mulheres, com uma média de idade de 44 anos. No total, 31% dos entrevistados declararam ser trabalhador remunerado, 24% trabalhador informal e 18% trabalhador iminente. Destes, 80% disseram não economizar, ou economizar menos de 100 dólares, e 20% não tinha nenhum plano de saúde ou seguro médico.

Quanto aos impactos da pandemia no setor, a principal conclusão da apresentação é que a covid-19 teve um efeito dramático nas rendas e nas vendas dos trabalhadores e empresas que participaram da pesquisa. Entre os resultados, 55% dos trabalhadores revelaram ter sofrido quedas superiores a 80% no faturamento, enquanto 86% assinalaram quedas generalizadas. Os números foram similares para as empresas. Entre elas, 52% sofreram uma queda superior a 80% do seu faturamento e 88% indicaram quedas em termos gerais. De modo geral, as áreas mais afetadas do setor foram as relacionadas com as “artes”, “indústrias culturais e de entretenimento” e “artesanato”.

Quanto à forma de trabalho, 50% dos trabalhadores declararam trabalhar de casa durante mais de 50% da sua atividade profissional, enquanto 26% disseram que a sua atividade foi completamente paralisada. Apenas 8% dos trabalhadores disseram seguir trabalhando normalmente.

Os resultados dessas quatro pesquisas com trabalhadores, instituições e organizações do âmbito da cultura mostram várias semelhanças, e de modo conjunto constata-se o alto grau de vulnerabilidade do emprego no setor frente ao impacto econômico da pandemia da covid-19.

Isso é especialmente verdadeiro se pensamos na grande concentração de entrevistados trabalhando de forma freelance e na falta de estabilidade de renda relatada, o que pode repercutir, por exemplo, em uma capacidade limitada da economia para responder a situações adversas. Além disso, em meio à crise pandêmica, os mecanismos de resposta para enfrentar a impossibilidade do trabalho presencial resultaram não ser homogêneos, dada a distinta natureza dos subsetores e disciplinas culturais, deixando uma grande porcentagem dos trabalhadores com a sua atividade completa ou parcialmente paralisada.

Sujeitos a quarentenas voluntárias e obrigatórias, os trabalhadores do âmbito da cultura tiveram que encarar efeitos não apenas a curto prazo (como a diminuição da renda ou o adiamento ou cancelamento de contratos), mas também efeitos a médio e longo prazo. Porém, se os trabalhadores foram capazes de passar a outros setores, talvez consigam mitigar os efeitos negativos contemporâneos da queda de renda. No entanto, se esta queda se prolongar no tempo, poderia significar a destruição dos postos de trabalho culturais de forma permanente. Esse último ponto permanece em aberto a investigações futuras.

Por último, embora parte dos envolvidos no âmbito da cultura tenha se adaptado a formatos virtuais para lidar com os impedimentos do funcionamento presencial (e não necessariamente de forma total, mas parcial), nem todos tiveram a possibilidade de monetizar essas atividades. Este é um ponto preocupante com relação às possibilidades dos trabalhadores e das organizações do âmbito da cultura na hora de lidar com os efeitos da pandemia e com a queda da

renda, porque, mesmo quando uma grande proporção deles pôde passar ao menos parte das suas atividades a um formato não presencial, isto não significou que conseguissem compensar a queda da renda.

5

Desemprego e crise na atividade cultural em meio à pandemia

Em termos globais, a Unesco (2021) calculou que as perdas de faturamento das indústrias culturais e criativas em 2020 oscilaram entre 20% e 40%, aproximadamente, entre os diversos países e, como se evidencia nos resultados das pesquisas apresentadas na seção 4, os efeitos da crise associados à pandemia da covid-19 sobre o mercado de trabalho cultural ibero-americano foram dramáticos. A CEPAL (2021) estimou que, na América Latina e no Caribe, a taxa de desemprego situou-se em torno de 10% em 2020, enquanto a OIT (s.d.) registrou uma taxa de 15,5% para a Espanha e 6,8% em Portugal para o mesmo período.

O relatório da Unesco (2021) assinala que o desempenho das indústrias culturais e criativas ao redor do mundo foi consistentemente pior do que o desempenho global das economias nacionais, o que também foi evidenciado nos empregos em atividades culturais. De acordo com os resultados da pesquisa

“Evaluación del impacto del COVID-19 en las industrias culturales y creativas: una iniciativa conjunta del MERCOSUR, UNESCO, BID, SEGIB y OEI” (2020), que reuniu dados durante os meses mais duros da pandemia (julho e agosto de 2020), a taxa de paralisação entre os trabalhadores culturais entrevistados rondou os 26%. Este número chegou a 48% no caso do México, de acordo com o *“Sondeo para medir la percepción del impacto del COVID-19 en el sector de las economías culturales y creativas en México”* (dados de junho e julho de 2020). O panorama é ainda mais complexo considerando que 55% dos entrevistados ibero-americanos relataram quedas na renda superiores a 80%. Estes dados são uma prova clara de que o emprego em atividades culturais pode ter sofrido uma contração ainda mais drástica do que no restante dos mercados de trabalho.

As consequências das taxas de desemprego e da redução de faturamento são preocupantes considerando a grande vulnerabilidade econômica que os trabalhadores da cultura experimentaram, de acordo com os resultados das pesquisas domiciliares de 2019 (seções 2 e 3), e com as pesquisas de conjuntura de 2020 (seção 4). Desta forma, os trabalhadores registraram menores taxas de contribuição à previdência social e maiores taxas de instabilidade salarial em comparação com o restante dos trabalhadores ibero-americanos, tudo isso com uma limitada capacidade de economia.

Os motivos relacionados com a alta taxa de paralisação do emprego da cultura em 2020 podem ser associados principalmente a três fatores:

-
- O grande número de cancelamento de eventos desde o começo da pandemia, entre eles eventos massivos realizados periodicamente, tais como recitais de música ao vivo, eventos teatrais, feiras de livros etc.
-
- Restrições de mobilidade que impediram a organização de novos eventos e também a possibilidade da empresa cultural de sair em busca de novas fontes de trabalho.
-
- A limitada capacidade para migrar a formas de produção e difusão de atividades culturais não presenciais, tais como plataformas digitais, mantendo o mesmo nível anterior à pandemia.

Na medida em que os países não conseguiram controlar de forma efetiva a transmissão do coronavírus, e que novas ondas de contágios apareceram entre os diversos países da região, os condicionantes da reativação do emprego no setor não foram totalmente eliminados. Por isso, é previsível que a diferença entre a taxa de desemprego dos mercados de trabalho nacionais e os específicos da cultura vivida em 2020 tenha aumentado em 2021. E isso acontece porque outras atividades econômicas se reativaram, permitindo que os trabalhadores voltem aos seus empregos.

No entanto, um ponto especialmente preocupante quanto ao impacto da pandemia no setor está na destruição permanente de empregos. Como sinalizado pela CEPAL (2021), a contração econômica de 2020 também abriu espaço a um grande número de fechamentos de micro, pequenas e médias empresas e à destruição de capacidades produtivas e humanas. E essas empresas são, justamente, onde mais se concentra o emprego cultural (segundo informação apresentada na tabela V.8, as micro e pequenas empresas representavam 79% do emprego cultural privado em 2019).

O fechamento de empresas no setor significa a destruição permanente de empregos na cultura. Isso é duplamente preocupante considerando o grande número de trabalhadores freelance do setor que relataram baixas taxas de economia prévias à pandemia e grandes dificuldades para lidar com os efeitos financeiros da crise. A saída de trabalhadores do mercado de trabalho e a busca de empregos em outros setores têm um papel fundamental no desempenho da taxa de desemprego nos próximos anos, gerando um efeito a médio prazo que dá impulso a uma diminuição da taxa de desemprego na cultura em 2021-2022.

Em conclusão

Na Ibero-américa, o setor das atividades culturais representou entre 1,7% e 3,1% do emprego total regional em 2019, sendo um setor dinâmico e em constante evolução. Quanto às atividades características da cultura, a quantidade de trabalhadores do setor vivenciou um crescimento de 16% na América Latina e de 24% na Espanha, entre 2012 e 2019.

Estas estatísticas foram conseguidas processando os dados de quinze países da região, selecionados tendo como base a disponibilidade de informações associadas ao setor da cultura. Como resultado, as características mais relevantes do setor incluem:

- O principal motor do emprego cultural regional é o setor privado (96% do emprego cultural), com uma grande heterogeneidade na preponderância do papel do Estado entre os diversos países da região. Por sua vez, no setor privado, as microempresas (56%) e pequenas empresas (23%), têm um papel protagonista na promoção do trabalho cultural.
- Entre 2012 e 2019, registrou-se uma queda da participação do setor público no emprego cultural, situando-se em 3,7% em 2019.
- Quanto ao gênero, os homens apresentam

uma maior participação no setor cultural tomando como base as atividades culturais (67% homens e 33% mulheres), mas a participação tende a ser equitativa entre homens e mulheres considerando como base as ocupações culturais (52% homens e 48% mulheres).

- Em relação às classificações por atividades culturais, as pessoas que trabalham no setor cultural tendem a ser mais jovens que os trabalhadores do mercado de trabalho total. Porém, a nível setorial, as mulheres tendem a ser mais jovens que os homens tanto nas atividades características da cultura quanto nas atividades auxiliares.
- Em média, os salários no setor da cultura tendem a ser mais altos que os salários do resto dos empregos na economia. Mesmo assim, as atividades e ocupações características da cultura apresentam níveis médios de contribuição a planos de previdência inferiores que o emprego total regional, mas superiores no caso das atividades auxiliares à cultura.
- A menor taxa de contribuição a planos de previdência no setor característico da cultura pode ser associada a maiores graus de instabilidade no trabalho e a um alto grau de informalidade.

Por sua vez, a crise associada à pandemia da covid-19 gerou um forte impacto no setor, levando a uma grande diminuição da renda dos trabalhadores da cultura e um aumento dramático da taxa de desemprego. Esses efeitos foram motivados principalmente pelo cancelamento massivo de eventos e contratos, e também pelas restrições de mobilidade.

De acordo com os resultados da pesquisa *“Evaluación del impacto del COVID-19 en las industrias culturales y creativas: una iniciativa conjunta del MERCOSUR, UNESCO, BID, SEGIB y OEI”* (2020), a taxa de paralisação entre os trabalhadores culturais entrevistados foi de cerca de 26% em onze países ibero-americanos (Mercosul, com o México e Costa Rica) entre julho e agosto de 2020, enquanto 55% dos entrevistados declararam quedas de renda superiores a 80%.

O impacto da pandemia significou um duro golpe para um setor que já apresentava altos

graus de vulnerabilidade econômica, dada a grande proporção de instabilidade profissional entre os trabalhadores, às baixas taxas de contribuição à previdência social e à baixa capacidade de poupança. Isto se traduziu em grandes limitações para enfrentar as dificuldades financeiras associadas à crise, com riscos como a perda permanente de trabalhadores do setor.

A digitalização dos produtos e a promoção da cultura foi uma das formas de enfrentar a paralisação das atividades do setor. Nesse sentido, um grande número de empresas culturais conseguiu, com sucesso, adaptar-se e incorporar soluções tecnológicas aos seus processos. No entanto, a capacidade de monetizar estes serviços e compensar a queda do faturamento do setor foi limitada, e muitas micro e pequenas empresas acabaram encerrando as suas atividades.

CAPÍTULO VI

COMÉRCIO INTERNACIONAL DE BENS CULTURAIS E BENS AUXILIARES DA CULTURA

1

Medição do comércio cultural na Ibero-América e no mundo

O setor cultural é uma área muito importante da economia. Devido à sua natureza – que abrange elementos simbólicos e espirituais –, o valor da cultura compreende também aquilo que não é tangível nem suscetível de ser calculado através de preços.

É por essa razão que os países atribuem tanta importância às expressões da sua cultura, seja através de objetos como artesanato, roupa ou livros, ou através de elementos que não são físicos, como a música, a linguagem ou as crenças religiosas. Um bem cultural tem a capacidade – o poder, se preferir –, de combinar ambas as dimensões, a física e a espiritual. Também pode ser um instrumento que permite a difusão de material cultural, como uma televisão, um computador, um monitor, etc. O importante é que esses bens, que são capazes de criar, perpetuar ou melhorar a dimensão cultural de uma sociedade, têm um caráter especial que deve ser reconhecido e valorizado, devido ao papel que desempenham na preservação das identidades nacionais na nossa região.

As informações utilizadas neste capítulo foram obtidas do UN Comtrade, um banco de dados das Nações Unidas. Os países incluídos na análise são os seguintes: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Equador, El Salvador, Espanha, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, Portugal, República Dominicana e Uruguai. O período analisado é entre 2008 e 2019 (último ano disponível no Comtrade)⁷⁷.

⁷⁷ Faltam estes dados: Bolívia 2019, Honduras 2008 e 2013, Panamá 2018 e 2019, República Dominicana 2019. Para poder incluir todos os países, na maioria das análises, obteve-se a média dos dois últimos anos (2018-2019), o que também permite obter a informação mais atualizada possível. No caso do Panamá, os dados de 2017 foram repetidos para ambos os anos, enquanto, para a Bolívia e a República Dominicana, foram repetidos os dados de 2018 para 2019. A República Bolivariana da Venezuela não foi incluída devido à falta de informação recente disponível.

Os dados disponíveis incluem importações e exportações para o comércio mundial e para o comércio regional entre países ibero-americanos. Os dados são divididos entre bens culturais e auxiliares, seguindo as disposições do Marco de Estatísticas Culturais da Unesco. Os bens culturais são os próprios conteúdos culturais (livros, filmes, pinturas, esculturas, entre outros), enquanto os bens auxiliares ou acessórios são aqueles relacionados às indústrias de apoio e serviços auxiliares da cultura, que facilitam a criação, produção e difusão de produtos culturais (por exemplo, fones de ouvido, amplificadores de som, dispositivos de gravação, entre outros) (Unesco-UIS, 2009).

O Marco de Estatísticas Culturais da Unesco estabelece seis domínios culturais que estão presentes tanto em bens culturais quanto em auxiliares:

- Patrimônio cultural e natural.
- Apresentações artísticas e celebrações.
- Artes visuais e artesanato.
- Livros e imprensa.
- Mídias audiovisuais e interativas.
- Design e serviços criativos.

Também foi utilizada a Classificação Uniforme para o Comércio Internacional (CUCI ou SITC, na sigla em inglês), revisão 4 (CUCI 4). Essa classificação permite identificar os diferentes bens, cada um atribuído a um tipo específico de bem e domínio. A CUCI atribui a cada bem um código, que é reconhecido pelo Comtrade.

2

Importações de bens culturais e auxiliares

Importações de outras regiões do mundo

Em 2018-2019, o valor total das importações de bens culturais e auxiliares com origem em outras regiões do mundo foi de 49,614 bilhões de dólares (em valores constantes de 2010). Isso representa 4,4% do total das importações da Ibero-América e 0,68% do PIB. Nesse período, os países com maior volume de importações – com relação ao total de importações regionais de bens culturais e auxiliares – foram o México (45%) e a Espanha (22%), seguidos muito atrás pelo Brasil (5%) e Portugal (4,8%). Os países com menor volume de importações foram Uruguai (0,12%), Bolívia (0,32%) e Nicarágua (0,32%).

Quadro VI.1

Ibero-América (19 países): Volume das importações de bens culturais e auxiliares de outras regiões do mundo, percentual do total de importações e percentual do PIB, média 2018-2019

(Em milhões* de dólares de 2010 e percentuais)

País	Total importações	Importações de bens culturais e bens auxiliares		Subtotal	Importações de bens culturais e auxiliares	
		Volume total de importações de bens culturais	Volume total de importações de bens auxiliares		Como percentual do total de importações	Como percentual do PIB
		Milhões de dólares			%	
Argentina	5913	52	149	202	3,4	0,05
Bolívia	7357	48	111	159	2,2	0,54
Brasil	102861	630	1807	2437	2,4	0,10
Chile	53597	424	1844	2269	4,2	0,80
Colômbia	37438	284	1632	1915	5,1	0,49
Costa Rica	12108	222	381	603	5,0	1,20
Equador	17828	150	474	624	3,5	0,70
El Salvador	10226	156	207	362	3,5	1,59
Espanha	368053	3033	7868	10901	3,0	0,70
Guatemala	15294	163	375	537	3,5	0,97
Honduras	6373	52	138	190	3,0	0,88
México	317585	5716	16802	22518	7,1	1,72
Nicarágua	4362	108	53	161	3,7	1,36
Panamá	16693	244	720	964	5,8	1,93
Paraguai	9646	114	564	678	7,0	1,81
Peru	33914	333	1380	1713	5,1	0,82
Portugal	83713	774	1582	2356	2,8	0,94
República Dominicana	15773	717	247	964	6,1	1,15
Uruguai	4588	39	22	62	1,3	0,12
Total regional a/	1123323	13259	36355	49614	4,4	0,68
Média simples dos países	59122	698	1913	2611	4,1	0,94

Fonte: Banco de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

* Dados fornecidos com a escala longa. Mil milhões de dólares equivalem, no Brasil, a um bilhão (109) de dólares.

a/ O total regional é uma média ponderada, que considera os 19 países do quadro.

Em termos percentuais do PIB, os países com maior nível de importações foram Panamá, Paraguai e México, com 1,9%, 1,8% e 1,7%, respectivamente. Quando se trata das importações de bens culturais e auxiliares de outras regiões do mundo em relação ao total das importações, os países com maiores níveis são México (7,1%), Paraguai (7%) e República Dominicana (6,1%). Esses três países elevariam consideravelmente a média ponderada regional, que cairia de 0,68% para 0,44% se não fossem considerados no cálculo. Ou seja, representam 0,24 pontos percentuais do total regional. A mesma alteração aconteceria com a média simples, que cairia de 0,94% para 0,69% se México, Paraguai e República Dominicana não fossem considerados.

É interessante observar que, de acordo com as estatísticas oficiais do comércio cultural do México⁷⁸, as importações de bens e serviços do setor cultural representam 0,2% do PIB para o período 2018-2019. A diferença com os dados do Comtrade – 1,72% – é perceptível. Algo similar acontece com Portugal⁷⁹, uma vez que as importações de bens e serviços culturais de outras regiões do mundo para o período 2018-2019 somam 433 milhões de dólares de 2010, equivalente a 0,35% do PIB, em contraste com a análise

dos números do Comtrade (2,356 milhões, representando 0,94% do PIB). Isso pode ser devido ao menor número de domínios considerados por Portugal (cinco em lugar dos seis utilizados na análise deste capítulo), bem como à divisão do domínio das artes visuais e do artesanato em dois domínios separados.

De acordo com os números oficiais da Costa Rica, as importações do setor cultural no exterior atingiram 167 milhões de dólares em 2018-2019 – em valores de 2010 –, representando 0,08% do PIB. A diferença com os dados do Comtrade é significativa e deve-se ao fato de que a Costa Rica considerou apenas quatro domínios do comércio cultural⁸⁰, quando geralmente considera doze. Por outro lado, o Equador levou em consideração seis domínios na medição dos seus números oficiais do comércio cultural⁸¹. Apesar disso, a diferença com os dados do Comtrade é significativa. De acordo com as estatísticas oficiais, as importações do setor cultural para outras regiões do mundo foram de apenas 3 milhões de dólares em 2018-2019 – em comparação com os 624 milhões calculados neste capítulo –, o que equivale a 0,003% do PIB.

⁷⁸ Os números oficiais fornecidos pelo México consideram nove domínios da cultura: artes visuais e plásticas; artes cênicas e espetáculos; música e *shows*; livros, impressões e imprensa; mídias audiovisuais; artesanato, design e serviços criativos; patrimônio material e natural; e formação e divulgação cultural em instituições de ensino.

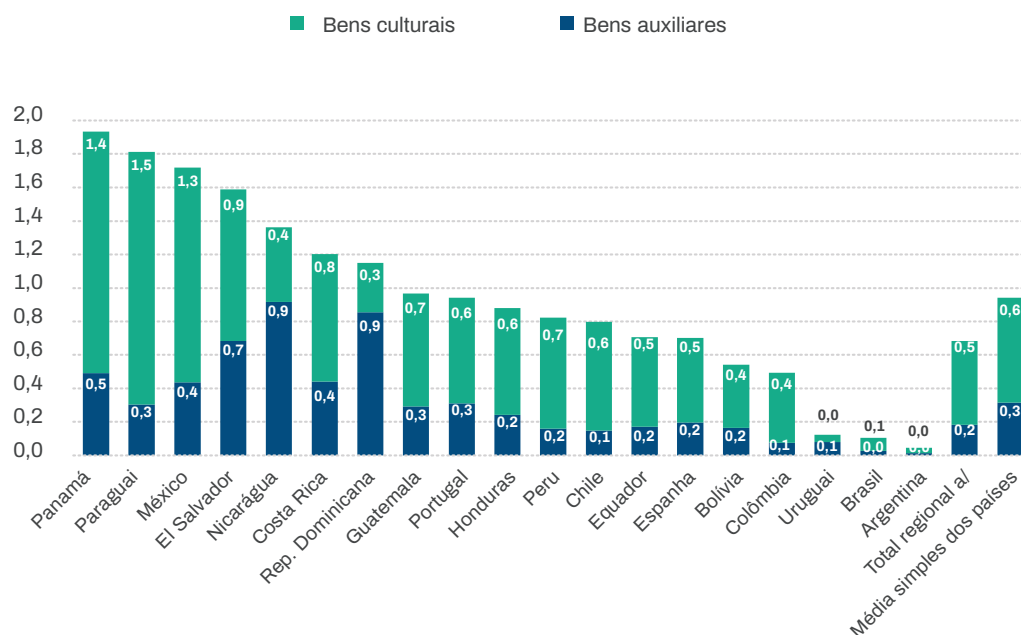
⁷⁹ Os números oficiais fornecidos por Portugal consideram cinco domínios da cultura: artes cênicas; artes visuais; artesanato; audiovisual e multimídia; e livros e materiais impressos.

⁸⁰ Os números oficiais fornecidos pela Costa Rica consideram quatro domínios da cultura: editorial; publicidade; audiovisual; e música.

⁸¹ Os números oficiais fornecidos pelo Equador consideram seis domínios da cultura: artes musicais e sonoras; artes plásticas e visuais; artes vivas e cênicas; literárias e narrativas; cine e audiovisual; e artes aplicadas e design. .

Gráfico VI.1

Ibero-América (19 países): Importações de bens culturais e auxiliares em relação ao PIB, média 2018-2019
(Em percentuais)



Fonte: Base de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

a/ O total regional é uma média ponderada, que considera os 19 países do quadro.

Ao analisar as diferenças entre bens culturais e bens auxiliares, observa-se que as importações destes últimos representam uma proporção muito maior do que a dos anteriores (36,355 bilhões versus 13,259 bilhões de dólares), representando 73,3% das importações. Isso é particularmente notório na Colômbia e no Paraguai, países nos quais as importações de bens culturais atingem, respectivamente, apenas 15% e 17% do total das importações culturais – bens culturais e bens auxiliares da cultura. Por outro lado, na República Dominicana, Nicarágua e Uruguai, as importações de bens culturais são mais importantes do que as de bens auxiliares, representando 74%, 67% e 64% do total das importações culturais.

Panamá e Paraguai são os países onde as importações conjuntas de bens culturais e auxiliares representam os maiores percentuais do PIB, com 1,9% e 1,8%, respectivamente. É também nesses dois países que as importações de bens auxiliares representam os maiores percentuais do PIB (1,5% e 1,4%, respectivamente). Enquanto isso, Nicarágua e República Dominicana são os países cujas importações de bens culturais apresentam o maior percentual do PIB a nível regional, alcançando em ambos os casos 0,9%, enquanto os bens auxiliares significaram 0,4% e 0,3%, na mesma ordem.

Na Argentina, há uma queda progressiva nas importações de bens culturais e auxiliares. Em 2008, as importações atingiram 3,628 bilhões de dólares, colocando-a em quinto lugar a nível regional, enquanto, em 2019, esses números caíram para 139 milhões de dólares, passando para o último lugar na região. Isso significa uma redução de 96% nas importações de produtos culturais e auxiliares. Em segundo lugar está o Paraguai, cujas importações nesse período diminuíram 63,4% (de 1,981 bilhão de dólares em 2008 para 724 milhões em 2019). Todos os países da região reduziram as suas importações nesse período, embora com fortes diferenças percentuais (por exemplo, Honduras diminuiu 44%, Guatemala 26% e El Salvador 3%). Os únicos que viram as suas importações culturais e auxiliares crescerem entre 2008 e 2019 foram o Uruguai (22%) e a Bolívia (59%).

De acordo com os números oficiais do comércio cultural da Argentina, as importações de bens culturais e auxiliares atingiram 2,466 bilhões de dólares em 2008 – em valores de 2010 –, e caíram para 80 milhões em 2020, sendo a média para o período 2019-2020 de 101 milhões de dólares⁸². Este dado indica uma diferença em relação aos números do Comtrade de quase 33% em 2008.

⁸² Os números oficiais fornecidos pela Argentina consideram sete domínios da cultura: artes cênicas e espetáculos artísticos; artes plásticas e visuais; audiovisual; design; livros e publicações; patrimônio imaterial; e produção e edição musicais.

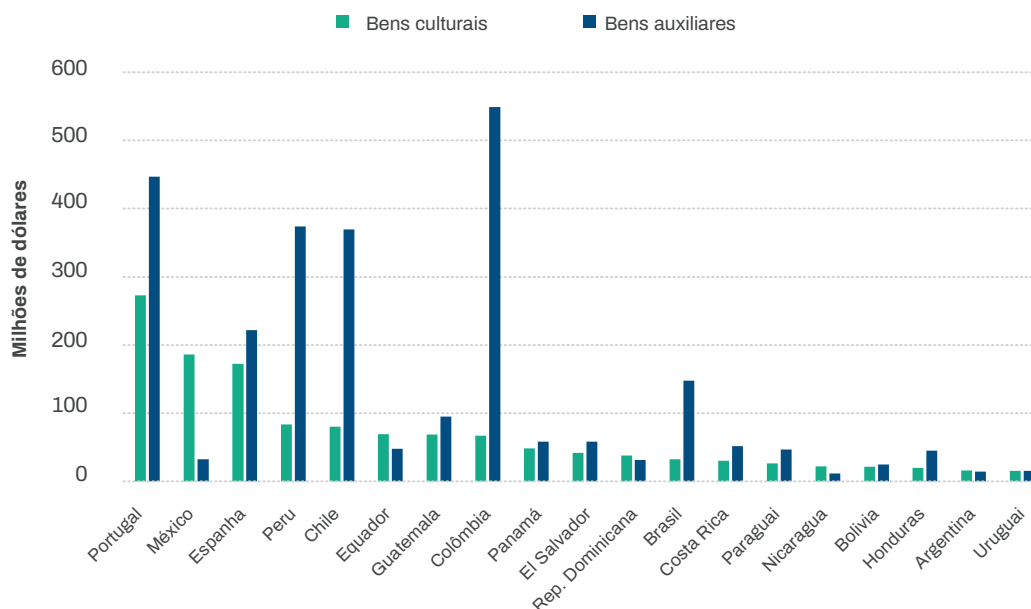
Importações com origem na Ibero-América

Em 2018-2019, o total das importações de bens culturais e auxiliares entre os países da Ibero-América foi de 3,956 bilhões de dólares (em valores constantes de 2010). Esse volume representa 0,05% do PIB regional, 0,4% do total das importações feitas pelos países da região e 6,3% do total das importações de bens culturais e auxiliares de outras regiões do mundo.

Os países que concentraram maior participação em volume para o período 2018-2019 foram Portugal, Colômbia e Peru, que responderam por 18,2%, 16% e 12% do total intrarregional (ver gráfico VI.2). No entanto, quando se observa a evolução de Portugal entre 2008 e 2019, nota-se uma queda de 41% em termos do volume de importações culturais e auxiliares com origem na Ibero-América (segundo os números oficiais de Portugal, a queda foi de 35%). Da mesma forma, na Colômbia, o volume dessas importações caiu 28% durante esse período, enquanto o Peru apresentou um aumento de 51% nas suas importações culturais e auxiliares, passando de 289 milhões de dólares em 2008 para 438 milhões em 2019. A nível regional, a queda mais importante no volume dessas importações foi da Argentina, com redução de 97% (804 milhões de dólares em 2008 para 21 milhões em 2019), seguida pelo Equador (-62%), México (-55%) e Brasil (-50%).

Gráfico VI.2

Ibero-América (19 países): Volume total das importações de bens culturais e auxiliares com origem na Ibero-América, média 2018-2019 (Em milhões* de dólares de 2010)



Fonte: Banco de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

* Dados fornecidos com a escala longa. Mil milhões de dólares equivalem, no Brasil, a um bilhão (10⁹) de dólares.

Vale mencionar que, no âmbito do comércio intrarregional, o México difere do resto da Ibero-América porque importa uma maior quantidade de bens culturais e auxiliares. Embora isso também aconteça com Equador, República Dominicana e Nicarágua, o caso do México é particularmente relevante, uma vez que a diferença entre as importações

de bens culturais e auxiliares é muito grande (186 milhões de dólares para bens culturais versus 32 milhões de dólares para bens auxiliares entre 2018-2019). Este não é o caso das importações com origem em outras regiões do mundo, onde os bens auxiliares representam uma proporção muito maior do que os bens culturais.

“Gerar estatísticas sobre o setor cultural é sempre difícil porque, em primeiro lugar, requer delimitar o escopo ou extensão do conceito de cultura, isto é, determinar onde ela começa e onde termina”.

Quadro VI.1: Medição dos serviços culturais

Gerar estatísticas do setor cultural é sempre difícil porque, em primeiro lugar, requer delimitar o escopo ou extensão do conceito de cultura, ou seja, determinar onde começa e onde termina. Ao contrário dos bens culturais, que são tangíveis e podem ser classificados de acordo com as suas características físicas observáveis, os serviços culturais são intangíveis (UNESCO, 2016). Segundo a Unesco, os serviços culturais não representam bens culturais materiais em si, embora facilitem a sua produção e distribuição (Unesco-UIS, 2009).

No relatório *The globalisation of cultural trade: a shift in consumption (2016)*, a Unesco define os serviços culturais como aqueles que consistem no conjunto de atividades e instalações de apoio às práticas culturais que são disponibilizadas à comunidade pelos governos, pelas instituições privadas ou semi-públicas e pelas empresas. Exemplos desses serviços incluem a promoção de atuações e eventos culturais, as atividades de difusão audiovisual, bem como os serviços de informação cultural e a preservação de livros, gravações e artefatos (em bibliotecas, centros de documentação e museus). Os serviços culturais podem ser oferecidos gratuitamente ou comercialmente. Os livros e o *download* de músicas ou filmes da internet também são considerados serviços (UNESCO, 2016).

Para medir o intercâmbio comercial representado pelos serviços culturais, são necessários dados desagregados, que não incluem esse subgrupo dentro de outras categorias mais amplas e difusas. Desde 2015, os dados sobre o comércio internacional de serviços são registrados utilizando-se a Classificação Estendida dos Serviços da Balança

de Pagamentos (*Extended Balance of Payments Services - EBOPS*) de 2010. Nessa classificação, o comércio de serviços culturais é melhor representado do que em outras, pois inclui categorias culturais diferenciadas. De fato, o EBOPS agrupa as transações culturais em conjuntos complementares, tais como: transações audiovisuais, serviços relacionados à arte, serviços de patrimônio e preservação, agências de notícias, serviços de arquitetura, serviços de publicidade e bens culturais, entre outros (Deloumeaux, 2020).

No entanto, não há muitos dados disponíveis que permitam avaliar adequadamente o intercâmbio comercial dos serviços culturais (UNESCO, 2018). Por exemplo, a Organização Mundial do Comércio (OMC) e a Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE) não têm estatísticas sobre o comércio de serviços audiovisuais dos Estados Unidos e do Reino Unido, porque esses dados são classificados em outras categorias. Esse é um caso que reflete por que, até agora, os fluxos de serviços culturais não podem ser analisados em escala global (UNESCO, 2018).

Outro problema que dificulta a coleta de dados é a digitalização dos serviços culturais. As práticas culturais, quando desmaterializadas, não são mais limitadas por territórios e fronteiras, e graças à internet podem estar presentes em diferentes lugares ao mesmo tempo. O consumo de música e televisão está migrando para a internet, com transações comerciais que muitas vezes não são registradas. Logicamente, esse é um obstáculo ao estabelecer números oficiais a nível nacional. Ao mesmo tempo, em alguns países a pirataria também afeta os fluxos comerciais.

Por exemplo, a indústria cinematográfica da Nigéria, conhecida como "Nollywood", sofre especialmente com esse problema. A maioria dos filmes em formato DVD produzidos lá é vendida na chamada "economia paralela", ou seja, o conjunto de atividades econômicas que podem ser legais – como também podem não ser –, mas que não são declaradas ao fisco. Isso não prejudica só a coleta de dados, mas também os direitos autorais dos criadores (Unesco, 2018).

Por sua vez, na era da Netflix, Disney+, Amazon Prime e Deezer, as empresas têm muitas informações sobre o consumo dos seus serviços. O problema é que elas se recusam a compartilhar esses dados com os órgãos oficiais por receio de entregar informações valiosas que ajudem os seus concorrentes. Essa privatização dos dados impede que as instituições nacionais de estatística possam medir o consumo de bens e serviços culturais digitalizados (Unesco, 2018).

O Instituto de Estatísticas da Unesco (UIS) publicou vários relatórios nos últimos anos que medem o comércio de bens e serviços culturais. Desde os anos 80, publica uma série de relatórios internacionais sobre os fluxos do setor cultural em todo o mundo. As duas últimas edições (terceira e quarta da série) foram publicadas em 2005 e 2016. Na terceira edição, *International flows of selected cultural goods and services, 1994-2003: defining and capturing the flows of global cultural trade*, foram introduzidas pela primeira vez estatísticas relativas aos serviços. Na quarta edição, *The globalisation of cultural trade: a shift in consumption*, foi adotado o Marco de Estatísticas Culturais da Unesco de 2009, implementando o EBOPS de 2002 e 2010 (Deloumeaux, 2020).

Além disso, em 2015 e 2018, a Unesco publicou relatórios globais de monitoramento da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais de 2005. Em ambos os documentos, o capítulo seis trata dos fluxos do comércio cultural, com foco especial nas medidas de tratamento preferencial de bens e serviços culturais presentes nos acordos de livre comércio entre países em desenvolvimento (Deloumeaux, 2020).

Para avançar na disponibilidade de dados nesta área, é necessário fortalecer a cooperação entre organizações internacionais que trabalham com estatísticas sobre o intercâmbio global de serviços culturais, incluindo o Instituto de Estatísticas da Unesco (UIS), a Divisão de Estatísticas das Nações Unidas (UNSD), a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), a Organização Mundial do Comércio (OMC) e a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD). Além disso, os países em desenvolvimento devem ser apoiados para conseguirem gerar a capacidade de produzir dados sobre comércio cultural. Finalmente, e tendo em vista os desafios atuais e futuros, são necessários novos instrumentos para uma melhor coleta de dados para avaliar as transações de produtos culturais digitais (Deloumeaux, 2020).

Fontes: Deloumeaux, L. (2020). *Trade in cultural services statistics. Joint ECLAC and UNSD Workshop in cooperation with WTO on Trade in Services*; Unesco. (2016). *The globalisation of cultural trade: a shift in consumption*; Unesco. (2018). *Re | Pensar las políticas culturales – Creatividad para el Desarrollo*; Unesco-UIS. (2009). *Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco 2009*. Unesco-UIS, Montreal.

Principais tendências nos âmbitos mundial e regional

Para analisar a participação dos países da região nas importações de bens culturais e auxiliares, o quadro VI.2 sintetiza essa informação a partir de três perspectivas. Em primeiro lugar, o volume em dólares que esta negociação envolve; em segundo lugar, a partir das importações de bens culturais e

auxiliares no que diz respeito ao total das importações realizadas pelos países da Ibero-América; em terceiro e último lugar, a partir das importações culturais e auxiliares em relação ao PIB. Para cada uma dessas classificações, aparecem os cinco países com maior nível de importações culturais e auxiliares, tanto em relação ao mercado mundial quanto ao intrarregional, para o período 2018-2019.

Quadro VI.2

Países com maior participação nas importações de bens culturais e auxiliares da cultura com origem em todo o mundo e com origem na Ibero-América, média 2018-2019

Volume / %	N.º	Importações com origem em outras regiões do mundo			Importações com origem na Ibero-América		
		Bens culturais	Bens auxiliares	Culturais e auxiliares	Bens culturais	Bens auxiliares	Culturais e auxiliares
Em USD 2010	1.º	México	México	México	Portugal	Colômbia	Portugal
	2.º	Espanha	Espanha	Espanha	México	Portugal	Colômbia
	3.º	Portugal	Chile	Brasil	Espanha	Peru	Peru
	4.º	Rep. Dominicana	Brasil	Portugal	Peru	Chile	Chile
	5.º	Brasil	Colômbia	Chile	Chile	Espanha	Espanha
Como porcentagem do total de importações	1.º	Rep. Dominicana	Paraguai	México	Nicarágua	Colômbia	Colômbia
	2.º	Nicarágua	México	Paraguai	Guatemala	Peru	Peru
	3.º	Costa Rica	Colômbia	Rep. Dominicana	El Salvador	Honduras	Guatemala
	4.º	México	Panamá	Panamá	Equador	Chile	Honduras
	5.º	El Salvador	Peru	Colômbia	Uruguai	Guatemala	El Salvador
Como porcentagem do PIB	1.º	Nicarágua	Paraguai	Panamá	Nicarágua	El Salvador	El Salvador
	2.º	Rep. Dominicana	Panamá	Paraguai	El Salvador	Honduras	Honduras
	3.º	El Salvador	México	México	Guatemala	Peru	Nicarágua
	4.º	Panamá	El Salvador	El Salvador	Portugal	Portugal	Guatemala
	5.º	Costa Rica	Costa Rica	Nicarágua	Panamá	Guatemala	Portugal

Fonte: Banco de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

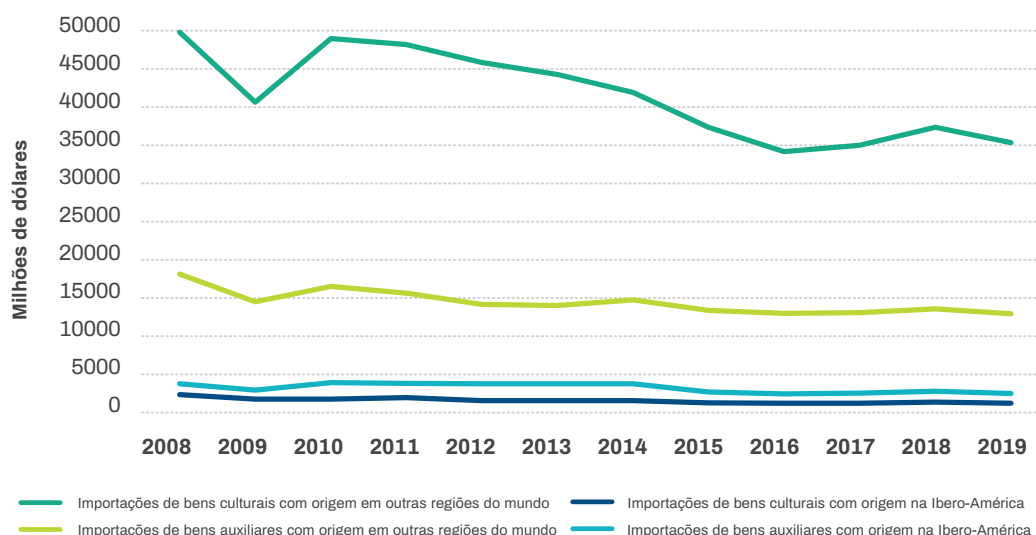
Para o comércio mundial, o México e a Espanha são os países com maior volume de importações culturais e auxiliares da cultura na região. No entanto, se isso for visto do ponto de vista das importações totais, ou seja, como uma proporção delas, a República Dominicana, o Paraguai e o México tomam a liderança. Por sua vez, se as importações culturais e auxiliares forem apreciadas como percentual do PIB, Nicarágua, Paraguai e Panamá são os países que aparecem como os principais compradores de bens culturais e auxiliares.

deram a região em termos do valor percentual de importações culturais e auxiliares em relação ao total das importações. Finalmente, Nicarágua e El Salvador são os países cujas importações representam uma maior porcentagem do PIB em relação ao resto dos países ibero-americanos.

Os bens auxiliares são os produtos culturais mais importados na Ibero-América em termos de volume de transações, seja com origem em outras regiões do mundo ou na própria região (ver gráfico VI.3). Em 2019, o volume de im-

Gráfico VI.3

Ibero-América (19 países): Importações de bens culturais e bens auxiliares com origem em outras regiões do mundo e com origem na Ibero-América, 2008-2019 (Em milhões* de dólares de 2010)



Fonte: Banco de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

* Dados fornecidos com a escala longa. Mil milhões de dólares equivalem, no Brasil, a um bilhão (109) de dólares.

Se a Tabela VI.2 for analisada do ponto de vista do mercado intrarregional, pode-se observar que Portugal e Colômbia se destacam em termos do volume das suas importações. Da mesma forma, Nicarágua e Colômbia li-

portações de bens culturais e auxiliares com origem em outras regiões do mundo totalizou mais de 48 bilhões de dólares (valores de 2010), dos quais 35 bilhões corresponderam a bens auxiliares. As importações com origem

na Ibero-América para esse mesmo ano atingiram 3,7 bilhões de dólares, dois terços dos quais corresponderam a bens auxiliares (2,5 bilhões, que equivalem a 67,3% das importações de bens culturais e auxiliares).

Esse fato também pode ser observado no quadro VI.3, que mostra a diferença entre os dois tipos de bens. Enquanto os bens auxiliares representam 73,3% das importações com origem em outras regiões do mundo e 66,8% com relação àquelas da Ibero-América, os bens culturais representam apenas 26,7% e 33,2%, respectivamente. Como já foi mencionado, há exceções. Na Nicarágua, República Dominicana e Uruguai, os bens culturais são responsáveis por uma proporção muito maior das importações com origem em outras regiões do mundo. Quanto às importações com origem na Ibero-América, na Argentina, Equador, México, Nicarágua e República Dominicana, as importações de bens culturais também são muito mais importantes. O caso

do México é chamativo, porque, no âmbito intrarregional, compra muito mais produtos culturais, mas importa mais bens auxiliares a nível global. Acontece o mesmo com o Equador, ainda que em menor quantidade.

As importações de bens culturais de outras regiões do mundo apresentam uma média de 33,2%. Nicarágua, República Dominicana e Uruguai estão longe desse percentual, superando-o em mais de 30 pontos percentuais. Com relação aos bens auxiliares, a média simples é de 66,8%, e o mesmo aplica-se aos países já mencionados, mas ao contrário. Para as importações de bens culturais com origem na Ibero-América, a média simples é de 41,7%, o que não reflete os percentuais do Brasil, Chile, Colômbia e Peru, que são os mais baixos da região, nem do México, que apresenta a maior porcentagem. Por outro lado, as importações de bens auxiliares têm uma média simples de 58,3%, da qual os países citados também se distanciam.



Quadro VI.3

Ibero-América (19 países): Importações de bens culturais e auxiliares com origem em outras regiões do mundo e com origem na Ibero-América, média 2018-2019

(Em percentual do total de bens culturais e auxiliares)

	Mundo		Ibero-América	
	Bens culturais	Bens auxiliares	Bens auxiliares	Bens auxiliares
	%		%	
Argentina	25.9	74.1	52.7	47.3
Bolívia	30.2	69.8	46.2	53.8
Brasil	25.9	74.1	18.2	81.8
Chile	18.7	81.3	17.8	82.2
Colômbia	14.8	85.2	10.9	89.1
Costa Rica	36.8	63.2	36.8	63.2
Equador	24.0	76.0	59.1	40.9
El Salvador	43.0	57.0	41.8	58.2
Espanha	27.8	72.2	43.8	56.2
Guatemala	30.3	69.7	42.1	57.9
Honduras	27.4	72.6	30.6	69.4
México	25.4	74.6	85.2	14.8
Nicarágua	67.3	32.7	64.9	35.1
Panamá	25.4	74.6	45.5	54.5
Paraguai	16.8	83.2	35.9	64.1
Peru	19.4	80.6	18.3	81.7
Portugal	32.9	67.1	37.9	62.1
Rep. Dominicana	74.4	25.6	54.9	45.1
Uruguai	64.1	35.9	49.9	50.1
Total regional a/	26.7	73.3	33.2	66.8
Média simples dos países	33.2	66.8	41.7	58.3

Fonte: Banco de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

a/ O total regional é uma média ponderada que considera os 19 países do quadro.

Os números oficiais do comércio cultural da Argentina⁸² apresentam uma diferença ainda maior em relação às importações com origem em outras regiões do mundo. De fato, as importações de bens culturais para o período 2019-2020 representam 19,4% do total das importações do setor cultural, enquanto as de bens auxiliares representam 80,6%.

Levando-se em conta, como analisado acima, que a maioria dos bens importados são auxiliares, os domínios culturais que os compõem podem ser descritos com mais detalhes. No quadro VI.4, observa-se que a maior quantidade de bens auxiliares corresponde ao domínio das mídias audiovisuais e interativas, que representam 82% do total regional de bens auxiliares importados no período 2018-2019. Especificamente, dentro dos produtos correspondentes a esse domínio, os mais necessários são partes, peças e acessórios para uso com máquinas automáticas de processamento de dados, monitores e máquinas automáticas para processamento de dados. No caso das importações de bens culturais de outras regiões do mundo, as artes visuais e o artesanato respondem por 43,4% delas. Dentro desse domínio, os produtos mais solicitados são artigos de materiais plásticos, joias e as peças de joalheria e tecidos de malha ou crochê.

⁸² Os números oficiais fornecidos pela Argentina consideram sete domínios da cultura: artes cênicas e espetáculos artísticos; artes plásticas e visuais; audiovisual; design; livros e publicações; patrimônio imaterial; e produção e edição musicais.



Quadro VI.4

Ibero-América (19 países): Importações com origem em outras regiões do mundo de bens culturais e auxiliares, segundo o domínio, média 2018-2019 (Em percentual do total de importações culturais)

	Patrimônio cultural e natural	Apresentações artísticas e celebrações		Artes visuais e artesanato		Livros e imprensa		Mídias audiovisuais e interativas		Design e serviços criativos
	Culturais	Cult.	Aux.	Cult.	Aux.	Cult.	Aux.	Cult.	Aux.	Culturais
Argentina	0.28	16.02	14.55	43.40	3.05	25.63	0.79	14.66	81.61	0.01
Bolívia	0.00	22.32	20.06	51.92	5.82	25.75	2.57	0.01	71.55	0.00
Brasil	0.02	22.82	18.94	67.12	3.80	10.02	0.78	0.00	76.48	0.01
Chile	0.40	30.10	12.57	56.71	1.80	12.77	0.52	0.01	85.11	0.01
Colômbia	0.01	23.52	9.95	61.02	1.75	15.44	0.72	0.00	87.58	0.00
Costa Rica	0.03	10.89	9.93	79.11	1.44	9.97	0.39	0.00	88.24	0.01
Equador	0.00	20.60	14.11	55.30	3.51	23.80	1.40	0.00	80.98	0.29
El Salvador	0.04	16.27	13.13	72.93	2.99	10.76	1.30	0.00	82.58	0.00
Espanha	0.39	15.30	12.13	69.17	3.08	15.05	0.43	0.00	84.35	0.08
Guatemala	8.29	19.32	15.70	55.58	4.11	16.76	1.12	0.01	79.07	0.04
Honduras	0.02	22.84	13.28	48.23	3.59	28.90	0.12	0.00	83.01	0.01
México	0.01	23.30	7.26	66.42	0.99	4.39	0.24	5.88	91.51	0.01
Nicarágua	0.00	8.35	11.86	85.92	8.07	5.72	0.24	0.00	79.84	0.00
Panamá	0.05	9.68	27.72	69.83	1.69	20.24	0.31	0.01	70.28	0.19
Paraguai	0.02	57.62	13.35	34.87	0.97	7.48	0.28	0.00	85.40	0.00
Peru	0.02	23.71	11.96	59.60	2.38	16.66	0.50	0.00	85.16	0.00
Portugal	0.12	11.36	9.59	71.78	3.39	16.46	0.73	0.00	86.30	0.28
Rep. Dominicana	0.00	7.13	13.61	89.93	2.50	2.94	2.10	0.00	81.79	0.00
Uruguai	0.03	16.96	54.07	61.66	8.94	21.32	...	0.01	36.99	0.02
Total regional a/	0.22	19.60	10.47	67.80	1.97	9.72	0.43	2.60	87.13	0.05
Média simples dos países	0.51	19.90	15.99	63.18	3.36	15.27	0.81	1.08	79.88	0.05

Fonte: Banco de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

a/ O total regional é uma média ponderada, que considera os 19 países do quadro.

Analisando o total regional para os números do Quadro VI.4, observa-se que a Guatemala tem um percentual muito maior de importações de bens culturais do que o resto da região no domínio "Patrimônio cultural e natural". Algo idêntico acontece para o Paraguai nas suas importações culturais para o domínio "Apresentações artísticas e celebrações". Nesse mesmo domínio, as importações de bens auxiliares do Uruguai excedem consideravelmente a média ponderada da região. No domínio "Artes visuais e artesanato", as importações de bens culturais do Paraguai estão muito abaixo dos outros países, enquanto nas importações de bens auxiliares, a Nicarágua e o Uruguai estão bem acima dos outros. Com relação aos "Livros e imprensa", nas importações culturais, Argentina, Bolívia, Equador, Honduras, Panamá e Uruguai superam o resto da região, enquanto a República Dominicana fica muito atrás. Nas importações auxiliares, Bolívia, Equador e República Dominicana têm percentuais mais elevados nesse domínio. Quanto ao domínio "Mídias audiovisuais e interativas", a Argentina e o México (mas muito mais o primeiro) importam muito mais bens culturais do que o resto da Ibero-América, enquanto o Uruguai está muito longe da região nas importações auxiliares, com um fluxo muito menor. Finalmente, no domínio "Design e serviços criativos", o Equador e Portugal têm um fluxo muito maior do que os outros países em termos de importações de bens culturais.

3

Exportações de bens culturais e auxiliares

Exportações para o mundo

Entre 2018-2019, as exportações de bens culturais e auxiliares da Ibero-América para o mundo ultrapassaram os 43,6 bilhões de dólares, em comparação com um total de exportações regionais que somam mais de 1 trilhão de dólares (valores de 2010; ver quadro VI.5). Isso equivale a 4,2% das exportações totais, bem como a 0,6% do PIB regional. A Espanha e o México são os dois países com maior volume de exportações, concentrando, respectivamente, 31,4% e 30,1% do total das exportações da região. É interessante notar que o México supera consideravelmente a Espanha em termos de exportações de bens culturais e auxiliares, concentrando 81% deles em âmbito regional, ante 10,3% da Espanha.

“Entre 2018-2019, as exportações de bens culturais e auxiliares da Ibero-América para o mundo ultrapassaram os 43,6 bilhões de dólares”.

Quadro VI.5

Ibero-América (19 países): Volume das exportações de bens culturais e auxiliares para outras regiões do mundo, percentual com relação ao total de exportações e percentual do PIB, média 2018-2019

(Em milhões* de dólares de 2010 e percentuais)

	Total exportações	Exportações de bens culturais e bens auxiliares		Subtotal	Exportações de bens culturais e auxiliares	
		Volume total de exportações de bens culturais	Volume total de exportações de bens auxiliares		Como percentual do total de exportações	Como percentual do PIB
Argentina	6319.2	13.0	2.3	15.3	0.2	0.0
Bolívia	6639.1	80.9	1.0	81.9	1.2	0.3
Brasil	133523.5	385.3	168.0	553.3	0.4	0.0
Chile	54119.0	40.7	67.3	108.0	0.2	0.0
Colômbia	29321.4	121.3	22.8	144.0	0.5	0.0
Costa Rica	8413.1	74.6	9.9	84.5	1.0	0.2
Equador	18091.9	9.4	4.7	14.0	0.1	0.0
El Salvador	5080.5	83.9	3.5	87.5	1.7	0.4
Espanha	328058.1	2561.7	1935.3	4497.0	1.4	0.3
Guatemala	8572.3	39.4	9.1	48.5	0.6	0.1
Honduras	2607.9	3.7	0.5	4.2	0.2	0.0
México	314627.5	1997.8	33207.6	35205.5	11.2	2.7
Nicarágua	3126.3	23.2	1.2	24.4	0.8	0.2
Panamá	8067.7	132.6	466.7	599.3	7.4	1.2
Paraguai	6313.4	3.2	1.7	4.8	0.1	0.0
Peru	37338.2	119.6	10.8	130.4	0.3	0.1
Portugal	63843.4	531.5	1104.6	1636.2	2.6	0.7
Rep. Dominicana	6681.3	365.9	4.1	370.0	5.5	0.4
Uruguai	4075.5	3.4	0.4	3.9	0.1	0.0
Total regional a/	1044819.4	6591.1	37021.4	43612.5	4.2	0.6
Média simples dos países	54990.5	346.9	1948.5	2295.4	1.9	0.6

Fonte: Banco de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

* Dados fornecidos com a escala longa. Mil milhões de dólares equivalem, no Brasil, a um bilhão (109) de dólares.

a/ O total regional é uma média ponderada, que considera os 19 países do quadro.

Quanto ao percentual do PIB, os países com maior participação nas exportações de bens culturais e auxiliares são México (2,7%), Panamá (1,2%) e Portugal (0,7%). Com relação às exportações culturais e auxiliares como percentual do total das exportações, México, Panamá e República Dominicana lideram na região, registrando 11,2%, 7,4% e 5,5% das saídas de bens culturais e auxiliares. Tudo isso, como já indicado, comparado com uma média regional de 4,2%.

Esses três países – México, Panamá e República Dominicana – influenciam muito o total regional e a média simples. Se não fossem considerados para o total regional, as exportações de bens culturais e auxiliares representariam 1% das exportações regionais totais e 0,1% do PIB regional. Se não fossem levados em consideração para a média simples, representariam 0,6% das exportações regionais totais e 0,1% do PIB regional.

Entre os países com maior participação nas exportações culturais e auxiliares entre 2018-2019, estes últimos bens são os mais significativos em termos do percentual do PIB que representam. O México e, em menor medida, o Panamá estão bem acima do resto da região neste aspecto, atingindo 2,5% e 0,9% do PIB nas suas exportações de bens auxiliares para outras regiões do mundo, em comparação com o total regional (0,5%) e a média simples dos países (0,2%). Em termos de exportações de bens culturais – no que diz respeito ao PIB –, República Dominicana, El Salvador, Panamá e Bolívia estão nos primeiros lugares, e também em comparação com o total regional e a média simples dos países (aproximadamente 0,1% para ambos).

Ao comparar esses dados com os números oficiais dos países, pode-se mencionar o caso do Chile⁸³. As exportações para outras regiões do mundo dos bens do setor cultural atingiram 128 milhões de dólares (valores de 2010) no período 2018-2019, o equivalente a 0,4% do PIB. Este dado representa 0,03% (108 milhões de dólares) de acordo com os números indicados pelo Comtrade. Outro caso é o de Portugal⁸⁴, cujos números oficiais estabelecem que as exportações para outras regiões do mundo de bens e serviços do setor cultural somaram, no período 2018-2019, 186 milhões de dólares em valores de 2010, o que equivale a 0,07% do PIB. Como já foi mencionado, isso provavelmente se deve ao menor número de domínios da cultura considerados pela metodologia de medição portuguesa.

Em relação à Costa Rica⁸⁵, os seus números oficiais indicam que as exportações de bens do setor cultural para o mundo atingiram 42 milhões de dólares (valores de 2010) em 2018-2019, o que representa 0,08% do PIB desse período. Enquanto isso, os dados da Costa Rica fornecidos pelo Comtrade representam o dobro dos indicados por fontes oficiais. Por outro lado, o Equador também

⁸³ Os números oficiais fornecidos pelo Chile consideram nove domínios da cultura: arquitetura, design e serviços criativos; artes cênicas; artes literárias, livros e imprensa; artes musicais; artes visuais; artesanato; infraestrutura e equipamentos; mídias audiovisuais e interativas; e patrimônio.

⁸⁴ Os números oficiais fornecidos por Portugal consideram cinco domínios da cultura: artes cênicas; artes visuais; artesanato; audiovisual e multimídia; e livros e materiais impressos.

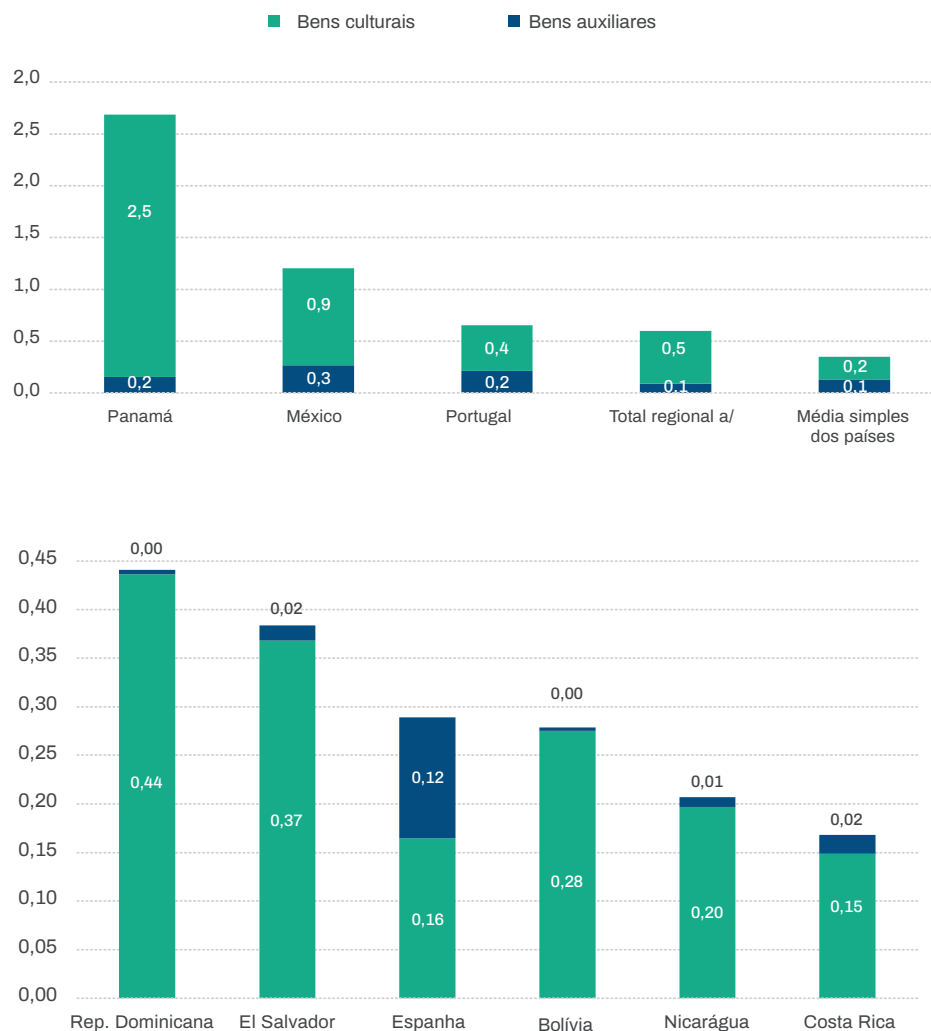
⁸⁵ Os números oficiais fornecidos pela Costa Rica consideram quatro domínios da cultura: editorial, publicidade, audiovisual e música.

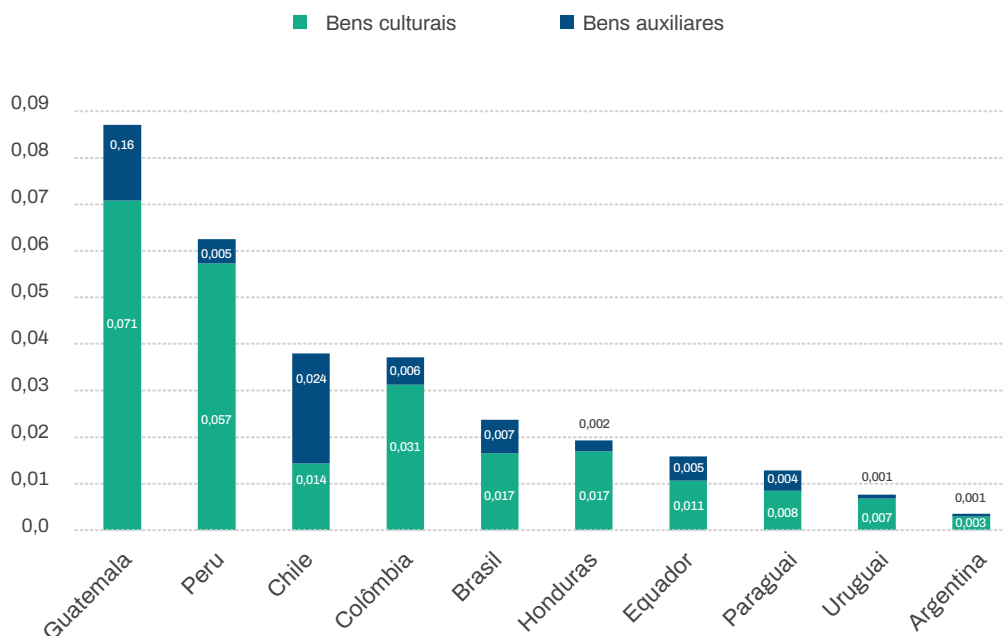
difere consideravelmente entre os seus dados oficiais e os obtidos pelo Comtrade. Segundo os dados oficiais, as exportações para o exterior de produtos do setor cultural somaram 266 milhões de dólares em 2018-2019 em comparação com os 14 milhões relatados pelo Comtrade. Ao contrário deste último, o Equador não considera o domínio do patrimônio cultural e natural, fator que pode explicar parcialmente a diferença dos números.

As exportações de bens culturais e auxiliares para outras regiões do mundo apresentaram uma evolução negativa entre 2008 e 2019, diminuindo em quase todos os países da região, sendo a Argentina o país com a queda mais acentuada (-96,3%), seguida pela Costa Rica (-93,2%) e Honduras (-87%). Os países com evolução positiva, ou seja, onde as exportações de bens culturais e auxiliares para outras regiões do mundo aumentaram

Gráfico VI.4

Ibero-América (19 países): Exportações de bens culturais e auxiliares em relação ao PIB, média 2018-2019
(Em percentuais)





Fonte: Banco de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

a/ O total regional é uma média ponderada, que considera os 19 países do quadro.

entre 2018-2019, são Nicarágua (398%), El Salvador (39%), Paraguai (27%) e Bolívia (4%). Na Nicarágua, especificamente, as exportações atingiram 5 milhões de dólares em 2008 (valores de 2010), chegando a 25 milhões de dólares em 2019.

Exportações para a Ibero-América

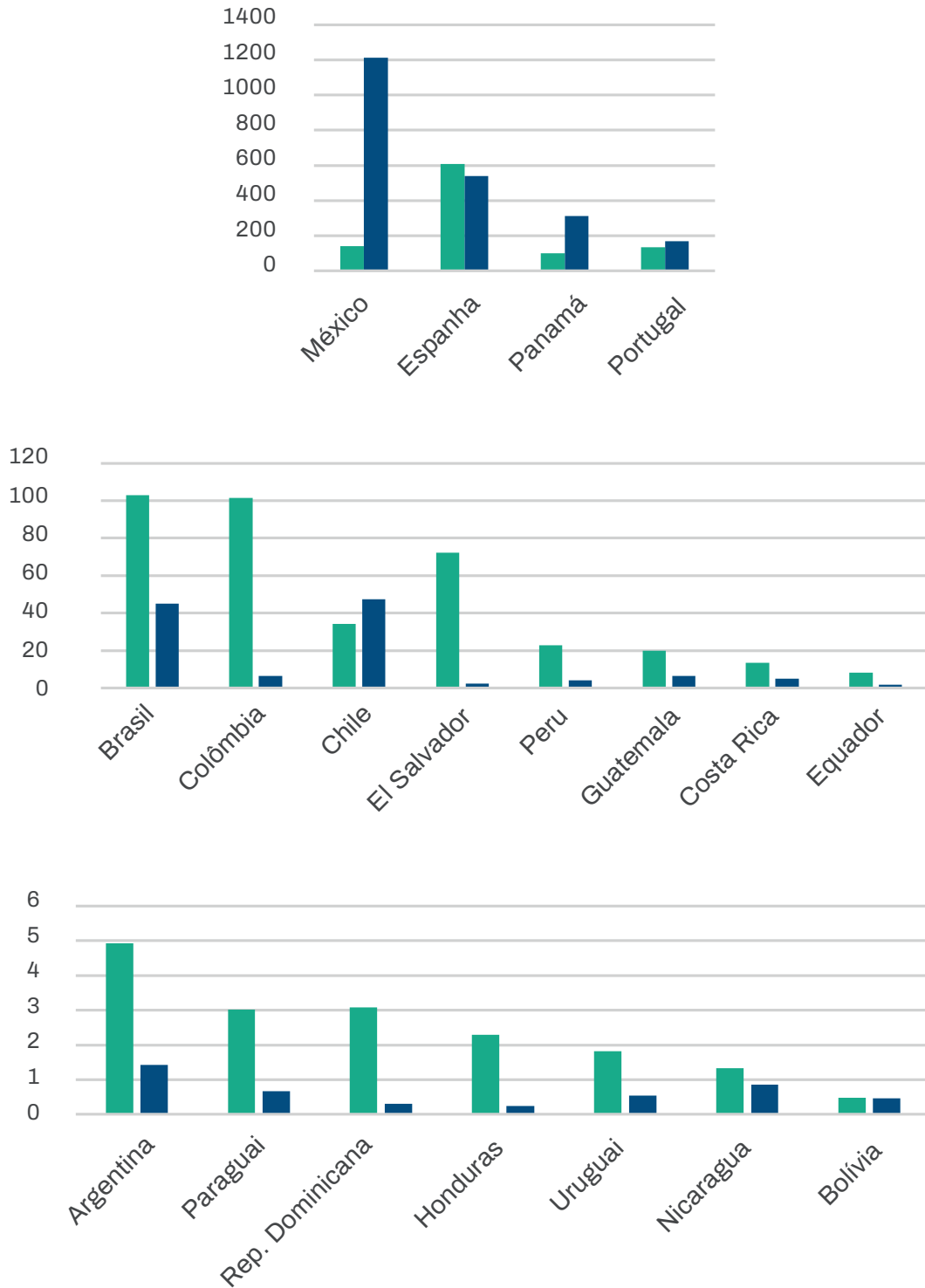
No período 2018-2019, as exportações de bens culturais e auxiliares para a Ibero-América atingiram 3,7 bilhões de dólares (valores de 2010), o que equivale a 0,4% das exportações totais e 0,05% do PIB. O México e a Espanha cobrem o maior volume de transações

(1,3 e 1,1 bilhões de dólares, respectivamente), concentrando 36% e 31% das exportações de bens culturais e auxiliares para a região. Esses países são seguidos, de longe, pelo Panamá (11%) e Portugal (8%).

Para analisar estas exportações, o gráfico VI.5 classifica os países em três grupos. O primeiro é liderado pelo México, cujas exportações (somando bens culturais e auxiliares), ultrapassam 1,3 bilhão de dólares, enquanto o segundo grupo, liderado pelo Brasil, não passa dos 150 milhões de dólares. O terceiro grupo, liderado pela Argentina, aproxima-se dos 6 milhões.

Gráfico VI.5

Ibero-América (19 países): Exportações de bens culturais e auxiliares para a Ibero-América, média 2018-2019 (Em milhões* de dólares de 2010)



Fonte: Banco de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

* Dados fornecidos com a escala longa. Mil milhões de dólares equivalem, no Brasil, a um bilhão (109) de dólares.

Entre 2008 e 2019, as exportações culturais e auxiliares para a Ibero-América revelaram uma evolução díspar entre os países da região. Os países que apresentaram maior retrocesso nesses anos foram Argentina (-98%), Uruguai (-85%), Honduras e Chile (os dois últimos com -82%). A Argentina teve a redução mais espetacular, com um volume de 303 milhões de dólares nas transações feitas em 2008, caindo para 5,6 milhões em 2019. Por outro lado, os únicos países que registraram um crescimento nas exportações nesses anos foram Paraguai (302%), Bolívia (82%), El Salvador (44%) e Nicarágua (4%).

Mais uma vez, os números oficiais de Portugal⁸⁶ estão longe dos do Comtrade. Para o período 2018-2019, as exportações de bens e serviços culturais para a Ibero-América chegaram aos 36 milhões de dólares (valores de 2010), em comparação com os 304 milhões calculados pelo Comtrade (que inclui bens culturais e auxiliares). Segundo os dados portugueses, esses valores representam 0,03% do PIB versus 0,12% calculado pelo Comtrade.

⁸⁶ Os números oficiais fornecidos por Portugal consideram cinco domínios da cultura: artes cênicas; artes visuais; artesanato; audiovisual e multimídia, e livros e materiais impressos.

Principais tendências nos âmbitos mundial e regional

O quadro VI.6 apresenta de forma ordenada o que já foi mencionado anteriormente. Com relação ao volume das exportações de bens culturais e auxiliares no período 2018-2019, a Espanha e o México dominam a região, tanto nas exportações para outras regiões do mundo quanto nas exportações para a Ibero-América. Enquanto a Espanha é o país com maior volume de exportações de bens culturais, o México supera o país europeu nos bens auxiliares e no conjunto total entre os ambos os tipos de bens.

Com relação às exportações totais, o percentual de exportações de bens culturais para outras regiões do mundo é maior na República Dominicana, enquanto o percentual de exportações de bens auxiliares é maior no México, onde o conjunto das exportações de bens culturais e auxiliares para outras regiões do mundo também é o mais alto a nível regional. No caso das exportações culturais e auxiliares para a Ibero-América como percentual do total das exportações, El Salvador é o país com o maior percentual de exportações de bens culturais; para bens auxiliares, o país líder é o Panamá, que também concentra o maior percentual de exportações de ambos os bens (culturais e auxiliares) para a região. Os mesmos países ocupam a liderança no caso dos percentuais das exportações culturais e auxiliares em relação ao PIB, tanto para outras regiões do mundo quanto para a Ibero-América.

Quadro VI.6

Países com maior participação nas exportações de bens culturais e auxiliares da cultura para outras regiões do mundo e para a Ibero-América, média 2018-2019

Volume / %	N.º	Exportações para outras regiões do mundo			Exportações para a Ibero-América		
		Bens culturais	Bens auxiliares	Culturais e auxiliares	Bens culturais	Bens auxiliares	Culturais e auxiliares
Em USD 2010	1.º	Espanha	México	México	Espanha	México	México
	2.º	México	Espanha	Espanha	México	Espanha	Espanha
	3.º	Portugal	Portugal	Portugal	Portugal	Panamá	Panamá
	4.º	Brasil	Panamá	Panamá	Brasil	Portugal	Portugal
	5.º	Rep. Dominicana	Brasil	Brasil	Panamá	Chile	Brasil
Como percentual do total de exportações	1.º	Rep. Dominicana	México	México	El Salvador	Panamá	Panamá
	2.º	El Salvador	Panamá	Panamá	Panamá	México	El Salvador
	3.º	Panamá	Portugal	Rep. Dominicana	Colômbia	Portugal	Portugal
	4.º	Bolívia	Espanha	Portugal	Guatemala	Espanha	México
	5.º	Costa Rica	Brasil	El Salvador	Portugal	Chile	Colômbia
Como percentual do PIB	1.º	Rep. Dominicana	México	México	El Salvador	Panamá	Panamá
	2.º	El Salvador	Panamá	Panamá	Panamá	México	El Salvador
	3.º	Bolívia	Portugal	Portugal	Portugal	Portugal	Portugal
	4.º	Panamá	Espanha	Rep. Dominicana	Espanha	Espanha	México
	5.º	Portugal	Chile	El Salvador	Guatemala	Chile	Espanha

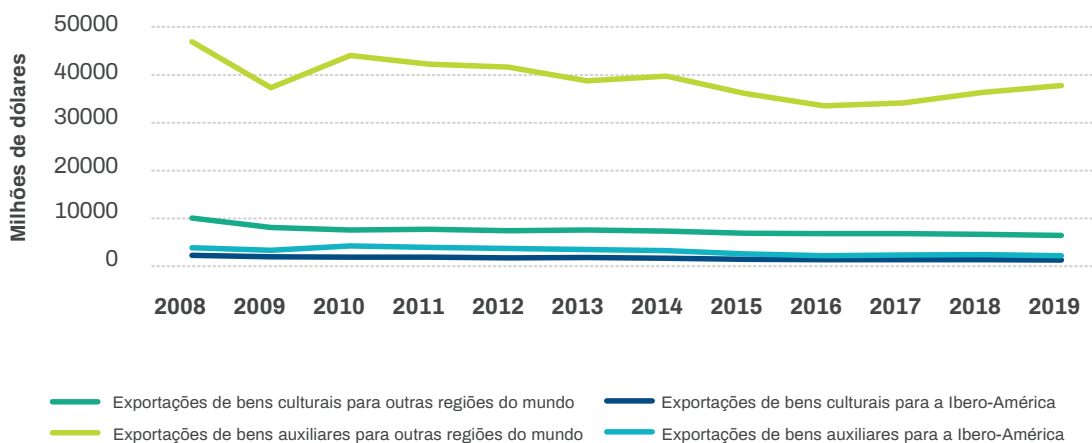
Fonte: Banco de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

Nota-se uma enorme disparidade nos volumes representados pelas exportações de bens culturais e auxiliares. Estes últimos bens representam a maioria das exportações culturais. Como se pode observar no gráfico VI.6, as exportações de bens auxiliares para outras regiões do mundo excedem em muito as de bens culturais e, certamente, as exportações de bens culturais e auxiliares para a

região. Enquanto os bens auxiliares exportados para outras regiões do mundo foram de 37,7 bilhões de dólares (valores de 2010) em 2019, os bens culturais atingiram apenas 6,47 bilhões no mesmo ano. Por outro lado, as exportações de bens auxiliares para a Ibero-América atingiram 2,2 bilhões, em comparação com as de bens culturais que foram de 1,3 bilhão. Em todos os anos cobertos

Gráfico VI.6

Ibero-América (19 países): Exportações de bens culturais e bens auxiliares para outras regiões do mundo e para a Ibero-América, período 2008-2019 (Em milhões* de dólares de 2010)



Fonte: Banco de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

* Dados fornecidos com a escala longa. Mil milhões de dólares equivalem, no Brasil, a um bilhão (109) de dólares.

pela análise (2008 a 2019), as exportações de bens auxiliares (para outras regiões do mundo e para a própria região) superam em muito as de bens culturais. No entanto, vale ressaltar que, para ambos os tipos de bens, observa-se uma queda no volume das exportações durante esse período. As exportações de bens auxiliares para outras regiões do mundo caíram 20% entre 2008 e 2019, enquanto as de bens culturais caíram 36%. Da mesma forma, as exportações de bens auxiliares para a Ibero-América caíram 43% e as de bens culturais, 42%. Ou seja, o comércio intrarregional de bens culturais e auxiliares diminuiu na última década.

Como se observa no total regional do quadro VI.7, a preponderância dos bens auxiliares sobre os bens culturais deve-se ao fato de os principais países exportadores de bens auxiliares exportarem um volume muito maior desse tipo de bens do que o de bens cultu-

rais. Apesar disso, a maioria dos países ibero-americanos exportou mais bens culturais no período 2018-2019. Nota-se que, somente no Chile, México, Panamá e Portugal, os bens auxiliares excedem em volume os bens culturais, tanto nas exportações para outras regiões do mundo quanto para a região. No restante, as exportações de bens culturais são claramente mais preponderantes, especialmente na Bolívia, El Salvador, Nicarágua e República Dominicana, onde representam mais de 95% do total das exportações de bens culturais e auxiliares para outras regiões do mundo. No entanto, ao analisar esses números para a região como um todo, revela-se que 85% das exportações de bens culturais e auxiliares para outras regiões do mundo são compostas pelo segundo tipo de produtos; esse número cai para 63,1% quando são analisadas as exportações culturais e auxiliares só para a Ibero-América.

Por outro lado, ao calcular a média simples das exportações de bens culturais e auxiliares nos países ibero-americanos, os percentuais são invertidos. No contexto mundial, os bens culturais representam 71,2% das exportações, enquanto os bens auxiliares representam apenas 28,8%. Ao mesmo tempo, em

relação às exportações para a Ibero-América, os bens culturais respondem por 67,4% das exportações totais de bens culturais e auxiliares, enquanto estes últimos representam 32,6%. Esses números devem-se ao fato de que os países da região exportaram mais bens culturais do que auxiliares.

Quadro VI.7

Ibero-América (19 países): Exportações para outras regiões do mundo e para a própria região de bens culturais e auxiliares, média 2018-2019
(Em percentual do total de bens culturais e auxiliares exportados)

	Mundo		Ibero-América	
	Bens culturais	Bens auxiliares	Bens culturais	Bens auxiliares
	%		%	
Argentina	85.0	15.0	77.6	22.4
Bolívia	98.8	1.2	51.3	48.7
Brasil	69.6	30.4	69.6	30.4
Chile	37.7	62.3	42.0	58.0
Colômbia	84.2	15.8	94.1	5.9
Costa Rica	88.3	11.7	72.6	27.4
Equador	66.7	33.3	82.6	17.4
El Salvador	96.0	4.0	97.0	3.0
Espanha	57.0	43.0	52.9	47.1
Guatemala	81.3	18.7	75.9	24.1
Honduras	87.8	12.2	90.3	9.7
México	5.7	94.3	10.6	89.4
Nicarágua	95.1	4.9	61.1	38.9
Panamá	22.1	77.9	24.5	75.5
Paraguai	65.6	34.4	81.9	18.1
Peru	91.7	8.3	84.3	15.7
Portugal	32.5	67.5	44.4	55.6
Rep. Dominicana	98.9	1.1	90.8	9.2
Uruguai	88.8	11.2	77.1	22.9
Total regional a/	15.1	84.9	36.9	63.1
Média simples dos países	71.2	28.8	67.4	32.6

Fonte: Base de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

a/ O total regional é uma média ponderada, que considera os 19 países do quadro.

Mais uma vez, observa-se uma diferença notável em relação aos dados oficiais da Argentina⁸⁷, segundo os quais os bens culturais representam 70,8% do total das exportações do setor cultural para outras regiões do mundo no período 2019-2020, enquanto os bens auxiliares representam 29,2% do total.

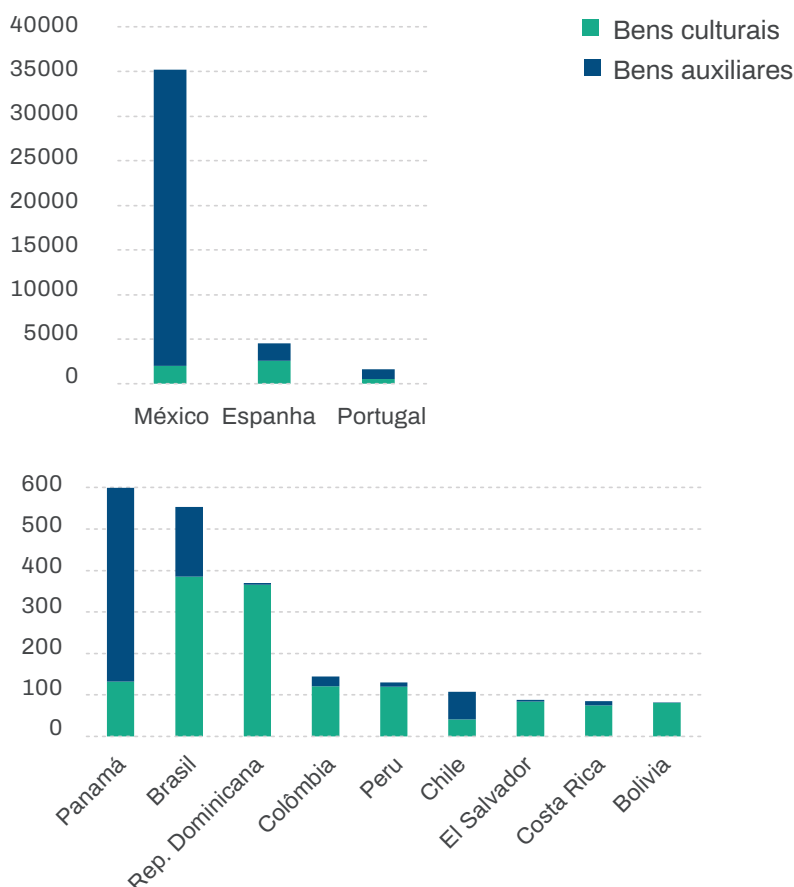
No gráfico VI.7, pode-se observar essa lacuna entre bens auxiliares e culturais em cada país. Nota-se também o volume de exportações de bens auxiliares em relação ao de

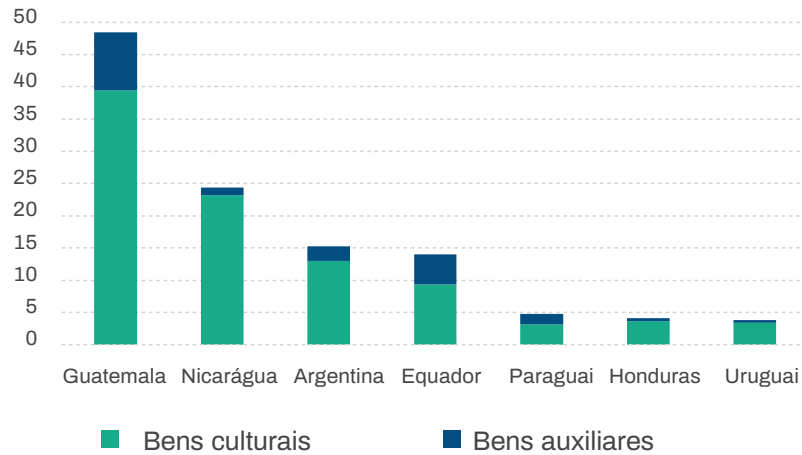
bens culturais. Como foi explicado anteriormente, o volume representado apenas pelo México supera os outros países da região no seu conjunto e, nesse país, os bens culturais significam uma parte mínima quando comparada com os auxiliares (quase 2 bilhões de dólares versus 33,2 bilhões). O segundo país com o maior volume de exportações culturais e auxiliares para outras regiões do mundo é a Espanha, com um volume conjunto de quase 4,5 bilhões de dólares (em valores de 2010), ou seja, bem longe dos números movimentados pelo México, o que representa 80,7% das exportações regionais de bens culturais e auxiliares para outras regiões do mundo.

⁸⁷ Os números oficiais fornecidos pela Argentina consideram sete domínios da cultura: artes cênicas e espetáculos artísticos; artes plásticas e visuais; audiovisual; design; livros e publicações; patrimônio imaterial; e produção e edição musicais.

Gráfico VI.7

Ibero-América (19 países): Exportações de bens culturais e auxiliares para outras regiões do mundo, média 2018-2019 (Em milhões* de dólares de 2010)





Fonte: Banco de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

* Dados fornecidos com a escala longa. Mil milhões de dólares equivalem, no Brasil, a um bilhão (109) de dólares.

É possível fazer uma análise mais detalhada observando o quadro VI.8. No âmbito regional, entre 2018 e 2019, a maioria das exportações culturais e auxiliares para outras regiões do mundo foram de bens auxiliares, sendo que o domínio das mídias audiovisuais e interativas representou 89,15% das exportações. Nesse domínio, os bens mais exportados para outras regiões do mundo nesse período foram máquinas automáticas para processamento de dados (56%), monitores com tubos de raios catódicos (29%) e dispositivos de armazenamento (6%).

Por sua vez, no que diz respeito às exportações de bens culturais para outras regiões do mundo, 74,6% correspondem ao domínio "Artes visuais e artesanato". Nesse domínio, os produtos mais oferecidos ao comércio mundial foram artigos de materiais plásticos (55%), itens de joalheria (22%) e pinturas, desenhos e obras em pastel (4,4%).

Ao analisar o total regional para cada domínio, observa-se que, em "Patrimônio cultural e natural", a Argentina e o Uruguai superam o resto da região na proporção das suas exportações culturais. Em "Apresentações artísticas e cele-

brações", Chile, Colômbia, Honduras e, principalmente, Guatemala exportam maior percentual de bens culturais, ao passo que os países que lideram as exportações de bens auxiliares são Argentina, Bolívia, Guatemala, Paraguai, Portugal e República Dominicana.

Com relação às "Artes visuais e artesanato", Colômbia, Equador e Guatemala estão atrás dos outros países da região nas exportações de bens culturais; para a exportação de bens auxiliares, Brasil, Espanha, Honduras e República Dominicana ultrapassam os demais países ibero-americanos. Para o domínio "Livros e imprensa", o maior percentual de exportações culturais é do Equador, que dobra o dos países que aparecem imediatamente depois (Argentina, Colômbia, Espanha), enquanto a Bolívia é o país com maior percentual nas exportações auxiliares. Quanto às "Mídias audiovisuais e interativas", o México é líder na região em termos de exportações culturais e auxiliares. Nas exportações de bens auxiliares nesse último domínio, os países que ficaram mais atrás são Bolívia, Portugal e Uruguai. Por último, para "Design e serviços criativos", o Chile e a Espanha lideram as exportações culturais da região.

Quadro VI.8

Ibero-América (19 países): Exportações para outras regiões do mundo de bens culturais e auxiliares, segundo o domínio, média 2018-2019 (Em percentual)

	Patrimônio cultural e natural	Apresentações artísticas e celebrações		Artes visuais e artesanato		Livros e imprensa		Mídias audiovisuais e interativas		Design e serviços criativos
	Culturais	Cult.	Aux.	Cult.	Aux.	Cult.	Aux.	Cult.	Aux.	Culturais
Argentina	0.97	1.87	57.68	72.74	0.88	24.43	40.00	...
Bolívia	...	0.11	41.16	99.60	0.54	0.29	19.62	...	38.68	...
Brasil	0.08	11.32	17.16	84.82	9.17	3.77	2.63	0.00	71.03	0.01
Chile	0.05	21.14	27.26	66.18	3.34	11.73	0.31	...	69.10	0.90
Colômbia	...	23.97	11.08	49.92	2.16	26.10	0.24	...	86.52	0.00
Costa Rica	0.00	0.55	13.79	93.03	1.99	6.37	0.14	0.00	84.08	0.05
Equador	...	3.53	11.92	43.98	0.97	52.49	5.93	...	81.18	...
El Salvador	0.00	5.81	20.21	87.32	2.47	6.86	2.54	...	74.78	0.01
Espanha	0.25	9.47	23.08	63.79	6.18	26.19	2.86	0.00	67.88	0.31
Guatemala	0.00	43.36	52.88	49.68	5.30	6.96	0.49	0.00	41.34	0.00
Honduras	...	20.24	23.63	77.76	11.74	2.00	0.99	...	63.63	0.00
México	0.00	12.94	7.25	76.63	0.05	5.82	0.00	4.60	92.70	0.00
Nicarágua	0.00	0.36	13.22	97.99	1.84	1.65	1.50	0.00	83.45	0.00
Panamá
Paraguai	...	0.81	46.12	95.07	0.13	4.12	53.75	...
Peru	0.48	1.60	16.38	87.02	4.33	10.91	0.95	...	78.34	0.00
Portugal	0.30	2.63	64.31	90.53	0.71	6.42	0.25	0.00	34.73	0.12
Rep. Dominicana	0.00	0.36	15.21	99.18	8.70	0.46	0.61	...	75.48	0.00
Uruguai	3.46	5.43	63.55	74.72	1.22	16.37	35.24	0.02
Total regional a/	0.14	9.72	10.22	74.63	0.46	13.98	0.17	1.40	89.15	0.14
Média simples dos países	0.43	9.19	29.22	78.33	3.43	11.83	2.60	0.66	65.11	0.10

Fonte: Banco de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

a/ O total regional é uma média ponderada, que considera os 19 países do quadro.

Mercado mundial

Entre 2008 e 2019, o comércio da Ibero-América com o mundo registrou um número maior de importações do que de exportações no setor cultural. Em 2019, as importações de bens culturais e auxiliares com origem em outras regiões do mundo somaram 48,2 bilhões de dólares (em valores de 2020), enquanto as exportações atingiram 44 bilhões. Como resultado, a balança comercial do setor cultural foi negativa (-4,076 bilhões de dólares).

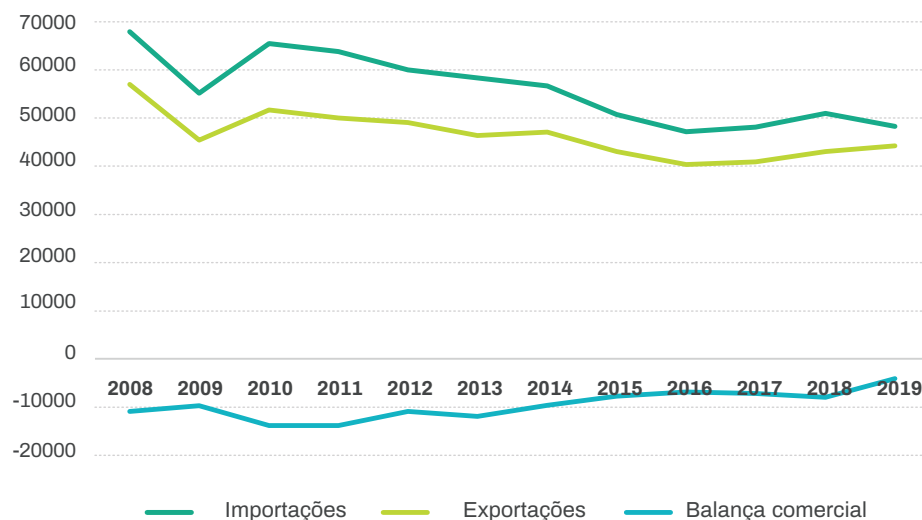
O quadro VI.9 mostra que, no período 2018-2019, todos os países da Ibero-América registraram saldo negativo da balança comercial para o conjunto de bens culturais e auxiliares. A única exceção foi o México, que apresentou saldo negativo da balança comercial em relação ao comércio de bens culturais, mas não de bens auxiliares. Esse último tipo de produtos representa a maior parte do

intercâmbio comercial mexicano no âmbito cultural e, nele, as exportações (35,2 bilhões de dólares) excedem notavelmente as importações (22,5 bilhões de dólares).

A Bolívia destaca-se por ser o único país da região com saldo positivo da balança comercial de bens culturais, ou seja, exportou mais bens culturais do que importou. Da mesma forma, o Paraguai, El Salvador e Nicarágua são os países cujos saldos negativos da balança comercial no setor cultural representam os maiores percentuais do PIB (1,8% para o Paraguai e 1,2% para ambos os estados centro-americanos) e são também os que ocupam uma posição mais distante do total regional. Os países cujos saldos negativos representaram os menores percentuais do PIB foram Argentina (0,04%), Brasil (0,08%) e Uruguai (0,11%), que, por sua vez, são os países que mais se aproximam do total regional.

Gráfico VI.8

Ibero-América (19 países): Volume total regional das importações e exportações e balança comercial dos bens característicos e auxiliares da cultura; comércio mundial 2008-2019 (Em milhões* de dólares de 2010)



Fonte: Banco de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

* Dados fornecidos com a escala longa. Mil milhões de dólares equivalem, no Brasil, a um bilhão (109) de dólares.

Quadro VI.9

Ibero-América (19 países): Balança comercial: bens culturais, bens auxiliares, volume e percentual do PIB; comércio mundial, média 2018-2019

(Em milhões* de dólares e percentual)

	Bens culturais		Bens auxiliares		Bens culturais e auxiliares	
	Volume (milhões de dólares)	Percentual do PIB	Volume (milhões de dólares)	Percentual do PIB	Volume (milhões de dólares)	Percentual do PIB
Argentina	-39.29	0.01	-147.17	0.03	-186.45	0.04
Bolívia	32.98	0.11	-109.94	0.37	-76.96	0.26
Brasil	-244.63	0.01	-1638.76	0.07	-1883.38	0.08
Chile	-383.56	0.13	-1777.12	0.62	-2160.68	0.76
Colômbia	-162.50	0.04	-1608.86	0.41	-1771.37	0.46
Costa Rica	-147.06	0.29	-371.44	0.74	-518.50	1.03
Equador	-140.62	0.16	-469.09	0.53	-609.71	0.69
El Salvador	-71.73	0.31	-203.09	0.89	-274.82	1.21
Espanha	-471.78	0.03	-5932.48	0.38	-6404.27	0.41
Guatemala	-123.28	0.22	-365.67	0.66	-488.95	0.88
Honduras	-48.28	0.22	-137.17	0.64	-185.45	0.86
México	-3717.72	0.28	16405.32	1.25	12687.60	0.97
Nicarágua	-84.80	0.72	-51.38	0.44	-136.18	1.16
Panamá	-111.89	0.22	-253.00	0.51	-364.89	0.73
Paraguai	-110.49	0.30	-562.51	1.50	-673.01	1.80
Peru	-213.21	0.10	-1369.59	0.66	-1582.80	0.76
Portugal	-242.92	0.10	-477.33	0.19	-720.25	0.29
Rep. Dominicana	-350.96	0.42	-242.90	0.29	-593.86	0.71
Uruguai	-36.00	0.07	-21.67	0.04	-57.67	0.11
Total regional a/	-6667.74	0.09	666.14	0.01	-6001.61	0.08
Média simples dos países	-350.93	0.20	35.06	0.54	-315.87	0.69

Fonte: Base de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

* Dados fornecidos com a escala longa. Mil milhões de dólares equivalem, no Brasil, a um bilhão (10⁹) de dólares.

a/ O total regional é uma média ponderada, que considera os 19 países do quadro.

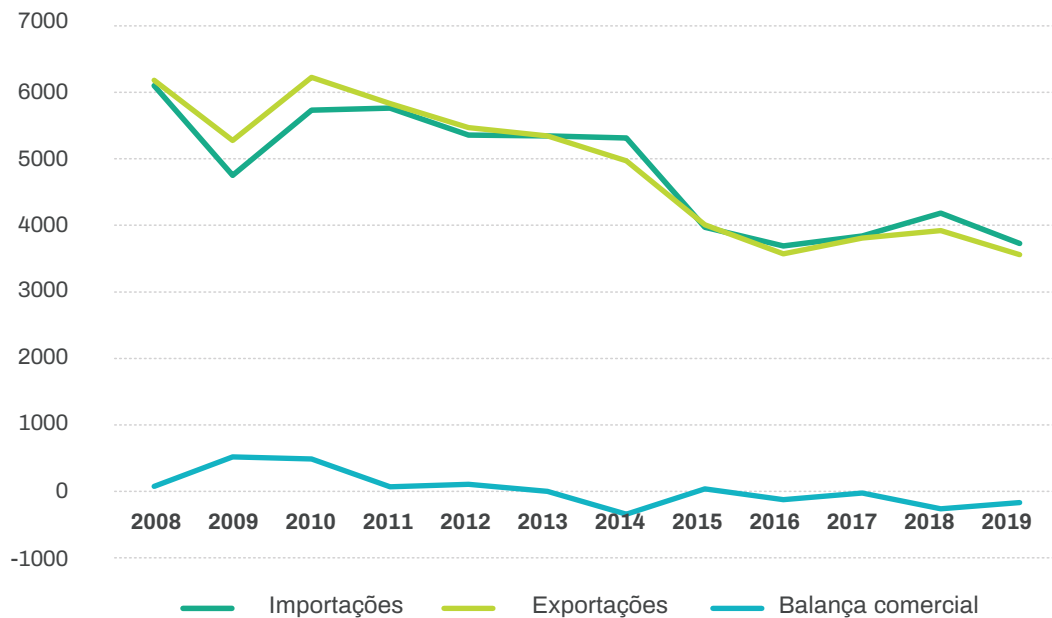
Mercado regional

No caso do comércio regional, entre 2008 e 2019, as exportações e importações tiveram uma evolução semelhante, embora nos últimos anos estas últimas tenham superado li-

geiramente as primeiras (ver gráfico VI.9). Em 2019, as exportações para a região atingiram 3,56 bilhões de dólares (em valores de 2010) e as importações totalizaram 3,72 bilhões de dólares. Portanto, a balança comercial daquele ano foi negativa (-167 milhões de dólares).

Gráfico VI.9

Ibero-América (19 países): Volume total regional das importações e exportações e balança comercial dos bens característicos e auxiliares da cultura; comércio ibero-americano 2008-2019
(Em milhões* de dólares de 2010)

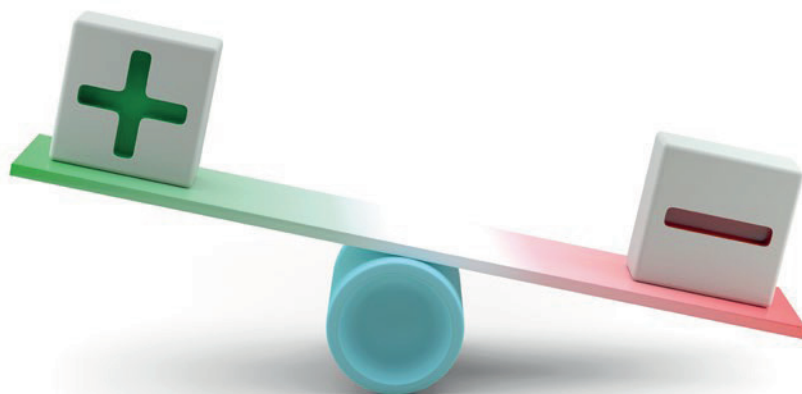


Fonte: Banco de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

* Dados fornecidos com a escala longa. Mil milhões de dólares equivalem, no Brasil, a um bilhão (109) de dólares.

A balança comercial de bens culturais e auxiliares entre 2018-2019, no contexto do comércio intrarregional, aparece representada no quadro VI.10. A balança apresenta saldo positivo apenas para o comércio de bens culturais, atingindo um superávit de 67 milhões de dóla-

res (em valores de 2010). Por outro lado, para bens auxiliares a balança comercial apresenta déficit, com saldo de -281 milhões de dólares. Por último, para a soma dos bens culturais e auxiliares, o saldo da balança comercial também é negativo (-214 milhões de dólares).



Cuadro VI.10

Ibero-América (19 países): Balança comercial: bens culturais, bens auxiliares, volume e percentual do PIB; comércio ibero-americano, média 2018-2019 (Em milhões* de dólares e percentual)

	Bens culturais		Bens auxiliares		Bens culturais e auxiliares	
	Volume (milhões de dólares)	Percentual do PIB	Volume (milhões de dólares)	Percentual do PIB	Volume (milhões de dólares)	Percentual do PIB
Argentina	-11.138	0.003	-13.021	0.003	-24.158	0.005
Bolivia	-21.062	0.072	-24.582	0.084	-45.644	0.155
Brasil	70.323	0.003	-102.458	0.004	-32.135	0.001
Chile	-45.882	0.016	-321.951	0.113	-367.833	0.129
Colômbia	34.335	0.009	-542.673	0.140	-508.338	0.131
Costa Rica	-16.646	0.033	-46.774	0.093	-63.419	0.126
Equador	-61.050	0.069	-46.166	0.052	-107.216	0.121
El Salvador	30.463	0.134	-55.852	0.245	-25.389	0.111
Espanha	436.255	0.028	320.496	0.021	756.751	0.049
Guatemala	-48.824	0.088	-88.413	0.159	-137.236	0.247
Honduras	-17.514	0.081	-44.707	0.207	-62.221	0.289
México	-42.948	0.003	1180.643	0.090	1137.696	0.087
Nicarágua	-21.137	0.180	-11.319	0.096	-32.455	0.276
Panamá	52.677	0.106	254.819	0.511	307.496	0.617
Paraguai	-23.353	0.062	-46.495	0.124	-69.848	0.187
Peru	-60.695	0.029	-369.261	0.177	-429.955	0.206
Portugal	-137.780	0.055	-277.923	0.111	-415.703	0.166
Rep. Dominicana	-35.295	0.042	-31.217	0.037	-66.512	0.079
Uruguai	-13.637	0.027	-14.958	0.030	-28.595	0.057
Total regional a/	67.095	0.001	-281.811	0.004	-214.716	0.003
Média simples dos países	3.531	0.055	-14.832	0.121	-11.301	0.160

Fonte: Base de dados das Nações Unidas, UN Comtrade.

* Dados fornecidos com a escala longa. Mil milhões de dólares equivalem, no Brasil, a um bilhão (10⁹) de dólares.

a/ O total regional é uma média ponderada, que considera os 19 países do quadro.

Ao analisar esses dados por país, Espanha, México e Panamá destacam-se como os únicos da região que apresentam saldo positivo na sua balança comercial para a soma dos bens culturais e auxiliares (comércio ibero-americano). Isso muda se a análise for feita de acordo com o tipo de bens. Para os

bens culturais, os países com superávit são Brasil, Colômbia, El Salvador, Espanha e Panamá. Da mesma forma, a balança comercial da região como um todo também é positiva no caso dos bens culturais. Por outro lado, para os bens auxiliares, a balança comercial apresenta saldo regional negativo, embora

Espanha, México e Panamá tenham saldo positivo.

Com relação à balança comercial como percentual do PIB, para os bens culturais e auxiliares, observa-se que os países com maior participação na balança comercial são Panamá (0,6%), Honduras (0,3%) e Nicarágua (0,3%), que ultrapassam o total regional em comparação com os outros países. No caso dos bens culturais, os maiores percentuais do PIB – e os mais distantes do total regional – são representados por Nicarágua, El Salvador e Panamá, enquanto, no caso dos bens auxiliares, Panamá, El Salvador e Honduras têm os maiores percentuais da balança comercial com relação ao PIB. Nesse sentido, o Panamá destaca-se como o país mais sólido quanto ao seu saldo positivo em todos os tipos de bens, tanto em termos de equilíbrio do saldo quanto percentual do PIB. Além disso, é o país que está mais distante da média regional, com percentual de 0,5% do PIB em comparação com 0,004% da região.

É possível afirmar que a Ibero-América como um todo é uma região importadora, tanto para bens culturais quanto auxiliares. Embora o México, a Espanha e o Panamá tenham sal-

dos positivos, são a exceção e não a regra, porque no resto dos países ibero-americanos acontece o contrário. Da mesma forma, a Ibero-América é uma região que exporta principalmente bens auxiliares, mas o fato que explica, em grande medida, esta realidade é o México – o principal exportador da região no setor cultural – ser o país que concentra o maior volume em termos de fluxo. Os domínios culturais “Mídias visuais e interativas” e “Artes visuais e artesanato” são os que movimentam a maior quantidade de bens da região, por isso as políticas de apoio e estímulo devem enfatizar o fortalecimento dessas áreas das economias ibero-americanas.

Por fim, vale ressaltar que a disponibilidade de estatísticas sobre o comércio cultural é muito importante para poder medir os progressos ou retrocessos nos fluxos comerciais em âmbito regional. É essencial ter dados sobre os bens e serviços culturais existentes na região, para que as entidades competentes possam fazer recomendações de políticas e que estas sejam implementadas em diferentes níveis, sejam eles locais, nacionais ou regionais.

“É essencial ter dados sobre os bens e serviços culturais existentes na região, para que as entidades competentes possam fazer recomendações de políticas e que estas sejam implementadas em diferentes níveis, sejam eles locais, nacionais ou regionais”.

4

A covid-19 e os seus possíveis efeitos no comércio internacional

A crise sanitária causada pela covid-19 produziu um boom nas políticas econômicas protecionistas em todo o mundo. Muitos países impuseram restrições às exportações de suprimentos médicos, a fim de ter um estoque disponível desses produtos quando forem necessários localmente. Há líderes que pediram progressos para conseguir uma maior autossuficiência dos seus países, repatriando cadeias de abastecimento internacionais para evitar uma dependência excessiva de bens estrangeiros. Baldwin (2020) afirma que esses tipos de políticas que restringem as exportações e buscam desmontar as cadeias de abastecimento podem ter consequências negativas a curto e longo prazo e não apenas para o comércio de insumos e equipamentos médicos. São três as razões que explicam esta situação:

- a. Os setores manufatureiros internacionais têm uma relação de profunda interdependência.
- b. Essa interdependência aumentou substancialmente nos últimos anos.
- c. China desempenha um papel fundamental na rede de comércio global de bens e serviços intermediários (aqueles que são utilizados no processo produtivo para criar outros bens e serviços, que, por sua vez, são destinados ao consumo final).

Para alguns, essa dependência excessiva da manufatura chinesa precisa ser analisada, e devem ser buscadas formas de diversificar a oferta de fornecedores para se proteger de interrupções que possam afetar um determinado produtor ou área geográfica. Outros advertem que depender de suprimentos locais não diversifica o risco e ter diferentes fornecedores e uma rede produtiva em diferentes países propicia mais margem de manobra se uma catástrofe ocorrer em um determinado lugar (Baldwin, 2020). Além disso, se a produção de equipamentos médicos essenciais for aumentada para atender às demandas causadas pela pandemia, a única alternativa sensata é aceitar a estrutura global da indústria manufatureira. Tentar desmontá-la simplesmente dificultará a luta contra o vírus (Baldwin, 2020).

De fato, a covid-19 já teve efeitos prejudiciais sobre vastos setores da economia. Os serviços, por exemplo, representam um quarto do comércio global, porque assumiram um papel preponderante na atividade econômica, tanto em países desenvolvidos quanto em desenvolvimento (Shingal, 2020). Os efeitos negativos do distanciamento social impactaram essa indústria, especialmente em áreas como educação, saúde, bancos, turismo e serviços culturais. No entanto, existem também muitos serviços que são realizados via internet, e muitos trabalhadores desses setores estão desempenhando as suas funções profissionais em casa, o que ajuda a diminuir o efeito negativo das quarentenas e do distanciamento social (Shingal, 2020; Liu, Ornelas e Shi, 2021).

Os serviços mais afetados e que levarão mais tempo para se recuperar são educação, turismo e hotelaria, apresentações culturais e exposições, além de serviços de restaurantes e transporte aéreo de passageiros,

entre outros. Em contrapartida, os serviços dos setores financeiro, de seguros, telecomunicações e informática podem ser fornecidos on-line e são mais resilientes aos efeitos das quarentenas e do distanciamento social. Portanto, há países que vão resistir melhor a essas medidas. Por exemplo, 43% da força de trabalho na Suíça pode trabalhar em casa, devido à concentração da atividade econômica nos setores financeiro, de seguros e outros negócios que não exigem o deslocamento de pessoal. Na Índia, mais de três quartos das exportações de serviços das TICs são realizados *on-line*, bem como os serviços de consultoria gerencial. Em contrapartida, muitas das pequenas ilhas independentes do Caribe e do Pacífico dependem principalmente do turismo e da hotelaria, por isso foram especialmente afetadas e vão precisar de muito tempo para se recuperarem do golpe econômico que significou não receber esses rendimentos (Shingal, 2020).

Para enfrentar a pandemia sem paralisar o comércio, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) recomendou que os países mantivessem as cadeias de abastecimento abertas e funcionando para bens essenciais, especialmente insumos e equipamentos médicos. Para isso, sugeriu a eliminação de taxas em produtos médicos essenciais para combater o coronavírus (como a taxa de 10% nos kits de teste Covid-19). Também aconselhou agilizar o processo de certificação dos produtos, com o objetivo de serem comercializados o mais rápido possível, garantindo também que os requisitos técnicos necessários para a certificação fossem científicos e não burocráticos. Também foi recomendada a agilização

dos procedimentos aduaneiros com a menor intervenção humana possível, por meio de processos de digitalização que automatizam esses procedimentos (OCDEa, 2020).

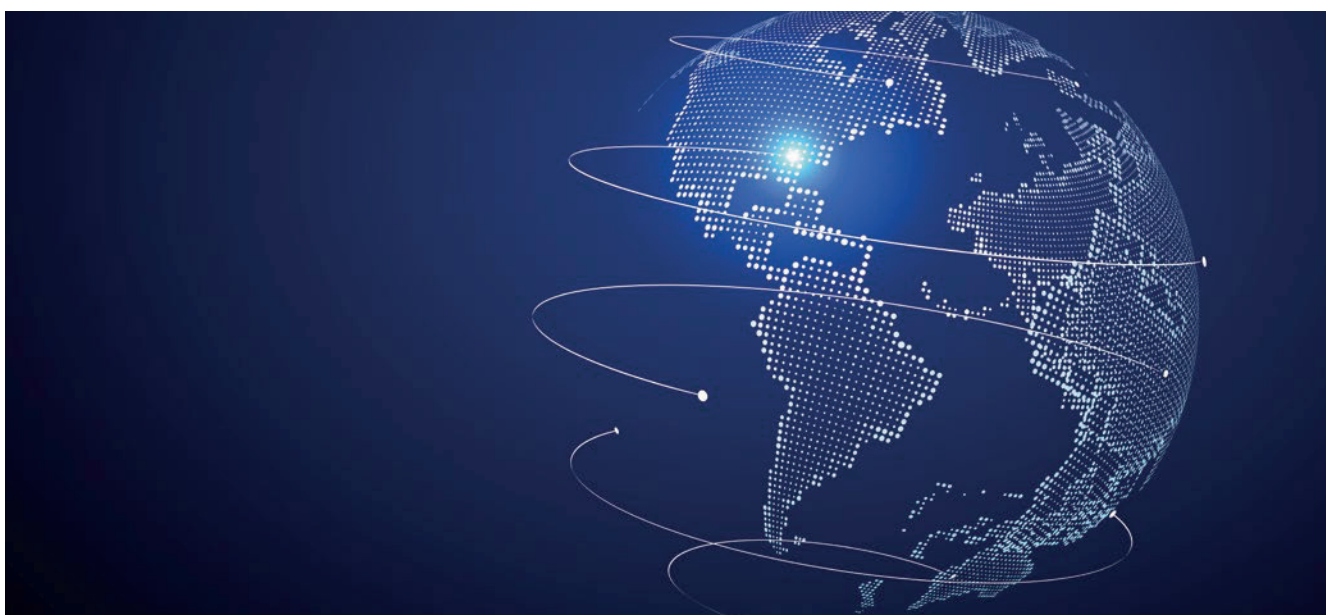
A recomendação é similar com relação às cadeias de abastecimento alimentar. Devido às limitações sofridas pelo transporte aéreo e marítimo e à queda na demanda de hotéis e restaurantes, existe o risco de que os alimentos não sejam usados e acabem sendo desperdiçados. É importante evitar restrições às exportações desses produtos, porque eles não só colocam em risco a segurança alimentar, mas também criam desequilíbrios econômicos. As restrições levam a uma queda temporária nos preços locais e aumentam a disponibilidade de produtos, mas também não incentivam a produção nacional, de modo que os benefícios são de curto prazo. Por outro lado, ao desviar a oferta de alimentos dos mercados mundiais, os preços internacionais são pressionados, prejudicando outros países, especialmente aqueles dependentes dos mercados internacionais para conseguir alimentos. As restrições às exportações minam a confiança do mercado e podem levar à acumulação e às compras motivadas por pânico, acentuando os problemas em países dependentes de importações (OCDEa, 2020). Em resumo, ninguém ganha e todos perdem.

No que diz respeito à cultura, a crise sanitária da covid-19 expôs a fragilidade estrutural do setor cultural. As indústrias culturais e criativas (ICC) são compostas principalmente por pequenas empresas, organizações sem fins lucrativos e profissionais independentes, que muitas vezes operam de forma muito precária

em termos econômicos. Grandes instituições e empresas culturais, tanto públicas quanto privadas, dependem desse ecossistema para fornecer bens e serviços criativos. O choque que a pandemia produziu na demanda está sendo agravado pela redução do consumo de bens e serviços culturais, especialmente aqueles que não podem ser acessados digitalmente. Essa redução deve-se não apenas ao distanciamento social imposto pelos governos, mas ao impacto que o vírus tem causado no emprego mundialmente, o que reduz as perspectivas de consumo não só no âmbito cultural. Além disso – e se a crise financeira de 2008 servir como precedente para o que está acontecendo e o que acontecerá no futuro –, haverá uma queda na demanda de outros setores econômicos por serviços criativos, especialmente nas áreas de *marketing* e no desenvolvimento de produtos e inovação (OCDEb, 2020). Para ilustrar o exposto no contexto regional, uma pesquisa realizada em 2020 pela Organização dos Estados Ibero-Americanos (OEI) com trabalhadores

e empresas do setor das ICC em onze países ibero-americanos revelou que 26% dos trabalhadores do setor ficaram com as suas atividades completamente paralisadas devido à pandemia, enquanto mais da metade perdeu mais de 80% da sua renda. Por sua vez, mais de 50% das empresas perderam mais de 80% da sua receita (OEI, 2021). Esses dados significam que as consequências da covid-19 nas ICC regionais têm sido desastrosas, agravando ainda mais a situação precária em que vivem os trabalhadores e as empresas do setor.

Nesse cenário, é importante que sejam adotadas políticas voltadas para a recuperação econômica. Portanto, no campo econômico, é essencial manter a normalidade (na medida do possível) e eliminar os obstáculos às exportações, para atenuar os danos que já causaram a paralisação de muitas atividades produtivas, entre as quais o setor cultural tem sido um dos principais afetados.



Quadro VI.2: Comércio digital, pirataria e direitos autorais

O comércio digital e as suas implicações para a economia global

Embora não haja uma definição universalmente aceita do que é o comércio digital, há um consenso crescente de que engloba as transações comerciais de bens e serviços que são feitas digitalmente, sejam esses bens e serviços entregues de maneira física ou *on-line* (López González e Ferencz, 2018). Exemplos dessa última modalidade podem ser a compra de um produto através de um site como a Amazon ou a reserva de um quarto através de plataformas digitais como Airbnb ou Booking.com. A digitalização permite que as empresas alcancem um número maior de consumidores em todo o mundo e reduz os custos fixos operacionais, facilitando a terceirização de atividades não essenciais (López González e Ferencz, 2018).

O comércio digital tem crescido exponencialmente, em termos da sua contribuição para o crescimento econômico de muitos países ou da preocupação dos governos através de políticas relacionadas à digitalização do comércio. Por um lado, esse progresso e interesse têm a ver com novas aplicações tecnológicas, como a telefonia móvel ou a computação em nuvem (*cloud computing*), que se tornaram plataformas importantes para os negócios. Por outro lado, e de maior importância, têm a ver com a internet como base fundamental para a inovação, que é um cenário que cria profundas implicações econômicas, sociais e culturais (Burri e Polanco, 2020).

A digitalização não afeta apenas a forma como os produtos são produzidos, mas também como são comercializados e consumidos.

Afeta a forma como as empresas interagem com os seus clientes, com outras empresas e com os governos. Nesta era de hiperconectividade, as etapas de produção, design, entrega e consumo estão difusas entre si, mas também estão ligadas através do comércio e das redes digitais (López González e Ferencz, 2018). O comércio digital não consiste apenas em bens e serviços vinculados às Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), mas envolve todos os setores econômicos. Embora as TICs tenham um papel econômico essencial na viabilização do comércio digital, a participação representada por bens e serviços derivados delas nas exportações globais vem diminuindo, de acordo com a OCDE no trabalho *Digital Trade and Market Openness* (2018). O comércio digital vai muito além e também envolve vendas e compras on-line num amplo conjunto de indústrias.

Por exemplo, na União Europeia, cerca de 60% das empresas que oferecem serviços de hospedagem operam via internet e mais da metade delas trabalham com clientes estrangeiros (neste caso, outros países da UE e o resto do mundo). No setor manufatureiro, o número de empresas que fazem vendas *on-line* tende a ser menor (por exemplo, 25% das empresas do setor de veículos automotores vendem *on-line*). Em média, entre um terço e um quinto das vendas digitais das empresas de manufatura são para fora das suas fronteiras. A OCDE também afirma que o número de empresas que vendem fora do seu território nacional usando ferramentas digitais está crescendo em quase todos os setores. No setor de fabricação de veículos automotores, o número de empresas da UE com vendas desse tipo cresceu de 9% em 2011 para 13% em 2015 (López González e Ferencz, 2018).

Abertura e protecionismo digital

As vantagens para um país estar aberto ao comércio digital são inúmeras. A abertura impulsiona a produtividade e o investimento em produtos intangíveis baseados no conhecimento, como pesquisa e desenvolvimento, design, educação digital e dados. Além disso, ajuda as empresas a chegarem aos mercados estrangeiros e fornece acesso a melhores fornecedores digitais em todo o mundo. Também beneficia os consumidores, proporcionando maior valor para o dinheiro e uma variedade maior de bens e serviços digitais para escolher. Por outro lado, as desvantagens para um país ao se fechar para o comércio digital são evidentes. Uma economia que restringe a digitalização deteriora a sua própria capacidade de se desenvolver, num contexto global cada vez mais orientado para o uso de dados. Devido à transformação que está acontecendo nessa área e em todos os setores, um ambiente regulatório que restringe o comércio digital também afetará as indústrias não digitais. Esse "protecionismo digital" reduz a produtividade e, portanto, reduz as possibilidades de melhoria dos padrões de vida, impedindo que os países obtenham benefícios econômicos completos dos seus investimentos (Ferracane, Lee-Makiyama e van der Marel, 2018).

O Centro Europeu de Economia Política Internacional (ECIPE, sigla em inglês) criou um Índice de Restrição do Comércio Digital (*Digital Trade Restrictiveness Index, DTRI*), que mede o nível de abertura de 64 países ao comércio digital. Segundo esse índice, o país mais restritivo do mundo é a China, que aplica fortes medidas regulatórias a todos os aspectos do comércio digital, incluindo o comércio de bens e serviços, o investimento no setor das TICs, bem como a movimentação de dados e profissionais da área digital. O país asiático é seguido pela Rússia, Índia,

Indonésia e Vietnã. O que caracteriza esses países é que são economias emergentes. Os dez estados mais restritivos abrangem cerca de metade da população mundial, de modo que as suas políticas terão um grande impacto global. O outro lado da moeda são os países abertos ao comércio digital. A Nova Zelândia lidera a lista, seguida pela Islândia, Noruega, Irlanda e Hong Kong. Os dez países menos restritivos são todas economias pequenas e, portanto, mais dependentes dos mercados globais. No geral, eles têm um setor de serviços muito maior do que outros países, o que reforça o papel fundamental dos mercados digitais no seu crescimento econômico (Ferracane et al, 2018).

O cenário regulatório internacional

A OMC reconheceu muito cedo a importância da digitalização para o comércio. De fato, em 1998 lançou o Programa de Trabalho sobre Comércio Eletrônico, uma iniciativa destinada a examinar todas as questões relacionadas com o tema, incluindo o comércio de serviços e bens, a proteção da propriedade intelectual e o desenvolvimento econômico. No entanto, nas duas décadas desde a criação do programa, ele não deu frutos. A legislação da OMC permanece quase igual a como era na época pré-internet. Apesar dessa deficiência ou graças a ela, os fóruns multilaterais de comércio tornaram-se a instância usada pelos países para criar soluções legais. Os Estados recorreram a acordos regionais de comércio para preencher a lacuna que a OMC não conseguiu preencher. O problema é que o cenário regulatório internacional que surgiu em torno do comércio digital não é coerente como um todo, mas desordenado e fragmentado (Burri e Polanco, 2020).

Nos últimos anos, houve um aumento substancial no número de acordos comerciais re-

gionais que incluem disposições sobre o comércio digital. Entre 2014 e 2016, 27% dos acordos notificados à OMC incluíram esse tipo de cláusulas. No entanto, os temas abordados diferem muito: desde questões de impostos alfandegários, transmissões eletrônicas e não discriminação à regulação interna, até autenticação eletrônica, proteção de dados e comércio sem papel, entre outros. Um número crescente de acordos inclui seções dedicadas ao comércio eletrônico (*e-commerce*) ou comércio digital, bem como classificações e definições sobre aspectos relacionados (López González e Ferencz, 2018).

Nos acordos comerciais regionais mais recentes, houve um enfoque regulatório mais completo, destinado a especificar e ampliar disposições que foram estabelecidas genericamente em acordos mais antigos, com relação a questões como o livre fluxo de informação através das fronteiras, assinaturas digitais, promoção do comércio sem papel, etc. Exemplos disso são o Acordo de Parceria Econômica Japão-Austrália, ou o Protocolo Adicional para o Acordo-Quadro da Aliança do Pacífico, negociado pelo México, Chile, Colômbia e Peru (López González e Ferencz, 2018).

Os direitos autorais na economia digital

Cada vez mais, os tratados regionais estão incluindo cláusulas específicas sobre direitos autorais, que visam proteger e aplicar os direitos de propriedade intelectual no âmbito digital. Estabelecer soluções comuns para problemas de propriedade intelectual é fundamental para garantir a viabilidade dos negócios digitais. Segundo Meier-Ewert e Gutiérrez (2021), há três desafios especialmente importantes nesse sentido:

1. Responsabilidade dos provedores de serviços de acesso à internet

O grau de responsabilidade dos provedores de serviços de acesso à internet por infrações de propriedade intelectual tem impacto na viabilidade das plataformas digitais. A visão geral é que os provedores merecem certos privilégios dado o seu papel crucial na facilitação do acesso à internet e que eles devem ser obrigados a agir e colaborar somente quando os detentores dos direitos autorais (os autores/criadores ou licenciados) os avisem de uma infração.

2. Exaustão do direito de distribuição

O princípio de exaustão afirma que, uma vez que um bem protegido por direitos autorais entrou legitimamente nos canais de distribuição, uma distribuição mais ampla não exige o acordo do titular do direito. Esse princípio poderia ser aplicado a produtos digitais, como um *ebook* ou um programa de computador, mas para isso é necessário determinar se poderia haver um mercado global significativo para produtos digitais de "segunda mão".

3. Mineração de dados e inteligência artificial

É preciso abordar a crescente importância do *big data* em nível comercial e ético, bem como o efeito da inteligência artificial no sistema de proteção à propriedade intelectual, cujo foco sempre foi o ser humano. Hoje, quando a máquina é capaz de criar obras de arte (músicas, pinturas), é essencial repensar a questão.

Com relação a este último tópico, Okediji (2018) argumenta que a resolução desse problema está longe de ser resolvida. Os aspectos cria-

tivos desse dilema têm origem em três lugares, cada um dos quais pode ser uma fonte de direitos autorais: o programador do *software*, o usuário do *software* e o próprio *software*. A inteligência artificial também apresenta um desafio aos padrões de originalidade exigidos pelos direitos autorais: um programa autônomo pode proporcionar a criatividade mínima necessária para atender os requisitos de originalidade presentes na maioria dos territórios nacionais?

Isso apresenta outro problema: o conceito de originalidade varia nas diferentes legislações. Nos países que seguem o Direito comum ou “lei comum”, do Direito anglo-saxão (com base no costume e no precedente), os requisitos impostos tendem a ser baixos, enquanto naqueles onde rege o Direito romanístico ou continental (herdado de Roma, com base em leis explícitas e precisas), as normas são mais restritivas (Okediji, 2018). Portanto, não será fácil unificar a legislação internacional sobre o âmbito digital, pois há muitos obstáculos que dificultam esse objetivo.

A pirataria digital

Um dos maiores desafios que surgiram na era digital, o da pirataria, merece uma menção especial. Strykowski e Scorpecci (2009) entendem a “pirataria digital” como a violação de direitos autorais quando não envolve o uso de mídia física ou analógica (CD, DVD, *pen drive*) para transferir música, vídeos e outros conteúdos do “pirata” para o consumidor. Como a legislação varia conforme o país, pode haver diferenças sobre o que se entende por infração.

As implicações da pirataria digital vão além do fator meramente econômico. A violação da propriedade intelectual prejudica os incenti-

vos à criação e ao licenciamento de novas obras, afetando o bem-estar social. As cópias não autorizadas abundam quando os originais são vendidos a preços excessivos, o ato de copiar é barato – como acontece com os bens digitais e a transmissão de informações pela internet – e a possibilidade de sanção é baixa. Como resultado, os incentivos para desenvolver e produzir obras criativas e literárias diminuem. Por outro lado, os preços das obras originais podem subir como consequência da pirataria. De fato, o proprietário de direitos autorais pode agregar funções e recursos às cópias originais para distingui-las das versões piratas. Muitas vezes os consumidores estão dispostos a pagar mais pelo produto original (Fink, Maskus e Qian, 2016).

Em 2008, a OCDE realizou um estudo para quantificar a importância das falsificações e produtos piratas no comércio internacional. Estimou que o valor comercial desses bens globalmente era de 200 trilhões de dólares, cerca de 2% do comércio internacional de mercadorias em 2005. O estudo foi atualizado em 2009, estimando que o valor desses bens ilícitos no comércio internacional tinha aumentado para 250 trilhões em 2007. Embora esses números não incluam o valor da pirataria de bens digitais – é impossível quantificá-lo, dada a instantaneidade com que atravessam fronteiras físicas e que impede o seu rastreamento –, é um reflexo da magnitude desse mercado em âmbito global (Fink et al, 2016).

Várias consultas revelam que os internautas não veem nada de errado em pegar e compartilhar informações digitais livremente. De acordo com uma pesquisa no Reino Unido, 80% dos entrevistados admitiram baixar pelo menos um arquivo sem autorização e 47% disseram não considerar esta ação um crime. Por sua vez, uma pesquisa com estudantes universitários dos Estados Unidos, em 2003,

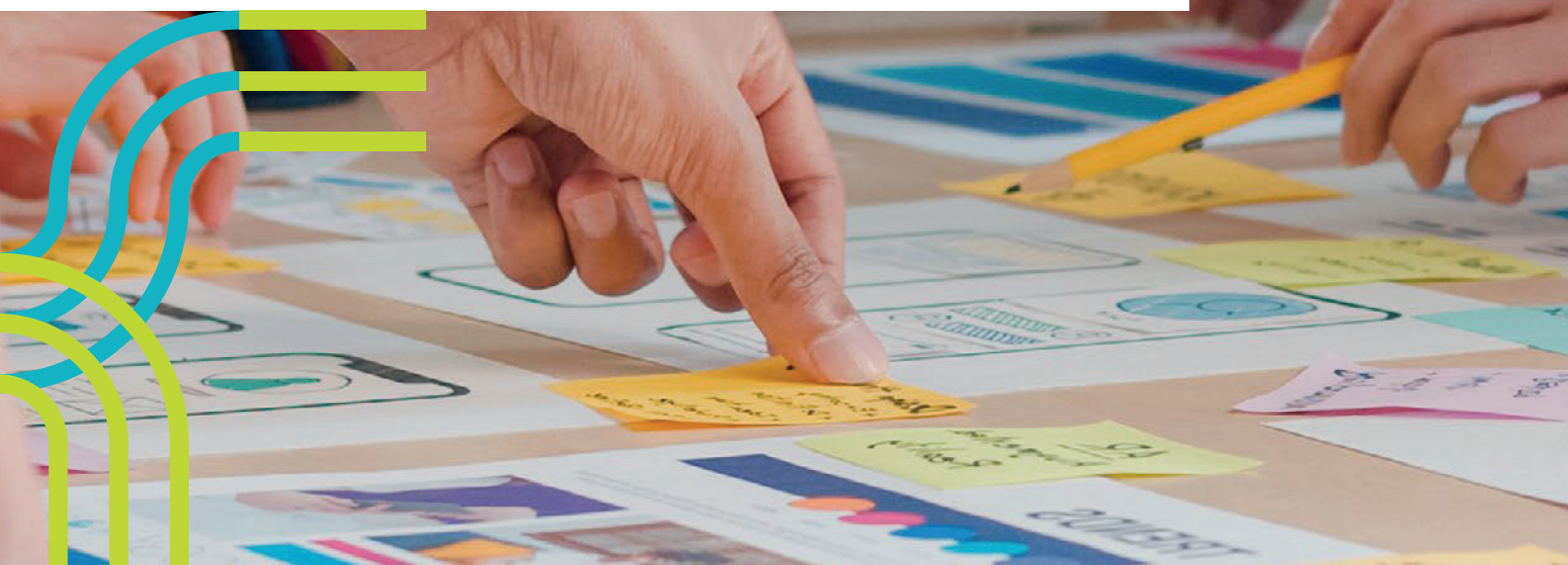
revelou que 60% tinham baixado música e, entre eles, 75% não tinham pago por isso. Além do mais, 76% responderam que baixariam músicas mesmo que suspeitassem que o arquivo tinha sido pirateado. Essas percepções agravam o problema e explicam por que o uso ilegal de obras é tão difícil de controlar para os proprietários (Fink et al, 2016).

Como os consumidores das obras podem estar em qualquer lugar do mundo, é muito difícil para os proprietários dessas obras detectá-los e/ou tomar medidas contra eles (Stryzowski e Scorpecci, 2009). Uma possível solução para esse problema, embora apenas parcialmente, é vender a licença, uma vez que dá aos seus proprietários um maior controle sobre a mesma e permite canalizar a sua difusão por meios legais que garantam um retorno econômico. Um exemplo disso são as plataformas de *streaming* como Netflix, Amazon Prime e Spotify (Okediji, 2018).

Fontes: Burri, M. & Polanco, R. (2020). *Digital Trade Provisions in Preferential Trade Agreements: Introducing a New Dataset*. *Journal of International Economic Law* 23:1 (2020); Ferracane, M. F., Lee-Makiyama, H. & van der Marel, E. (2018). *Digital Trade Restrictiveness Index*. European Centre for International Political Economy (ECIPE), Digital Trade Estimates; Fink, C., Maskus, K. E. & Qian, Y. (2016). *The economic effects of counterfeiting and piracy: A review and implications for developing countries*. The World Bank Research Observer, 31(1), 1-28; López González, J. & Ferencz, J. (2018), "Digital Trade and Market Openness", *OECD Trade Policy Papers*, No. 217, OECD Publishing, Paris. Extraído de: <http://dx.doi.org/10.1787/1bd89c9a-en>; Meier-Ewert, W.R. & Gutiérrez, J. (2021). *Intellectual Property and Digital Trade: Mapping International Regulatory Responses to Emerging Issues*. World Trade Organization, Economic Research and Statistics Division, Staff Working Paper ERSD-2021-4; Okediji, R. L. (2018). *Creative Markets and Copyright in the Fourth Industrial Era: Reconfiguring the Public Benefit for a Digital Trade Economy*. Geneva: International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD); Stryzowski, P. & Scorpecci, D. (2009). *Piracy of Digital Content*. OECD.

CAPÍTULO VII

GASTO PÚBLICO, COOPERAÇÃO INTERNACIONAL E CONTRIBUIÇÃO DA CULTURA PARA O CRESCIMENTO ECONÔMICO NA IBERO-AMÉRICA



A

Gasto público em cultura

Este capítulo trata dos esforços públicos para promover e desenvolver a atividade cultural, medidos através da execução de orçamentos públicos destinados a financiar tanto o funcionamento da institucionalidade pública cultural e dos órgãos públicos relacionados com a área quanto o financiamento direto e indireto do desenvolvimento e difusão de diversas expressões artísticas privadas e da sociedade civil.

Além disso, o capítulo analisa a mobilização de recursos internacionais e outras iniciativas de cooperação cultural no âmbito ibero-americano e termina com uma breve seção que descreve a contribuição da atividade cultural para o crescimento econômico dos países. Tudo isso com base em estimativas nacionais decorrentes do desenvolvimento e implementação das Contas Satélites da cultura.

Institucionalidade pública cultural na Ibero-América

Compreender o desenvolvimento e as principais características da institucionalidade pública cultural nos países da região – especialmente no que diz respeito à estrutura e ao escalão institucional dos órgãos públicos da área – ajuda a ter uma melhor leitura do nível e da evolução dos orçamentos públicos destinados a fomentar a atividade cultural no âmbito nacional. Sem dúvida, uma institucionalidade forte não é condição suficiente para o acesso a um orçamento robusto e crescente ao longo do tempo e uma institucionalidade fraca não é necessariamente sinônimo de escassez de recursos, mas é um fator coadjuvante para o desenvolvimento de políticas integrais e de longo prazo com programas permanentes ao longo do tempo, com cobertura adequada, que sejam possíveis de monitorar e avaliar e com o apoio financeiro necessário para provocar os efeitos positivos no dinamismo dos diversos setores e indústrias culturais e criativas.

O panorama da institucionalidade cultural na região ibero-americana é diverso. Não existe um único modelo institucional com o qual os

“O panorama da institucionalidade cultural na região ibero-americana é diverso. Não existe um único modelo institucional com o qual os países abordam a cultura e a sua promoção e desenvolvimento, mas existem diferentes projetos e estratégias para a implementação de uma política pública para a cultura”.

países abordam a cultura e a sua promoção e desenvolvimento, mas existem diferentes projetos e estratégias para a implementação de uma política pública para a cultura. Alguns países abordam a estratégia do desenvolvimento cultural e das indústrias culturais e criativas (ICC) a partir do aparato do Estado, com áreas ou unidades de coordenação específicas e, em outros casos, com instituições de maior ou menor hierarquia, tamanho e complexidade. Os processos de institucionalização de políticas públicas culturais não têm sido alheios aos processos político-institucionais mais gerais de cada país e à avaliação diversificada do papel das políticas sociais.

De acordo com o estudo sobre institucionalidade cultural *Estudio comparativo de cultura y desarrollo en Ibero-América. Estado de las políticas públicas y aportes para el fortalecimiento de las economías creativas y culturales*, realizado pela OEI (2016), a situação na Ibero-América é variável e, às vezes, um

tanto instável, o que inclui tanto mudanças no nível institucional do órgão oficial de cultura quanto, também, uma alta rotatividade dos seus diretores. Por exemplo, no Brasil, o Ministério da Cultura, criado em 1985, foi substituído pela Secretaria de Cultura cinco anos depois, voltando a ser Ministério em 1992. Em 2003, passou por uma nova reestruturação e, recentemente, num contexto de transição política, foi sugerida a ideia de transformá-lo numa unidade dependente do Ministério da Educação. Algo semelhante aconteceu na Argentina, onde a instituição responsável pela cultura passou de ser, em 1979, a Secretaria de Estado da Cultura e Educação, vinculada à Presidência, para voltar a depender do Ministério da Educação e Cultura em 1983, oscilando entre Secretaria e Ministério mais três vezes até a sua atual condição de Ministério da Cultura, instituído em 2014. No Chile, o Conselho Nacional de Cultura e Artes foi criado em 2003 e, em 2018, assumiu caráter ministerial (Ministério das Culturas, Artes e Patrimônio). No Peru, desde a criação do Ministério da Cultura, em 2010, o setor tem sido liderado por seis ministros, com uma média de um ministro por ano até 2016. No Chile, até esse ano, a média era de um ministro a cada dois anos.

Apesar da instabilidade da institucionalidade cultural na região, nota-se uma tendência para a consolidação das instituições e, também, uma elevação da sua categoria institucional. Na maioria dos países ibero-americanos, as instituições responsáveis pelo setor passaram por uma trajetória de ser direções, instituições ou vice-ministérios até se tornarem, nos últimos anos, ministérios ou secretarias diretamente vinculadas à presidência

do governo. Dessa forma, adquiriram maior categoria na estrutura do governo. Na Bolívia, por exemplo, o Instituto Boliviano de Cultura foi fundado em 1975 e, mais tarde, transformou-se no Vice-Ministério da Cultura; em 2006, é o Vice-Ministério de Desenvolvimento das Culturas; e, em 2009, tornou-se o Ministério de Culturas e Turismo. O mesmo aconteceu no Peru, onde a Direção de Educação Artística e Extensão Cultural do Ministério da Educação, em 1941, foi elevada a Instituto Nacional de Cultura em 1975 – ainda no Ministério da Educação – e, finalmente, tornou-se um ministério por conta própria em 2010. Na Colômbia, o Instituto Colombiano de Cultura (Colcultura), também ligado ao Ministério da Educação desde 1968, tornou-se Ministério em 1997. Mais recentemente, no México, o Conselho Nacional de Cultura e Artes (Conaculta), do Ministério de Educação Pública, adquiriu o nível de Secretaria em 2015. Em suma, com exceção dos casos da Nicarágua e do Panamá, onde se mantém a nomeação e a categoria de Institutos Nacionais de Cultura, em todos os outros países já existem secretarias ou ministérios.

Gasto público em cultura

Para avaliar a magnitude do gasto público em cultura, costumam ser utilizados indicadores relativos, que dão uma ideia da participação relativa desse setor público na economia de cada país, bem como a sua proporção no conjunto dos gastos públicos. A prioridade macroeconômica de um item de gasto público refere-se ao seu peso no PIB, e a prioridade fiscal refere-se ao seu peso dentro do orçamento público total.

Por outro lado, na análise das despesas fiscais, é conveniente levar em consideração a sua cobertura institucional. A cobertura institucional com mais disponibilidade refere-se aos gastos feitos pelo governo central (ou governo federal nos países com esse tipo de organização). Uma cobertura institucional mais ampla corresponde ao governo geral, que se refere à soma dos gastos do governo central e dos governos locais (nas organizações federativas há uma cobertura intermediária que envolve os governos estaduais). Por fim, às vezes, as informações estão disponíveis para o setor público não financeiro (soma de despesas gerais do governo e das empresas públicas não financeiras), ou para o setor público total (e também coberturas especiais, o que é útil dentro de cada país). A importância dessa distinção reside no fato de que, quanto mais limitada for a cobertura de informações, menores serão os montantes de recursos alocados, neste caso, às políticas e programas no campo da cultura. Há certos itens de gastos que, geralmente, são muito centralizados (por exemplo, gastos com defesa) e outros que são mais descentralizados, que incluem os gastos com cultura. Ao trabalhar com estatísticas fiscais, também é importante levar em conta que, embora às vezes as estatísticas fiscais sejam publicadas para diferentes níveis de governo (governo central, governos estaduais, governos locais separadamente), a análise conjunta disso deve ter cuidado para que cada nível de governo seja líquido de transferências ou repasses, ou seja, devem ser descontadas as transferências de recursos para outros níveis de governo, geralmente inferiores. Em geral, as informações publicadas separadamente não permitem que tais descontos sejam feitos, causando erros de dupla contagem de recursos.

Por outro lado, existem várias classificações fiscais. Entre elas, as mais utilizadas nos relatórios financeiros são as de receitas e despesas fiscais (classificação econômica), que classificam as despesas de acordo com o órgão de origem deste (classificação administrativa) e aquelas que classificam as despesas de acordo com sua a destinação ou uso, independentemente do órgão que tiver feito as despesas (classificação por funções de governo ou classificação funcional, COFOG na sua sigla em inglês). Mais abaixo, apresenta-se uma análise geral dos indicadores de gasto público em cultura com base em informações fiscais oficiais dos países, de acordo com a classificação funcional dos grandes tipos de despesas no âmbito do governo central. Em alguns casos, não foi possível separar os gastos culturais daqueles para esportes e recreação, pois a classificação funcional em itens grandes não permite isso. Em outros casos, os órgãos oficiais da área de cultura forneceram os dados necessários para isolar tais informações. Esses países foram Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Espanha⁸⁹, México, Panamá, Portugal⁹⁰ e Uruguai.

Em primeiro lugar, deve-se notar que o nível de gasto público com cultura depende, em grande parte, da carga tributária e das receitas fiscais e, como consequência, do montante total de recursos que podem ser destinados à política pública. O gráfico VII.1 mostra uma alta heterogeneidade nos níveis de gasto público dos países da região como percentual do PIB. Enquanto países como

⁸⁹ O país relatou função de cultura, recreação e religião.

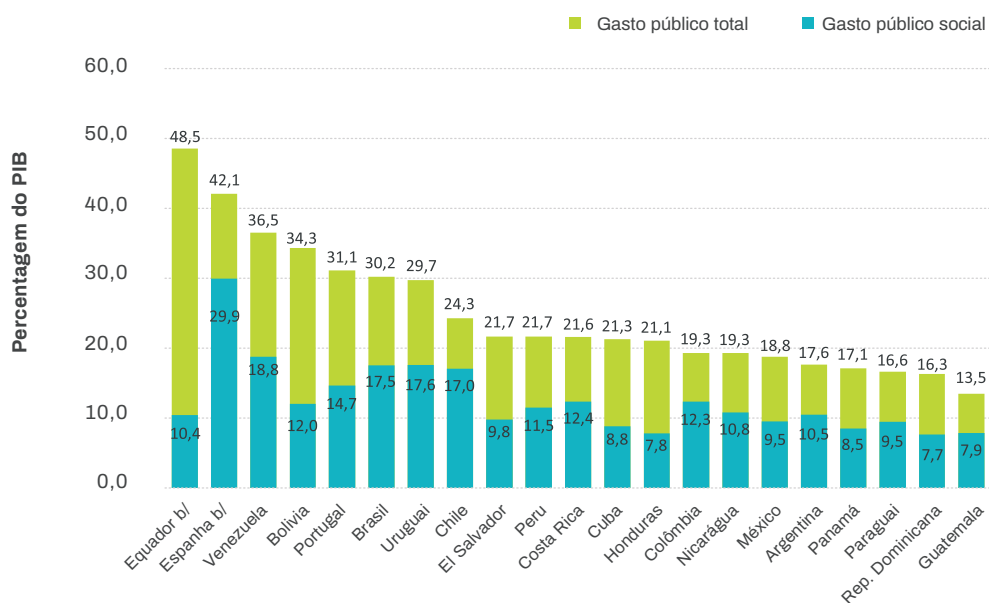
⁹⁰ A informação corresponde a esportes, recreação, cultura e religião.

Bolívia, Brasil, Equador, Portugal e Venezuela têm níveis de gastos públicos no âmbito do governo central que excedem 25% do PIB, países como Colômbia, Espanha, Guatemala, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai e República Dominicana apresentam níveis de gastos abaixo de 20% do PIB.

Por outro lado, considera-se o gasto público com cultura uma parte dos gastos públicos sociais e, como tal, pode ser afetado positiva ou negativamente pela ênfase de várias administrações governamentais no desenvolvimento ou consolidação das políticas sociais. Em geral, observa-se que, quanto maior for o nível do PIB dos países da região, maior será a participação dos setores sociais nos gastos totais. Assim, nos quatro países com informações no gráfico que possuem o maior PIB *per capita* – por volta de 11.000 dólares por ano em valores de 2010 – (Chile, Brasil, Espanha – governo geral – Panamá, Portugal e Uruguai), os gastos sociais representam, em média, mais de 59% do total dos recursos públicos. Em contrapartida, entre os países com PIB *per capita* inferior a 4.000 dólares na região (Bolívia, El Salvador, Guatemala, Honduras e Nicarágua), a participação dos gastos públicos sociais no orçamento público é de 46,3%. Em média, a prioridade macroeconômica dos gastos públicos sociais em 20 países da região é de 11,9% do PIB. No primeiro grupo de países mencionados, essa prioridade macroeconômica atingiu 17,5% do PIB por volta de 2019, enquanto, no segundo grupo de países, esse valor girava em torno de 9,7% do PIB.

Gráfico VII.1

Ibero-América (21 países): Participação do gasto público total e gasto público social do governo central no Produto Interior Bruto, por volta de 2019 a/ (Em percentuais)



Fonte: Informação oficial dos países da América Latina.

a/ Os dados da Bolívia e do Panamá são de 2017; os de Cuba, de 2018; e os da Venezuela, de 2014.

b/ Os números disponíveis correspondem ao nível do governo geral.

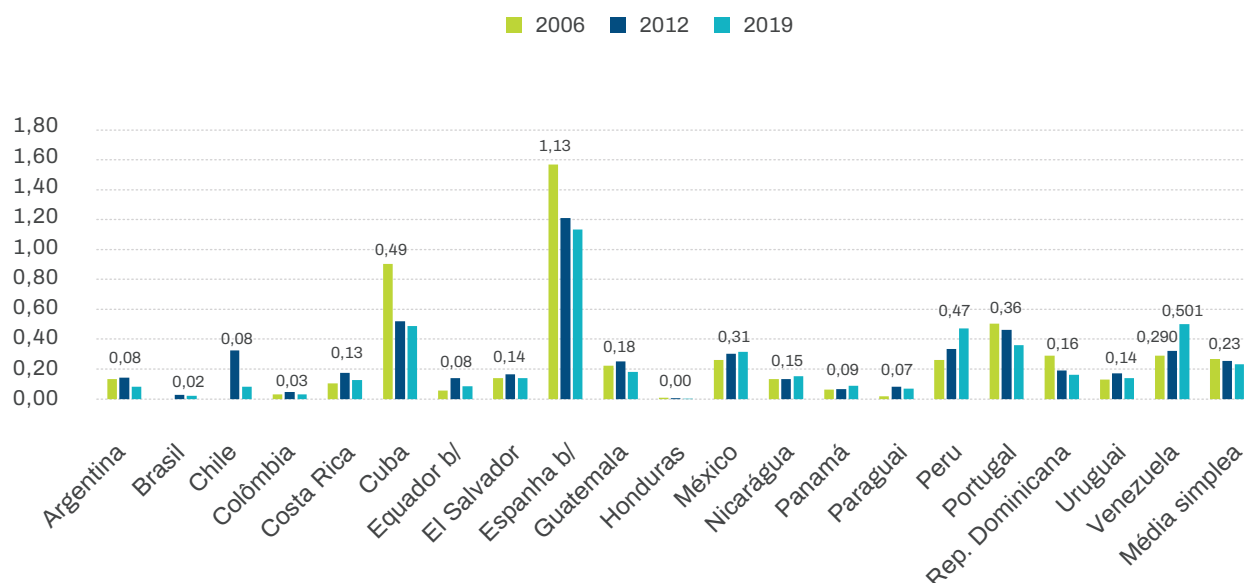
O gráfico VII.2 mostra a prioridade macroeconômica do gasto público em cultura (o seu peso no PIB). A informação mostrada reúne dados a partir de 2006, ano em que os ministros e altos funcionários da área da cultura do espaço ibero-americano assinaram a Carta Cultural Ibero-Americana que, entre outros compromissos, assumiu a meta de aumentar o orçamento cultural para 1% do gasto público total. Em média, e vendo a prioridade macroeconômica que têm os gastos públicos culturais, em 2006 esta foi de 0,26% do PIB, enquanto, em 2012 e 2019, foram registradas quedas de 0,25% e 0,23% do PIB, respectivamente. A situação nos países, em geral, não é diferente. Embora não tenha sido pequeno o número de países com aumento da prioridade macroeconômica dos gastos no setor cultural entre 2006

e 2012 (Argentina, Colômbia, Costa Rica, Equador, El Salvador, Guatemala, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela), a grande maioria dos países diminuiu essa prioridade para 2019. As exceções, com as informações disponíveis, são México, Nicarágua, Panamá e Peru⁹¹, cujos gastos culturais aumentaram sistematicamente nos períodos considerados. Países como Argentina, Cuba, Espanha, Guatemala, Portugal e República Dominicana viram a prioridade macroeconômica dos gastos públicos com cultura reduzir para níveis inferiores aos observados em 2006 (ou ano inicial, dependendo da disponibilidade de informações).

⁹¹ Exclui-se a Venezuela, já que a informação mais recente chega até 2014.

Gráfico VII.2

Ibero-América (20 países): Prioridade macroeconômica do gasto público em cultura no âmbito do governo central, por volta de 2006, 2012 e 2019 a/ (Em percentual do PIB)



Fonte: Informação oficial dos países.

a/ Os dados de Cuba são de 2018; os do Panamá, de 2017; e os da Venezuela, de 2014. A informação para o México e o Panamá de 2006 corresponde a 2008 e a do Peru, a 2009.

b/ Os números disponíveis correspondem ao nível do Governo geral.

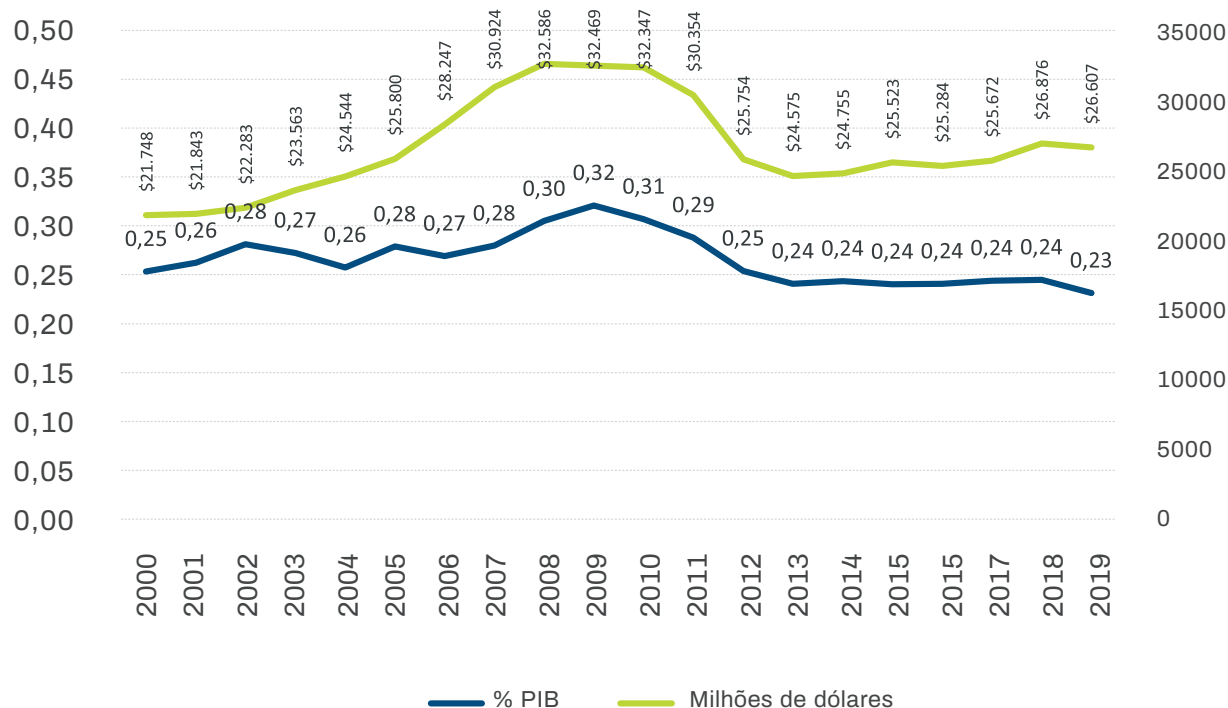
A prioridade macroeconômica dos gastos públicos com cultura foi oscilando, com um aumento significativo até 2009, e, em seguida, teve uma diminuição e estagnação entre 2013 e 2018 para cair novamente em 2019. Já em termos absolutos, houve um aumento dos recursos regionais desde 2000, mas uma queda desde 2006, embora em 2006 pouco mais de 28 bilhões de dólares foram alocados (em valores de 2010), para atingir cerca de 32 bilhões entre 2008 e 2010. Em 2019, o valor destinado para a cultura ficou

em pouco mais de 26,5 bilhões de dólares, o que equivale a 5,8% menos do que o ano em que a Carta Cultural Ibero-Americana foi assinada (ver gráfico VII.3). De acordo com as informações oficiais fornecidas pelos países – a grande maioria das quais corresponde ao nível do governo central –, Chile, Cuba, El Salvador, Espanha, Honduras e Portugal teriam diminuído os seus gastos públicos com cultura em termos reais.

Gráfico VII.3

Ibero-América (20 países): Evolução do gasto público em cultura no nível do governo central, como percentual do PIB e em milhões* de dólares

(Média simples em percentual do PIB e milhões de dólares de 2010)



Fonte: Dados da Cepalstat, informação oficial dos países da América Latina e EuroStat.

* Dados fornecidos com a escala longa. Mil milhões de dólares equivalem, no Brasil, a um bilhão (10⁹) de dólares.

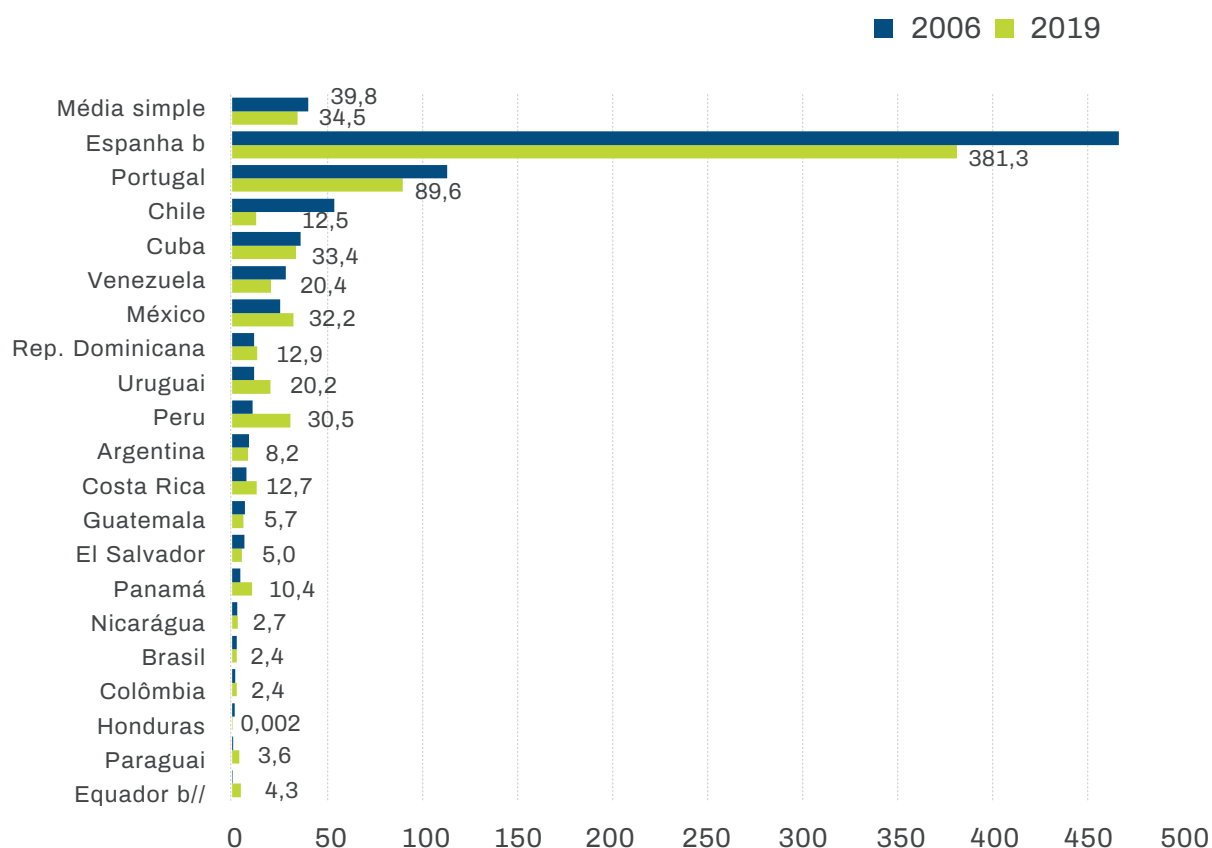
Essas reduções na prioridade macroeconômica dos gastos em cultura, bem como a redução absoluta dos orçamentos executados que se registraram em muitos casos, resultaram numa diminuição na disponibilidade per capita dos recursos públicos destinados à área. Dessa forma, se em 2006, em média, quase 40 dólares por habitante foram alocados na região para serviços culturais⁹², por volta de 2019 esse número diminuiu para pouco menos de 35 dólares por pessoa

(-13,4%), como se observa no gráfico VII.4. Os países com maior diminuição dos seus gastos públicos culturais por pessoa são Honduras (quase suprimidas ao nível do governo central, segundo a informação oficial), Chile (-76%), El Salvador e Portugal (-21%), Espanha (18%) e Guatemala (-10%).

⁹² Estes gastos incluem os de natureza administrativa.

Gráfico VII.4

Ibero-América (20 países): Gasto público *per capita* do governo central em cultura dos países, 2006 e 2019 a/ (Em dólares* de 2010)



Fonte: Dados da Cepalstat, informação oficial dos países da América Latina, EuroStat e do *World Population Prospects 2019* da Divisão de População das Nações Unidas.

* Dados fornecidos com a escala longa. Mil milhões de dólares equivalem, no Brasil, a um bilhão (109) de dólares.

a/ Os dados de Cuba são de 2018; os do Panamá, de 2017; e os da Venezuela, de 2014. A informação para o México e o Panamá de 2006 corresponde a 2008 e a do Peru, a 2009.

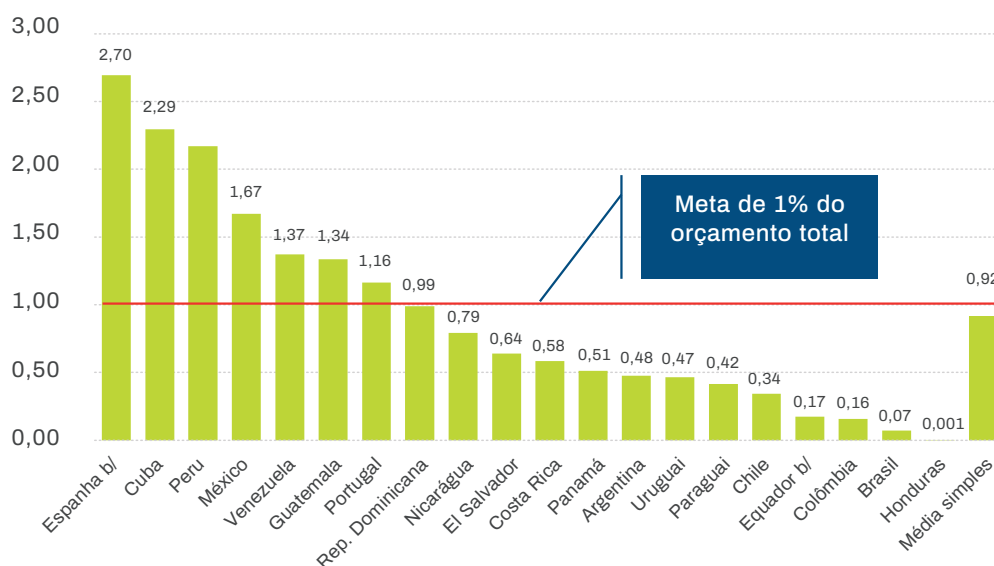
b/ Os números disponíveis correspondem ao nível do governo geral.

Embora tenha havido reduções generalizadas nos orçamentos culturais ao nível do governo central, em média, os países da região estão próximos da meta de levar os gastos públicos na área de cultura para 1% do orçamento público total. Atualmente, em média, o peso dos orçamentos culturais no orçamento total é de 0,92%. De qualquer forma, a heterogeneidade em termos da distância para a meta é muito acentuada: enquanto países

como Cuba, Espanha, Guatemala, México, Peru, Portugal, República Dominicana e Venezuela atingiram a meta ou estariam muito perto de consegui-la, outros como Argentina, Brasil, Chile, Honduras e Uruguai se afastaram desse objetivo, enquanto Colômbia, Equador e Paraguai avançaram insuficientemente, ainda colocando os seus orçamentos culturais abaixo de 0,5% do gasto público total (ver gráfico VII.5).

Gráfico VII.5

Ibero-América (20 países): Gasto público per capita do governo central em cultura dos países, 2006 e 2019 a/ (Em dólares* de 2010)



Fonte: Informação oficial dos países.

* Dados fornecidos com a escala longa. Mil milhões de dólares equivalem, no Brasil, a um bilhão (10⁹) de dólares.

a/ Os dados de Cuba são de 2018; os do Panamá, de 2017; e os da Venezuela, de 2014. A informação para o México e o Panamá de 2006 corresponde a 2008 e a do Peru, a 2009.

b/ Os números disponíveis correspondem ao nível do governo geral.

Descentralização do gasto público em cultura

Como mencionado anteriormente, os países com um maior grau de descentralização executam uma proporção significativa dos recursos em geral e da cultura em particular, ao nível dos governos subnacionais. Os relatórios realizados no nível do governo central podem, por essa razão, subestimar os esforços dos países para mobilizar recursos para fomentar a cultura nas suas diversas áreas.

Embora as informações disponíveis sejam parciais, é possível lançar alguma luz sobre o nível de descentralização e, nesse sentido, sobre a importância dos governos subnacionais na implementação do gasto público com

cultura nas suas diversas modalidades (programas, projetos, fundos competitivos, cofinanciamento, etc.).

Por exemplo, no Brasil, em 2019, o governo federal destinou pouco mais de 500 milhões de dólares para gastos com cultura (0,07% do orçamento total, 0,02% do PIB), mas, com relação aos gastos em todas as esferas de governo (federal, estadual, municipal), essa despesa representou apenas 21,1% do gasto cultural total. A nível dos estados brasileiros, os gastos giravam em torno de 665 milhões de dólares (0,28% do orçamento total, 27,5% dos gastos com cultura) e os gastos no âmbito municipal foram superiores a 1,2 bilhão, representando 51,4% de todo o gasto na área de cultura (0,79% do orçamento municipal total).

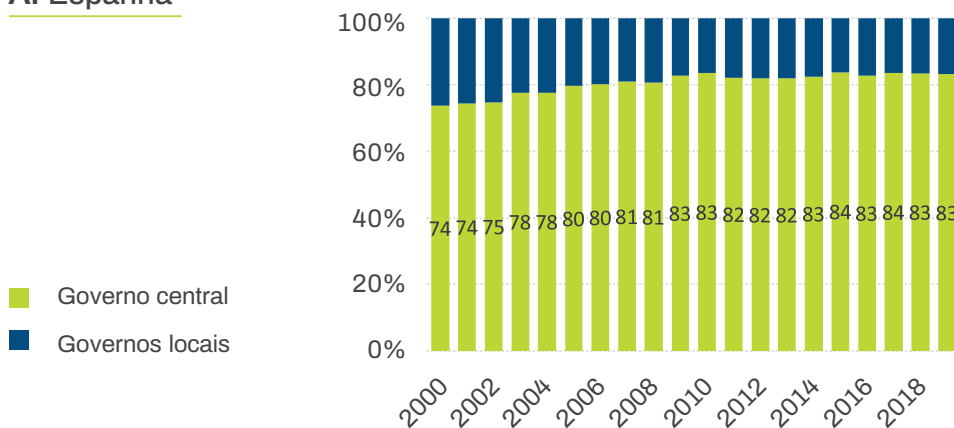
No México, um país também com organização federal, não há informações no âmbito municipal, mas há dados sobre a distribuição de despesas entre o governo nacional e os governos estaduais. Essa informação mostra que os governos estaduais executam gastos equivalentes a 31,6% dos gastos conjuntos desses dois níveis de governo, uma parcela que vem crescendo desde 2008, época em que essa participação chegou a pouco menos de 26%.

Outro caso notável é o da Espanha, onde os gastos públicos com cultura feitos pelo governo central foram diminuindo proporcionalmente, passando de 26% do total para pouco menos de 17% (ver gráfico VII.6.A), embora as informações analisadas sugiram que essa menor participação também tenha sido expressa em uma redução real dos recursos disponíveis para a cultura no país.

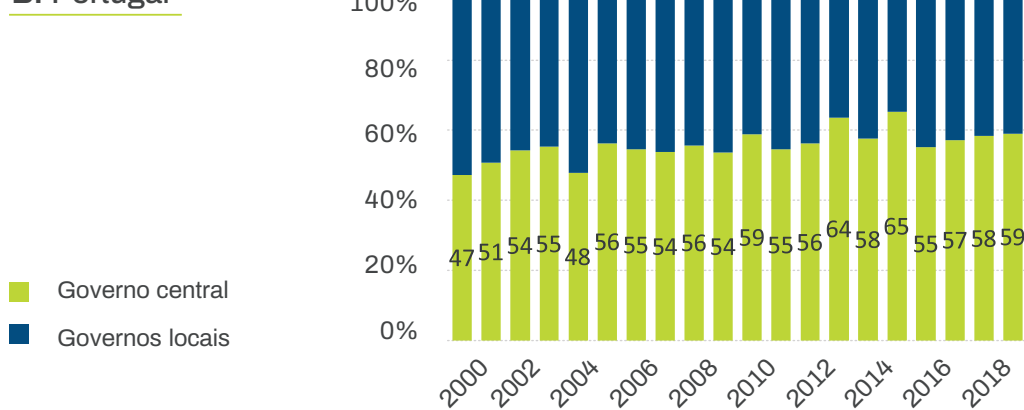
Gráfico VII.6

Espanha e Portugal: Distribuição dos gastos públicos em atividades de recreação, cultura e religião entre o governo central e os governos locais, 2000-2019 (Em percentuais)

A. Espanha



B. Portugal



Fonte: Informação oficial fornecida pelos países.

Portugal tem níveis de descentralização mais baixos do que a Espanha na execução dos seus gastos, embora ela tenha ido aumentando. Enquanto em 2000 os governos locais executaram 47% da despesa pública total em cultura, com algumas flutuações, essa participação foi aumentando e chegou a 59% em 2019 (ver gráfico VII.6.B).

Da mesma forma, na Colômbia, além do governo nacional, as despesas são executadas no âmbito departamental e municipal⁹³. Em 2008, os governos municipais executaram 72% dos recursos conjuntos dos governos departamentais e municipais, proporção que foi aumentando progressivamente até atingir 86%, representando, além disso, um aumento real dos recursos. A Costa Rica também tem algumas informações que indicam que o peso dos recursos do governo central é pouco significativo quando se consideram todos os níveis de governo. As informações disponíveis para 2012 indicam que apenas 9% das despesas executadas são de cultura, enquanto os governos locais executam 6,7% do total. Outras entidades, como as empresas públicas não financeiras e financeiras, destinam recursos equivalentes a 18,4% das despesas totais em cultura, enquanto 66% dos gastos são incorridos por diversas instituições não empresariais descentralizadas e órgãos descentralizados⁹⁴.

⁹³ Neste caso, não foi possível analisar as despesas consolidadas dos governos nacional, departamental e municipal devido à falta de informações sobre se os números do governo nacional já tinham descontado os repasses aos governos subnacionais.

⁹⁴ Ver "Aporte económico del ámbito público a la cultura costarricense Período 2010-2012. En el marco de la Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica", Unidad de Cultura y Economía del Ministerio de Cultura y Juventud, 2014.

Os precedentes acima sugerem a importância de fazer esforços em termos de consolidação fiscal dos gastos, tanto na cultura quanto em outras áreas, a fim de ter um quadro mais completo do nível real de gastos públicos com cultura, bem como do nível de desconcentração que pode existir na sua execução. Isso é relevante na medida em que os governos locais, em muitos casos, têm uma aproximação mais direta aos diferentes agentes culturais do território e, portanto, conhecem melhor as necessidades e perspectivas de desenvolvimento dos diferentes setores culturais. Dessa forma, eles podem fazer melhores alocações de recursos tanto para fomentar determinadas áreas quanto para elaborar mecanismos de proteção para diversos agentes culturais locais, especialmente num momento em que a pandemia da COVID-19 atingiu duramente o setor, paralisando atividades e deixando os trabalhadores do setor cultural altamente vulneráveis a uma deterioração significativa da sua qualidade de vida e com a necessidade de recuperar logo o emprego, muitas vezes fora da área da cultura.



B

A cooperação internacional na Ibero-América e no mundo

De acordo com o Comitê de Assistência ao Desenvolvimento (CAD) da OCDE, o conceito de assistência ou ajuda oficial ao desenvolvimento (AOD) é definido como a ajuda governamental destinada a promover o desenvolvimento e o bem-estar econômicos dos países em desenvolvimento. Esse conceito foi adotado em 1969 como o "padrão-ouro" da cooperação internacional, e permanece até hoje como a principal fonte de financiamento da ajuda ao desenvolvimento.

A AOD pode assumir a forma de subvenções e "empréstimos suaves". No caso do primeiro tipo, os recursos financeiros são entregues sem juros e sem a necessidade de serem devolvidos. No segundo tipo, eles devem ser pagos e com juros, mas com taxas significativamente inferiores às concedidas pelos bancos comerciais.

Até 2018, tanto as subvenções quanto os empréstimos eram avaliados da mesma forma. Para as subvenções, eram registrados os fluxos dos fundos entregues, enquanto, para os empréstimos aos países em desenvolvimento, era registrado o valor nominal destes (descontando os reembolsos/amortizações). O problema desse método é que não refletia o esforço real feito pelos países doadores.

Uma subvenção supõe um esforço maior do que um empréstimo e, por sua vez, um empréstimo com uma taxa de juros muito baixa e com um longo prazo para ser pago representa um esforço maior do que um empréstimo com uma taxa de juros mais alta e um prazo de pagamento mais curto (OCDE, 2021).

Por isso, o CAD decidiu estabelecer um novo método para calcular os empréstimos de ajuda, no qual apenas o componente do empréstimo que for equivalente a uma subvenção será registrado (*grant equivalent*). Ou seja, quanto mais generoso for o empréstimo, maior o valor que terá em termos de AOD. Isso permite uma comparação mais realista entre empréstimos e subvenções e, além disso, proporciona maiores incentivos para que subvenções e empréstimos favoráveis sejam fornecidos aos países em desenvolvimento (OCDE, 2021). O perdão ou remissão da dívida também é considerado um subsídio na AOD, pois libera recursos que o país beneficiário pode usar para outros fins (Keeley, 2015).

Os fluxos da AOD destinados a países e territórios que estão na lista do CAD e para instituições multilaterais de desenvolvimento devem ser:

- a.** Entregues por agências oficiais, incluindo governos nacionais e estaduais, ou pelas suas agências executivas.
- b.** Concessionários de natureza e administrados com o objetivo central de promover o desenvolvimento e o bem-estar econômicos dos países em desenvolvimento. Não são consideradas ajuda oficial nem a assistência militar nem as transações para fins comerciais (como os empréstimos para as exportações) (OCDE, 2021).

As subvenções representam cerca de 90% da AOD, enquanto o resto é composto por empréstimos suaves. O sentido de existência desse último tipo de subsídio é porque exige maior prestação de contas do país beneficiário, forçando-o a utilizar os fundos de forma responsável. Por outro lado, a maioria da AOD é uma ajuda pré-planejada e com objetivos claros. Embora se fale muito sobre ajuda emergencial, na realidade esta é uma parte mínima da AOD (em 2008, foi 3% do total), já que o elemento que a impulsiona é uma situação excepcional, como uma catástrofe natural ou uma crise humanitária (Keeley, 2015).

Conforme o que já foi explicado, os empréstimos devem ter um percentual de subvenção, que deve ser pelo menos (OCDE, 2021):

- 45% no caso de empréstimos bilaterais ao setor público em países menos desenvolvidos e com baixa renda (calculados com uma taxa de desconto de 9%).
- 15% no caso de empréstimos bilaterais ao setor público em países de renda média-baixa (calculados com uma taxa de desconto de 7%).
- 10% no caso de empréstimos bilaterais ao setor público em países de renda média-alta (calculados com uma taxa de desconto de 6%).
- 10% no caso de empréstimos a instituições multilaterais (calculados com uma taxa de desconto de 5% para instituições globais e bancos multilaterais de desenvolvimento e 6% para outros órgãos, incluindo organizações sub-regionais).

De acordo com o destinatário, a ajuda pode ser classificada como bilateral ou multilateral. A ajuda bilateral é aquela que o país doador entrega diretamente a pessoas ou instituições do país beneficiário, enquanto a ajuda multilateral ocorre quando a ajuda é entregue a uma organização internacional. Aproximadamente 70% da AOD é do tipo bilateral, e 30% dela é multilateral. Doadores multilaterais incluem bancos de desenvolvimento (por exemplo, o Banco Mundial), as Nações Unidas, os países da União Europeia e fundos globais, como o Fundo Global de Combate à Aids, Tuberculose e Malária. A vantagem desse canal de financiamento (multilateral) é que permite agrupar fundos de diferentes doadores, reduzindo custos administrativos e poupando os países beneficiários do desafio de interagir com vários doadores individuais. Além disso, a neutralidade política dos doadores multilaterais protege um pouco os governos das críticas a decisões complexas de ajuda (Keeley, 2015).

A AOD também pode ser entregue como cooperação técnica, o que é feito de duas maneiras. Na primeira, o país doador cobre o custo de capacitação de pessoas do país ou países em desenvolvimento, independentemente de onde for realizada. A segunda maneira, que é mais comum, significa fornecer consultores, assessores e especialistas para os países beneficiários, que contribuam com a sua experiência e conhecimentos.

No entanto, a participação de assessores externos tem sido muito controversa, pois se critica que eles não fortalecem realmente as habilidades e os conhecimentos locais, e que os especialistas enviados muitas vezes

cobram valores desproporcionais, aproveitando-se do financiamento fornecido. Como solução para esse problema, aconselhou-se entregar o controle da cooperação técnica aos países que recebem a ajuda, que podem usar os fundos para melhorar a sua capacidade (por exemplo, melhorar o sistema educacional para desenvolver experiência local e não ter que recorrer a instituições estrangeiras). Também se recomenda um uso melhor do conhecimento existente, instando os países a aproveitarem melhor o que já possuem (competências, instituições, estruturas econômicas, etc.). (Keeley, 2015).

A assistência também é dividida em ajuda sujeita a condições e ajuda que não está sujeita a exigências. A ajuda vinculada a condições exige que os beneficiários aceitem equipes e/ou produtos de empresas originárias do país doador, mesmo que existam opções mais econômicas e acessíveis. Isso aumenta o custo de bens e serviços, por isso a OCDE tem feito esforços para persuadir os doadores a "liberar" a ajuda. Em 2007, cerca de quatro quintos da AOD não estavam vinculados a condições (Keeley, 2015).

Além dos tipos de AOD já mencionados, existem duas outras fontes muito importantes: a filantropia e a ajuda oficial de governos que não pertencem ao Comitê de Assistência ao Desenvolvimento da OCDE (CAD). A filantropia é a ajuda dada por instituições de caridade, ONGs e organizações da sociedade civil. A organização mais importante no âmbito internacional é a *Gates Foundation*, que, desde a sua criação em 1994, já doou cerca de 60 bilhões de dólares (*Gates Foundation, 2021*). Em geral, a filantropia apresenta for-

mas muito diferentes, podendo partir de grupos religiosos, indivíduos, empresas ou famílias ricas. Na América Latina, destaca-se o empresário mexicano Carlos Slim, enquanto, na Espanha, as doações do fundador da Zara, Amancio Ortega, têm recebido muita atenção, especialmente no contexto da pandemia da covid-19.

Os países que não pertencem ao CAD têm tido destaque nos últimos anos pelos fundos que alocaram para a cooperação internacional. Por exemplo, a Turquia forneceu 967 milhões de dólares como AOD em 2010, enquanto a ajuda entregue pelo Brasil em 2009 foi de 362 milhões de dólares. A Índia forneceu capacitação em temas ambientais e tecnológicos para cerca de 40.000 pessoas nos países em desenvolvimento. A ajuda do grupo de países conhecidos como BRICS (Brasil, Rússia, China, Índia e África do Sul) tem aumentado, refletindo a crescente importância geopolítica desses Estados (Keeley, 2015).

No âmbito regional, vários países têm as suas próprias agências de cooperação. É o caso do Brasil, Chile, Colômbia, Espanha, México, Peru, El Salvador e Uruguai. O objetivo dessas agências é duplo (OEI-SEGIB, 2020):

- Contribuem para posicionar o país no cenário internacional, projetando a cooperação como uma ferramenta de política externa.
- Garantem que a cooperação esteja alinhada com os objetivos de desenvolvimento estabelecidos pelas autoridades nacionais.

Existem vários instrumentos para implementar os planos de cooperação, entre os quais se destacam:

a. Cooperação Sul-Sul. É a cooperação técnica entre os países em desenvolvimento localizados no que se denomina "Sul Global". O conceito é bastante amplo e pode incluir países que não estão localizados geograficamente no sul, mas não são desenvolvidos. A cooperação Sul-Sul é uma ferramenta utilizada por Estados, organizações internacionais, acadêmicos, sociedade civil e setor privado para colaborar e compartilhar conhecimentos, habilidades e experiência em diversas áreas de desenvolvimento (ONU, 2019).

b. Cooperação Horizontal. Ocorre quando um acordo é adotado entre atores que competem entre si ou que potencialmente poderiam competir. O benefício desse tipo de cooperação é que permite compartilhar riscos, reduzir custos e melhorar o know-how (EUR-Lex, 2011).

c. Cooperação Triangular. Este instrumento envolve três atores, dois do sul e um do norte. Este último, que também pode ser uma organização internacional, fornece recursos financeiros para os países do sul trocarem assistência técnica em questões específicas (ONU, 2019).

d. Cooperação Norte-Sul. É a AOD tradicional, essa cooperação que é fornecida aos países em desenvolvimento por países desenvolvidos, estando ou não localizados geograficamente no norte (OEI-SEGIB, 2020).

A cooperação cultural na Ibero-América

Em 1991, durante a primeira Cúpula de Chefes de Estado e de Governo da Ibero-América, foi criada a Conferência Ibero-Americana, que reúne os países da América e Europa de língua espanhola e portuguesa, a fim de promover a cooperação mútua nos níveis político, econômico e cultural. Um ano depois, com o apoio da Organização dos Estados Ibero-Americanos (OEI), foram lançados os Programas de Cooperação Ibero-Americana, cujo objetivo era criar espaços de coordenação política em diversas áreas, como educação e cultura. Quase uma década depois, em 1999, foi constituída a Secretaria de Cooperação Ibero-Americana (SECIB), que mais tarde se tornaria a Secretaria-Geral Ibero-Americana (SEGIB), órgão de apoio institucional e técnico para a Conferência Ibero-Americana, composta por vinte e dois países, dezenove na América Latina e três na Península Ibérica: Espanha, Portugal e Andorra (OEI-SEGIB, 2020).

A cooperação ibero-americana é, então, o canal através do qual os acordos e compromissos políticos assumidos pelos países nas cúpulas ibero-americanas são executados. Baseia-se num enfoque regional abrangente que enfatiza a integração, e o seu desenho é flexível, pois a participação é voluntária e depende das prioridades nacionais de cada país. Devido aos diferentes níveis de desenvolvimento existentes na região, é compreensível que o nível de comprometimento varie de acordo com as necessidades nacionais. Em 2006, a Carta Cultural Ibero-Americana foi adotada na Cúpula de Montevideu, e

busca articular dois instrumentos na região: a Convenção da Unesco de 2005 e a Declaração sobre Diversidade Cultural da Unesco de 2001. Em 2014, na XXIV Cúpula, ficou acordado que as áreas prioritárias da cooperação ibero-americana, a cargo da SEGIB, seriam três: o Espaço Cultural Ibero-Americano (ECI), o Espaço Ibero-Americano do Conhecimento (EIC) e o Espaço Ibero-Americano para Coesão Social (EICS). A SEGIB possui um Plano de Ação Quadrienal de Cooperação Ibero-Americana (PACCI) 2019-2022, cujo objetivo é ser referência como um mecanismo regional de articulação intergovernamental, multiparte e multinível que reforça o papel da Comunidade Ibero-Americana para o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (OEI-SEGIB, 2020).

“Em 2014, na XXIV Cúpula, ficou acordado que as áreas prioritárias da cooperação ibero-americana, a cargo da SEGIB, seriam três: o Espaço Cultural Ibero-Americano (ECI), o Espaço Ibero-Americano do Conhecimento (EIC) e o Espaço Ibero-Americano para Coesão Social (EICS)”.

Programas IBER

Com o objetivo de alcançar esse espaço cultural comum, foram criados os programas IBER, iniciativas que buscam favorecer a produção, coprodução, circulação e promoção direta dos criadores culturais, além de criar programas de mobilidade, administração e apoio à cultura. Os programas IBER mais destacados são os seguintes:

Ibermedia Programa para estimular a coprodução de filmes e documentários que visa criar um espaço audiovisual ibero-americano através de apoio financeiro e convocatórias abertas a todos os produtores de cinema dos países da Ibero-América e da Itália. É o mais antigo dos programas IBER, criado em 1998. Nos seus vinte e três anos de criação, 30 convocatórias foram feitas e 996 projetos ibero-americanos e 1.085 projetos em desenvolvimento receberam ajudas, contribuindo para o trabalho de 3.120 empresas e quase 11.000 profissionais. O programa Ibermedia concedeu cerca de 3.000 bolsas de estudo para a formação de cidadãos dos países participantes e investiu aproximadamente 113 milhões de dólares no setor audiovisual. Como resultado desses esforços, mais de 3.200 projetos foram beneficiados pelo programa, com cerca de 750 filmes exibidos e presença em todos os principais festivais internacionais (Ibermedia, 2021).

Iberarquivos Iniciativa nascida em 1999, com o objetivo de fomentar o acesso, organização, descrição, conservação e difusão do patrimônio documental, e que incentiva os laços de solidariedade e fortalece as capacidades dos profissionais do setor, promovendo os arquivos ibero-americanos, independentemente da sua tipologia (municipal, direitos humanos, indígenas, etc.). Iberarquivos é um fundo financeiro que publica convocatórias todos os anos. Desde a sua criação até a última chamada, em 2020, apoiou 1.374 projetos em 23 países da região, com um investimento total de € 5.166.035 e USD 1.671.854 (Iberarquivos, 2021).

Iberescena Trata-se de um programa de cooperação para as artes cênicas, criado em 2006. Consiste num fundo de subsídio aberto a profissionais residentes nos países-membros do programa. Com a sua criação, pretende-se formar um espaço de integração das artes cênicas em âmbito regional, fomentando o intercâmbio cultural dessas atividades. Até 2019, quase 12 milhões de euros haviam sido mobilizados, beneficiando 1.246 projetos (SEGIB, 2019).

Ibermuseus. Criado em 2008, é o programa de cooperação mais importante para os museus da Ibero-América. O seu objetivo é promover o fortalecimento das instituições da região por meio da valorização do patrimônio museológico; a qualificação e mobilidade dos trabalhadores nessas instituições; a pro-

dução, circulação e troca de conhecimentos; e a articulação e criação de redes para estimular políticas públicas de apoio ao setor. Os cursos e oficinas de formação e capacitação do Ibermuseus beneficiaram mais de 200 técnicos e profissionais, além de mais de 800 instituições, devido às ações de multiplicação realizadas pelos participantes. Entre as suas conquistas, destaca-se o Registro de Museus Ibero-Americanos, plataforma digital que divulga o conhecimento dos diversos museus da região e que reúne 7.524 museus ibero-americanos (SEGIB, 2019).

Iberorquestas juveniles Também criado em 2008, este programa visa promover o desenvolvimento musical de crianças e jovens que vêm de famílias de média e baixa renda, e também daqueles que estão em situação de risco social. Desde o seu lançamento, o *Iberorquestas* concedeu 100 ajudas, no valor de mais de 3 milhões de euros, que beneficiaram 700 grupos musicais, 282 orquestras, 43 bandas, 3 grupos de música ancestral, 42 cameratas, 130 conjuntos, 176 coros mistos, 27 programas de iniciação e 24.000 crianças e jovens (SEGIB, 2019).

Iberbibliotecas O objetivo do programa, nascido em 2000 e reformulado em 2011, é promover o acesso livre e gratuito à leitura e informação para todas as pessoas sem qualquer discriminação, formando uma rede de cooperação entre as bibliotecas públicas ibero-americanas. Desde 2013, o programa

Iberbibliotecas lança quatro convocatórias de ajuda por ano, que até este momento apoiaram 44 projetos em áreas como acessibilidade, comunidades indígenas, cultura digital e leitura para adolescentes e na primeira infância. No total, esses projetos receberam um montante de mais de um milhão de dólares (SEGIB, 2019)

Ibermúsicas O seu objetivo é fomentar a presença e o conhecimento da diversidade musical presente na Ibero-América, estimulando a formação de novos públicos na região e ampliando o mercado de trabalho dos profissionais do setor. Desde a sua criação, em 2008, o programa concedeu 515 ajudas para mobilidade, 146 ajudas para residências artísticas e 112 ajudas para festivais. Além disso, foram organizados 5 concursos de composição de música popular, 2 concursos ibero-americanos de composição coral e 2 concursos ibero-americanos de composição para orquestra sinfônica (SEGIB, 2019).

IberCultura Viva Este programa nasceu em 2013 e o seu foco é o fortalecimento de políticas culturais comunitárias na Ibero-América. Busca apoiar as iniciativas dos governos da região, bem como aquelas desenvolvidas por organizações culturais comunitárias e povos autóctones nos seus territórios. O apoio é entregue através de convocatórias públicas. Entre as atividades e projetos desenvolvidos, destacam-se os Encontros de Redes, organizados pelo IberCultura Viva, que reúnem

profissionais, representantes do governo e organizações sociais para desenvolver políticas culturais comunitárias. Até o momento, foram realizados três desses encontros (SEGIB, 2019).

Iber-Rotas Foi lançado em 2010, com o objetivo de formar um espaço comum para a proteção dos direitos dos migrantes a partir de uma perspectiva intercultural. Vale ressaltar uma das suas iniciativas, o "*Fondo de Ayudas Maleta Abierta*", que promove atividades socioculturais que envolvem migrantes. A última convocatória para o fundo foi em 2020, e teve um orçamento total de 25 mil dólares (SEGIB, 2019; Ministério da Cultura, Artes e Patrimônio do Chile, 2020).

A Assistência Oficial ao Desenvolvimento na Ibero-América

Nos últimos anos, observou-se que a dependência da AOD na Ibero-América vem caindo. Embora a maioria dos países da região continue recebendo ajuda, deve-se notar que, desde 2018, Chile e Uruguai deixaram de recebê-la, pois foram reavaliados pelo Banco Mundial como países de alta renda, por isso foram removidos da lista de Estados beneficiários pelo Comitê de Assistência ao Desenvolvimento (CAD). Para receber essa qualificação, um país deve ter ultrapassado o limite de "alta renda" por três anos consecutivos (Vignolo e Van Rompaey, 2020). Espanha e Portugal também não são beneficiários da AOD. Pelo contrário, ambos os países são membros do CAD.

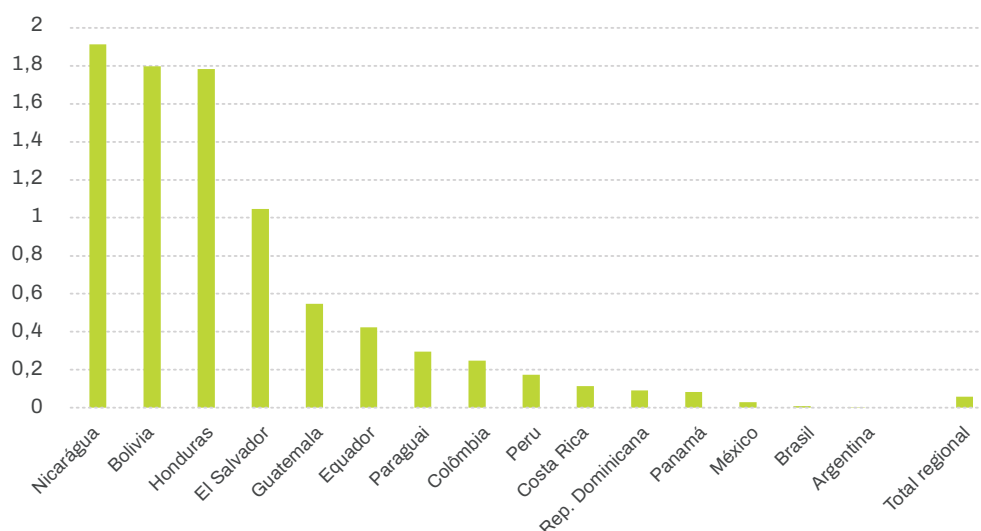
Segundo os dados da OCDE, em média, o volume total de AOD⁹⁵ recebida pelos países

ibero-americanos para o período 2018-2019 foi de 4,25 bilhões de dólares (em valores de 2010), o que representa 0,06% do PIB regional. Como se pode observar no gráfico VII.7, os países em que a AOD responde por maior percentual do PIB são Nicarágua (2%), Bolívia (1,8%) e Honduras (1,8%). O que esses países têm em comum é que os seus níveis de desenvolvimento ainda são muito baixos em comparação com o resto da região. Por outro lado, os Estados nos quais a AOD representa uma fração menor são Argentina (0,001%), Brasil (0,009%) e México (0,03%). Não é coincidência que esses três países sejam os maiores da Ibero-América em território, população e tamanho das suas economias.

⁹⁵ Os dados incluídos nesta seção correspondem à AOD dos países membros do Comitê de Assistência ao Desenvolvimento (CAD), de outros países não membros do CAD e de agências multilaterais.

Gráfico VII.7

Ibero-América (15 países): Assistência Oficial ao Desenvolvimento (AOD) em relação ao PIB, média 2018-2019 (Em percentuais)



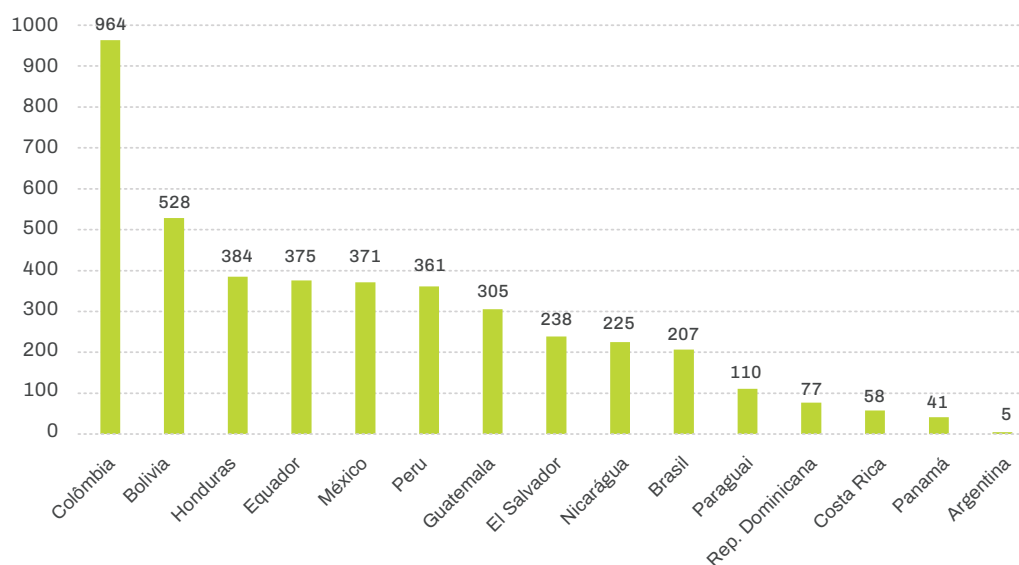
Fonte: Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE).
No Sistema Query Wizard for International Development Statistics (<http://stats.oecd.org/qwids/>).

A distribuição da AOD no período 2018-2019 foi marcadamente desigual (ver gráfico VII.8). Enquanto a Colômbia recebeu 964 milhões, a Argentina recebeu apenas 5 milhões. Além da Colômbia, os países que mais receberam AOD foram Bolívia (528 milhões), Honduras (384 milhões) e Equador (375 milhões). Os que receberam menos ajuda – sem incluir a Argentina – foram Panamá (41 milhões), Costa Rica (58 milhões) e República Dominicana (77 milhões).

Ao analisar a evolução do volume de AOD recebida pelos países da Ibero-América entre 2008 e 2019, observa-se que, nesse período, caiu 38%, com duas quedas especialmente abruptas nos valores em 2010 e 2017. Em 2018, o número subiu para quase o mesmo patamar, mas no ano seguinte caiu novamente (gráfico VII.9).

Gráfico VII.8

Ibero-América (15 países): Quantia total da AOD, média 2018-2019
(Milhões* de dólares de 2010)



Fonte: Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE).

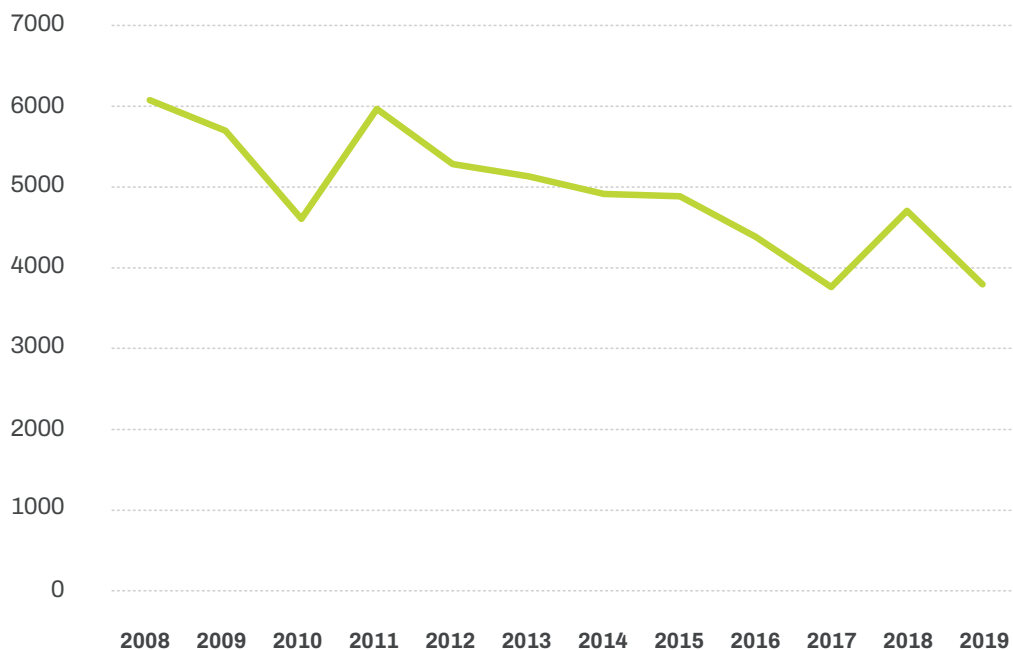
No Sistema Query Wizard for International Development Statistics (<http://stats.oecd.org/qwids/>).

* Dados fornecidos com a escala longa. Mil milhões de dólares equivalem, no Brasil, a um bilhão (10⁹) de dólares.

"Nos últimos anos, observou-se que a dependência da AOD na Ibero-América vem caindo".

Gráfico VII.9

Ibero-América (17 países)⁹⁶ : Evolução total do volume da AOD regional, 2008- 2019
(Milhões* de dólares de 2010)



Fonte: Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE).

No Sistema Query Wizard for International Development Statistics (<http://stats.oecd.org/qwids/>).

* Dados fornecidos com a escala longa. Mil milhões de dólares equivalem, no Brasil, a um bilhão (10⁹) de dólares

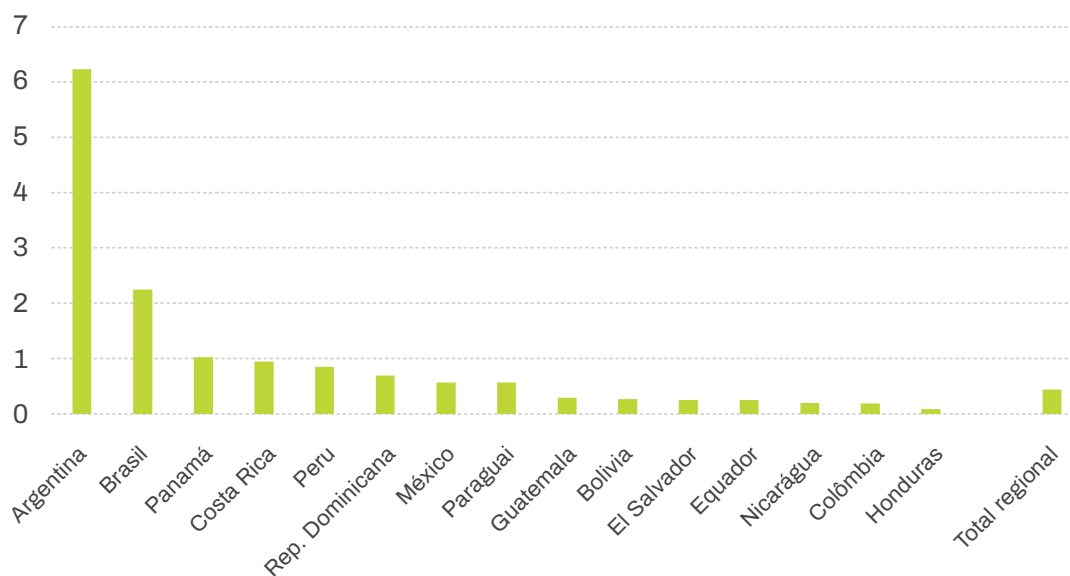
⁹⁶ O cálculo deste gráfico inclui também o Chile e o Uruguai.

A AOD pode ser destinada a cinco domínios relacionados com a cultura. Tais domínios são: cultura e recreação; rádio, televisão e imprensa escrita; tecnologias da informação e comunicação (TICs); conservação do patrimônio; e turismo. Como também foi mencionado na edição anterior desta publicação, as TICs e o turismo estão incluídos porque

podem estar relacionados indiretamente com a cultura. Por exemplo, o patrimônio histórico e natural é uma importante atração turística, enquanto o consumo cultural (sites de museus, plataformas de *streaming* como Netflix, leitura de *ebooks*) pode ser feito usando meios digitais (computador, celular, Kindle, etc.).

Gráfico VII.10

Ibero-América (15 países): AOD investida em cultura e recreação em relação ao total de AOD, média 2018-2019 a/ (Em percentuais)



Fonte: Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE).

No Sistema *Query Wizard for International Development Statistics* (<http://stats.oecd.org/qwids/>).

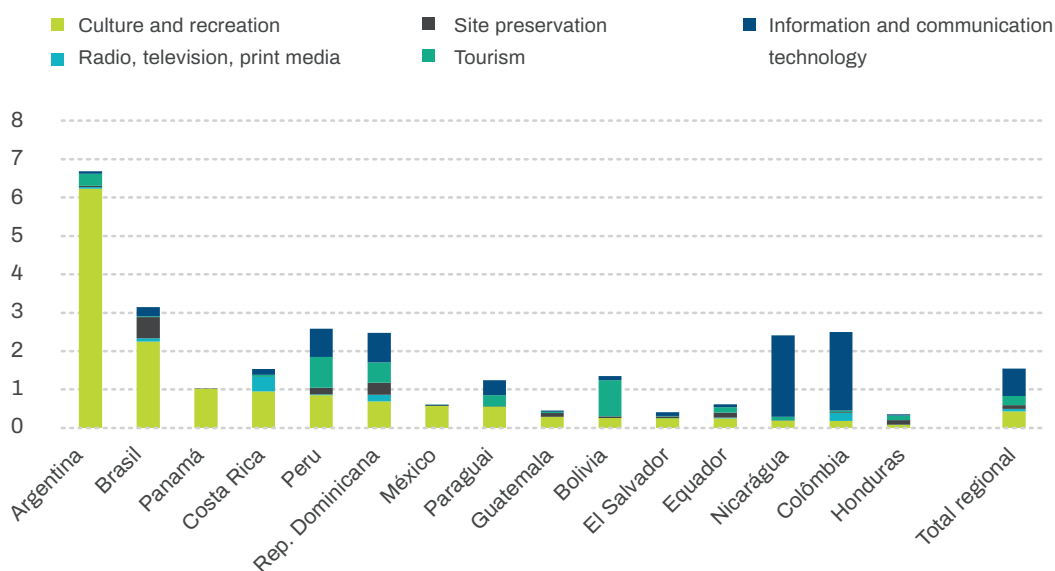
a/ Considerou-se o setor de cultura e recreação (*Culture and recreation*, código 16061).

Quanto à AOD investida no domínio da cultura e recreação no período 2018-2019, os países que mais receberam recursos foram Argentina (6,2%), Brasil (2,5%), Panamá (1%) e Costa Rica (0,9%). É interessante mencionar que esses países, com exceção do Brasil, receberam menos AOD no total no

mesmo período. Por outro lado, os que receberam menos AOD para cultura e recreação foram Honduras (0,08%), Colômbia (0,2%), Nicarágua (0,2%) e Equador (0,2%). Da mesma forma, esses países (com exceção da Nicarágua) também são os que mais receberam AOD em 2018-2019.

Gráfico VII.11

Ibero-América (15 países): AOD investida em cultura em relação à AOD total, por domínios a/, média 2018-2019 (Em percentuais)



Fonte: Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE).

No Sistema Query Wizard for International Development Statistics (<http://stats.oecd.org/qwids/>).

a/ Consideraram-se estes setores e códigos: *Cultura and recreation* (16061); *Radio, television, print media* (22030); *Site preservation* (41040); *Information and communication technology (ICT)* (22040); *Tourism (Total)*.

O gráfico VII.11 confirma a informação anterior. Além disso, os países que receberam mais AOD para rádio, televisão e imprensa escrita no período 2018-2019 foram Costa Rica (0,4%), Colômbia (0,2%) e República Dominicana (0,2%). Os que receberam mais financiamento para a conservação do patrimônio foram Brasil (0,5%), República Dominicana (0,3%) e Peru (0,2%). Os principais beneficiários da AOD para o turismo foram Bolívia (0,9%), Peru (0,8%) e República Dominicana (0,5%). Por fim, os que receberam mais recursos para Tecnologias da informação e comunicação foram Nicarágua (2,1%), Colômbia (2%) e República Dominicana (0,8%).

Em termos percentuais, os domínios que receberam mais ajuda foram Tecnologias da informação e comunicação (0,7%) e Cultura e lazer (0,4%). São seguidos por Turismo (0,2%), Conservação do patrimônio (0,09%) e Rádio, televisão e imprensa escrita (0,06%). É notório que, em 2014, quando foi publicada a versão anterior deste relatório, as TICs ficaram em penúltimo lugar, com um investimento de AOD de 0,1% (OEI, 2014). O aumento do financiamento para esse domínio é um reflexo da revolução digital que está em curso, bem como da necessidade de os países ibero-americanos não serem deixados para trás nas mudanças que estão acontecendo no mundo.

C

A contribuição da cultura para a economia da Ibero-América

Medir a contribuição da cultura para a economia mostrou-se crucial para reconhecer e tornar visível a capacidade deste setor como promotor da criação de empregos e riqueza. Esse ponto é relevante, pois, ao contrário de outros setores econômicos, a economia da cultura tem uma funcionalidade dupla. Por um lado, promove o desenvolvimento econômico. Por outro, fomenta um processo no qual são gerados valores, sentido e identidades, inovação e recreação (Unesco, s.d.). Dessa forma, as indústrias culturais e criativas têm a capacidade de gerar valor econômico, ao mesmo tempo em que promovem o bem-estar social das nações.

O estudo da economia cultural e criativa é explicado pela Unesco (2013) no documento Informe sobre *la economía creativa*, 2013⁹⁷:

» O termo "indústrias culturais" remonta aos primeiros trabalhos, nas décadas de 1930 e 1940, da Escola de Frankfurt, que denunciou severamente a mercantilização da arte, pois dava legitimidade ideológica às

sociedades capitalistas e ao surgimento de uma indústria cultural popular. Essa visão pessimista sobre a relação entre a cultura e a empresa capitalista ainda é mantida por alguns. (...) Esta visão também se baseia numa perspectiva mutuamente hostil da cultura e da economia, cada uma guiada por lógicas tão incompatíveis que, quando ambas convergem, a integridade da primeira está sempre ameaçada. No entanto, no início dos anos 60, muitos analistas começaram a reconhecer que o processo de mercantilização nem sempre ou não necessariamente acaba resultando na degeneração da expressão cultural. Na verdade, muitas vezes acontece o contrário, porque os bens e serviços gerados industrialmente (ou digitalmente) possuem claramente muitas qualidades positivas. (p. 20)

Sobre as indústrias criativas, o documento acrescenta⁹⁸:

» O termo "indústrias criativas" é aplicado a um conjunto produtivo muito mais amplo, incluindo os bens e serviços produzidos pelas indústrias culturais, bem como aqueles que dependem da inovação, incluindo muitos tipos de pesquisa e desenvolvimento de *software*.

Hoje, entende-se que as indústrias culturais e criativas são os componentes centrais da economia da cultura. No total, estima-se que este setor contribua com 3% do PIB global, movimentando cerca de 30 milhões de empregos em todo o mundo (Unesco, s.d.).⁹⁹

⁹⁷ Texto traduzido para este estudo. Original em espanhol.

⁹⁸ Texto traduzido para este estudo. Original em espanhol.

⁹⁹ <https://es.unesco.org/commemorations/international-years/creativeeconomy2021>

Na Ibero-América existem diferentes iniciativas e formas de medir o tamanho da atividade econômica cultural e criativa, mas uma das mais substanciais é através do trabalho das Contas Satélites da Cultura (CSC), cuja metodologia é abordada no capítulo II deste documento.

Para a Ibero-América, o quadro VII.1 apresenta as principais estatísticas sobre a contribuição dos setores culturais para a economia em oito países da região, com base nos resultados das CSC. Apresentam-se esses

números medidos pelo Valor Agregado Bruto (VAB) e Produto Interno Bruto (PIB)¹⁰⁰, sde acordo com as informações fornecidas por cada país. Deve-se notar que, embora existam acordos metodológicos padrão para a elaboração de CSC, os resultados não são diretamente comparáveis, devido a diferenças na delimitação do setor cultural entre os países.

¹⁰⁰ O VAB e o PIB medem a mesma informação, mas de forma diferente. Enquanto o VAB mede o valor agregado de todos os produtos e serviços na economia, o PIB mede os produtos e serviços que chegam aos consumidores finais.

Quadro VII.1

Ibero-América (oito países): Participação do setor da cultura no Produto Interno Bruto (PIB) e Valor Agregado Bruto (VAB), por volta de 2017

País	Ano	Percentual do PIB	Valor	Percentual do VAB	Valor
Argentina*	2019			2,6	14.771 ^a
Colômbia	2017			3,1	26.257.625 ^b
Costa Rica	2015	2,2			
Equador*	2019	1,8	1.284.785 ^c		843.971 ^c
Espanha	2018	2,4	29.432 ^d	2,6	28.181 ^d
México*	2019	3,1		3,1	724.452 ^e
Portugal	2012			1,7	
República Dominicana	2014		41.265,6 ^f		

Fonte: Estatísticas fornecidas pelas Contas Satélites dos respectivos países (ver Capítulo II).

* Informações provisórias.

^a Milhões de pesos argentinos de 2004.

^b Milhões de pesos colombianos atuais (COP).

^c Milhares de dólares de 2007.

^d Valor em milhões de euros.

^e Milhões de pesos em valores atuais. ^f Milhões de pesos dominicanos.

Considerando as diferenças entre as estimativas de cada país, tanto a Colômbia quanto o México apresentaram uma taxa de participação do setor cultural de 3,1% em relação ao tamanho da economia total nacional, sendo estas as maiores estimativas dentro dos países considerados.

As estimativas do tamanho do setor cultural não só variam entre os países, mas também ao longo dos anos, demonstrando que o setor está em constante evolução. Em termos de variação da participação da economia da cultura na economia total ao longo do tempo, os valores apresentados no quadro VII.1 podem ser contrastados com as estatísticas apresentadas na versão anterior desse documento, *Cultura y Desarrollo Económico em Iberoamérica* (CEPAL & OEI, 2014) para o ano de 2012 (ver Quadro VII.2).

Quadro VII.2

Ibero-América (cinco países): Participação do setor cultural no Produto Interno Bruto (PIB), por volta de 2012

País	Ano	Percentual do PIB
Argentina ^a	2012	2,4
Colômbia	2007	1,8
Costa Rica	2012	1,4
Espanha	2011	2,7
México	2011	2,7

Fonte: Consultado no Quadro 9.4., página 304, de CEPAL & OEI (2014), baseado em Contas Satélites por volta de 2012. No caso da Argentina, foram utilizados dados atualizados do Sistema de Informação Cultural da Argentina, <https://www.sinca.gob.ar/CuentaSatelite.aspx>

^a Valor Agregado Bruto.

Um dos maiores aumentos relatados com base nos resultados das CSC é o da Colômbia, país para o qual foi estimada uma taxa de participação do setor cultural de 1,8% em 2007, subindo para 3,1% em 2017.

No caso da Argentina, os relatórios das CSC mostram um crescimento do setor em relação ao tamanho da economia total de 0,2 ponto percentual, passando de 2,4% em 2012 para 2,6% em 2019. Isso também é evidente para a Costa Rica, país em que a participação cresceu 0,8 ponto percentual, passando de 1,4% em 2012 para 2,2% em 2015, e também para o México, onde um tamanho relativo do setor cultural foi estimado em 2,7% em 2011 e 3,1% em 2019.

A Espanha apresenta declínio no tamanho relativo do setor cultural, com queda de 0,3 ponto percentual, de 2,7% em 2012 para 2,4% do PIB em 2018.

Por sua vez, em 2019, estimou-se uma participação do setor cultural de 1,8% no Equador e 1,7% em 2012 em Portugal, em comparação com os tamanhos das economias nacionais totais. No caso da República Dominicana, embora as participações na economia total não sejam informadas, estima-se que a economia da cultura gerou um valor de 41,256 bilhões de pesos dominicanos.

Por fim, embora os dados fornecidos devam ser analisados com cuidado, é possível afirmar que há evidências de um crescimento no tamanho do setor cultural em relação às economias totais na última década.

Perspectivas para o futuro

A crise econômica desencadeada pelo coronavírus e as medidas de saúde necessárias para conter o seu avanço atingiram duramente o setor cultural. As próprias medidas de restrição para evitar a expansão dos contágios significaram a paralisação prolongada das atividades de inúmeras empresas, empreendimentos e artistas individuais. Poucos nichos de difusão cultural foram afetados levemente ou, a longo prazo, beneficiados pela persistência de restrições ao uso de espaços fechados, assistência a pessoas ou medidas de proteção individual que dificultam o acesso tradicional a diferentes manifestações culturais.

Aos efeitos diretos das medidas de restrição, une-se a reorientação de recursos públicos para enfrentar situações de emergência tanto em questões de saúde quanto econômicas, na forma de refinanciamento da área da saúde, desenvolvimento de programas em grande escala e prolongados de transferências de dinheiro, diversos apoios e subsídios ao emprego ou às empresas, suspensão da arrecadação de contas, consumo de serviços básicos de prestação pública, cestas básicas, entre outros, em muitos casos também financiados com aumento da dívida pública. Ao congelamento parcial dos gastos públicos em cultura em tempos de alta restrição, soma-se a reorientação de recursos para o financiamento das medidas citadas. Isso é especialmente sensível ao nível dos municípios devido ao fato de que eles devem enfrentar as necessidades diretamente no território e definir caminhos imediatos de ação. Uma vez que o gasto público com cultura é uma das áreas de

maior descentralização, é um recurso relativamente grande no contexto dos municípios e outros governos subnacionais que permite lidar com emergências tão grandes e custosas como tem sido a crise do coronavírus.

Embora 2020 tenha sido o ano da pandemia, 2021 parece ser um ano de transição tanto pelo início da vacinação em massa em todo o mundo quanto pela necessidade de reativação das economias. É preciso recuperar os níveis de gastos públicos em cultura de antes da pandemia, e é papel da autoridade cultural garantir que isso aconteça, mas também adaptar a oferta de programas para ajudar com financiamento e outros instrumentos para um processo de recuperação que se prevê lento, devido ao alto grau de destruição de empresas e empreendimentos na área. Da mesma forma, considerando as restrições internacionais de crédito e a possibilidade de que a cooperação para o desenvolvimento mude de orientação por causa dos efeitos da pandemia, é necessário fazer esforços multilaterais para administrar a alocação de recursos de cooperação para o setor cultural dos países da região, além de uma adaptação de instrumentos e agentes para favorecer a recuperação com ênfase na reconstrução do tecido de empreendimentos, microempresas e pequenas empresas que formam as redes de criação, produção e difusão das diversas manifestações culturais no território. Só assim, com um esforço conjunto e perseverante, será possível retomar a médio prazo o nível de atividade econômica cultural de antes da pandemia e recuperar a sua importância em termos de geração de riqueza e contribuição para o crescimento dos países ibero-americanos.

CAPÍTULO VIII

A INTERNACIONALIZAÇÃO DO SETOR AUDIOVISUAL. O CASO DO BRASIL



1

Estruturas institucionais

O apoio à internacionalização do audiovisual brasileiro, processo que ganhou solidez e efetividade a partir dos anos 2000, partiu de um esforço conjunto, complexo e articulado entre diversas instâncias institucionais, dentre as quais destacam-se: a Agência Nacional de Cinema (ANCINE), a Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) e o Ministério das Relações Exteriores (Itamaraty).

Constituem o tripé da difusão internacional da nossa produção¹⁰¹, tendo estabelecido, nas últimas duas décadas, uma comunicação permanente e um trabalho pautado, pela lógica da parceria, complementando as suas vocações e evitando o sobreamento ou duplicidade de ações.

Tal comunicação triangular tem se revelado fundamental para conferir densidade e relativa continuidade às políticas para impulsionar a internacionalização, cuja fragilidade institucional é visível historicamente.

Além dessas três instituições, organizações da sociedade civil como a Brasil Audiovisual Independente (BRAVI), o Sindicato da Indústria Audiovisual do Estado de São Paulo (SIAESP) e a (Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais - APRO) desenvolvem ações decisivas para o processo de internacionalização (que serão descritos no capítulo 3).

1.1 Agência Nacional do Cinema - ANCINE¹⁰²

A ANCINE foi criada em 2001, como uma autarquia ligada ao Ministério da Cultura - hoje parte da estrutura do Ministério do Turismo. O instrumento que permitiu a sua criação foi a **Medida Provisória no 2.228-1**, que “estabelece os princípios gerais da Política Nacional do Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema e a Agência Nacional do Cinema - AN-

¹⁰¹ De acordo com apuração realizada com o quadro técnico da Secretaria do Audiovisual - hoje ligada ao Ministério do Turismo, mas historicamente ligada ao extinto Ministério da Cultura -, a mesma não implementa políticas ligadas à internacionalização do Audiovisual. Por isso, a SAV não representa categoria mapeada no âmbito desta publicação.

¹⁰² <https://www.ancine.gov.br/>

CINE, institui o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional - PRO-DECINE, autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional - FUNCINES, altera a legislação sobre a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional e dá outras providências". A Medida Provisória foi regulamentada pela **Lei nº. 10.454 de 2002**.

Na seção I do capítulo IV da MP, onde são estabelecidos os objetivos e competências da ANCINE, são apontados itens relacionados à difusão internacional da produção brasileira, à recepção de obras estrangeiras e à realização de coproduções e ações de intercâmbio:



Art. 6º. A ANCINE terá por objetivos:

(...) **III.** *Aumentar a competitividade da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional por meio do fomento à produção, à distribuição e à exibição nos diversos segmentos de mercado.*

IV. *Promover a autossustentabilidade da indústria cinematográfica nacional visando o aumento da produção e da exibição das obras cinematográficas brasileiras.*

VIII. *Garantir a participação diversificada de obras cinematográficas e videofonográficas estrangeiras no mercado brasileiro.*

IX. *Garantir a participação das obras cinematográficas e videofonográficas de produção nacional em todos os segmentos do mercado interno e estimular a participação no mercado externo.*

Art. 7º. A ANCINE terá as seguintes competências:

(...) **X.** *Promover a participação de obras cinematográficas videofonográficas nacionais em festivais internacionais.*

XI. *Aprovar e controlar a execução de projetos de coprodução, produção, distribuição, exibição e infraestrutura técnica a serem realizados com recursos públicos e incentivos fiscais, ressalvadas as competências dos Ministérios da Cultura e das Comunicações.*

(...) **XV.** *Articular-se com órgãos e entidades voltados ao fomento da produção, da programação e da distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas dos Estados membros do Mercosul e demais membros da comunidade internacional.*

No seu organograma a ANCINE conta com uma **Assessoria Internacional** (AIN), diretamente ligada ao Diretor Presidente da Agência, que dispõe de uma Coordenação de Programas Internacionais de Cooperação e Intercâmbio.

Por meio da AIN cabe à ANCINE mediar as relações para a formalização de **Acordos e Protocolos Internacionais** (detalhados no Capítulo 2) e assegurar a participação do Brasil em **Fóruns Internacionais** (descritos neste capítulo), além de planejar e executar **políticas, programas e ações** de estímulo à internacionalização e ao intercâmbio (abordados no capítulo 3).

1.2 Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos - Apex Brasil¹⁰³

A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX-Brasil) tem como missão promover as exportações, a internacionalização das empresas brasileiras e os investimentos estrangeiros diretos. Entre as ações para a promoção dos produtos e serviços brasileiros no exterior estão as missões prospectivas e comerciais; as rodadas de negócios; o apoio à participação de empresas brasileiras em grandes feiras internacionais; as visitas de compradores estrangeiros e formadores de opinião etc. A Apex é uma instituição de serviço social autônomo, categorizada como de direito privado.

¹⁰³ <https://portal.apexbrasil.com.br/>

Na estrutura da APEX, as ações de suporte à internacionalização do audiovisual são de responsabilidade da sua Diretoria de Negócios.

1.3 Itamaraty - Ministério das Relações Exteriores¹⁰⁴

Há mais de 80 anos o Departamento Cultural do Itamaraty atua na difusão da cultura brasileira e da língua portuguesa no exterior, comprometido em promover a aproximação entre os povos e contribuir para o diálogo político e econômico entre as nações.

O apoio às ações de internacionalização do audiovisual constitui um dos instrumentos estruturantes da diplomacia cultural brasileira, uma vez que favorece a valorização da imagem do Brasil no exterior e incentiva as trocas comerciais. Em 2006, com a criação da Divisão de Promoção do Audiovisual (DAV), diretamente vinculada ao Departamento Cultural, o setor ganhou um núcleo institucional específico para impulsionar as ações de internacionalização.

A DAV atuou por mais de 20 anos nas seguintes linhas: apoio à participação brasileira em festivais internacionais; apoio à negociação e à assinatura dos acordos de coprodução internacional; apoio à participação brasileira em projetos de capacitação e laboratórios. Além disso, apoiou mostras de cinema brasileiro realizadas no exterior e colaborou com o desenvolvimento de ações para a atração de filmagens internacionais.

¹⁰⁴ <http://www.itamaraty.gov.br/>

Em 2019, a DAV foi extinta, tendo as suas funções sido assimiladas diretamente pelo Departamento Cultural.

1.4 Instituições da Sociedade Civil e Projetos Setoriais

Além das instituições vinculadas ao governo brasileiro, há um conjunto de organizações, formadas por agentes da sociedade civil, que desenvolvem ações estratégicas - muitas delas agrupadas em projetos setoriais - fundamentais para o esforço de internacionalização do audiovisual brasileiro.

O Cinema do Brasil, por exemplo, é uma associação de produtores do setor audiovisual, criada em 2006 pelo Sindicato da Indústria Audiovisual do Estado de São Paulo (SIAESP). Tendo como objetivo principal a internacionalização do cinema brasileiro, reúne cerca de 170 associados em todo o país. Oferece às empresas apoio logístico e estratégico para coproduções, além de abrir mercados para a distribuição dos filmes produzidos. A associação atua em cinco principais frentes de trabalho: informação; capacitação; promoção; acesso a mercados; e circulação.

Já a Brasil Audiovisual Independente (BRAVI) reúne empresas ligadas à produção de conteúdo para TV e mídias digitais. O seu objetivo também é fortalecer-las e favorecer a sua entrada no mercado nacional e internacional. Criada em 1999, hoje a BRAVI agrupa 667 produtoras. O Brazilian Content (BrC) é o programa de exportação da BRAVI, que consolida as ações de fortalecimento do empresário brasileiro no

mercado internacional. O BrC oferece apoio a missões internacionais, além de atuar nas áreas de formação e produção de eventos.

A Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais (APRO), por sua vez, está em atividade desde 1973, representando os interesses de produtores de obras audiovisuais publicitárias brasileiras. Atualmente possui mais de 80 associados. O seu projeto de internacionalização é o FilmBrazil, que proporciona aos parceiros internacionais o suporte necessário para a produção de filmes publicitários no Brasil através de apoios institucionais, banco de dados, rede de apoio e listagem de membros associados.

Para a manutenção das suas atividades e dos seus projetos, tais organizações contam com o apoio e a parceria de instâncias como a APEX-Brasil, a ANCINE, o MRE e o BNDES.

1.5 Fóruns Internacionais

Hoje o Brasil participa de três fóruns internacionais que têm a competência de desenvolver acordos e instrumentos institucionais para favorecer a internacionalização das obras e conteúdos audiovisuais. São eles:

CACI¹⁰⁵

A Conferência das Autoridades Cinematográficas Ibero-Americanas (CACI) é um organismo multilateral criado a partir da assinatura do Convênio de Integração Cinematográfica

¹⁰⁵ <https://caaci-iberoamerica.org/pt-pt/>

Ibero-Americana, em 1989. A CACI é o órgão político de decisão e debate das políticas culturais referentes à atividade audiovisual na Ibero-América. Tem como países-membros: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador, Espanha, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Paraguai, Peru, Portugal, Porto Rico e República Dominicana.

Cabe à CACI deliberar sobre o desenvolvimento do programa Ibermedia (ver Capítulo 3), entre outras ações.

RECAM¹⁰⁶

A RECAM é a Reunião Especializada das Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul, que tem como finalidades analisar, desenvolver e implementar mecanismos destinados a promover a complementação e integração das indústrias cinematográficas e audiovisuais da região; a harmonização das políticas públicas para o setor; a promoção da livre circulação de bens e serviços cinematográficos na região; e a compatibilização das respectivas legislações.

CPLP¹⁰⁷

A Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) é o foro multilateral privilegiado para o aprofundamento da amizade mútua e da cooperação entre os seus membros:

¹⁰⁶ <http://recam.org/>

¹⁰⁷ <http://www.cplp.org/>

Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Guiné Equatorial, Moçambique, Portugal, São Tomé e Príncipe e Timor Leste.

1.6 Instâncias de articulação ibero-americanas

A maior parte dos Estados Ibero-Americanos (mais de 70% deles) possui estruturas ou organizações que assimilam a competência de tratar do fomento e da regulação da cadeia produtiva do audiovisual, assim como da internacionalização dos seus conteúdos e obras. Essas instâncias são os pontos prioritários de interlocução das instituições cinematográficas brasileiras com tais países:

"A maior parte dos Estados Ibero-Americanos (mais de 70% deles) possui estruturas ou organizações que assimilam a competência de tratar do fomento e da regulação da cadeia produtiva do audiovisual".

Argentina	Instituto Nacional de Cinema e Artes Audiovisuais ¹⁰⁸
Brasil	Agência Nacional do Cinema (ANCINE) ¹⁰⁹
Bolívia	Conselho Nacional do Cinema (ADECINE) ¹¹⁰
Chile	Conselho Nacional da Cultura e das Artes (CNCA) ¹¹¹
Colômbia	Direção de Cinematografia do Ministério da Cultura ¹¹²
Costa Rica	Centro Costarricense de Produção Cinematográfica ¹¹³
Cuba	Instituto Cubano da Arte e Indústria Cinematográficas (ICAIC) ¹¹⁴
Equador	Conselho Nacional de Cinematografia do Equador (CNCINE) ¹¹⁵
Espanha	Instituto da Cinematografia e das Artes Audiovisuais ¹¹⁶
México	Instituto Mexicano de Cinematografia (IMCINE) ¹¹⁷
Panamá	PanamaFilm Commission ¹¹⁸
Paraguai	Ministério da Educação e Cultura / Secretaria Nacional da Cultura ¹¹⁹
Peru	Conselho Nacional de Cinematografia (CONACINE) ¹²⁰
Portugal	Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA) ¹²¹
Uruguai	Instituto de Cinema e Audiovisual do Uruguai (ICAU) ¹²²
Venezuela	Centro Nacional Autônomo de Cinema (CNAC) ¹²³

¹⁰⁸ <http://www.incaa.gov.ar>

¹⁰⁹ <https://www.ancine.gov.br/>

¹¹⁰ <https://adecine.gob.bo/>

¹¹¹ <https://www.cultura.gob.cl/consejo-nacional/>

¹¹² <http://www.mincultura.gov.co/>

¹¹³ <http://www.centrodecine.go.cr>

¹¹⁴ <http://www.cubacine.cult.cu>

¹¹⁵ <http://www.cineyaudiovisual.gob.ec/>

¹¹⁶ <https://www.gob.ec/icca>

¹¹⁷ <http://www.imcine.gob.mx>

¹¹⁸ <https://www.filmpanama.gob.pa/>

2 Coprodução internacional

A coprodução internacional é a uma parceria firmada entre agentes de nacionalidades diferentes, com o objetivo de correalizarem uma obra audiovisual. Em termos oficiais, é definida como:

“Modalidade de produção de obra audiovisual, realizada por agentes econômicos que exerçam atividade de produção, sediados em 2 (dois) ou mais países, que contemple o compartilhamento das responsabilidades pela organização econômica da obra, incluindo o aporte de recursos financeiros, bens ou serviços e compartilhamento sobre o patrimônio da obra entre os coprodutores” ¹²⁴.

Algumas das vantagens da coprodução dos filmes são:

- a.** As obras são tratadas como nacionais por todos os países coprodutores, podendo usufruir de políticas locais de apoio à produção e de mecanismos de financiamento

¹¹⁹ <http://www.mec.gov.py>

¹²⁰ <https://www.latinno.net/es/case/17108/>

¹²¹ <http://www.ica-ip.pt/>

¹²² <http://www.icaucine.gub.uy>

¹²³ <http://www.cnac.gob.ve>

¹²⁴ Fonte: Instrução Normativa ANCINE n.º 106, de 24 de julho de 2012

nos dois (ou mais) países - no Brasil, por exemplo, pode-se usar incentivo fiscal ou o Fundo Setorial do Audiovisual para captação.

b. As obras têm acesso aos mecanismos de cotas de tela aplicados nos diferentes territórios.

c. A coprodução internacional estimula as trocas entre empresas brasileiras e estrangeiras e a inserção no mercado internacional.

d. A coprodução incentiva o aumento da presença do audiovisual brasileiro no exterior.

O reconhecimento e a realização das coproduções são facilitados por acordos internacionais: parcerias bilaterais ou multilaterais estabelecidas pelo Brasil com outros países entendidos como estratégicos do ponto de vista das trocas estéticas e comerciais. Apesar de tais instrumentos tornarem as coproduções mais fluidas, é preciso destacar que elas também podem ser realizadas fora do abrigo de tais acordos, desde que atendam aos critérios estabelecidos legalmente para que sejam consideradas binacionais. Além dos acordos, os protocolos de cooperação são instrumentos importantes na correalização internacional das obras, favorecendo sobretudo o financiamento às coproduções. Nos últimos 20 anos, os acordos revelaram-se estratégias institucionais decisivas para facilitar a realização, a difusão e o investimento em obras.

Uma das competências da ANCINE é articular, facilitar e propiciar acordos de coprodução in-

ternacional e protocolos de cooperação. Todas as negociações para a assinatura de acordos internacionais são levadas a cabo pela Assessoria Internacional da ANCINE, em um processo que costuma levar, no mínimo, de um a dois anos. Depois que os termos textuais dos documentos são negociados, os acordos são levados ao Itamaraty, que então os encaminha ao legislativo.

2.1 Acordos Bilaterais

Os Acordos Bilaterais de Coprodução são instrumentos firmados por dois países parceiros, que facilitam o reconhecimento e a realização de coproduções binacionais: permitem que os filmes tenham os mesmos direitos e vantagens reservados aos filmes nacionais, como acesso a financiamento e cota de tela; permitem ainda que sejam acordadas facilidades para a circulação e a permanência do pessoal artístico e técnico nos territórios em questão; e permitem, enfim, que sejam oferecidas vantagens para a importação temporária e a reexportação de equipamentos.

Para que os projetos façam uso de tais benefícios eles devem ser validados por autoridades competentes de ambos os países signatários, que devem tornar públicas as regras inerentes ao processo de validação (em alguns casos, a listagem dos documentos e procedimentos necessários constam do próprio texto do acordo, como parte integrante ou como anexo).

Os textos dos documentos dispõem sobre os percentuais mínimos e máximos de contribuição dos coprodutores dos estados contratantes. Em geral, a proporção das contri-

buições dos coprodutores pode variar de 20% (mínimo) a 80% (máximo) por obra audiovisual. - à exceção, por exemplo, do acordo assinado com a Espanha, que varia entre 40% (mínimo) e 60% (máximo) e do acordo assinado com a Argentina, que fica entre 30% (mínimo) e 80% (máximo). Além disso, os acordos estabelecem que os percentuais de participação financeira devem ser refletidos no volume de participação artística e técnica de profissionais nacionais dos estados parceiros (autores, elenco e intérpretes). Igualmente, as cenas dos filmes devem ser realizadas nos territórios de um dos países signatários (a não ser que o roteiro demande uma opção de locação alternativa) e a trilha sonora deve ser composta nos idiomas de um dos países contratantes.

No que diz respeito aos créditos, os acordos indicam com precisão a forma como a parceria bilateral deve ser mencionada (Ex.: “coprodução oficial brasileiro-alemã” ou “coprodução oficial teuto-brasileira”). Estabelecem ainda que os filmes devem ser apresentados nos festivais internacionais pelo estado cuja participação financeira for majoritária ou pelo estado relativo à nacionalidade do diretor.

Alguns acordos incorporam a possibilidade de que alguns países parceiros possam participar das coproduções, com os quais os signatários possuam acordos de coprodução, ou mesmo outros países com os quais os signatários componham blocos econômicos ou multilaterais (Mercosul ou Espaço Econômico Europeu, por exemplo).

O primeiro acordo internacional de coprodução assinado pelo governo brasileiro foi firmado com a Espanha em 1963. Hoje o

Brasil tem formalizados doze acordos de coprodução internacional. Destes, cinco foram assinados com Estados Ibero-Americanos, o que corresponde a 41% do total.

A maior parte dos acordos assinados pelo Brasil já foi aprovada pelo Congresso Nacional por meio de Decreto Legislativo, sendo posteriormente referendada pela promulgação de Decreto assinado pela Presidência da República. O reconhecimento dos acordos pelos decretos legislativos e presidenciais é indispensável para que eles se façam valer. O intervalo entre a assinatura do acordo e a promulgação do último decreto pode corresponder a uma diferença temporal de até onze anos, como é o caso do acordo estabelecido com a Argentina.

Os países com os quais o Brasil possui Acordo de Coprodução são¹²⁵:

- **Espanha:** Acordo de Coprodução Brasil - Espanha - 02/12/1963.
- **Portugal:** Acordo de Coprodução Brasil - Portugal - 03/02/1981 | Decreto Nº 91.332, de 14 de junho de 1985.
- **Argentina:** Acordo de Coprodução Brasil - Argentina - 18/04/1988 | Decreto Nº 3.054 de 07 de maio de 1999.
- **Venezuela:** Acordo de Coprodução Brasil - Venezuela - 17/05/1988 | Decreto Nº 99.264, de 25 de maio de 1990.
- **Canadá:** Acordo de Coprodução Brasil - Canadá - 27/01/1995 | Decreto Nº 2.976 de 01 de março de 1999.

¹²⁵ Fonte <https://www.ancine.gov.br/legislacao/acordos-internacionais/acordos-bilaterais>

- **Chile:** Ajuste complementar no âmbito da Cooperação e da Coprodução Cinematográfica Brasil - Chile - 25/03/1996.
- **Alemanha:** Acordo de Coprodução Cinematográfica Brasil – Alemanha - 17/02/2005 | Decreto Presidencial Nº 6.375, de 19 de fevereiro de 2008.
- **Índia:** Acordo de Coprodução Audiovisual Brasil - Índia - 04/06/2007 | Decreto No. 7.597, de 1 de novembro de 2011.
- **Itália:** Acordo de Coprodução Cinematográfica entre o Governo da República Federativa do Brasil e o Governo da República Italiana - 23/10/2008. | Decreto Nº 9.563 de 14 de novembro de 2018.
- **Israel:** Acordo de Coprodução Cinematográfica entre o Governo da República Federativa do Brasil e o Governo do Estado de Israel - 11/09/2009 | Decreto Nº 9.016, de 26 de maio de 2017.
- **França:** Acordo de Coprodução Brasil - França – 08/2010.
- **Reino Unido:** Acordo de Coprodução Cinematográfica entre o Governo da República Federativa do Brasil e o Governo do Reino Unido da Grã-Bretanha e Irlanda do Norte - 28/09/2012 | Decreto Nº 9.014, de 29 de março de 2017.

Em 2019, a ANCINE definiu um plano de ampliação do leque de países parceiros nos acordos de coprodução, assim como estabeleceu uma postura mais ativa na busca de parcerias. Naquele ano, já estavam em negociação os termos dos acordos com Canadá, China e Rússia. Também haviam sido iniciados diálogos para assinatura de onze outros acordos: com a parte francófona da Bélgica,

com a Colômbia, Eslovênia, Grécia, Hungria, Líbano, Peru, Polônia e Ucrânia, além de novos acordos com a Espanha e com Portugal.

Outras decisões em estudo pela ANCINE, naquele ano, eram a flexibilização dos pressupostos para que as obras sejam consideradas como coproduções (as regras tendem a ser muito rígidas e burocratizadas) e a possibilidade de que os acordos passassem a compreender outras linguagens e tecnologias de produção audiovisual, para além da cinematográfica (seriam incluídas produções para tv e games, por exemplo, que atualmente não estão no escopo nos documentos)¹²⁶.

Apesar de que todos os acordos sejam oferecidos como estratégias facilitadoras para a realização de coproduções, aqueles que apresentem resultado mais concreto no estreitamento de laços binacionais são os que vêm acompanhados de ações de ativação das relações de parceria, como o lançamento de editais bilaterais ou programas de incentivo à participação de cineastas e produtores em eventos internacionais.

2.2 Acordo Multilateral

O Brasil figura entre as partes signatárias do “Convênio de Integração Cinematográfica Ibero-Americano¹²⁷”, firmado originalmente em Caracas, em 11 de novembro de 1989, tendo sido aprovado pelo Congresso Nacional por meio do Decreto Legislativo no. 49, de

¹²⁶ O planejamento foi relatado por Adam Jayme, então Assessor Internacional da ANCINE, à pesquisadora, em entrevista realizada em dezembro de 2019. O profissional ficou à frente do cargo de 2016 a 2019.

¹²⁷ <https://www.ancine.gov.br/legislacao/acordos-internacionais/acordos-multilaterais>

11 de abril de 1995. O Convênio estabelece, no seu Artigo III, que as partes se comprometem a realizar esforços conjuntos para:

Apoiar iniciativas, através da cinematografia, para o desenvolvimento cultural dos povos da região.

Harmonizar as políticas cinematográficas e audiovisuais das Partes.

Resolver os problemas de produção, distribuição e exibição da cinematografia da região.

Preservar e promover o produto cinematográfico das Partes.

Ampliar o mercado para o produto cinematográfico, em qualquer das suas formas de difusão, mediante a adoção, em cada um dos países da região, de normas que contribuam para o seu desenvolvimento e para a constituição de um mercado comum cinematográfico latino-americano.

Entre os compromettimentos mais específicos, estão os relativos a: facilitar a entrada, permanência e circulação de cidadãos dos Estados-parte; facilitar a importação; estimular a assinatura de acordos de cooperação e coprodução; estabelecer ou aperfeiçoar sistemas e mecanismos de financiamento e desenvolvimento da atividade cinematográfica; impulsionar a criação, nas suas cinematecas, de seções dedicadas a cada um dos Estados Membros; incluir no seu ordenamento legal normas que favoreçam a atividade cinematográfica; considerar a possibilidade de criar um fundo financeiro multilateral de desenvol-

vimento da atividade cinematográfica; estimular a participação conjunta de instituições representativas de produtores e distribuidores; promover a presença da cinematografia dos Estados Membros nos canais de difusão; intercambiar documentação e informações; e defender os direitos de autor.

Em termos de governança, o Convênio tem como órgão máximo a Conferência de Autoridades Audiovisuais e Cinematográficas da Ibero-América - CACI, "responsável pelo desenvolvimento da cinematografia no espaço audiovisual dos países ibero-americanos e a pela sua integração através de uma participação equitativa na atividade cinematográfica regional"¹²⁸, A CACI dispõe ainda da Secretaria Executiva da Cinematografia Ibero-Americana - SECI, cargo cujo ocupante é designado a cada dois anos.



¹²⁸ <http://caaci-iberoamerica.org/pt-pt/quem-somos/>

Hoje, os países signatários da parceria são:

Argentina
Bolívia
Brasil
Chile
Colômbia
Costa Rica
Cuba
El Salvador
Equador
Espanha
Guatemala
Honduras
México
Nicarágua
Panamá
Paraguai
Peru
Porto Rico
Portugal
República Dominicana
Uruguai
Venezuela

Os termos da parceria multilateral ibero-americana já foram reformulados duas vezes (na Colômbia, em 2006, e na Espanha, em 2007). Segundo a CACI, desde 2016, “entrou em vigor o Acordo Ibero-Americano de Coprodução Cinematográfica (AICOPI), resultante da Alteração de 2006, quadro regulamentar relativo às coproduções, cuja aplicação se circunscreve aos 8 Estados que, até agora, o ratificaram: Brasil, Colômbia, Costa Rica, Espanha, Nicarágua, Panamá, Paraguai e Uruguai”.

Como resultado do convênio¹²⁹, em 1998 foi constituído um fundo financeiro multilateral, com o objetivo de fomentar projetos de coprodução e formação, assim como estimular a cooperação técnica entre os países. A conta comum subsiste da contribuição anual dos Estados Ibero-Americanos e do reembolso de empréstimos concedidos aos mesmos. O fundo, assim como o programa que é o seu reflexo, passou a chamar-se Ibermedia, nome que concretiza o projeto de construção de um espaço visual ibero-americano.

No início da década de 2010, o Brasil assumiu posição preponderante na parceria multilateral ibero-americana, tanto no que diz respeito à sua estrutura político-institucional e de governança, quanto no que tange ao potencial brasileiro de contribuição ao fundo¹³⁰.

2.3 Protocolos de cooperação

Os protocolos de cooperação são firmados entre a ANCINE e demais órgãos internacionais que têm como competência o fomento, a regulação e o acompanhamento da produção cinematográfica nos seus países.

No que diz respeito à estrutura das parcerias, alguns deles preveem a composição de fundos comuns para investimento em projetos coproduzidos, enquanto outros criam caminhos para a cooperação e o intercâmbio técnico entre os países. Nesse sentido, enquanto

¹²⁹ Em face da previsão estabelecida no seu Artigo XI.

¹³⁰ O protagonismo brasileiro foi abordado por Eduardo Valente, ex-Assessor Internacional da ANCINE, em entrevista concedida à pesquisa, em dezembro de 2019.

os do primeiro tipo apresentam efetividade em termos de financiamento, os do segundo tipo são dotados de um valor mais simbólico e diplomático.

Para acessar os recursos, no caso dos protocolos que preveem investimento casado, os projetos devem ter sido validados como coproduções bilaterais e devem concorrer a editais ou processos seletivos realizados periodicamente pelos países parceiros (entenda mais sobre os editais no Capítulo 3).

Com relação aos oito protocolos assinados pela ANCINE:

- » Cinco deles (62%) foram firmados com estados ibero-americanos.
- » Seis deles (75%) preveem a composição de programas de investimento conjunto na produção de obras de longa-metragem (nos gêneros de ficção, animação e documentário).
- » Dois deles (25%) preveem apenas relações de cooperação e intercâmbio técnico, vislumbrando ainda a assinatura de acordos de coprodução, não prevendo o compartilhamento de ações de fomento.

"No que diz respeito à estrutura das parcerias, alguns deles preveem a composição de fundos comuns para investimento em projetos coproduzidos, enquanto outros criam caminhos para a cooperação e o intercâmbio técnico entre os países."

Os protocolos em vigor assinados pela ANCINE são:

Ucrânia: Protocolo de Cooperação com a Agência Estatal Ucraniana para o Cinema (2019). Prevê ações de intercâmbio de informações e conhecimento sobre o desenvolvimento de políticas e estratégias de coprodução; destacamento de pessoal entre as instituições; incentivo de contato entre produtores audiovisuais dos dois países; discussões com vistas à assinatura de acordos de coprodução; compartilhamento de boas práticas relacionadas à promoção da igualdade de gênero.

Itália: Protocolo de Cooperação com a Direção Geral do Cinema do MIBAC (2017). Prevê o apoio financeiro a projetos de coprodução entre os países. Os projetos devem ser de longa-metragem, de qualquer gênero. Dotação anual do fundo: U\$ 300 mil, sendo U\$ 150 mil aplicado por cada país em cada ano.

Argentina: Protocolo de Cooperação com o INCAA (2017). Prevê o apoio financeiro a projetos de coprodução entre os países. Os projetos devem ser de longa-metragem, de qualquer gênero. São selecionados no máximo 04 (quatro) projetos por ano em cada país. Dotação inicial do fundo: U\$ 1 milhão, sendo U\$ 400 mil investidos pelo INCAA e U\$ 600 mil investidos pela ANCINE no primeiro ano. Prevê a realização de editais nacionais.

França: Protocolo de Cooperação com o CNC (2017). Prevê intercâmbio de funcionários ou observadores; preparação de um acordo de coprodução audiovisual; compartilhamento de conhecimentos; intercâmbio de

programas e planos estratégicos, assim como de estatísticas e estudos; criação de eventos franco-brasileiros; criação de iniciativas de promoção dos filmes franceses e brasileiros.

Uruguai: Protocolo de Cooperação com o ICAU (2016). Prevê apoio financeiro a projetos de coprodução entre os países. Os projetos devem ser de longa-metragem, de qualquer gênero. São selecionados no máximo dois projetos por ano, sendo um de cada país. Dotação inicial: U\$ 300 mil, sendo U\$ 100 mil aplicados pelo ICAU e U\$ 200 mil aplicados pela ANCINE no primeiro ano. Prevê a realização de editais nacionais.

Portugal: Protocolo de Cooperação com o ICA/I.P. (2016). Prevê o apoio financeiro a projetos de coprodução entre os países. Os projetos devem ser de longa-metragem, de qualquer gênero. São selecionados quatro projetos por ano, sendo dois majoritariamente portugueses e dois brasileiros. O protocolo não faz menção a valores.

Chile: Protocolo de Cooperação com o Conselho Nacional da Cultura e das Artes – CNCA (2015). Prevê o apoio financeiro a projetos de coprodução e distribuição entre os países. Os projetos devem ser de longa-metragem, de qualquer gênero. No primeiro ano, prevê a seleção de um projeto de cada país. Dotação inicial: U\$ 200 mil, sendo U\$ 100 mil aplicados por cada país.

México: Protocolo de Cooperação com o IMCINE - Instituto Mexicano de Cinematografia (2015). Prevê o apoio financeiro a projetos de coprodução e distribuição entre os países.

Os projetos devem ser de longa-metragem, de qualquer gênero. São selecionadas no máximo duas obras por ano oriundas de cada país. Prevê a possibilidade de apoios não financeiros (disponibilização de sala de exibição, publicidade, cópias etc.). O protocolo não faz menção a valores.

2.4 Reconhecimento de coproduções no Brasil

O reconhecimento de coproduções internacionais como obras brasileiras fundamenta-se na Medida Provisória Nº 2.228-1, de 06 de setembro de 2001¹³¹ (que estabelece os princípios gerais da Política Nacional de Cinema). No inciso V do seu artigo 1, a medida define como obra cinematográfica brasileira ou obra videofonográfica brasileira aquela que atende a um dos seguintes requisitos:

- a. Ser produzida por empresa produtora brasileira, observado o disposto no § 1o, registrada na ANCINE, ser dirigida por diretor brasileiro ou estrangeiro residente no país há mais de 3 (três) anos, e utilizar para a sua produção, no mínimo, 2/3 (dois terços) de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de 5 (cinco) anos;
- b. Ser realizada por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, em associação com empresas de outros países com os quais o Brasil mantenha acordo de coprodução cinematográfica e em consonância com os mesmos.

¹³¹ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/mpv/2228-1.htm

c. Ser realizada, em regime de coprodução, por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, em associação com empresas de outros países com os quais o Brasil não mantenha acordo de coprodução, assegurada a titularidade de, no mínimo, 40% (quarenta por cento) dos direitos patrimoniais da obra à empresa produtora brasileira e utilizar para a sua produção, no mínimo, 2/3 (dois terços) de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de 3 (três) anos.

A leitura da MP permite concluir, então, que existem dois casos em que obras realizadas em regime de coprodução internacional podem ser reconhecidas como brasileiras:

a. aqueles em que a obra é coproduzida com países com os quais o Brasil tenha assinado acordo de coprodução, devendo, para tanto, respeitar o regramento e os princípios dispostos no acordo em questão.

b. aqueles em que a obra é coproduzida com países com os quais o Brasil não mantenha acordo de coprodução, devendo, para tanto, garantir 40% dos direitos patrimoniais e 2/3 de participação técnica e artística para a parte brasileira.

Já o regramento específico para o reconhecimento do regime de coprodução internacional de obras audiovisuais brasileiras está disposto na Instrução Normativa n. 106, de

24 de julho de 2012¹³², publicada pela ANCINE. Segundo a IN, o reconhecimento é necessário para que a obra seja entendida como natural do Brasil, podendo ser enquadrada para utilizar recursos públicos federais e para requerer a emissão do Certificado de Produto Brasileiro - CPB.

Ainda segundo a MP, existem duas modalidades, ou dois processos, necessários para o reconhecimento da obra:

VIII. Reconhecimento provisório: ato administrativo, precedido de análise prévia, destinado a certificar que a obra audiovisual não publicitária a ser realizada em regime de coprodução internacional atende provisoriamente às exigências de atribuição de origem nos termos do inciso V do art. 1º, da Medida Provisória n° 2.228-1/2001;

IX. Reconhecimento definitivo: ato administrativo, observando procedimento específico para emissão do Certificado de Produto Brasileiro – CPB, destinado a certificar que a obra audiovisual não publicitária, realizada em regime de coprodução internacional, atende às exigências de atribuição de origem nos termos do inciso V do art. 1º da Medida Provisória n° 2.228-1/2001.

Em termos práticos, enquanto o reconhecimento provisório permite, por exemplo, executar a captação de recursos públicos para a realização da obra, o reconhecimento defini-

¹³² <https://ancine.gov.br/pt-br/node/7114>



tivo é fundamental para que a obra finalizada possa fazer uso das cotas de tela, entre outros benefícios. O reconhecimento provisório é obrigatório para obras realizadas no âmbito dos acordos internacionais ou que sejam aspirantes à captação de recursos públicos federais.

O pedido de reconhecimento provisório deve ser feito diretamente à ANCINE. A lista de documentos necessários ao requerimento é extensa, estando também relacionada na Instrução Normativa. Vale observar que, quando originalmente redigidos em língua estrangeira, os contratos e outros documentos devem ser traduzidos para a língua brasileira por tradutor juramentado, o que torna o processo ainda mais complexo e, sobretudo, custoso.

A IN faz a ressalva de que, caso a obra se realize ao abrigo de acordos de coprodução, devem ser enviados Além disso os itens requeridos no acordo internacional (em geral, eles estão listados na forma de anexos dos

tratados). E, caso a obra não se realize ao abrigo de acordos, devem ser enviadas informações que comprovem 2/3 de participação artística e técnica e titularidade de no mínimo 40% dos direitos patrimoniais.

A instância responsável por receber e proceder a análise dos documentos é a Superintendência de Fomento – Coordenação de Análise de Direitos da ANCINE. A avaliação do material é realizada no prazo máximo de 45 dias. Diligências aos proponentes podem ser realizadas, no caso de falta de documentação ou necessidades de esclarecimentos.

A análise da ANCINE sobre os pedidos de reconhecimento de coproduções internacionais incide sobre o atendimento aos pressupostos estabelecidos na MP e na IN aqui referidas, não passando, em nenhum caso, pela análise de mérito cultural, artístico ou estético dos projetos pleiteantes. Os critérios utilizados na análise estão resumidos no artigo 6 da IN:

I. Atendimento aos requisitos de obra brasileira realizada em regime de coprodução.

II. Atendimento às disposições contidas no acordo internacional de coprodução, quando for o caso.

III. Observância de proporcionalidade, respeitadas as especificidades do contrato de coprodução, entre o aporte de recursos feito por cada coprodutor no orçamento global da obra, a divisão de direitos patrimoniais entre coprodutores e a repartição das receitas de comercialização, de tal forma que se assegure a adequada rentabilidade dos agentes econômicos brasileiros.

IV. Adequação ao projeto apresentado para captação de recursos incentivados federais, quando houver.

Após a análise, a ANCINE responsabiliza-se pela emissão do documento de reconhecimento ao proponente, que deve, por sua vez, comunicar à Agência quaisquer alterações no projeto aprovado. Feito o reconhecimento, a Agência realiza acompanhamento por meio de declarações, enviadas pelo proponente, de início e final das filmagens, assim como pode efetuar visitas à sede e aos locais de gravação.

No tocante à utilização de recursos públicos federais, a autorização realizada pela ANCINE é restrita ao orçamento de responsabilidade do coprodutor brasileiro, ficando ainda limitada a 95% do total do orçamento aprovado para a parte nacional. A contrapartida de 5% do coprodutor nacional não pode ser realizada com recursos provenientes do coprodutor internacional.

A IN dispõe ainda sobre a entrada de profissionais estrangeiros no território brasileiro para integrarem a equipe de produção do projeto. A relação com os nomes da equipe deve ser informada à ANCINE, com cópia do passaporte de cada técnico ou artista, para que a Agência interceda, junto à representação diplomática, no sentido de garantir a emissão dos vistos adequados.

A parte do texto da IN que dispõe sobre o reconhecimento definitivo é bastante sucinta, indicando que ele se dará mediante emissão do Certificado de Produto Brasileiro - CPB, que é requerido conforme Instrução Normativa 105, de 10 de julho de 2012¹³³.

No seu site, a ANCINE disponibiliza um passo-a-passo¹³⁴ para o reconhecimento de coproduções internacionais. Embora o documento não forneça um conteúdo de manual pormenorizado, indica uma estratégia que pode fazer com que o processo seja menos custoso:

“No caso de roteiros escritos em língua estrangeira, o processo acima descrito pode encarecer em muito os custos da produção. Sugerimos então que o roteiro estrangeiro seja registrado na Biblioteca Nacional, o que, acreditamos, facilitará bastante o encaminhamento do processo. A Fundação da Biblioteca Nacional se ocupa de registros de roteiros tanto brasileiros como estrangeiros”.

¹³³ Fonte: http://www.lex.com.br/doc_23517838_INSTRUCAO_NORMATIVA_N_105_DE_10_DE_JULHO_DE_2012.aspx

¹³⁴ Fonte: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/manuais/coproducoes-internacionais/passo-passo-para-coprodu-es-internacionais>

Do mesmo modo, no seu site, a ANCINE apresenta diretrizes para as produtoras estrangeiras que desejam coproduzir com o Brasil¹³⁵. Em resumo, a ANCINE orienta ao coprodutor:

- a. Escolha um co-produtor brasileiro.
- b. Saiba se o projeto é classificado como uma coprodução oficial.
- c. Compilar a documentação para o reconhecimento provisório da coprodução, fazer uma tradução juramentada de documentos.
- d. Envie o projeto para a ANCINE (de acordo com as condições listadas anteriormente).

¹³⁵ Fonte: <https://www.ancine.gov.br/es/coproducir-con-Brasil/directrices-para-las-productoras-extranjeras>

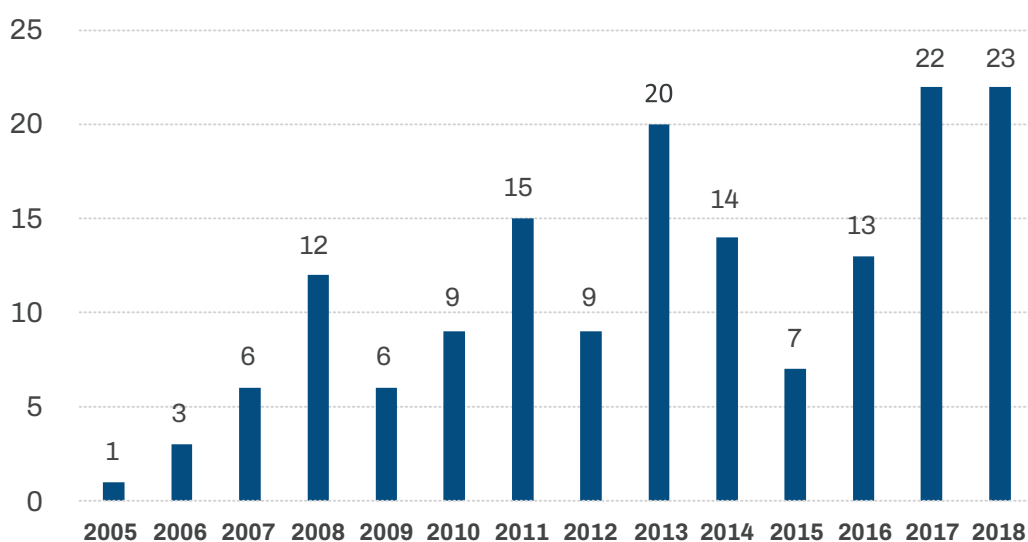
2.5 Resultados

Segundo dados disponibilizados pelo Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual - OCA/Ancine, de 2005 a 2018¹³⁶ foram lançadas 159 obras brasileiras realizadas em regime de coprodução internacional. A análise dos dados disponíveis permite constatar, numericamente, a evolução das políticas de alavancamento da coprodução brasileira com países estrangeiros. Embora os números não cresçam de maneira regular, ano a ano, percebe-se um incremento no volume de produções ao longo do tempo, chegando a um ápice no biênio 2017-2018:

¹³⁶ No momento de conclusão desta pesquisa, os dados relativos ao ano de 2019 ainda não haviam sido publicados pela ANCINE.

Gráfico VIII.1

Brasil: Número de Coproduções por ano 2005-2018



Fonte: Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA/Ancine.

Conclui-se ainda, a partir da leitura dos dados, que os produtores de Portugal e Argentina têm sido vistos pelos realizadores brasileiros como parceiros prioritários para a viabilização das coproduções.

Além da sinergia linguística e cultural, Portugal é signatário do segundo acordo de coprodução internacional do Brasil, datado de 1981. Já a Argentina, país vizinho do Brasil em termos geográficos, assinou o terceiro acordo brasileiro, em 1988. Os dois países são ainda participantes do Acordo Ibero-Americano de Coprodução Cinematográfica (ALCOCI) e possuem políticas fortes para a internacionalização das suas obras.

"Conclui-se ainda, a partir da leitura dos dados, que os produtores de Portugal e Argentina têm sido vistos pelos realizadores brasileiros como parceiros prioritários para a viabilização das coproduções".

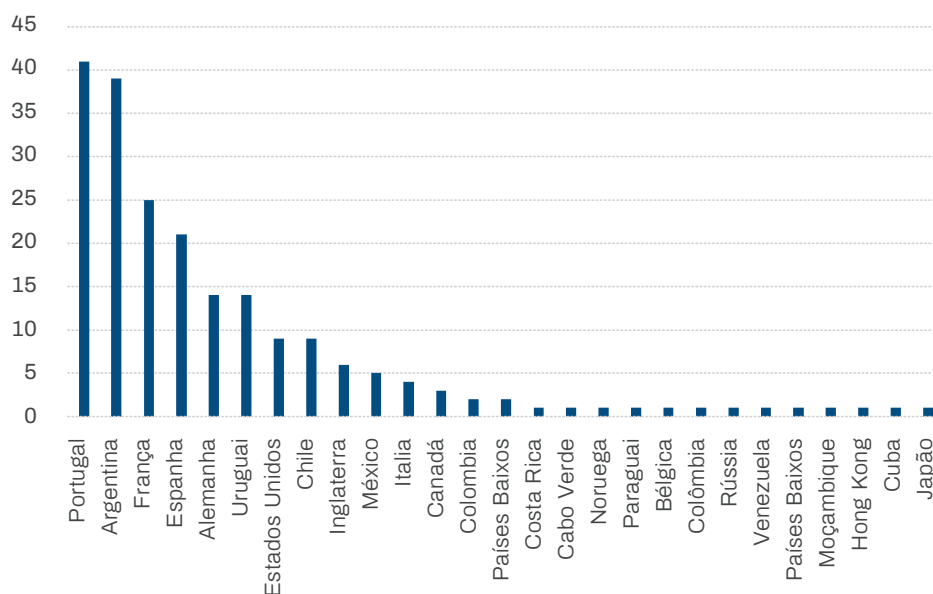
Tabela VIII.1
Número de Coproduções por país

País	Número de coproduções
Portugal	41
Argentina	39
França	25
Espanha	21
Alemanha	14
Uruguai	14
Estados Unidos	9
Chile	9
Inglaterra	6
México	5
Italia	4
Canadá	3
Colômbia	2
Países Baixos	2
Costa Rica	1
Cabo Verde	1
Noruega	1
Paraguai	1
Bélgica	1
Colômbia	1
Rússia	1
Venezuela	1
Países Baixos	1
Moçambique	1
Hong Kong	1
Cuba	1
Japão	1

Fonte: Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA/Ancine.

Gráfico VIII.2

Número de Coproduções por país



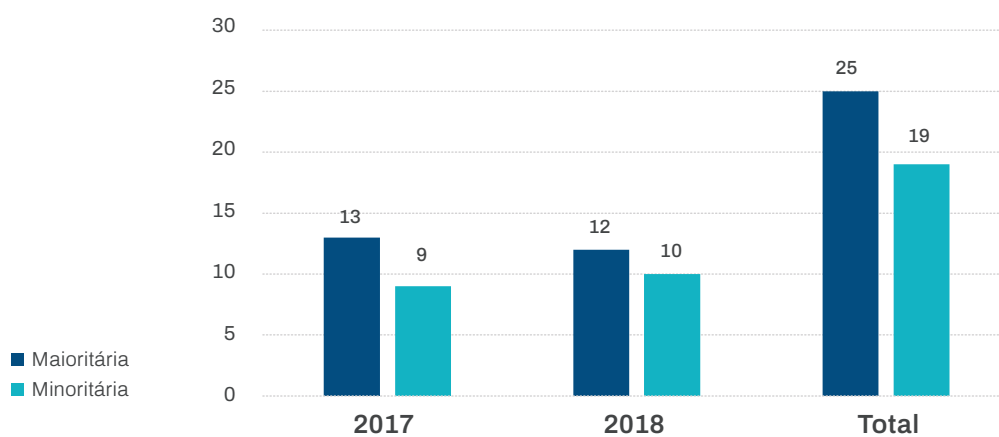
Fonte: Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA/Ancine

Ao se fazer um corte analítico no biênio 2017-2018, o mais profícuo em termos de lançamento de coproduções internacionais, percebe-se que o quantitativo de coproduções

com participação majoritária brasileira é ligeiramente superior ao quantitativo de coproduções com situação patrimonial minoritária:

Gráfico VIII.3

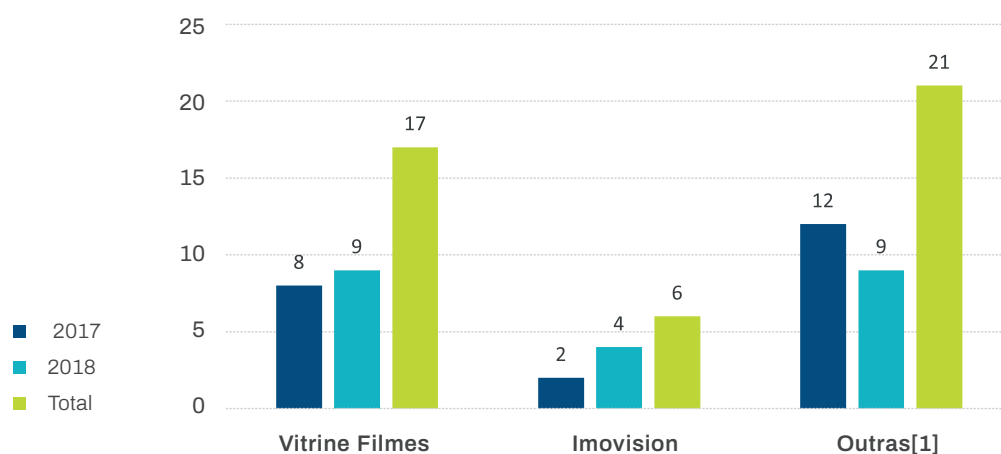
Coproduções com participação majoritária e minoritária 2017-2018



Fonte: Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA/Ancine

Gráfico VIII.4

Mercado de distribuição de obras brasileiras 2017-2018



Fonte: Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA/Ancine

[1] Distribuidoras que estrearam um ou dois filmes no biênio: Raiz Filmes, Downtown/Paris, Descoloniza Filmes, Miração Filmes, Arthouse, Livres Distribuidora, H2O Filmes, Fénix Filmes, Tucumán, Pandora, Indiana Produções, Imagem, Europa, Paris/O2 Play, Disney, Bretz Filmes, Pagu Pictures, Elo Company, Telenews Brasil.

Ainda analisando os lançamentos do biênio 2017-2018, é possível observar que a distribuidora Vitrine Filmes vem dominando o mercado de distribuição de obras brasileiras coproduzidas com parceiros estrangeiros, sendo seguida pela Imovision:

Vale sublinhar, por fim, as coproduções internacionais que obtiveram melhores carreiras em salas de cinema no Brasil, no biênio 2017-2018:



2018

1 O processo

Gênero	Documentário
Diretora	Maria Augusta Ramos
Coprodução	Nofoco Filmes (Brasil) e Autêntica Filmes (Espanha)
Distribuidora	Vitrine Filmes
Renda	R\$ 915.174,00
Público	65.918

2 O Grande Circo Místico

Gênero	Ficção
Diretor	Cacá Diegues
Coprodução	Luz Mágica (Brasil) e Milonga Produções/Fado Filmes (França e Portugal)
Distribuidora	H2O Filmes
Renda	R\$ 831.794,00
Público	51.120

3 Benzinho

Gênero	ficção
Diretor	Gustavo Pizzi
Coprodução	Bubbles Project (Brasil) e Mutante Cine (Uruguai)
Distribuidora	Vitrine Filmes
Renda	R\$ 597.147,00
Público	39.284

2017

1 Gabriel e a montanha

Gênero	Ficção
Diretor	Fellipe Gamarano Barbosa
Coprodução	Gamarosa (Brasil) e Damned Films (França)
Distribuidora	Bretz Films/Pagu Pictures
Renda	R\$ 700.622,29
Público	42.311

2 Doidas e santas

Gênero	Ficção
Diretor	Paulo Thiago
Coprodução	Melodrama Produções (Brasil) e Arco Libre/MGR Films (Argentina)
Distribuidora	Imagem
Renda	R\$ 421.006,83
Público	29.92

3 Era o Hotel Cambridge

Gênero	Ficção
Diretor	Eliane Caffé
Coprodução	Aurora Filmes (Brasil) e Nephilim Producciones/Tu vas Voir (Espanha e França)
Distribuidora	Vitrine
Renda	R\$ 313.376,81
Público	30.503

3

Políticas e programas de internacionalização

No Brasil, o desenvolvimento de políticas e programas para impulsionar a internacionalização do audiovisual só passou a ser um empreendimento possível a partir dos anos 2000, como derivação de um esforço sistemático de construção de

ações de fomento à produção nacional. Fortalecer a produção nacional e internacionalizá-la foi possível graças a uma série de esforços simultâneos e complementares.

Por certo, iniciativas pontuais de apoio à internacionalização já eram realizadas anteriormente - iniciativas de suporte à representação de filmes brasileiros em festivais internacionais eram efetuadas pela Embrafilme, por exemplo, na década de 70. Entretanto, só puderam passar a ser consideradas “políticas” a partir da virada do século, quando ganham relativa consistência e organicidade. Diz-se “relativa” porque ainda sofrem fragilidade institucional: o aprofundamento de tais políticas acontece, muitas vezes, de forma oscilante, intermitente e diretamente dependente do esforço de dirigentes e corpos de funcionários de determinadas organizações.

Nesse aspecto, é preciso pontuar que há um conjunto de instituições que vêm formulando e implementando programas e políticas de forma articulada e complementar: ANCINE, Itamaraty, Apex-Brasil, BRAVI, APRO e outras instâncias mostraram-se decisivas, nas duas últimas décadas, para que as ações de internacionalização da produção brasileira ganhassem força.

Do ponto de vista da sua tipologia, tais políticas e programas apresentam pouca variabilidade. Contudo, podem ser divididas em três categorias: fomento a projetos de coprodução internacional (em geral realizado por meio de editais); apoio à participação de filmes e profissionais brasileiros em eventos internacionais; incentivo à formação e à pesquisa. Em geral, apresentam baixo custo pouca comple-

xidade; no entanto, são decisivas para a integração estética, produtiva e mercadológica do Brasil com países parceiros.

3.1 Editais

O principal meio de fomentar financeiramente a rede de parcerias internacionais para a realização de filmes é o lançamento de editais de coprodução. E a ANCINE é instância institucional que mais utilizou esse mecanismo para investir em projetos coproduzidos. Sobretudo a partir de 2010, a Agência publicou chamadas públicas sequenciadas, através das quais selecionou filmes e produtores aptos a receberem aporte governamental para concretizarem obras com parceiros internacionais.

O uso de editais para o investimento em projetos de parceria internacional está articulado, sem sombra de dúvidas, com aprimoramento do sistema de fomento ao audiovisual brasileiro. Desde 2006, quando foi criado o Fundo Setorial do Audiovisual - que representou uma injeção de verba nunca antes vista no setor -, os editais mostram ser os instrumentos mais apropriados para a escolha de projetos investidos com recursos públicos, uma vez que permitem fazê-lo de forma transparente, republicana e democrática, quando bem conduzidos. E, naturalmente, as políticas de brasileiras de internacionalização acompanharam essa tendência.

Além disso, os editais mostraram ser estratégias de concretização dos Acordos de Coprodução e dos Protocolos de Cooperação

internacional assinados pelo Brasil com os outros países (todos elencados no capítulo 2). Mesmo que na maioria das vezes os recursos investidos pelos editais não sejam vultuosos, eles dão vida à letra fria de tais documentos, viabilizando financeiramente as coproduções que são os objetos prioritários de acordos e protocolos. Ainda funcionam como sinalizações do governo para a rede de produtores, indicando quais países são entendidos como parceiros estratégicos para o Brasil. Sem os editais, muitos acordos e protocolos não sairiam de fato do papel – isto é, muitos espaços de parceria entre os países não chegariam a ser materializados.

Quando resultam de protocolos de cooperação que preveem investimento casado entre dois países, diversos editais brasileiros são publicados simultaneamente a chamadas lançadas nos países parceiros. Assim, enquanto no Brasil a ANCINE se encarregou de publicar editais referentes ao investimento nacional, nos países parceiros também foram publicados editais similares e concomitantes, que alavancam o investimento e a quantidade de projetos contemplados no âmbito das parcerias (na maioria dos casos, os editais estrangeiros dobram o investimento nacional, mas essa proporção não se constitui como regra, variando de acordo com os termos do protocolo em questão).

A pesquisa realizada para esta publicação mapeou 37 editais de coprodução internacional lançados pela ANCINE entre os anos de 2005 e 2019. Dos editais localizados, 35 são binacionais (estimulam coproduções entre dois países): Brasil, de um lado; e Argentina, Chile, Itália, México, Portugal, ou Uruguai, de

outro. O parceiro mais recorrente do Brasil é Portugal, país para cujas coproduções foram publicados 13 editais desde 2005, somando U\$ 3.900.000,00 em investimento. O segundo país mais recorrente é o Uruguai, com 8 editais bilaterais desde 2011. E o terceiro é a Argentina, com 6 editais desde 2011. A periodicidade e a constância no lançamento dos editais binacionais é condição primordial para que apresentem efetividade no processo de solidificação da parceria entre os países.

Além dos editais binacionais, a ANCINE lançou dois editais multilaterais – que apoiam coproduções com diversos países. Em 2015, foi lançado o edital de “Coprodução América Latina” e, em 2019, saiu o edital de “Coprodução Mundo”, que, pela primeira vez, contemplou projetos televisão, além das obras cinematográficas. O texto de divulgação deste pleito mais amplo, publicado no site da ANCINE, sublinha o impacto dos editais no crescimento quantitativo de coproduções internacionais:

“No período de 2009 a 2017, foram lançados 116 trabalhos de coprodução cinematográfica, 22 delas no ano de 2017, um recorde histórico que supõe um aumento de 69% em relação a 2016.”

¹³⁷ Fonte: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/sala-imprensa/noticias/lan-ado-o-edital-de-coprodu-o-mundo#:~:text=Evolu%C3%A7%C3%A3o%20da%20coprodu%C3%A7%C3%A3o,com%20pa%C3%ADses%20da%20Am%C3%A9rica%20Latina>. Acesso: 08/09/2020.

¹³⁸ Há algumas poucas exceções, como o edital Brasil-Itália, que selecionou projetos de desenvolvimento de obras audiovisuais, e o edital Brasil-México, que também contemplou projetos de distribuição, além daqueles de produção.

Esse crescimento foi impulsionado por chamadas específicas de coprodução, especialmente com países da América Latina. Esta política de estímulo deu origem a coproduções premiadas com a Argentina ("Zama"), Paraguai ("As herdeiras"), Chile ("Violeta foi para o céu") e Colômbia ("A Praia"), por exemplo. A combinação dessas ações se traduz em uma cinematografia diversa e plural, que alcançou excelentes resultados também no exterior, estar cada vez mais presente em os principais festivais e mercados internacionais.

As chamadas lançadas pela ANCINE selecionam produtores brasileiros independentes que têm participação minoritária ou maioria, de acordo com o regulamento e o objetivo da chamada, em coproduções internacionais. Em geral, restringem-se a projetos de produção de longas-metragens. As comissões de seleção são mistas, compostas por representantes dos países envolvidos. Alguns dos critérios de seleção mais recorrentes para projetos são registrados¹³⁹:

- a.** Qualidade técnica e artística do projeto.
- b.** Relevância do projeto para o incremento da integração das indústrias cinematográficas dos dois países.

¹³⁹ Naturalmente, há variações na redação dos critérios, mas aqui descrevemos os eixos de avaliação mais recorrentes.

- c. Relevância da participação artística e técnica do país com participação minoritária na coprodução.

Os 37 editais de coprodução lançados pela ANCINE que serviram de base para esta pesquisa são:

Além das chamadas publicadas por ANCINE como instrumento de política para promover uma maior internacionalização estruturados, outros órgãos institucionais também trabalharam pontualmente com apelo ao apoio e ao reconhecimento de projetos de dimensão internacional.

Coprodução	Ano	Projetos Contemplados	Investimento total
Brasil - Argentina	2011	2 longas-metragens (produção)	400 mil dólares
Brasil - Argentina	2012	2 longas-metragens (produção)	200 mil dólares
Brasil - Argentina	2013	2 longas-metragens (produção)	500 mil dólares
Brasil - Argentina	2014	2 longas-metragens (produção)	500 mil dólares
Brasil - Argentina	2015	2 longas-metragens (produção)	500 mil dólares
Brasil - Argentina	2016	2 longas-metragens (produção)	600 mil dólares
Brasil - Chile	2016	1 longa-metragem (produção)	100 mil dólares
Brasil - Chile	2017	1 longa-metragem (produção)	100 mil dólares
Brasil - Chile	2018	1 longa-metragem (produção)	100 mil dólares
Brasil - Itália	2010	1 curta-metragem (produção) e 2 longas-metragens (desenvolvimento)	80 mil euros
Brasil - Itália	2013	3 longas-metragens (desenvolvimento)	80 mil euros
Brasil - Itália	2015	3 longas-metragens (desenvolvimento)	80 mil euros
Brasil - Itália	2016	3 longas-metragens (desenvolvimento)	80 mil euros
Brasil - México	2017	1 longa-metragem (produção)	150 mil dólares
Brasil - Portugal	2005	2 longas-metragens (produção)	300 mil dólares
Brasil - Portugal	2006	2 longas-metragens (produção)	300 mil dólares
Brasil - Portugal	2007	2 longas-metragens (produção)	300 mil dólares
Brasil - Portugal	2008	2 longas-metragens (produção)	300 mil dólares
Brasil - Portugal	2009	2 longas-metragens (produção)	300 mil dólares
Brasil - Portugal	2010	2 longas-metragens (produção)	300 mil dólares
Brasil - Portugal	2011	2 longas-metragens (produção)	300 mil dólares

Coprodução	Ano	Projetos Contemplados	Investimento total
Brasil - Portugal	2013	2 longas-metragens (produção)	300 mil dólares
Brasil - Portugal	2014	2 longas-metragens (produção)	300 mil dólares
Brasil - Portugal	2015	2 longas-metragens (produção)	300 mil dólares
Brasil - Portugal	2016	2 longas-metragens (produção)	300 mil dólares
Brasil - Portugal	2017	2 longas-metragens (produção)	300 mil dólares
Brasil - Portugal	2018	2 longas-metragens (produção)	300 mil dólares
Brasil - Uruguai	2011	1 longa-metragem (produção)	150 mil dólares
Brasil - Uruguai	2012	1 longa-metragem (produção)	150 mil dólares
Brasil - Uruguai	2013	1 longa-metragem (produção)	150 mil dólares
Brasil - Uruguai	2014	1 longa-metragem (produção)	150 mil dólares
Brasil - Uruguai	2015	1 longa-metragem (produção)	150 mil dólares
Brasil - Uruguai	2016	1 longa-metragem (produção)	150 mil dólares
Brasil - Uruguai	2017	1 longa-metragem (produção)	150 mil dólares
Brasil - Uruguai	2018	1 longa-metragem (produção)	150 mil dólares
Brasil - América Latina	2015	Longa-metragem (produção) - quantidade não especificada	R\$ 5 milhões
Brasil - Mundo	2019	Longa-metragem (produção), obra seriada ou telefilme - quantidade não especificada	R\$ 36,8 milhões

Entre os anos de 2012 e 2014, por exemplo, o Ministério das Relações Exteriores promoveu três edições do Concurso Itamaraty para o Cinema Sul-Americano, que premiou os melhores longas-metragens feitos em coprodução por no mínimo dois países da América do Sul. Os filmes concorrentes, indicados pelos países do subcontinente, eram exibidos nas edições anuais do Festival de Cinema Latino-Americano de São Paulo - as produções brasileiras eram indicadas pela Secretaria do Audiovisual/MinC, por meio de seleção pública. Na cerimônia de encerramento do evento, era anunciado o filme vencedor, que recebia do Itamaraty o valor de R\$ 90 mil.

Outro exemplo é o projeto setorial Cinema do Brasil, que começou a realizar o Prêmio de Apoio à Distribuição em 2009. A iniciativa oferece aporte financeiro, via processo de seleção, a filmes brasileiros exibidos em salas de cinema internacionais. Os projetos selecionados recebem suporte para as despesas com a promoção do filme - tais como cópias, produção de anúncios publicitários, cartaz oficial, flyers de divulgação e viagem da equipe. Ao todo já foram apoiados lançamentos de 125 filmes em mais de 40 territórios pelo mundo.

3.2 Apoio à participação em eventos

O incentivo à representação brasileira em eventos mundiais tem sido a ação mais constante no corpo de políticas de internacionalização do audiovisual brasileiro. Diversas instâncias institucionais apoiam viagens de produtores, diretores e artistas brasileiros a países estrangeiros, para que divulguem os seus filmes, façam negócios e participem de capacitações em eventos estratégicos. A relação custo/benefício observada neste tipo de apoio é favorável: em face de um investimento “baixo” (pagamento de passagens, diárias, alimentação, traslados locais, custos de inscrição, envio de cópia e legendagem de filmes), o retorno é alto, em termos da ampliação das redes produtivas brasileiras e reconhecimento da cinematografia nacional. Em linhas gerais, a participação em tais eventos favorece:

- » A difusão da produção brasileira no exterior;
- » O aumento da distribuição dos filmes nacionais;
- » A formação de massa crítica estrangeira sobre a produção brasileira;
- » A divulgação dos profissionais de do know-how brasileiro no exterior;
- » O aumento das coproduções internacionais;
- » A venda de conteúdos e serviços brasileiros no exterior;
- » A capacitação técnica e artística dos profissionais brasileiros.

Desde 2013, a ANCINE organiza as suas ações de apoio a representações internacionais em torno a um programa estruturado, inicialmente batizado como Programa de Apoio Internacional, depois renomeado para Programa de Apoio à Participação Brasileira em Festivais, Laboratórios, Workshops, Eventos de Mercado e Rodadas de Negócios Internacionais. Ele ganhou regulamento unificado em 2019, com a publicação da Portaria nº 27-E. O texto estabelece que, naquele ano, o montante de investimento seria de R\$ 1.800.000,00. O valor do apoio concedido a cada proponente depende do local do evento em questão, podendo variar de R\$ 2.300,00 a R\$ 5.750,00.

Os apoios são concedidos em duas modalidades, segundo o regulamento:

• **Apoio à Participação Brasileira em Festivais, Laboratórios e Workshops Internacionais:**

para fazer uso do apoio, é necessário que, por um lado, o proponente tenha sido convidado ou aprovado pelo quadro curatorial do evento; por outro lado, é preciso que o evento integre uma lista de festivais e laboratórios/workshops elaborada previamente pela ANCINE¹⁴⁰.

O apoio concedido para a participação em festivais divide-se em duas categorias, uma mais abrangente e outra mais restrita:

a. Concessão de cópia legendada, envio de cópia e apoio financeiro para a promoção do filme (44 Festivais).

b. Concessão de apoio financeiro para a promoção do filme (56 festivais).

¹⁴⁰ A lista, também mencionada no capítulo 5, está disponível em: <https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/Lista%20dos%20Festivais%2C%20Laboratorios%20e%20Workshops%20contemplados%20pelo%20Programa.pdf> Acesso: 09/09/2020

• **Apoio à Participação Brasileira em Eventos de Mercado e Rodadas de Negócios Internacionais:** Assim como na primeira modalidade de apoio, a ANCINE publica uma lista de eventos de mercado ou rodadas de negócio para os quais os proponentes podem solicitar apoio¹⁴¹. Os pleiteantes devem ser representantes de empresas produtoras brasileiras independentes, registradas na ANCINE.

Gerido pela Assessoria Internacional da Agência, o Programa foi descontinuado em setembro de 2019. Segundo a AI, entre 2013 e 2019, foram apoiadas 424 empresas e 790 representantes. Ao todo, foram concedidos 946 apoios para Eventos de Mercado e Rodadas de Negócio e 1015 para Festivais, Laboratórios e Workshops.

Além dos eixos acima mencionados, a ANCINE também realiza o programa Encontros com o Cinema, que leva ao Brasil curadores de importantes festivais e mostras mundiais, para que possam ter contato com as produções independentes em fase de finalização e estreia, visando a sua incorporação à programação dos referidos eventos. O programa é resultado de uma parceria entre a ANCINE e o Ministério das Relações Exteriores.

O MRE, aliás, sempre teve papel complementar à ANCINE, no sentido de viabilizar a participação brasileira em eventos estrangeiros. Embora não disponha de um programa de viagens estruturado, a Divisão de Promoção

¹⁴¹ Lista disponível em: <https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/Anexo%20-%20EVENTOS%20DE%20MERCADO%20E%20RODADAS%20DE%20NEG%20C3%93CIOS%20INTERNACIONAIS.pdf>

do Audiovisual foi responsável por realizar apoios pontuais, possibilitando a representação de profissionais em festivais, mostras, laboratórios e mercados internacionais - muitos deles não relacionados pela ANCINE nas suas listas oficiais. Além disso, a DAV ofereceu apoio direto a mostras e festivais de dimensão internacional realizados no Brasil¹⁴² e no exterior - neste caso por meio da sua Rede de Postos.

Grandes eventos voltados aos mercados internacionais também são objeto de uma ação da Brasil Audiovisual Independente - BRAVI. A associação apoia e viabiliza a representação brasileira em encontros como o MIP-COM (Cannes, França), o Realscreen (Nova Orleans, EUA) e Kidscreen (Miami, EUA), dentre muitos outros, como uma forma de promover parcerias e divulgar o produto nacional.

Por fim, o projeto setorial Cinema do Brasil também participa do quadro de apoiadores da representação brasileira em eventos estrangeiros. Ele promove atividades e ações nos principais festivais, mercados e laboratórios, tais como: organização de encontros para a ativação da coprodução internacional; divulgação de material gráfico com informações sobre empresas associadas e os seus projetos; produção de anúncios publicitários; negociação internacional para a exibição de filmes; montagem de centrais de informações sobre o mercado cinematográfico brasileiro.

¹⁴² Alguns festivais apoiados nos últimos anos pela DAV: Festival Internacional de Curtas de SP, Rio2C e BIG.

3.3 Formação e pesquisa

As áreas de formação e pesquisa representam os elos mais frágeis das políticas de internacionalização do audiovisual brasileiro. Ainda que diversas instituições tenham investido na viagem de profissionais aos principais laboratórios e cursos internacionais, o tema da internacionalização da nossa produção é raramente abordado nos programas de formação em cinema realizados no Brasil, assim como são escassos os materiais de referência sobre o assunto.

Ainda assim, há projetos e instituições que se esforçam em atenuar essa lacuna, como a BRAVI, que realiza o Programa Internacional de Capacitação (PIC), dedicado à formação de produtores independentes brasileiros que desejam competir no mercado internacional. São realizados workshops nas áreas de animação, documentário e novos formatos, por exemplo.

Já o Cinema do Brasil promove ações de capacitação elaboradas a partir da sua experiência em levar delegações de produtores, diretores, agentes de venda e distribuidores brasileiros aos principais mercados internacionais. E o Itamaraty, por sua vez, realiza oficinas de roteiro que permitem intercâmbio de profissionais brasileiros com estrangeiros renomados, além de apoiar a publicação de pesquisas que identificam oportunidades de inserção competitiva das empresas e obras brasileiras em determinados países.

3.4 Ibermedia: política multilateral

A mais robusta e longeva política de fomento à produção e à distribuição audiovisual desenvolvida no ambiente de cooperação ibero-americano é o Ibermedia - Programa de Desenvolvimento Audiovisual em Apoio à Construção do Espaço Visual Ibero-Americano. Foi estruturado a partir de um fundo



financeiro multilateral, cuja criação estava prevista no Convênio de Integração Cinematográfica Ibero-Americana (detalhado no capítulo 2)¹⁴³.

Podem participar do Programa todos os países-membros da Conferência das Autoridades Cinematográficas Ibero-Americanas (CACI), assim como outras nações que assinem convênios de cooperação especificamente para este fim. O Fundo Ibermedia está atualmente ratificado por vinte e um países: Argentina, Brasil, Bolívia, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, Equador, Espanha, Guatemala, Itália (país convidado), México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, Porto Rico, Portugal, República Dominicana, Uruguai e Venezuela. Aportes de todas as nações participantes são depositados em uma conta comum, sendo posteriormente transferidos aos projetos fomentados.

O Programa Ibermedia atua nos seguintes eixos:

- Desenvolvimento (de projetos de produção e de redes de empresas produtoras, com foco no mercado ibero-americano).
- Coprodução (suporte técnico e financeiro para projetos de coprodução apresentados por produtores independentes ibero-americanos).

¹⁴³ A decisão pela instituição do Ibermedia foi tomada pela Cimeira Ibero-Americana dos Chefes de Estado e de Governo realizada nas Ilhas Margarita (Venezuela), em 1997. O Regulamento do Programa foi definido durante a reunião ordinária da Conferência de autoridades Cinematográficas (CACI), celebrada em Guadalajara (México), em 1998.

- Formação (capacitação de profissionais da gestão empresarial, promoção do uso e desenvolvimento de novas tecnologias, contribuição para a cooperação e a partilha de conhecimentos).

Segundo o site da iniciativa, os objetivos do programa são indiscerníveis da ideia de “cooperação”:

“O Programa Ibermedia sempre associou a coprodução cinematográfica à cooperação: dois ou três países unem esforços para alcançar melhores resultados, para criar um espaço audiovisual que permita o desenvolvimento do nosso imaginário coletivo e, ao mesmo tempo, defender a nossa diversidade cultural num mundo globalizado (Ibermedia, 2021).”

Periodicamente, são lançadas convocatórias para seleção dos projetos beneficiados pelo fundo. Hoje, os aportes estão concentrados em três modalidades: apoio à coprodução de filmes Ibero-americanos; apoio ao desenvolvimento de projetos de cinema e televisão ibero-americanos; programas de formação orientados aos profissionais da indústria audiovisual.

Os filmes realizados com o suporte do Ibermedia têm estado presentes nos principais festivais de cinema do mundo (em cidades como Berlim, Rotterdam, Cannes, Havana, Los Angeles, Mar del Plata, Huelva, Sundance, Toronto e San Sebastián, por exemplo). Além disso, vários deles foram indicados

para o Oscar do melhor filme em língua estrangeira.

De 1998 até 2019, o Programa consolidou os seguintes resultados numéricos:

- 27 convocatórias realizadas;
- 787 projetos de coprodução ibero-americanos apoiados;
- 859 projetos audiovisuais em desenvolvimento;
- Contribuição para o trabalho de 2000 empresas e mais de 10.000 profissionais;
- Promoção e distribuição de 283 filmes;
- Exibição de 298 filmes;
- Concessão de 2842 bolsas de formação em 22 países ibero-americanos;
- Investimento de U\$ 93 milhões.
- 2.000 projetos beneficiados.
- Mais de 600 filmes estreados.

Além disso, o Programa deu origem a alguns projetos derivados:

Ibermedia TV

O Ibermedia TV é um projeto de difusão de filmes latino-americanos nos principais canais de TV pública do subcontinente. A sua principal ação é o programa “Nuestro Cine” (O nosso Cinema), que prevê a exibição de um filme por semana, em horário nobre. A seleção dos títulos, que inclui gêneros varia-

dos, é feita por uma comissão de especialistas oriundos de diferentes países.

Até hoje foram realizadas 8 edições do projeto, reunindo 52 filmes por ano, o que perfaz um total de 416 longas-metragens de 22 países ibero-americanos.

Site Ibermedia

Além de disponibilizar informações institucionais sobre o programa, as suas bases legais e as suas notícias, o site do programa Ibermedia contém um banco de dados onde podem ser consultados os projetos investidos com recursos do fundo. São fornecidas informações gerais sobre os projetos, as suas fichas técnicas, imagens de divulgação, o tipo e o ano do apoio concedido. Há ainda uma área reservada a resenhas e críticas.

As convocatórias anuais também podem ser acessadas em uma área específica do site, que disponibiliza os regulamentos e encaminha para o sistema de inscrição on-line.

Outro recurso disponível na página é o Breve Dicionário do Audiovisual, que reúne o novo léxico usado pelos profissionais do audiovisual, acompanhando o desenvolvimento tecnológico do campo.

DOCTV América Latina

O projeto DocTV surgiu no Brasil, em 2003, como uma iniciativa da Secretaria do Audiovisual (ligada ao então Ministério da Cultura), em parceria com a Rede de Televisão Públi-

ca e a Associação Brasileira de Documentaristas (ABD). A experiência de fomento à produção e difusão de filmes documentários motivou a Conferência das Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais da América Latina (CAACI) a ampliar o programa brasileiro para a região latino-americana, processo impulsionado pela Fundação do Novo Cinema Latino-americano. Desde a sua expansão, o programa incorporou os seguintes objetivos:

- a.** O incentivo do intercâmbio cultural e econômico entre os povos latino-americanos.
- b.** O desenvolvimento de políticas públicas integradas para promover a produção e a distribuição de documentários nos países da região.
- c.** A difusão da produção cultural dos povos latino-americanos no mercado mundial.

O DOCTV América Latina se efetiva através da rede DOCTV, uma aliança estratégica de 18 autoridades audiovisuais e 22 redes de televisão públicas da região. De 2005 a 2019, foram realizadas seis edições do projeto.

4

Film commissions

As film commissions são equipes ou escritórios que trabalham para atrair produções audiovisuais locais e estrangeiras, de todos os formatos, para determinadas cidades ou estados. Oferecem, como contrapartida, apoio logístico e interface com instâncias governamentais e privadas para a facilitação das filmagens. Em alguns casos, as film commissions ofertam ainda incentivo ou fomento financeiro para que as produções sejam instaladas na localidade.

Os tipos de suporte mais recorrentes oferecidos pelas film commissions são: consultoria sobre locações; viabilização de permissões, licenças e autorizações necessárias para as filmagens; simplificação de procedimentos burocráticos e comerciais; informações sobre fornecedores e mão-de-obra; parcerias com o trade turístico, gastronômico e de transportes; articulação com localidades vizinhas.



Algumas film commissions muito bem estruturadas cobram taxas referentes à sua operação. Na maior parte dos casos brasileiros atuam gratuitamente. O apoio é justificado na medida em que as filmagens e gravações impulsionam o crescimento da atividade econômica local¹⁴⁴. Na maioria dos casos brasileiros, prestam esses serviços gratuitamente. O apoio se justifica porque as filmagens e gravações alimentam o crescimento de atividade econômica local, o aumento de oportunidades de trabalho e aumento da atividade turística (Solot, 2015). Quando estão organizados para fazer uma boa gestão de informações, são um meio de avaliar o impacto econômico da atividade de produção audiovisual em um determinado espaço.

O aumento das oportunidades de trabalho e o incremento da atividade turística. Quando estruturadas para fazerem uma boa gestão das informações, as film commissions são meios para avaliar o impacto econômico da atividade de produção audiovisual em determinado recorte espacial.

Igualmente importante é a sua colaboração para valorizar o cenário, a geografia, a arquitetura e o patrimônio local, promovendo a imagem da cidade ou do estado em outros territórios, o que pode resultar em vantagens econômicas e políticas mais laterais ou ge-

¹⁴⁴ "Nos EUA, por exemplo, as filmagens em locação de uma produção de longa-metragem geram em média US\$ 200 mil por dia em atividade econômica e receitas públicas, de acordo com dados da Motion Picture Association of America" (SOLOT, Steve (Org.) *Guia para Film Commissions no Brasil: orientação básica para a implantação e operação de um escritório de apoio às produções audiovisuais em um município ou estado do Brasil*. Rio de Janeiro: Latin American Training Center, 2015, p. 15)

neralizadas, assim como em retornos mais concretos e mensuráveis. As atividades das film commissions são decisivas, por exemplo, para promover o turismo cinematográfico - aquele baseado em viagens motivadas por cenas ou histórias presentes em determinadas obras.

Cabe destacar que o suporte de tais escritórios reduz o impacto negativo que as filmagens podem causar nas regiões. Ao contornar os transtornos que costumam apresentar (alterações de trânsito, fechamento de espaços, emissão de lixo etc.), as film commissions tornam o processo de produção cinematográfica mais sustentável do ponto de vista ambiental e da ordem pública. Funcionam, assim, no sentido de equilibrar ganhos e riscos embutidos nas relações entre os projetos e as comunidades nas que se desenvolvem.

As film commissions mais eficazes são aquelas que conseguem reunir características como: equipes rápidas e responsivas; capacidade de articulação e relação de confiabilidade com as instâncias mercadológicas e governamentais; fluxos de liberação e autorização bem definidos; políticas de captação de filmagens competitivas; metodologia de mapeamento, compilação e leitura de informações apropriada, entre outras.

No que diz respeito à internacionalização das obras audiovisuais, não se pode afirmar que as film commissions operem diretamente pela difusão das produções nacionais em outros países. Mas, ao atrair filmagens internacionais, colocam o mercado doméstico em contato com o mercado mundial e colaboram

para valorizar a imagem do território em escala global.

Em mercados audiovisuais muito aquecidos, como o norte-americano, por exemplo, as film commissions são entendidas como pontos estratégicos para impulsionar a economia criativa local. Em muitos casos, os escritórios chegam a estabelecer duras concorrências entre si no que diz respeito à atração das filmagens. E, em alguns países, as film commissions nacionais representam a instância máxima de incentivo à cena audiovisual.

A pesquisa realizada para esta publicação mapeou 08 film commissions municipais ou estaduais estabelecidas no Brasil e mais 10 em processo de implementação. Não há no Brasil uma film commission de dimensão regional ou nacional. Discussões a respeito da possibilidade de criação de uma film commission nacional já foram travadas em âmbito interministerial e no Conselho Superior de Cinema, assim como foi discutida a importância de indicação de uma instância institucional federal que pudesse fortalecer e regulamentar as atividades das film commissions estaduais e municipais¹⁴⁵.

Steve Solot (2015) destaca que:

» Ao incluir as film commissions no seu último Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual, a Agência Nacional de Cinema - ANCINE reconhece o papel estratégico das film commissions para o setor audiovisual

¹⁴⁵ O tema foi abordado por Paula Alves de Souza, diretora do Departamento Cultural do Itamaraty, em entrevista realizada para esta pesquisa em dezembro de 2019.

do Brasil. O plano inclui como meta "ampliar o número de escritórios de apoio a produções audiovisuais estrangeiras no Brasil" e observa também que "a implantação de film commissions e a sua atuação regular e articulada com os serviços públicos são fatores importantes para a atração de investimentos em cinema, televisão e publicidade." (p.8).

Hoje, a ANCINE não tem incorporada, no seu escopo de trabalho, a competência de articular e regular as film commissions estabelecidas no Brasil. Por outro lado, em 2015, foi criada a Rede Brasileira de Film Commissions (Rebrafic), uma associação de direito privado que capacita as diversas film commissions nacionais, acompanha as suas atividades, incentiva a sua criação e articula os seus núcleos de gestão.

4.1 Film commissions brasileiras

Todas as film commissions criadas no Brasil são ligadas a instâncias governamentais, tendo sido estabelecidas oficialmente por meio de decretos. Dentre as film commissions mapeadas nesta pesquisa, 06 apresentam abrangência municipal e 02 apresentam abrangência estadual. São elas:

Bahia Film Commission (BA)¹⁴⁶: Surge com as funções de prestar apoio técnico, estimular a realização de obras audiovisuais na Bahia na modalidade de coprodução (nacio-

¹⁴⁶ <http://www.dimas.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=132>

nais e internacionais), prestar informações às empresas, órgãos, entidades e produtores interessados em realizar projetos audiovisuais no território baiano, participar e propor ações promocionais da Bahia como locação cinematográfica, de novelas e conteúdos audiovisuais diversos. No seu site, a Bahia Film Commission esclarece o procedimento para pedido de apoio de filmagem. Também há previsão de disponibilização de um catálogo de profissionais e de obras audiovisuais baianas. É ligada à Diretoria de Audiovisual (DIMAS) da Fundação Cultural do Estado da Bahia (FUNCEB) e instituída por meio do Decreto nº 12.129 de 20 de maio de 2010, em caráter de comissão especial.

Curitiba Film Commission (PR)¹⁴⁷: A sua atribuição é configurar uma rede de apoio e estímulo à produção audiovisual na cidade, por meio de mecanismos de apoio técnico e logístico, levantamento e divulgação das locações e disponibilização de uma rede de serviços e profissionais para as produções. Promove a integração entre as instituições públicas, os produtores e os prestadores de serviço do setor audiovisual. Ligada à Fundação Cultural de Curitiba, foi criada por meio do Decreto 1.887 de 06 de dezembro de 2012.

Garibaldi Film Commission (RS)¹⁴⁸: Atua na captação e no acompanhamento de produções cinematográficas de interesse para o município, oferecendo assistência às equipes

¹⁴⁷ <http://www.fundacaoculturaldecuitiba.com.br/film-commission/o-que-e/>

¹⁴⁸ <http://turismo.garibaldi.rs.gov.br/rotas-atrativos/film-comission>

de filmagens e articulação logística na viabilização dos projetos. Segundo o seu site, a Garibaldi Film Commission já apoiou 09 produções desde a sua fundação institucional. Atuante desde 2013, a Comissão foi criada oficialmente por meio do Decreto 3941 de 20 de março de 2015, que a vincula à Secretaria Municipal de Turismo e Cultura.

Minas Film Commission (MG)¹⁴⁹: Tem como metas transformar Minas Gerais em um grande cenário cinematográfico, atrair filmagens para o território mineiro, incentivar a cadeia produtiva do audiovisual, gerar renda e divulgar as atrações culturais e naturais mineiras. Para isso, fornece estrutura de apoio à produção audiovisual, acompanha os produtores na busca por locações, facilita o acesso e o diálogo com as instituições públicas e órgãos do Estado, fornece informações a respeito de licenças e autorizações necessárias para a realização de filmagens e orienta na contratação de outros serviços. Segundo o site da MFC, já foram apoiadas cerca de 45 produções audiovisuais, como os filmes, “O Palhaço”, “Heleno”, “O Menino no Espelho” e as séries de TV “Mostra sua cara” e “Poltrona 27”. O site da MFC oferece para a consulta um rol de potenciais locações e uma lista de empresas de hospedagem, alimentação e transporte que podem ser contratadas pelas produções. Além disso, disponibiliza campo de cadastro de prestadores de serviço que queiram fazer parte do banco de dados e disponibiliza ainda a “Filmografia Mi-

¹⁴⁹ www.minasfilmcommission.mg.gov.br

neira”, que compila informações sobre filmes rodados com o apoio do Estado. Criada pelo Decreto nº 43.894 de 19 de outubro de 2004, a MFC é ligada à Secretaria de Cultura do Estado de Minas Gerais.

Porto Alegre Film Commission (RS)¹⁵⁰:

Tem como objetivos coordenar, centralizar e simplificar procedimentos e demandas relacionados à realização e licenciamento de produções audiovisuais em áreas públicas municipais. Nos seus três primeiros anos de atividade (até 2018) o órgão fez a mediação com cerca de 150 produções audiovisuais, gerando um total de 340 licenças e mais de mil dias de filmagem¹⁵¹. Ligada à Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico da cidade de Porto Alegre, foi criada pelo Decreto 19.225 de 25 de novembro de 2015, com o nome de Escritório de Apoio à Produção Audiovisual.

Rio Film Commission (RJ)¹⁵²:

Trata-se de um escritório de apoio a produções audiovisuais de todos os formatos, que querem utilizar a cidade do Rio como locação. Tendo como ponto de partida o conceito de film friendly (“preparada para receber e atrair produções nacionais e internacionais”), o órgão busca, fornecendo apoio logístico e institucional, contribuir para a geração de emprego e renda. No site do escritório, o produtor encontrará um guia para filmagens na cidade, informações sobre locações e serviços para a pro-

¹⁵⁰ <https://prefeitura.poa.br/carta-de-servicos/porto-alegre-film-commission>

¹⁵¹ Fonte: <https://www.coletiva.net/cinema-/porto-alegre-film-commission-licenciou-mais-de-150-producoes,276780.jhtml>. Acessado em 05 de novembro de 2019.

¹⁵² <http://www.riofilmcommission.com/>

dução audiovisual e opções de cadastro na lista de prestadores de serviços. Apenas em 2018, a RFC já recebeu 1717 solicitações e já atendeu 365 produções, sendo 17 estrangeiras (de 11 países diferentes), viabilizando 3031 diárias, e computando a utilização de 634 locações públicas¹⁵³. Ligada à RioFilme (empresa pública da prefeitura do Rio de Janeiro), a RFC foi criada e regulamentada por meio do Decreto nº 41761 de 25 de maio de 2016.

Santos Film Commission (SP)¹⁵⁴:

O objetivo do órgão é auxiliar as produções que se interessem por usar a cidade de Santos como locação, realizar captações de projetos e oferecer apoio às filmagens, pautando as suas ações pela valorização do patrimônio histórico municipal. Cerca de 530 produções audiovisuais tiveram o auxílio do escritório nos seus 12 anos de existência¹⁵⁵. Foi criada pelo Decreto 45.222 de 2005, mas o escritório foi de fato inaugurado em 2007, sendo ligado às secretarias municipais de Comunicação Social, Cultura e Turismo.

São Paulo Film Commission (SP)¹⁵⁶:

É a maior film commission do Brasil e uma das maiores da América Latina. Segundo dados fornecidos pelo próprio escritório, só perde para a Cidade do México. Tem como objetivo principal administrar os pedidos de filma-

¹⁵³ Fonte: <https://prodview.com.br/2019/02/13/rio-film-commission-queremos-que-todas-as-regioes-estejam-aptas-para-recepcionar-filmagens-e-sessoes-fotograficas/>. Acesso em 05 de novembro de 2019.

¹⁵⁴ <https://www.santos.sp.gov.br/?q=hotsite/santos-film-comission>

¹⁵⁵ Fonte: <https://www.boqnews.com/etc/536-producoes-ja-foram-feitas-pelo-santos-film-commission/>

¹⁵⁶ <http://spcine.com.br/spfilmcommission/> Acesso em: 05 de novembro de 2019.

gem na cidade de São Paulo, promovendo também as potencialidades audiovisuais da capital paulista em meios de comunicação e festivais internacionais. Até 2019 (nos seus três primeiros anos de atividade), foram gravadas na cidade de São Paulo cerca de 2,9 mil obras audiovisuais, que geraram uma movimentação financeira de R\$ 1,3 bilhão e mais de 65 mil postos de trabalhos, em mais de 3 mil diárias de gravação¹⁵⁷. A SPFC desenvolveu o aplicativo Filme SP, com um catálogo de 400 locações municipais disponíveis para filmagens. No site da SPCine, constam as tabelas com preços referentes às filmagens em equipamentos e vias públicas, assim como as taxas embutidas no trabalho da film commission. Em 2019, a São Paulo Film Commission lançou o primeiro sistema brasileiro de cash rebate (como descrito na seção abaixo). Ligada à SPCine (órgão da prefeitura da cidade de São Paulo), a São Paulo Film Commission foi criada por meio do Decreto nº 56.905 de 30 de março de 2016.

Além das film commissions oficialmente estabelecidas, os seguintes núcleos encontram-se em construções:

Bento Film Commission (RS)

Brasília Film Commission (DF)

Florianópolis Film Commission (SC)

Ilhabela Film Commission (SP)

Macaé Film Commission (RJ)

Mato Grosso Film Commission (MT)

¹⁵⁷ Fonte: <http://spcine.com.br/sao-paulo-film-commission-completa-3-anos-com-movimentacao-de-r-13-bilhao-do-setor-audiovisual-e-65-mil-postos-de-trabalho/>. Acesso em: 05 de novembro de 2019.

Niterói Film Commission (RJ)

Nova Friburgo Film Commission (RJ)

Petrópolis Film Commission (RJ)

Rio de Janeiro State Film Commission (RJ)

4.2 Incentivo financeiro a filmagens

Uma das mais efetivas estratégias de atração de filmagens internacionais, realizada pelas mais estruturadas film commissions mundiais, são as políticas de incentivo financeiro às produções audiovisuais que se alocam em determinada localidade.

Algumas modalidades de incentivo são: isenção fiscal (abatimento de pagamento de determinados impostos ou conversão dos impostos para o apoio às produções); subsídio (apoio financeiro direto); cash rebate (reembolso de um percentual de gastos de produção feitos na região); créditos e empréstimos.

No Brasil, as estratégias públicas de fomento e financiamento à produção audiovisual nacional tiveram grande crescimento nas duas últimas décadas. Entretanto, as políticas de incentivo financeiro à atração de filmagens internacionais não conheceram igual desenvolvimento¹⁵⁸.

¹⁵⁸ Ver: SOLOT, Steve (Org.) *Guia para Film Commissions no Brasil: orientação básica para a implantação e operação de um escritório de apoio às produções audiovisuais em um município ou estado do Brasil*. Rio de Janeiro: Latin American Training Center, 2015, p. 75-80

Em 2019, a São Paulo Film Commission foi a primeira a anunciar, no Ventana Sur (evento de mercado audiovisual mais importante da América Latina), o lançamento do primeiro sistema de incentivo financeiro à atração de filmagens para um território brasileiro. A SP-Cine, órgão ao qual a film commission está vinculada, optou pelo sistema de “cash rebate”. Divulgou que a iniciativa, inédita em âmbito nacional, prevê a restituição de “uma porcentagem de 20% a 30% do valor total gasto por produções internacionais que escolham a cidade de São Paulo como locação. O programa é destinado a produções estrangeiras de longas-metragens (live actions ou animações), séries e obras publicitárias internacionais, filmadas total ou parcialmente na cidade. Os projetos contemplados precisam ter um gasto local mínimo de R\$ 2 milhões para filmes, séries e obras publicitárias internacionais através de uma produtora local”¹⁵⁹.

"Participando dos festivais, os filmes podem ganhar reputação, uma vez que são assistidos pelos principais críticos mundiais"

¹⁵⁹ Fonte: <http://spcine.com.br/cash-rebate/> (Acesso em 20 de novembro de 2019)

5 — Eventos: festivais, mercados e laboratórios

Os festivais internacionais de cinema são, historicamente, os mais estratégicos ambientes de difusão das produções audiovisuais na direção de outros países. Participando dos festivais, os filmes podem ganhar reputação, uma vez que são assistidos pelos principais críticos mundiais; visibilidade, já que entram no radar da imprensa internacional; e carreira comercial global, dado que chegam ao alcance dos distribuidores e demais instâncias de natureza mercadológica. Além disso, são vistos por uma plateia qualificada, cuja opinião colabora para amplificar o nome do filme. Quando coroados por premiações nos festivais internacionais, o potencial de penetração dos filmes aumenta exponencialmente. Alguns dos mais conceituados festivais de cinema do mundo são os de Cannes (França), Veneza (Itália) e Berlim (Alemanha).

Desse modo, participar dos grandes festivais produzidos fora do Brasil é indispensável a filmes cujos produtores aspirem carreira internacional. Entretanto estar presente em festivais internacionais realizados em território nacional é igualmente importante. Um dos filmes brasileiros mais difundidos no exterior, “Tropa de Elite” (de José Padilha, 2007), ganhou projeção em outras partes do mundo após estrear na abertura do Festival do Rio,

que se revelou uma importante vitrine. Ilda Santiago, curadora do festival, ressalta que a cada ano há um número crescente de críticos internacionais e programadores de outros países que vêm ao Festival do Rio para acompanhar o desenvolvimento da produção brasileira e as principais tendências mundiais¹⁶⁰. Muitos deles são convidados oficiais do festival - esse receptivo é uma prática corrente entre os grandes eventos internacionais.

É importante destacar que, além de contribuir para a difusão internacional dos filmes, ps grandes festivais promovem a imagem das cidades e lugares onde são desenvolvidos, além de alavancar o turismo local. Tanto as obras expostas como as próprias cidades se internacionalizam nos festivais. Portanto, é bastante comum que os governos locais ajudem a financiar esses eventos e, em alguns casos, cuide da sua realização.

Muitos festivais são, também, os ambientes apropriados para fazer negócios de escala internacional. É ali onde as pessoas relacionadas à cadeia produtiva do audiovisual encontram-se, trocam contatos e informações, realizam reuniões, onde redes de trabalho são formadas e onde são identificadas as principais tendências (comerciais, estéticas e tecnológicas). Por isso, hoje, muitos festivais são associados - ou acontecem de maneira simultânea - a eventos que têm o objetivo específico de acelerar as trocas mercadoló-

gicas referentes à produção audiovisual, reunindo os principais players e representantes do setor. Em alguns casos, tais eventos de mercado ou ambientes de negócios são constituídos como eventos independentes dos festivais internacionais de cinema, dispondo de calendário específico.

É o caso, por exemplo, do Rio2C - Rio Creative Conference, hoje o principal evento brasileiro (com caráter internacional) dedicado à dinamização do mercado. Inicialmente batizado como Rio Content Market, a sua primeira edição foi em 2011, totalmente voltada ao segmento do audiovisual. Com o seu crescimento e consolidação, o evento passou a integrar também as disciplinas de música e inovação, a partir da edição de 2018. Além dos eventos de mercado, a variada programação abarca ainda imersões, conferências, festivais e estruturas expositivas. Segundo a organização do evento, “as Rodadas de Negócios oferecem oportunidades para produtoras de conteúdo compartilharem projetos através de um sistema proprietário de matchmaking (reuniões individuais agendadas) ou Pitching de Audiovisual para mais de 400 players do Brasil e do mundo”.

Outro desdobramento comum aos grandes festivais internacionais são os laboratórios: atividades de formação profissional ou de promoção de projetos, organizadas segundo formatos variados. Podem ser realizadas oficinas, seminários, rodas de diálogo, tutorias e consultorias (técnicas ou conceituais) para projetos que estejam nas etapas de roteiro, pré-produção, produção ou pós-produção. Para muitos projetos, os laboratórios são a chance de ganhar o olhar ou a assessoria de grandes especialistas do mercado audiovisual.

¹⁶⁰ O tema foi abordado em entrevista com a curadora realizada em 28/08/2020.

Já que são elos decisivos na conexão entre a produção nacional e o mercado internacional, os festivais, mercados e laboratórios tornaram-se objeto das principais políticas de internacionalização do audiovisual brasileiro (como explicitado no capítulo 3). Tanto a AN-CINE, quanto o Itamaraty, a Apex e os projetos setoriais investem na participação brasileira em tais eventos, custeando transporte e diárias de produtores, cineastas, roteiristas, atores e demais profissionais. Podem ainda arcar com legendagem (e, em outros tempos, copiagem) dos filmes selecionados para serem exibidos em solo estrangeiro.

5.1 Programação

Além das exposições das obras audiovisuais, a programação dos festivais internacionais é composta por uma diversidade de atividades, que os tornam mais atrativos e orgânicos. São elas:

- **Mostras:** são constituídas pela exibição de obras audiovisuais, de longa, média ou curta-metragem (a depender do formato do festival), que podem ser organizadas por temas, corte temporal, nome/origem dos diretores etc. Nas mostras competitivas, as produções concorrem a premiações, sendo avaliadas por júri popular e/ou oficial do festival;
- **Ações formativas** (cursos, debates, oficinas, palestras e workshops): atividades realizadas por profissionais reconhecidos nas mais diversas áreas do audiovisual, para compartilharem conhecimento com os participantes do festival.
- **Homenagens:** ações de retribuição de honra e agradecimento a personalidades que realizaram alguma atividade reconhecida como de grande valor e que possua afinidade com a temática do festival.
- **Atividades com filmes não finalizados:** ações realizadas em apoio a realizadores que possuem filmes em andamento/processo de produção.
- **Mentorias:** atividades realizadas por pessoas de vasta experiência no mercado, que se dispõem a trocar expertise e acompanhar o desenvolvimento de profissionais em início de carreira.
- **Pitchings:** apresentações verbais da ideia de um projeto, geralmente feita por um roteirista ou diretor de cinema para um produtor de cinema, executivo ou financiador, com o intuito de atrair recursos para o desenvolvimento da produção audiovisual.
- **Sessões comentadas e/ou musicadas:** exposições de produções audiovisuais com comentários ou explicações de personalidades de referência no setor audiovisual ou com a execução ao vivo da trilha sonora da produção audiovisual.
- **Fóruns:** atividades com o objetivo de possibilitar reflexões interdisciplinares acerca do cinema e da sua história, assim como desenvolvimento, peculiaridades, avanços e desafios.

- Projeções ao ar livre: exibição de conteúdos audiovisuais de forma gratuita, em espaços públicos, urbanos e/ou abertos, em geral de forma gratuita.
- Rodadas de negócios: atividades que reúnem os produtores, diretores e agentes do setor audiovisual em conjunto com o mercado com o intuito de estabelecer novos negócios, parcerias e/ou contatos.

Após a análise da programação dos principais festivais internacionais ibero-americanos, é possível concluir que:

- 96% realizam mostras competitivas;
- 80% realizam ações formativas (cursos, debates, oficinas, palestras e workshops);
- 25% realizam homenagens;
- 23% realizam atividades com filmes não finalizados;
- 18% realizam mentoria ou pitching;
- 18% realizam sessões comentadas ou musicadas;
- 14% realizam fóruns;
- 12% realizam projeções ao ar livre;
- 10% realizam rodadas de negócios.

5.2 Principais eventos ibero-americanos

Uma das formas mais eficazes de identificar os principais festivais internacionais que se celebram em território ibero-americano é analisar dois tipos de listagens publicadas oficialmente pela ANCINE:

1. Ao publicar a chamada – como parte de sua política de desenvolvimento –, a agência publica uma lista de festivais internacionais, classificando-os com base em seu tamanho e reputação. Os festivais listados são classificados como "Especial", "AA", "A", "B" e "C". A ideia original desta lista é para colaborar com a avaliação (classificação) de filmes que já foram exibidos em alguns festivais¹⁶¹.

Dos 160 festivais da lista, 51 deles (31,8%) são realizados em países ibero-americanos, dos quais 20 (12,5%) têm lugar em território brasileiro. Também vale destacar aqueles que obtêm as classificações mais altas ("Especial", "AA" ou "A") na avaliação da agência; dos 35 mais valorizados, 11 (31,4%) estão em países ibero-americanos, sendo 6 (17,4%) brasileiros.

¹⁶¹ A los efectos de esta investigación, se analizó la lista más reciente publicada en el sitio web de Ancine, utilizada por el Programa Brasileño de Apoyo al Desarrollo Audiovisual (PRODAV, 2017): <https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/lista%20de%20festivais.pdf> (Acceso: 31/08/2020).

Tabla VIII.2 festivais

	Total de festivais	Ibero-americanos	Brasileiros
Especial	3	0	0
AA	8	1	0
A	27	10	6
B	44	17	3
C	78	23	11
Total	160	51	20

Fuente: Programa Brasileño de Apoyo al Desarrollo Audiovisual (PRODAV, 2017).

Os mais relevantes festivais ibero-americanos, segundo a listagem da ANCINE, são:

Argentina

Bafici - Festival Internacional de Cinema Independente de Buenos Aires: apresenta uma programação que reúne filmes de destaque nacionais e internacionais, assim como produções inovadoras e de vanguarda. Além das exibições em salas convencionais, o festival aproxima-se do público com a realização de projeções em espaços públicos/urbanos, oficinas, palestras e eventos especiais. Na sua 21ª edição, o Festival inaugurou a “Maratona Bafici”, um evento de dois dias de cinema ao ar livre.

Site: <https://festivales.buenosaires.gob.ar/2019/bafici/es/home>

Última edição: 21ª (2019).

Festival Internacional de Mar del Plata: Promove a atividade cinematográfica em todas as suas formas, exibindo filmes de diversas origens, temáticas e estilos. A sua programação combina cinema clássico com novas

tendências, novas vozes e novas tecnologias. É organizado em quatro eixos:

- Mostra Competitiva.
- Panorama.
- Homenagens.
- Retrospectivas e Restaurações.

Site: <https://www.mardelplatafilmfest.com>

Última edição: 34ª (2019).

Brasil

É tudo verdade: criado em 1996, é um dos maiores festivais voltados para o cinema documentário na América Latina. Ocupa salas na cidade de São Paulo e do Rio de Janeiro. Durante o evento, são exibidos tanto curtas quanto longas-metragens, que disputam as competições brasileira, latino-americana e estrangeira.

Site: <http://etudoverdade.com.br/>

Última edição: 24ª (2019).

Festival de Gramado: realizado na Serra Gaúcha, o festival teve a sua primeira edição em 1973, com a consagração de “Toda Nudez Será Castigada” (de Arnaldo Jabor). Além da celebração da produção brasileira e gaúcha, o evento ainda inclui na sua programação, desde 1992, uma mostra competitiva de filmes ibero-americanos. Os troféus conferidos pelo festival prestam homenagem a atores, cineastas e personalidades ligadas ao cinema. Ao todo, mais de mil Kikitos foram distribuídos entre profissionais do cinema que venceram competições em diferentes categorias.

Site: www.festivaldegramado.net

Última edição: 47ª (2019).

Festival Internacional de Cine de São Paulo:

um dos maiores e mais longevos festivais internacionais do Brasil, traz um apanhado do que o cinema contemporâneo mundial tem produzido, além de apresentar tendências, temáticas, narrativas e estéticas. A última edição foi composta de seis seções:

- Apresentações Especiais.
- Homenagens.
- Restaurações.
- Competição.
- Novos Diretores.
- Mostra Brasil.
- Perspectiva Internacional.

Desde 2017, o evento também apresenta filmes de realidade virtual. A Mostra começou como um evento no MASP e hoje ocupa várias salas de exibição da cidade.

Site: www.mostra.org

Última edição: 43^a (2019).

Festival do Rio: foi criado em 1999, a partir da junção entre a Mostra Banco Nacional e o Rio Cine Festival, eventos que faziam parte do calendário cultural da cidade desde os anos 1980. O festival aglutina uma diversidade de mostras, entre elas a “Première Brasil”, que apresenta a multiplicidade da produção audiovisual brasileira recente. Os filmes das mostras competitivas concorrem ao Troféu Redentor. O festival inclui ainda o RioMarket, com programação dedicada a negócios na área do audiovisual.

Site: www.festivaldoriorio.com.br

Última edição: 21^a (2019).

Festival de Brasília: o mais antigo festival de cinema do país foi criado em 1965, como a 1^a Semana do Cinema Brasileiro, por iniciati-

va de Paulo Sales Gomes, Vladimir Carvalho, Jean Claude Bernardet e outros professores da Universidade de Brasília. O evento programa preferencialmente filmes inéditos e não premiados em outros festivais, congratulando os melhores longas com o Troféu Candango.

Anima Mundi: festival totalmente voltado ao cinema de animação. Foi criado em 1993, apresentando-se como o 1^o Festival de Animação do Brasil. Aos poucos, adquiriu forma itinerante, chegando a mais de 40 cidades. Já levou quatro vencedores do Grande Prêmio Anima Mundi à disputa final do Oscar, desde 2012, quando foi qualificado pela Academia de Hollywood. A programação de filmes é acompanhada de oficinas abertas e gratuitas.

Site: fora do ar

Última edição: 27^a (2019).

Cuba

Festival Internacional do Novo Cinema Latino-Americano: foi concebido como uma continuação dos festivais de Viña del Mar, Mérida e Caracas, dedicados a filmes e cineastas representativos das tendências cinematográficas mais inovadoras da América Latina. Veio a consolidar-se como um espaço de encontro das novas cinematografias do continente e hoje também acolhe obras produzidas em todo o mundo. Está estruturado nas seções:

- Concursos de Ficção.
- Documentário e Animação.
- Obras Primas.
- Roteiros inéditos.
- Cartazes.

Site: <http://habanafilmfestival.com/>

Última edição: 41^a (2019).

Espanha

Donostia - Festival Internacional de Cinema de San Sebastián: um dos maiores e mais reputados festivais do mundo, foi criado em 1953, como uma Semana Internacional de Cinema, com vocação cinematográfica e comercial. A sua programação é dividida em três áreas: filmes (organizados em três mostras competitivas e sete não competitivas), filmes em realização (em que se promovem filmes em desenvolvimento e em fase de pós-produção) e pensamento e debate (que agrupa atividades de promoção do diálogo sobre o cinema).

Site: <https://www.sansebastianfestival.com/> Última edição: 67ª (2019).

México

Festival Internacional de Cinema de Guadalajara: com programação voltada para o cinema nacional e ibero-americano, também é posicionado como esfera para a formação, a instrução e o intercâmbio criativo entre profissionais, críticos e estudantes. A cada edição, o FICG elege países ou regiões internacionais como convidados de honra.

Site: <https://ficg.mx/>
Última edição: 67ª (2019).



2. Há ainda as listagens de festivais, laboratórios e mercados publicadas pela Assessoria Internacional, que têm como função elencar os eventos para os quais os produtores brasileiros podem solicitar apoio de viagem¹⁶². Apesar de não hierarquizam os festivais segundo conceitos, elencam os eventos entendidos pela Agência como estratégicos para a promoção internacional da produção brasileira¹⁶³.

Lista de festivais internacionais

dos 100 festivais listados, 24 (24%) são ibero-americanos. São eles: Festival Internacional de Cinema de Punta del Este (Uruguai); FICUNAM (Cidade do México, México); Festival Internacional de Cinema de Cartagena (Colômbia); Festival Internacional de Cinema de Guadalajara (México); BAFICI - Festival Internacional de Cinema Independente de Buenos Aires (Argentina); Festival Cinematográfico Internacional do Uruguai (Montevideu, Uruguai); INDIELISBOA Festival Internacional de Cinema Independente (Portugal); Festival Internacional de Cinema de Huesca (Espanha); Curtas Vila do Conde - Festival Internacional de Cinema (Portugal); Donostia - Festival Internacional de Cinema de San Sebastián (Espanha); Queer Lisboa - Festival Internacional de Cinema Queer (Portugal); Festival Internacional de Cine Político (Buenos Aires, Argentina); Festival Interna-

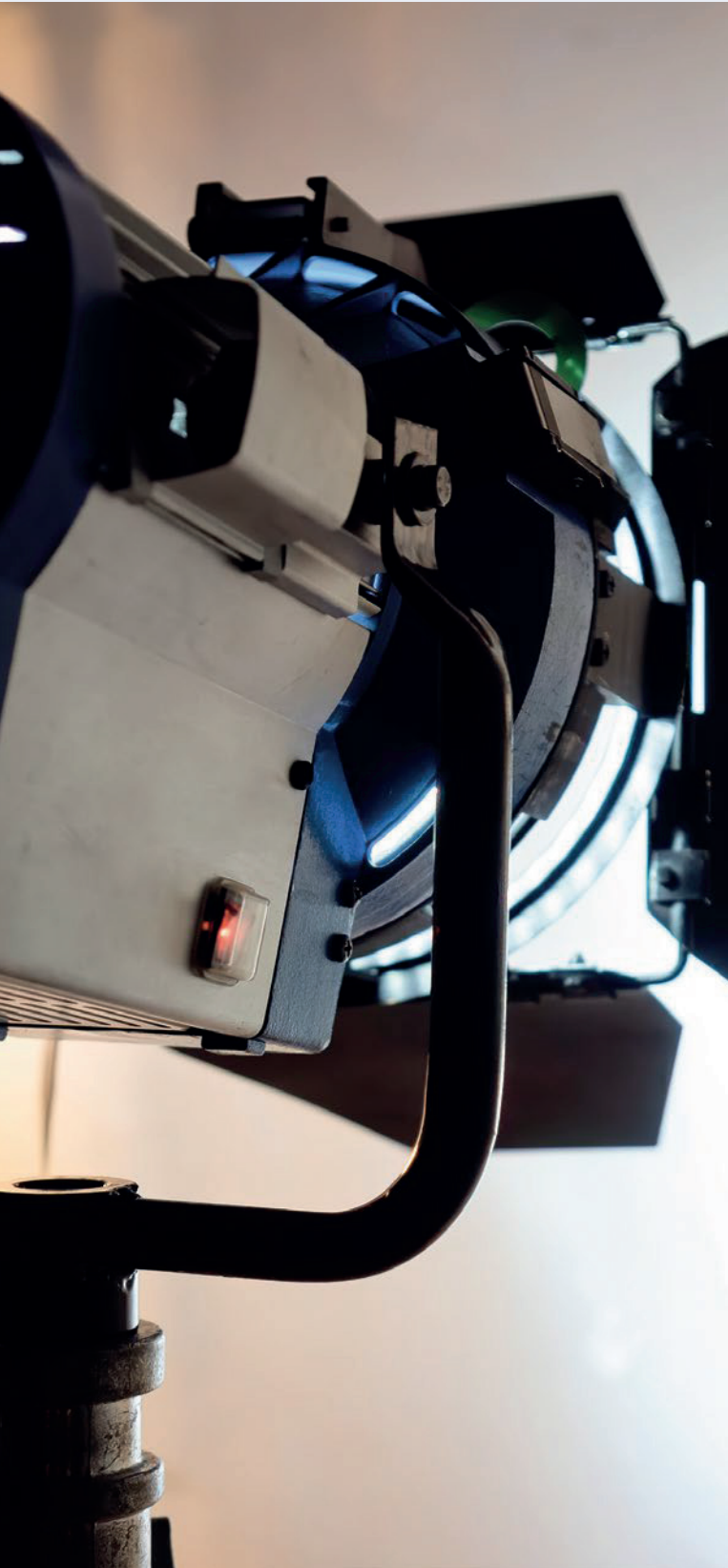
cional de Cinema de Viña del Mar (Chile); Festival Internacional de Cinema de Valdivia (Chile); Docs MX - Festival Internacional de Documentário da Cidade do México (México); Festival de Cinema de Bogotá (Colômbia); DOCLISBOA - Festival Internacional de Cinema (Portugal); Sitges - Festival Internacional de Cinema Fantástico da Catalunha (Espanha); Zinebi - Festival Internacional de Documentários e Filmes de Curta-Metragem de Bilbao (Espanha); Festival de Cinema Ibero-Americano de Huelva (Espanha), Festival Internacional de Mar del Plata (Argentina), Festival Internacional do Novo Cinema Latino-Americano (Havana, Cuba), Festival de Cinema Luso Brasileiro de Santa Maria da Feira (Portugal); ATLANTIDOC - Festival Internacional de Cinema Documentário do Uruguai; FESTin LISBOA - Festival de Cinema Itinerante da Língua Portuguesa (Portugal); ANIMALATINA - Festival de cine animação latino-americano (Buenos Aires); Festival Internacional de Cinema de Málaga (Espanha).

Lista de eventos de mercado e rodadas de negócio internacionais

os 31 eventos listados, 5 (16%) são ibero-americanos. São eles: Guadalajara Film Market / Festival de Guadalajara (México); BAM - Bogotá Audiovisual Market (Bogotá, Colômbia); The Industry Club / Festival de San Sebastián (Espanha), Ventana Sur (Buenos Aires, Argentina), MAFF: Málaga Festival Fund & Co-production Event (Espanha).

¹⁶² As listas estão disponíveis em: <https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/Lista%20dos%20Festivais%2C%20Laboratorios%20e%20Workshops%20contemplados%20pelo%20Programa.pdf> Acesso: 31/08/2020.

¹⁶³ Naturalmente, os eventos brasileiros não estão incluídos nesta categoria de listagens.



Lista dos laboratórios e workshops internacionais

dos 38 eventos listados, 12 (34%) são ibero-americanos. São eles: Doculab e Guadalajara Construye (Guadalajara, México); BAL - Buenos Aires Lab (Argentina); Bolivia Lab (La Paz, Bolívia), Doc Montevideo - Pitchings, Meetings, Rough Cut Lab e Primeiro Corte (Montevideu, Uruguai), Cine en Construcción e Fórum de Coprodução Europa/América Latina (San Sebastián, Espanha); Australab (Valdivia, Chile); Curso de Desenvolvimento de Roteiros - Fundação Carolina/Ibermedia (Madri/Espanha); Encontro de Coprodução Internacional LoboLab (Mar del Plata, Argentina), GUIÕES: Festival do Roteiro de Língua Portuguesa (Portugal), Miradas Doc Market (Espanha); Málaga Work in Progress (Espanha).

CAPÍTULO IX

O SETOR CULTURAL E A RECUPERAÇÃO PÓS-COVID

A pandemia causada pela rápida propagação global da covid-19 afetou o setor cultural com uma intensidade especial. Não só teve efeitos na cadeia de valor das indústrias criativas e culturais (ICC), como também enfraqueceu consideravelmente a situação dos artistas e profissionais do setor.

Da mesma forma, instituições culturais e patrimônios foram muito afetados por quarentenas e restrições ao movimento e encontro de pessoas que atingiram a atividade cultural presencial e o turismo, gerando danos econômicos nas comunidades que dependem deles para a sua subsistência.

As ICC têm sido especialmente vulneráveis à pandemia por uma série de razões. Em primeiro lugar, muitas delas necessitam que as pessoas se encontrem num mesmo espaço físico, já que a sua produção e consumo de-

pendem disso. Em segundo lugar, a maioria dos empregos no setor são precários, informais e/ou em tempo parcial, e não estão sujeitos a um mecanismo de apoio ou uma rede de segurança por políticas públicas. Em terceiro lugar, a perda em massa de empregos e a redução da renda significam que os consumidores gastam menos em cultura e nas ICC, já que a sua renda disponível é destinada às necessidades básicas, como alimentação, educação e saúde. Finalmente, a falta de uma infraestrutura adequada em termos de acesso à tecnologia e plataformas *on-line*, bem como de uma remuneração justa para os artistas têm sido um desafio para a subsistência desses profissionais (Unesco e Banco Mundial, 2021).

De acordo com o relatório *“Evaluación del impacto del COVID-19 en las industrias culturales y creativas: una iniciativa conjunta del MERCOSUR, UNESCO, BID, SEGIB y OEI”*, no qual a estimativa do impacto da covid-19 nas ICC foi organizada com base nas informações fornecidas pelos Sistemas de Informação Cultural dos países-membros do Sistema de Informação Cultural do Mercosul (SICSUR), mais a Costa Rica e o México. Um aspecto positivo é que, em resposta à covid-19, as empresas inovaram, avançando especialmente no processo de digitalização. De fato, a quantidade de bens e serviços oferecidos digitalmente aumentou enormemente, e a inovação atingiu não apenas produtos, mas também modelos de negócios (OEI, 2021). É o caso, por exemplo, dos setores audiovisual, literário e musical. Muitas instituições culturais fizeram uma transição na forma como os seus produtos ou serviços são entregues. Os músicos e artistas agora ofe-

recem shows e espetáculos através de plataformas alternativas, os museus oferecem visitas virtuais, as bibliotecas adaptaram os seus serviços para permitir à comunidade o acesso à literatura com segurança e os restaurantes agora oferecem *takeaways*, aulas de culinária e atendem novos segmentos do mercado, como a preparação e distribuição de alimentos (Unesco e Banco Mundial, 2021).

Políticas de recuperação para as indústrias criativas e culturais

A Unesco, no documento *La cultura en crisis: guía de políticas para un sector creativo resiliente*, compilou várias propostas para a recuperação do setor cultural. Ao mesmo tempo, propôs um conjunto de medidas para que os países ajudem essas indústrias. Essas medidas estão agrupadas em três categorias gerais (Unesco, 2020):

- a.** Apoio aos artistas e profissionais da cultura: benefícios sociais; encomendas e compras de obras; compensações pela perda de renda; criação de competências.
- b.** Apoio às ICC: entrega rápida de ajudas e subvenções; flexibilização temporária das obrigações regulamentares; compensação por perdas causadas pela interrupção de atividades, desoneração fiscal e redução das contribuições previdenciárias, estímulo da demanda cultural, empréstimos preferenciais, fortalecimento de infraestruturas.

- c.** Fortalecimento da competitividade das ICC: dispositivos de participação para avaliação das necessidades e estudo da viabilidade, adaptação de modelos de negócio, promoção dos conteúdos nacionais, incentivos fiscais para investimentos estrangeiros.

Por outro lado, o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) também sugere várias ideias e recomendações para apoiar a sobrevivência e a reativação das ICC (BID, 2020).

Essas propostas incluem:

- a.** Medidas trabalhistas para apoiar os trabalhadores: proteção do emprego e dos direitos trabalhistas dos trabalhadores autônomos que fazem parte das ICC; apoio aos trabalhadores que fazem parte da rede de apoio das ICC (advogados, contadores, engenheiros, etc.).
- b.** Medidas financeiras para apoiar as respostas à crise: criação de recursos e subsídios para manter o funcionamento de diversas entidades culturais, além de bolsas de estudo e convocatórias que fomentem a produção cultural; concessão de empréstimos estatais suaves para permitir que o setor se adapte aos novos desafios; apoiar as micro, pequenas e médias empresas com instrumentos financeiros (créditos, empréstimos, benefícios fiscais), entre outros.
- c.** Medidas de fomento à inovação: criação de fundos regionais de investimento e ino-

vação digital; criação de espaços tecnológicos para a inovação digital do setor cultural; normas que permitam o incremento do volume de conteúdos nacionais em grandes plataformas, entre outras.

- d.** Colaboração entre os criadores e os setores público e privado: incentivos fiscais para parcerias público-privadas destinadas a investir em novas plataformas, conteúdos e programas digitais; melhorar o papel de patrocinadores e sistemas de patrocínio, como Patreon e Kickstarter, entre outros.

Além disso, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), nas suas recomendações às ICC para enfrentar as consequências da pandemia, distingue entre as políticas de curto prazo e as de médio e longo prazo (OCDE, 2020).

"A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), nas suas recomendações às ICC para enfrentar as consequências da pandemia, distingue entre as políticas de curto prazo e as de médio e longo prazo (OCDE, 2020)"

A curto prazo, recomenda-se

- I** Garantir o apoio público para que os efeitos da covid-19 não excluam as ICC e os seus trabalhadores, uma vez que a informalidade que prevalece nesse setor pode fazer com que as ajudas oficiais não se apliquem aos mesmos, se visarem apenas aos trabalhadores anteriormente cobertos por sistemas de proteção social contributiva.
- Para tal efeito, as entidades correspondentes devem reunir-se com várias organizações culturais e criativas para discutir a eficácia das medidas políticas.
 - Também devem ser abordadas as lacunas nos esquemas de apoio ao trabalho autónomo, simplificando os critérios de cadastro e elegibilidade e torná-los acessíveis a formas híbridas de emprego (por exemplo, aquelas formas que combinam emprego assalariado de meio período com a administração do próprio negócio ao mesmo tempo).
 - Além disso, as instituições sem fins lucrativos, como os museus, devem ser incluídas em programas de apoio que visam ajudar as pequenas empresas a reter os seus trabalhadores.
- II** Certificar que o apoio às organizações culturais chegue aos artistas e outros profissionais criativos também.
- III** Paralelamente aos subsídios de rendas e ao apoio às empresas, estimular o investimento na produção cultural, para ajudar o setor a ressurgir da crise.

IV Considerar incentivos fiscais para doações de pessoas físicas e jurídicas para estimular o investimento no setor das ICC.

V Incentivar a mobilização do setor privado e sem fins lucrativos em apoio às ICC e aos seus trabalhadores.

A médio e longo prazo, as recomendações da OCDE são:

I Introduzir medidas de recuperação, de modo que os autônomos e outras pequenas empresas possam adaptar-se às mudanças estruturais e consigam novas oportunidades.

II Ampliar as estratégias e políticas de inovação para beneficiar as ICC.

III Investir em infraestrutura digital que aumente os avanços nas ICC.

IV Promover uma maior complementaridade entre a cultura e outros setores das políticas públicas.

- A educação pode beneficiar-se com os avanços das ICC, principalmente no uso de novas ferramentas digitais que servem para criar videogames e novas formas de conteúdo cultural.
- Os serviços de saúde e proteção social podem estabelecer uma maior articulação com as ICC para melhorar o bem-estar, evitar doenças ou retardar o seu aparecimento, favorecer a adoção de hábitos saudáveis e preve-

nir o isolamento social, entre outros.

V Desenvolver novas estratégias locais para o turismo cultural que abordem práticas sociais e ambientais que não são sustentáveis e que ainda são utilizadas pelo turismo de massa.

VI Aplicar políticas culturais dirigidas a minorias e imigrantes para abordar questões sociais como o diálogo intercultural e a integração.

VII Apoiar empreendimentos culturais e criativos, como catalisadores de novos modelos de criação de valor econômico e social.

O caso australiano. A Austrália é um excelente exemplo de país que introduziu um amplo pacote de medidas para apoiar a produção cultural, estimular a criação de empregos, apoiar as organizações artísticas e culturais e estabelecer um grupo de trabalho (força-tarefa) dedicado exclusivamente à implementação dessas medidas. Em junho de 2020, foi anunciado o plano *JobMaker* para impulsionar a economia criativa do país, alocando 250 milhões de dólares australianos para esse fim (cerca de 180 milhões de dólares). Entre as medidas incluídas neste plano, estão (OCDE, 2020):

- Capital inicial para reativar produções e turnês: 75 milhões de dólares australianos foram destinados para financiar subsídios em 2020-2021 por meio do *Restart Investment to Sustain and Expand (RISE) Fund*, que forneceria capital para ajudar produtores e organizadores de eventos a criar novos

festivais, concertos, turnês e eventos à medida que as restrições de distanciamento social fossem levantadas. Os valores do subsídio variam de 75.000 a 2 milhões de dólares australianos.

- *Show Starter Loans*: um programa que fornece 90 milhões de dólares australianos em empréstimos concessionais para apoiar empresas de economia criativa para financiar novas produções e eventos que estimulem a criação de empregos e a atividade econômica. Este programa complementará o mencionado no ponto anterior e será implementado por meio de bancos comerciais.
- Incentivo à produção audiovisual local: 50 milhões de dólares australianos foram fornecidos para um Fundo de Interrupção Temporária, administrado pela *Screen Australia*, uma agência do governo federal encarregada de apoiar o desenvolvimento, a produção e a promoção de conteúdo para as telas. Esse fundo ajudará os produtores locais de cinema e televisão a garantir financiamento e retomar as gravações, gerando milhares de empregos no setor. As filmagens de novas produções foram interrompidas principalmente porque as seguradoras não cobrem a covid-19.
- Apoio à sustentabilidade de organizações em setores essenciais: 35 milhões de dólares australianos irão para fornecer assistência financeira direta a organizações artísticas e culturais

cuja viabilidade está em risco devido à pandemia, incluindo entidades nas áreas de teatro, dança, circo, música e outras.

- Grupo de trabalho ou força-tarefa para a economia criativa: uma equipe ministerial foi estabelecida para fazer parceria com o governo e o Conselho Australiano para as Artes (*Australia Council for the Arts*), para implementar o plano *JobMaker*.

A recuperação das ICC na Ibero-América

Os países da região realizaram inúmeras iniciativas públicas para contribuir para a recuperação econômica das ICC. A seguir, apresentam-se alguns exemplos de medidas que alguns governos da Ibero-América estão tomando nesse sentido.

Argentina. A Comissão Nacional de Bibliotecas Populares (CONABIP) lançou o programa “Libro % 2020 a Distancia”, que busca reduzir o custo dos materiais de leitura em 50%, para que as bibliotecas públicas do país possam colocá-los à disposição da comunidade. Os fundos para esse programa foram duplicados, não só para garantir a disponibilidade desses materiais, mas também para apoiar a indústria editorial (Unesco, 2020)

Brasil. O Escritório Central de Arrecadação e Distribuição de Direitos Autorais (Ecad) aprovou um plano de pagamento antecipado de direitos autorais para ajudar artistas e compositores. Aproximadamente 2,5 milhões de dólares foram destinados para esse fim, al-

cançando cerca de 22.000 artistas (Unesco, 2020).

Chile. Como parte da chamada Agenda Covid-19, o Ministério das Culturas, das Artes e do Patrimônio desenvolveu cerca de 30 novos programas ou programas readaptados ao contexto atual, focalizados em quatro eixos: apoio a organizações culturais; aquisição de conteúdos culturais; incentivo da circulação, criação e/ou produção artística de qualidade; e formação e mediação artística. Por exemplo, foram adquiridas publicações digitais de livros de autores chilenos, comprando cerca de 500 títulos por um valor de 150 milhões de pesos chilenos (190 mil dólares); foram adquiridas 244 obras de arte de artistas nacionais por um valor de 580 milhões de pesos (734 mil dólares); foi concedido financiamento a 90 companhias teatrais para a montagem de espetáculos gratuitos, no valor de 310 milhões de pesos (390 mil dólares), entre

outras iniciativas (*Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2021*). Além disso, o governo, através dos seus ministérios da cultura e do trabalho, ofereceu 3.000 bolsas de estudo para o setor cultural, compostas por cursos gratuitos que serão ministrados *on-line* na plataforma Coursera. Isso permitirá aos beneficiários diversificar as suas competências, dando-lhes maiores qualificações no mercado de trabalho (Unesco, 2020).

Colômbia. O Ministério da Cultura implementou uma série de medidas para apoiar as ICC, entre as quais merecem destaque os benefícios fiscais e econômicos, tais como a redução e unificação de 4% da alíquota de retenção na fonte para certas atividades culturais e criativas, a isenção temporária do pagamento do IVA para a realização de produções audiovisuais e espetáculos públicos, ou a prorrogação dos prazos para a declaração e pagamento da contribuição pa-



rafiscal de espetáculos públicos. Além disso, mais de 120 bilhões de pesos colombianos (31 milhões de dólares) foram destinados a medidas como a cobertura dos custos da previdência social para criadores e gestores culturais idosos e o financiamento temporário de espetáculos públicos nas artes cênicas. (*Ministerio de Cultura, 2021*). O Ministério de Tecnologia flexibilizou as cotas de conteúdo nacional exigidas às emissoras de rádio gratuitas, reduzindo-as em diferentes porcentagens para os dias de semana, por um lado, e finais de semana e feriados, por outro. Esta medida visa garantir a continuidade dos serviços de radiodifusão enquanto estiverem em vigor as regras que exigem distanciamento social e que, conseqüentemente, impeçam as emissoras de cumprir as cotas mencionadas (UNESCO, 2020).

Costa Rica. As ações de apoio implementadas pelo governo para apoiar o setor das ICC incluem: a criação do programa *Aquí Cultura*, que é uma plataforma para a promoção de projetos culturais através de canais virtuais, com um orçamento de 21 milhões de colones (34 mil dólares); a provisão de 2,78 bilhões de colones adicionais (4,5 milhões de dólares) para o *Bono Proteger*; o lançamento de um *Teletón por la Cultura* em maio de 2020, que arrecadou 31,5 milhões de colones (50.800 dólares); o programa *Crea-C*, que apoia empreendimentos tradicionais e rurais baseados na identidade cultural, nas regiões de Chorotega e Brunca; e a elaboração de mapas digitais abrangendo sítios, manifestações e empreendimentos culturais, para apoiar estratégias de reabertura e reativação econômica do turismo (*Ministerio de Cultura y Juventud, 2021*).

Ecuador. Várias medidas foram implementadas, entre as quais se destaca o *Plan Desde Mi Casa*, que gera incentivos para a criação de conteúdos artísticos e culturais de livre acesso aos cidadãos, para combater os prejuízos econômicos e trabalhistas causados pela crise sanitária (40.000 dólares); o *Plan Cultura en Movimiento - Emerge 2020*, que reúne conteúdo on-line de várias expressões artísticas e culturais, permitindo fazer visitas virtuais a exposições e sítios arqueológicos e patrimoniais (1,5 milhão de dólares); o *Bono Humanitario*, destinado a 5.500 trabalhadores da área cultural em situação de vulnerabilidade, no valor de 60 dólares mensais por três meses (1 milhão de dólares) (*Sistema Integral de Información Cultural, 2021*).

Espanha. O governo espanhol, juntamente com as comunidades autônomas (governos regionais), ofereceu medidas para beneficiar os produtores cinematográficos com benefícios fiscais de vários tipos, tais como deduções fiscais para despesas efetuadas no território nacional para produções estrangeiras no valor de mais de um milhão de euros. O objetivo é incentivar a realização de filmes no território espanhol, criando empregos e beneficiando as populações locais. Por sua vez, a União Europeia lançou um pacote de medidas que facilitam o financiamento das empresas culturais e criativas durante a pandemia. Com isso, as empresas menores (micros e pequenas empresas) podem ter acesso a condições de empréstimo mais favoráveis (Unesco, 2020).

Guatemala. Uma série de medidas foram implementadas para apoiar as ICC locais. O programa *APOYARTE* forneceu assistência

financeira a artistas nacionais afetados pela pandemia, através de uma contribuição individual de 3.000 quetzais (390 dólares). Por sua vez, o programa *Telón Abierto* incentivou a realização de apresentações em espaços de difusão artística que possuem uma infraestrutura adequada para a realização de obras teatrais, de forma a reativar essas atividades. Também foi promovida a iniciativa *Ventanas Artísticas*, que consiste na criação de espaços para a montagem de feiras em praças, parques, shopping centers e outros espaços culturais para dar aos artistas nacionais a oportunidade de exporem e comercializarem as suas obras, colocando-os em contato com pessoas e/ou entidades dedicadas à comercialização de produtos e serviços culturais (*Ministerio de Cultura y Deportes, 2021*).

Peru. O Ministério da Cultura e a Prefeitura de Lima desenvolveram uma pesquisa nacional para avaliar o impacto que o estado de emergência nacional (decretado pela pandemia) tem tido sobre as atividades culturais. Como resultado, representantes do setor cultural foram chamados para apresentar propostas de medidas para combater as consequências da crise da covid-19. Enquanto isso, o governo forneceu uma ajuda emergencial de cerca de 14 milhões de dólares para pessoas físicas e jurídicas vinculadas ao setor cultural (Unesco, 2020).

Uruguai. Criou-se o *Fondo Solidario Cultural Rubén Melogno* para fornecer um orçamento de 5 milhões de pesos uruguaios (115 mil dólares) para diversas ações, como a compra de 11.700 ingressos antecipados para espetáculos culturais (teatro, dança, música, etc.), que serão distribuídos entre as esco-

las de ensino médio (secundário) artístico do país e outras instituições; e o financiamento de 500 aulas virtuais, ministradas por 100 artistas, técnicos e professores, que receberam um pagamento individual de 10.000 pesos uruguaios (230 dólares). Além disso, o Ministério do Trabalho e Previdência Social forneceu um subsídio de 6.800 pesos (160 dólares) a 3.000 artistas e técnicos da área cultural, que foi distribuído pela primeira vez entre junho e agosto de 2020, tendo sido reaberto em abril de 2021 por um período de três meses. Por sua vez, a Administração Nacional de Usinas e Transmissões Elétricas (UTE) isentou do pagamento de taxas fixas e energia contratada as instituições culturais e educacionais, entre outros setores de atividade (hotéis, restaurantes, gastronomia, salões de festas e agências de viagens). Essa medida foi inicialmente prevista para um período de quatro meses – de abril a agosto de 2020 –, mas depois as prorrogações foram ampliadas até maio de 2021, beneficiando 245 espaços culturais (*Sistema de Información Cultural, 2021*).

No nível municipal, a Cidade do México e Buenos Aires, por meio dos seus órgãos oficiais de cultura, uniram as suas plataformas digitais de informação e divulgação para mostrar as expressões artísticas e culturais que ambas as cidades oferecem a um público mais amplo. O motivo dessa iniciativa foi levar cultura aos lares e contribuir para a manutenção das medidas de distanciamento social, necessárias para enfrentar a covid-19 (Unesco, 2020).

Finalmente, no relatório *Evaluación del impacto del COVID-19 en las industrias culturales y creativas: una iniciativa conjunta del MERCOSUR*

SUR, UNESCO, BID, SEGIB y OEI), estas organizações regionais também sugerem múltiplas políticas públicas em áreas como digitalização, segurança no trabalho e medição de impacto, entre outras (OEI, 2021):

a. Fortalecimento das infraestruturas físicas e digitais. Desenvolvimento de capacidades digitais e técnicas: inclusão digital, formação e capacitação (campanhas de conscientização para alunos, criadores e artistas sobre cultura digital, direitos autorais e propriedade intelectual), fomento do acesso digital e conectividade.

b. Organizar e fortalecer o mercado de trabalho e produção das ICC. Promover a formalização do mercado de trabalho: segurança social do artista, gestão coletiva de plataformas e mercados digitais.

c. Atualização dos marcos regulatórios e financeiros, juntamente com a proteção dos direitos autorais e da propriedade intelectual (Cátedra Ibero-Americana de Cultura Digital e Propriedade Intelectual). Fomentar os bens comuns digitais (*digital commons*).

d. Promoção da diversidade cultural e incentivo do consumo de conteúdos locais e regionais. Neste contexto, é essencial medir os hábitos de consumo cultural (plataformas digitais) e desenvolver mecanismos de divulgação e monetização dos produtos culturais.

e. Promoção da colaboração público-privada e do trabalho em rede como estraté-

gia: o Estado, e empresas, organizações, etc. Reforço das alianças e instâncias de cooperação cultural internacional: construção de plataformas comuns que, por sua vez, fomentem a diversidade e a integração cultural ibero-americana.

f. Promoção da colaboração público-privada e do trabalho em rede como estratégia: o Estado, e empresas, organizações, etc. Reforço das alianças e instâncias de cooperação cultural internacional: construção de plataformas comuns que, por sua vez, fomentem a diversidade e a integração cultural ibero-americana.

g. Valorização das necessidades de medição, através da consolidação e desenho de novos indicadores e sistemas para medir o impacto das políticas culturais e como elas devem ser valorizadas e o seu valor aumentado dentro das políticas públicas. Apoio e participação em iniciativas que promovam estudos estatísticos diagnósticos sobre a importância da cultura na economia.

h. Formação de públicos, para uma sociedade crítica e construtiva baseada na educação em arte e cultura como elemento fundamental para a aprendizagem de competências socioemocionais, essenciais para enfrentar com empatia, resiliência e tolerância os efeitos adversos de uma pandemia global e uma etapa pós-pandêmica global, da perspectiva de bem-estar psicológico da população em geral; e para fomentar o respeito às criações artísticas e culturais como a “espinha dorsal” da atividade econômica dos países.

Quadro IX.1 A pandemia e os seus efeitos sobre o turismo

O turismo é um importante motor econômico mundial, representando cerca de 10% da economia global. Uma boa parte dele é o turismo cultural. É uma indústria altamente interconectada, pois vários setores dependem dela. O coronavírus teve um forte impacto nessa área, colocando em risco o trabalho de milhões de pessoas. O setor do turismo é caracterizado pela baixa complexidade em termos de habilidades exigidas e pelo elevado grau de informalidade, o que se deve a uma combinação de fatores como a sazonalidade e uma estrutura regulatória fraca. Um alto número de trabalhadores do setor é empregado nele parcial ou ocasionalmente, tendo essa atividade como lateral ou “extra”, e a indústria caracteriza-se pela sua alta rotatividade. Além disso, essa informalidade sugere que o número de trabalhadores do setor do turismo é maior do que os números oficiais indicam (Goretti et al, 2021).

A forte redução nas suas receitas, juntamente com os custos, forçou muitos atores da indústria do turismo a suspender ou eliminar os empregos de uma parcela significativa do seu pessoal. O Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC, na sigla em inglês) calcula que, durante o auge da crise de saúde, um milhão de empregos foram perdidos todos os dias em viagens e turismo. No caso das pequenas e médias empresas, que representam 80% do setor, as operações tiveram que ser congeladas ou até mesmo cessar completamente. Por exemplo, estima-se que, nos Estados Unidos, 75% dos restaurantes independentes (que não fazem parte de redes) que fecharam temporariamente não sobreviverão. Na China, 20% das empresas de pequeno e médio porte anunciaram em

fevereiro de 2020 que não poderiam sobreviver mais de um mês e 64% disseram que não durariam mais de três meses. Da mesma forma, as grandes empresas também foram atingidas pelo fechamento das fronteiras. Virgin Australia, Avianca, Aeroméxico e Hertz declararam falência. Ao final de junho de 2020, 513 empresas do setor de restaurantes, 297 empresas de transporte e 117 companhias aéreas também tinham declarado falência (WTTC, 2020).

A indústria da aviação tem sido uma das mais atingidas devido às restrições de viagens implementadas em todo o mundo. Segundo números de novembro de 2020, se em 2019 os gastos globais nesse setor atingiram 876 bilhões de dólares, esse valor caiu 61,2%, chegando a 340 bilhões de dólares em 2020. Na América do Norte, onde o setor teve o seu melhor desempenho antes da crise, as perdas líquidas foram de 45,8 bilhões de dólares em 2020. Na Europa, pelo contrário, as perdas foram de 26,9 bilhões, já que as viagens intrarregionais estagnaram após a segunda onda da covid-19, após a qual as restrições de viagem foram renovadas. Na América Latina, as perdas atingiram 5 bilhões de dólares, embora o desempenho antes da crise fosse variável, e algumas companhias aéreas já viviam um contexto econômico e operacional difícil, que foi agravado pelo impacto da covid-19. Espera-se que a região melhore lentamente em 2021, com perdas líquidas que podem chegar a 3,3 bilhões de dólares. Em outras palavras, o panorama será melhor do que em 2020, mas ainda muito complexo (IATA, 2020).

O Fundo Monetário Internacional faz várias recomendações políticas para a recuperação

do setor do turismo. No documento de trabalho *Tourism in the post-pandemic world* (2021), sugeriu-se uma transição para serviços turísticos eco-sustentáveis e de menor intensidade, mas com maior valor agregado. Além disso, propõe-se que uma maior digitalização poderia reduzir os potenciais riscos à saúde associados às viagens em massa, promover uma recuperação mais ecológica e diversificar a economia para melhorar a sua resiliência para enfrentar outros choques no futuro. As intervenções fiscais e os programas de treinamento também deveriam ser levados em consideração para apoiar os trabalhadores que perderam os seus empregos e que desejam mudar para áreas mais procuradas da indústria do turismo, como os serviços digitais. Da mesma forma, a melhoria dos sistemas de saúde nas economias dependentes do turismo pode aumentar a sua atratividade na era pós-pandemia. Os países com infraestruturas de saúde fracas necessitam de apoio estatal para construir, melhorar e credenciar as suas instalações de saúde, bem como para potencializar o seu capital humano através de treinamento e educação do pessoal médico, promovendo medidas para garantir a disponibilidade e o acesso a medicamentos de qualidade e equipamentos de diagnóstico. Essas melhorias mandariam um sinal aos turistas de que eles estarão em boas mãos caso ocorra uma emergência sanitária (Goretti et al, 2021).

A Costa Rica e as suas medidas para a indústria do turismo. A Costa Rica é um país ibero-americano com uma reputação de respeito pelo meio ambiente mundialmente reconhecida e que tem feito esforços para avançar em direção ao turismo sustentável. Além disso, possui um sistema de saúde com um nível excelente, o que é uma vantagem no atual cenário de saúde. O governo

costarricense lançou um roteiro para reativar a indústria do turismo e para se adaptar ao novo normal. Este plano contém várias iniciativas que buscam restaurar a confiança dos viajantes e atrair novos visitantes (Goretti et al, 2021):

- O Instituto de Turismo da Costa Rica (*Instituto Costarricense de Turismo - ICT*) lançou 16 protocolos de saúde e higiene para atividades relacionadas ao turismo. A adoção dessas medidas permitiu ao país obter o Selo de Viagem Segura do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC). Também forneceu aos turistas guias de boas práticas e um aplicativo móvel para compartilhar informações relevantes e melhorar a rastreabilidade, embora esta última seja voluntária.
- Para impulsionar a reativação do setor, o ICT lançou campanhas nacionais e internacionais. A campanha nacional “*Vamos a Turistar*” procurou incentivar o turismo nacional através de ofertas, descontos e opções de financiamento. Em julho de 2020, o Congresso aprovou uma lei para mudar vários feriados nacionais para segundas-feiras, estendendo assim os finais de semana entre 2020 e 2024, impulsionando a recuperação do setor. Por sua vez, para incentivar o turismo internacional, o governo lançou campanhas nos Estados Unidos, Canadá e França, promovendo a sua mensagem de “pura vida” como mentalidade e estilo de vida.
- Outras medidas se concentram em melhorar a experiência turística, por exemplo, oferecendo serviços a pequenos grupos com guias locais obrigatórios e um foco no turis-

mo sustentável. Além disso, o roteiro aprofunda os esforços para atrair investimentos estrangeiros diretos para o setor, transformando a província de Guanacaste em um polo turístico e promovendo o turismo marítimo.

Turismo cultural: elementos fundamentais para a sua recuperação

Tradicionalmente, as cidades têm desempenhado um papel protagonista no turismo cultural. Foram as primeiras a serem afetadas pela pandemia e também estão entre as mais prejudicadas por ela, devido às consequências lógicas de restrições e dos fechamentos no turismo urbano. No entanto, sendo também centros de inovação e criatividade, elas têm sido as primeiras a permitir que os seus moradores e as pessoas em todo o mundo tenham acesso à cultura de formas alternativas. Por outro lado, o turismo em áreas rurais oferece oportunidades de recuperação, especialmente para os viajantes que agora procuram lugares mais remotos e com menor concentração demográfica, bem como experiências ao ar livre que lhes permitam aprender sobre as culturas locais (WTO, 2021).

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT na sigla em português e WTO em inglês), soluções eficazes para enfrentar os desafios causados pela covid-19 requerem enfoques inclusivos em todos os níveis. É preciso reunir artistas e criadores, assim como profissionais do turismo e da cultura, o setor privado e as comunidades locais, e todos os atores relevantes para um diálogo aberto e voltado para soluções imediatas. Isto requer o apoio das autoridades políticas, pois elas são fundamentais para garantir

que as soluções propostas sejam implementadas (WTO, 2021).

O ponto positivo para o setor do turismo cultural – apesar das enormes dificuldades causadas pela crise sanitária – é que a situação obrigou ao setor a abandonar práticas não sustentáveis, recorrendo a modelos resilientes, inclusivos e que façam um uso eficiente dos recursos, o que contribui para o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Com base no exposto acima, a OMT faz várias sugestões de políticas para impulsionar a indústria do turismo cultural. Entre elas, destacam-se a valorização do papel da cultura como atração turística, a construção de uma força de trabalho mais resiliente através da transição para o digital e a ênfase na proteção da natureza como um aspecto fundamental para a recuperação do setor (OMC, 2021).

Seguindo essa mesma linha, pode-se afirmar que o Patrimônio Cultural, a partir da perspectiva do Desenvolvimento Sustentável, oferece alternativas para promover o turismo como uma ferramenta valiosa para o bem-estar integral das comunidades, com a participação dos diferentes níveis de governo, âmbito territorial, redes e atores envolvidos na proteção e apropriação social do patrimônio cultural. A riqueza social só pode ser concebida assumindo um equilíbrio social, econômico e ambiental. O Turismo Sustentável, a partir do Patrimônio Cultural baseado no modelo dos Itinerários e Rotas Culturais, constitui um modelo de referência já validado e reconhecido em âmbitos locais, nacionais e regionais, constituindo uma alternativa de especial interesse para o trabalho no campo da cooperação internacional.

O surgimento da pandemia da covid-19 marcou uma nova dimensão em torno do Turismo e do Patrimônio Cultural, apelando para fortalecer a realização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, através de formas de vida socialmente justas, ambientalmente adequadas e economicamente viáveis. Neste âmbito, a OEI colabora com o Instituto Europeu de Itinerários Culturais para divulgar a metodologia utilizada no Conselho da Europa para que seja conhecida em território ibero-americano.

Fontes: Goretti, M., Leigh, L., Babii, A., Cevik, S., Kaendera, S., Muir, D., Nadeem, S. & Salinas, G. (2021). *Tourism in the post-pandemic world: economic challenges and opportunities for Asia-Pacific and the Western Hemisphere*. Washington, DC: International Monetary Fund, 2021. Departmental paper series; World Tourism Organization. (2021). UNWTO Inclusive Recovery Guide – Sociocultural Impacts of Covid-19, Issue 2: Cultural Tourism, UNWTO, Madrid.; World Travel and Tourism Council (WTTC). (2020). *To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19*.

C A P Í T U L O X

BIBLIOGRAFIA



Bibliografía

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1998). *Dialéctica de la Ilustración: Fragmentos filosóficos*. Madrid: Editorial Trotta.
- Ancine (2012). *Normativa 105, de 10 de julho de 2012*. Disponible em: http://www.lex.com.br/doc_23517838_INSTRUCAO_NORMATIVA_N_105_DE_10_DE_JULHO_DE_2012.aspx
- Ancine (2012b). *Normativa 106, de 24 de julho de 2012*. Disponible em: <https://ancine.gov.br/pt-br/node/7114>
- Ancine (2021). *Manual de Coproducciones*. Disponible em: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/manuais/coproducoes-internacionais/passopasso-para-coprodu-es-internacionais>
- Ancine (2021b). *Directrices para las productoras extranjeras*. Disponible em: <https://www.ancine.gov.br/es/coproducir-con-Brasil/directrices-para-las-productoras-extranjeras>
- Anuario de Estadísticas Culturales 2020*, Ministerio de Cultura y Deporte (España). Disponible em: <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:52801035-cc20-496c-8f36-72d09ec6d533/anuario-de-estadisticas-culturales-2020.pdf>
- Anuario Estadístico de Cuba 2019*, Cultura, edición 2020, Oficina Nacional de Estadística e Información. Disponible em: <http://www.onei.gob.cu/node/15006>
- Baldwin, F. (2020). *Trade conflict in the age of COVID-19*. Acessado em 7 de julho de 2021 em: <https://voxeu.org/article/trade-conflict-age-covid-19>
- BB-Business Bureau. (2020). *Mercado TV Paga & OTTs 2020*.
- Bell, D., & Oakley, K. (2015). *Cultural Policy*. Routledge.
- Benavente, J.M. y Grazzi, M. (2018). *Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe*. UNESCO Montevideo.
- BID (2020). *La pandemia pone a prueba a la economía creativa: Ideas y recomendaciones de una red de expertos*.
- BID (2020). *Teatros cambian de escenario ante la pandemia*. Disponible em: <https://www.iadb.org/es/mejorando/vidas/teatros-cambian-de-escenario-ante-la-pandemia>
- BID. (2018). *Launching an orange future: Fifteen questions for getting to know the creative entrepreneurs of Latin America and the Caribbean*.
- Buitrago, F., & Duque, I. (2013). *La economía naranja, una oportunidad infinita*. Washington, DC: Banco Interamericano de Desarrollo.

Casa América. *El carnaval en América Latina.* Disponível em: <https://casamerica.es/es/actualidad/el-carnaval-en-america-latina>

CDB. (2011). *Traditional Knowledge and the Convention on Biological Diversity.* Convenio para la Diversidad Biológica. Acessado em 10 de novembro de 2020 em: <https://www.cbd.int/traditional/intro.shtml>

CEPAL-OEI. (2012). *Avanzar en la construcción de un espacio cultural compartido: Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana.* Madrid: CEPAL/OEI.

CEPAL-OEI (2014). *Cultura y Desarrollo Económico en Iberoamérica.*

CEPAL (2021). *La paradoja de la recuperación en América Latina y el Caribe.* Acessado em julho de 2021 em: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47043-la-paradoja-la-recuperacion-america-latina-caribe-crecimiento-persistentes>

CERLALC (2018). *El espacio iberoamericano del libro 2018.*

CNCA (2015). *Sobre la construcción de una Cuenta Satélite de Cultura en Chile: recomendaciones.* Chile

Convenio Andrés Bello. (2015). *Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica.* Bogotá.

Cowen, T. (2011). *Creative economy.* In: Towse, R. (2011). *A Handbook of Cultural Economics, Second Edition.* Edward Elgar Publishing Limited.

Cuyppers et. al (2011). *Patterns of receptive and creative cultural activities and their association with perceived health, anxiety, depression and satisfaction with life among adults: the HUNT study, Norway.* Acessado em março de 2020 em: <https://www.researchgate.net>

DANE (2020). *Cuarto Reporte Economía Naranja.* Colombia.

DANE (2020). *Boletín técnico. Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja.*

DANE (2020). *Cuarto Reporte Economía Naranja.* Colombia.

De Beer. J. (2017). *Making copyright markets work for creators, consumers and the public interest.* In: Giblin, R. y Weatherall, K. (2017). *What if we could reimagine copyright?.* ANU Press.

DIMA (2018). *A MIDIA Research Report, March 2018.* Disponível em: <https://dima.org/wp-content/uploads/2018/04/DiMA-Streaming-Forward-Report.pdf>

Encuentro de Festivales Iberoamericanos de Artes Escénicas (EFIBERO) (2018). *Diagnóstico 2018.* Disponible en: <http://efibero.org/institucional/diagnostico>

Estatísticas Da Cultura 2019, Instituto Nacional de Estatística (Portugal). Disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=71882171&PUBLICACOESmodo=2

EUR-Lex. (2011). *Guidelines on horizontal cooperation agreements*. Acessado em 16 de julho de 2021 em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/%20HTML/?uri=URISERV:l26062&from=EN>

EY. (2015). *Cultural times: The first global map of cultural and creative industries*.

Frankel, S. (2018). *The creative sector and traditional knowledge*. In *Research Handbook on Intellectual Property and Creative Industries*. Edward Elgar Publishing.

García Canclini, N. (2002). *Las industrias culturales y el desarrollo de los países americanos*. Disponível em: <http://www.oas.org/udse/espanol/documentos/1hub2.doc>

Gates Foundation. (2021). *Foundation Fact Sheet*. Acessado em 30 de junho de 2021 em: <https://www.gatesfoundation.org/about/foundation-fact-sheet>

Goretti, M., Leigh, L., Babii, A., Cevik, S., Kaendera, S., Muir, D., Nadeem, S. & Salinas, G. (2021). *Tourism in the post-pandemic world: economic challenges and opportunities for Asia-Pacific and the Western Hemisphere*. Washington, DC: International Monetary Fund, 2021. Departmental paper series.

Gripsrud, J. (2017). *Understanding Media Culture*. Arnold Publishers.

Guerra, Pedro (2019). *Concentración de medios de comunicación. Conceptos fundamentales y casos de estudio*. Asesoría técnica parlamentaria, julio 2019. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.

Handke, C. (2018). *Intellectual property in creative industries: the economic perspective*. In *Research handbook on intellectual property and creative industries*. Edward Elgar Publishing.

Hesmondhalgh, D., & Pratt, A. C. (2005). *Cultural industries and cultural policy*. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 1-13.

Hopenhayn, M. (1994). *Industria cultural y nuevos códigos de modernidad*. *Revista de la CEPAL*, N° 54.

Iberarchivos. (2021). *¿Qué es Iberarchivos?* Acessado em 16 de julho de 2021 em: <https://www.iberarchivos.org/que-es-iberarchivos/>

Ibermedia (2021). <https://caaci-iberoamerica.org/pt-pt/quem-somos/programas/>

Ibermedia. (2021). *Programa Ibermedia: el espacio audiovisual iberoamericano*. Acessado em 16 de julho de 2021 em: <https://www.programaibermedia.com/>

Ibermuseos (2018). *Nuestro papel en el sector*. Disponível em: <http://www.ibermuseos.org/sobre/nuestro-papel-en-el-sector/#:~:text=Ibermuseos%20es%20el%20principio%20programa,instituciones%20existentes%20en%20la%20regi%C3%B3n>.

Ibermuseos (2021): *Museos en Iberoamérica*. Disponível em: <http://www.ibermuseos.org/recursos/publicaciones/panorama-de-los-museos-en-iberoamerica/>

IFPI (2019). *Global Music Report 2019*.

Instituto Latinoamericano de Museos-ILAM (2021): Disponível em: <https://ilamdir.org/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de la Argentina. (2019). *Informes técnicos*. Vol 4 nº145. Cuentas Nacionales Vol.4 nº 13. Cuenta Satélite de Cultura. Valor agregado bruto, comercio exterior, puestos de trabajo, generación de ingreso y consumo privado cultural.

International Air Transport Association (IATA). (2020). *Economic Performance of the Airline Industry*. 2020 End-year report.

Keeley, B. (2015). *De la ayuda al desarrollo. El combate internacional de la pobreza*. Esenciales OCDE. OECD Publishing, París.

Landes, W.M. (2011). Copyright. In: Towse, R. (2011). *A Handbook of Cultural Economics, Second Edition*. Edward Elgar Publishing Limited.

Lipovetsky, G. (2002). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.

Liu, X., Ornelas, E. & Shi, H. (2021). *The 2020 trade impact of the Covid-19 pandemic*. Acessado em 7 de julho de 2021 em: <https://voxeu.org/article/2020-trade-impact-covid-19-pandemic>

Mapa Cultural, Sistema de Información Cultural Costa Rica (Sicultura) (2021). Disponível em: <https://mapa.cultura.cr/>

Medida Provisional N.º 2228-1, de 6 de septiembre de 2001. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/mpv/2228-1.htm

Ministerio de Cultura y Deporte de España. (2020). Anuario de Estadísticas Culturales 2020.

Ministerio de Cultura y Juventud. (2018). *Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica. Metodología y Resultados*.

Ministerio de Culturas de Bolivia. (2016). *Estudio y proyección de la Cuenta Satélite de Culturas en tres ciudades de Bolivia*.

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile. (2020). *Iber-Rutas abre convocatoria para participar en Fondo de Ayuda Maleta Abierta "Desde Casa" 2020*. Acessado em 16 de julho de 2021 em: <https://www.cultura.gob.cl/convocatorias/iber-rutas-abre-convocatoria-para-participar-en-fondo-de-ayuda-maleta-abierta-desde-casa-2020/>

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2007). *Antecedentes para la construcción de una Cuenta Satélite de Cultura en Chile*. CNCA.

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2012). *Hacia una Cuenta Satélite de Cultura. Datos económicos sobre el desarrollo del sector cultural en Chile*. CNCA.

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2017). *Actualización del impacto económico del sector creativo en Chile*.

Naciones Unidas, División de Población, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. *Proyecciones al 1 julio de 2020 (junio, 2021)*. Disponível em <https://population.un.org/wpp/>

Naciones Unidas, Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial, Comisión de las Comunidades Europeas y Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos. (1993). *Sistema de Cuentas Nacionales*. Nueva York.

OBITEL (2020). *El melodrama en tiempos de streaming*. Observatorio Iberoamericano de ficción televisiva. Globo.

OCDE. (2021). *What is ODA? Official Development Assistance, OECD*. Consultado em 28 de junho de 2021 em: <https://www.oecd.org/dac/financing-sustainable-development/development-finance-standards/What-is-ODA.pdf>

OCDEb. (2020). *Culture shock: COVID-19 and the cultural and creative sectors*. Consultado em 12 de agosto de 2021 em: https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=135_135961-nenh9f2w7a&title=Culture-shock-COVID19-and-the-cultural-and-creative-sectors&ga=2.213052564.124594488.1628802497-713076389.1628802497

OECD. (2020). *COVID-19 and international trade: Issues and actions*. OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19). Consultado em 7 de julho de 2021 em: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/covid-19-and-international-trade-issues-and-actions-494da2fa/>

OEI (2016). *Estudio comparativo de cultura y desarrollo en Iberoamérica. Estado de las políticas públicas y aportes para el fortalecimiento de las economías creativas y culturales*. Madrid, España.

OEI. (2014). *Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica*. Disponível em: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/39948/1/CEPAL_OEI.pdf

OEI. (2017). *Estudio comparativo de cultura y desarrollo en Iberoamérica: Estado de las políticas públicas y aportes para el fortalecimiento de las economías creativas y culturales*.

OEI. (2021). *Evaluación del impacto del COVID-19 en las industrias culturales y creativas: una iniciativa conjunta del MERCOSUR, la UNESCO, el BID, la SEGIB y la OEI*. Informe Ejecutivo.

OEI-SEGIB. (2019). *XX Conferencia Iberoamericana de Ministras y Ministros de Cultura*. Disponível em: <https://www.segib.org/?document=declaracion-de-la-xx-conferencia-de-ministras-y-ministros-de-cultura-de-iberoamerica>

OEI-SEGIB. (2020). *Estrategia Iberoamericana de Cultura y Desarrollo Sostenible*. XXVII Cumbre Iberoamericana Andorra 2020.

ONU. (2019). *What is 'South-South cooperation' and why does it matter?* United Nations Department of Economic and Social Affairs. Consultado em 16 de julho de 2021 em: <https://www.un.org/development/desa/en/news/intergovernmental-coordination/south-south-cooperation-2019.html>

Palma, L. A., & Aguado, L. F. (2010). *Economía de la cultura. Una nueva área de especialización de la economía*. *Revista de*

Economía Institucional, vol. 12, n.º 22, primer semestre/2010, pp. 129-165.

Piñeiro, Teresa y Martín, Daniel (2018). Los estudios sobre radio: Un balance desde la academia iberoamericana. *Revista Científica de Comunicación*, n.º 57, v. XXVI, 2018.

Pratt, A.C. (2008): 'Creative cities: the cultural industries and the creative class', *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography* 90 (2): 107–117.

Radrigán, J. (2015). *Sobre la Construcción de una Cuenta Satélite de la Cultura en Chile: recomendaciones.* CNCA.

Real, M. R. (1996). *Exploring media culture: A guide (Vol. 22).* Sage.

Schlesinger, P. (2018). *Whither the creative economy? Some reflections on the European case.* In *Research handbook on intellectual property and creative industries.* Edward Elgar Publishing.

Secretaría de Cultura de México (2021). *Sondeo para medir la percepción del impacto del COVID- 19 en el sector de las economías culturales y creativas en México.* Acessado em julho de 2021 em: <https://mexicocreativo.cultura.gob.mx/inicio/observatorio/sondeo-020/>

SEGIB. (2019). *Informe de los Programas, Iniciativas y Proyectos Adscritos de la Cooperación Iberoamericana.* Acessado em 16 de julho de 2021 em: <https://www.segib.org/?document=informe-de-los-programas-iniciativas-y-proyectos-adscritos-de-la-cooperacion-iberoamericana-pipas>

SEGIBa. (2021). *Declaración de Andorra: Innovación para el Desarrollo Sostenible – Objetivo 2030. Iberoamérica frente al reto del Coronavirus. XXVII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno de Andorra.* Disponível em: <https://www.segib.org/?document=declaracion-de-la-xxvii-cumbre-iberoamericana-de-jefes-de-estado-y-de-gobierno-andorra-2020>

SEGIBb. (2021). *Programa de acción de Andorra: Innovación para el Desarrollo Sostenible – Objetivo 2030. Iberoamérica frente al reto del Coronavirus. XXVII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno de Andorra.* Disponível em: <https://www.segib.org/?document=programa-de-accion-de-andorra-xxvii-cumbre-iberoamericana-de-jefes-de-estado-y-de-gobierno>

SEGIBc. (2021). *Compromiso de Andorra sobre Innovación para el Desarrollo Sostenible. XXVII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno de Andorra.* Disponível em: <https://www.segib.org/wp-content/uploads/Compromiso-Innovacion-ES.pdf>

Shingal, A. (2020). *Services trade and COVID-19.* Acessado em 7 de julho de 2021 em: <https://voxeu.org/article/services-trade-and-covid-19>

SinCA. (s.f.). *Cuenta Satélite de Cultura.* Disponível em: <https://www.sinca.gob.ar/CuentaSatelite.aspx>

(SIC MÉXICO, 2021). *Gobierno de México. Sistema de Información Cultural.* Disponível em: <https://sic.cultura.gob.mx/datos.php>

(SInCA, 2021). *Sistema de Información Cultural de la Argentina*. Disponible em: <https://www.sinca.gob.ar/default.aspx>

Solot, Steve (Org.) (2015). *Guía de Comisiones de Cine en Brasil: directrices básicas para la implementación y operación de una oficina de apoyo a las producciones audiovisuales en una ciudad o estado de Brasil Río de Janeiro*. Centro Latinoamericano de Capacitación, 2015.

Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge University Press.

Towse, R. (2010). *A Textbook of Cultural Economics*. Cambridge University Press.

Towse, R. (2011). *A Handbook of Cultural Economics, Second Edition*. Edward Elgar Publishing Limited.

Towse, R. (2011). *Creative industries*. In: Towse, R. (2011). *A Handbook of Cultural Economics, Second Edition*. Edward Elgar Publishing Limited.

Towse, R. (2017). *Copyright Reversion in The Creative Industries: Economics and Fair Remuneration*. Colum. JL & Arts, 41, 467.

UNCTAD. (2008). *Creative Economy Report 2008*.

UNCTAD. (2018). *Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries*.

UNESCO & World Bank. (2021). *Cities, Culture, Creativity: Leveraging Culture and Creativity for Sustainable Urban Development and Inclusive Growth*.

UNESCO (1972). *Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural*.

UNESCO (2001). *Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural*.

UNESCO (2003). *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial*.

UNESCO (2010). *Políticas para la creatividad: Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*.

UNESCO (2020). *La cultura en crisis: guía de políticas para un sector creativo resiliente*.

UNESCO (2020a). *Culture & Covid-19. Impact & Response Tracker*. Issue 1, 15 April 2020.

UNESCO (2020b). *Culture & Covid-19. Impact & Response Tracker*. Issue 2, 22 April 2020.

UNESCO (2020c). *Culture & Covid-19. Impact & Response Tracker*. Special number, 3 July 2020.

UNESCO (2021). *Cultural and creative industries in the face of COVID-19: an economic impact*. Acessado em julho de 2021 em: <https://en.unesco.org/creativity/publications/cultural-creative-industries-face-covid-19>

UNESCO-UIS (2021): <http://data.uis.unesco.org>

UNESCO-UIS. (2009). *Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco 2009*. Instituto de Estadística de la UNESCO, Montreal.

Valiati, L., & Do Nascimento Fialho, A. L. (2017). *Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia I*. Porto Alegre: Editora da UFGRS/CEGOV.

Vargas Llosa, M. & Lipovetsky, G. (2012). *¿Alta cultura o cultura de masas?* Letras Libres, Julio 2012.

Vargas Llosa, Mario (2012). *La civilización del espectáculo*. Aguilar Chilena de Ediciones S.A, 2014.

Vignolo, A. y Van Rompaey, K. (2020). *Uruguay: una respuesta política a la graduación y a la Agenda 2030*. Fundación Carolina, Documentos de Trabajo 27/2020. Acessado em 23 de julho de 2021 em: https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2020/01/DT_FC_27.pdf

Watson, J., & Hill, A. (2012). *Dictionary of Media and Communication Studies*. London, Bloomsbury Academic.

Wilkinson et al. (2007). *Are variations in rates of attending cultural activities associated with population health in the United States?* Acessado em março de 2020 em: <https://bmcpublihealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/1471-2458-7-226>

World Economic Forum. (2016). *Factors for enabling the creative economy*.

World Heritage List Statistics, UNESCO (2021): <http://whc.unesco.org/en/list/stat/#s2>

World Travel and Tourism Council (WTTC). (2020). *To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19*.

OEI



NACIONES UNIDAS

CEPAL

Organización de Estados Iberoamericanos






Organização de Estados Ibero-americanos

Comisión Económica para América Latina y el Caribe



C/ Bravo Murillo 38
28015 Madrid, España
Tel.: +34 91 594 43 82
Fax.:+34 91 594 32 86

oei.int

 Organización de Estados Iberoamericanos
 Paginaoei
 @EspacioOEI
 @Espacio_OEI
 Organización de Estados Iberoamericanos