

O uso do método da valoração contingente para uma cesta de bens culturais no município de Canoas, Rio Grande do Sul

The use of contingent valuation method on a basket of cultural goods in the city of Canoas, Rio Grande do Sul



Judite Sanson de Bem

Economista, Doutora em História (PUCRS). Profª de Economia (UCS), Coordenadora do Curso de Economia e Profª do Mestrado em Memória e Bens Culturais (UNILASALLE)

jsanson@terra.com.br

Nelci Maria Richter Giacomini

Economista, Mestre em Economia (UFRGS), Profª Titular e Pesquisadora do IEPE/UFRGS– (Aposentada da UFRGS), Profª do Curso de Economia (UNILASALLE)

nelcig@uol.com.br

Recebido para publicação em dezembro de 2010.
Aprovado para publicação em junho de 2011.

Resumo

Fundamentando-se nos conceitos de teoria econômica, com base no método da avaliação contingente, este artigo apresenta resultados de um projeto que avaliou e quantificou o valor que 237 agentes econômicos do município de Canoas/RS – população público-alvo – atribuem ou estão dispostos a pagar por bens culturais, públicos ou quase públicos. O método utiliza-se de pesquisa direta aos consumidores e ou usuários, para montar uma escala de valores monetários (\$) para quantificar a importância/valor que os mesmos se dispõem a pagar. Concluiu-se que os canoenses demandam uma cesta de bens culturais concentrados, basicamente, em poucos bens culturais, sobretudo em outras saídas, como bares e boates, Internet, TV a cabo, livros, didáticos e cinema. No entanto estão dispostos a aumentar a demanda apenas nos bens de menor preço como outras saídas, Internet, livros, entre outros além de demonstrar que a disposição a pagar aumenta até determinada renda, o que corrobora com a afirmação da teoria econômica que a partir de determinado nível de consumo o indivíduo está satisfeito e reduz sua utilidade marginal na aquisição do produto.

Palavras-chave: Economia da Cultura; Brasil; Canoas; Método da Valoração Contingente.

Abstract

Basing on the concepts of economic theory, based on the contingent valuation method, this article presents the results of a research project on the evaluation and quantification of how 237 economic agents – the public audience – give or are willing to pay for cultural goods, public or quasi-public. The method is used to direct consumers to search and or users, to assemble a range of monetary values (\$) to quantify the importance and value that they are willing to pay. It was concluded that canoenses require a basket of cultural concentrated primarily in a few cultural assets, especially in other outlets such as bars and nightclubs, Internet, cable TV, books, textbooks and movies. However they are willing to increase demand for goods only at lower prices as other outlets, Internet, books, and others besides demonstrating that the willingness to pay increases until a certain income, which corroborates the statement of economic theory that from certain level of consumption the individual is satisfied and reduces their marginal utility in the purchase.

Keywords: Economy of Culture; Brazil; Canoas; Method of Contingent Valuation.

Introdução

A proposta da economia da cultura é avaliar o efeito multiplicador das atividades culturais na economia, ou seja, o impacto que esses investimentos geram, comparado ao que custou.

No entanto, nem todos os cidadãos de uma sociedade valorizam estas atividades da mesma forma, pois sua demanda depende de variáveis como renda, gosto e preferência e, sobretudo, no caso dos bens culturais, condições de acesso, dado a peculiaridade destes.

A ciência econômica disponibiliza instrumentais que permitem valorizar os bens culturais de diferentes formas, entre elas o método da valoração contingente, o qual os entrevistados declaram suas intenções de pagar pelos bens demandados.

Este trabalho tem por objetivo uma primeira discussão sobre a disposição dos canoenses no que se referem à demanda por bens e serviços culturais, expondo a sua cesta de consumo, os valores gastos e a sua intenção de aumentar ou não o consumo destes. Foi realizado um conjunto de 237 entrevistas com moradores do Município.

1 Cultura e Economia: Conceitos e Importância Econômica

As atividades culturais dentro da sociedade contemporânea ganham cada vez mais importância, impactando diretamente na economia em geral, ao gerar empregos e renda, produção e demanda, promovendo arrecadação de impostos e incremento no Produto Interno Bruto (PIB)¹.

A importância da cultura decorre do fato de ser um setor produtor de riqueza material, responsável pela formação da identidade dos indivíduos e dos povos. O crescente interesse pela temática deve-se ao número de países e organizações internacionais que vêm dedicando atenção à produção de conhecimento sobre as especificidades e potencialidades das atividades, direta ou indiretamente relacionadas à cultura, dentro de um contexto mundial e de evolução dos modos de produção, distribuição, consumo e de mudanças dos produtos culturais.

O ramo da ciência econômica definido como Economia da Cultura, constitui-se em um instrumental analítico para resolver questões ligadas aos efeitos econômicos da atividade cultural.

De acordo com Reis (2003) a relação entre cultura e economia é muito mais antiga do que possa parecer. Esses dois

O uso do método da valoração contingente para uma cesta de bens culturais no município de Canos, Rio Grande do Sul

Judite Sanson de Bem e Nelci Maria Richter Giacomini

conceitos foram unidos, a partir do século XX, na denominada Economia Criativa². A partir da década de 1950 até os dias atuais a economia criativa só evoluiu, vindo a se tornar uma das maiores fontes de comércio internacional.

Conforme Reis (2007), Ana Willian Baumol e Willian Bowen publicaram um estudo que lhes valeu a alcunha de precursores da economia da cultura – Artes performáticas: o dilema econômico (*Performing arts: the economic dilemma*)³ em 1969 – em que defenderam o subsídio às artes pelo fato destas serem atividades que utilizam o trabalho de modo intensivo. Ao contrário de outros setores, nos quais o emprego intensivo da tecnologia gera ganhos de produtividade e uma consequente redução nos custos, as companhias e as instituições culturais teriam seus custos relativos progressivamente mais elevados, mas se justificariam pelos impactos que causariam na demanda por mão-de-obra.

A busca da mensuração do impacto da cultura na economia pode ocorrer por intermédio dos efeitos que seus investimentos geram e deve ser considerada em conjunto, com toda a variedade de benefícios que esta oferece à região.

Segundo Reis (2007, p. 40) há quatro categorias de métodos para mensurar o impacto econômico da cultura na economia:

- *Estudos de impacto setorial*, que permitem avaliar a representatividade econômica de um setor específico, bem como simular e traduzir mudanças hipotéticas em indicadores econômicos. Os estudos setoriais analisam os diferentes elos da cadeia produtiva, identificando gargalos e atividades com maior potencial de vantagem competitiva. - *Estudos de impacto de projetos ou ações culturais* e seus desdobramentos na cadeia produtiva, avaliando o impacto na região. - *Métodos de preferência revelada*, quando os dados são levantados de forma objetiva, como é o caso do método de custo de viagem e de avaliação hedônica⁴. - *Métodos de preferência declarada*, aplicados com base em informações obtidas em entrevistas ou questionários. Nessa categoria, o método mais utilizado é o da avaliação contingente (*Contingent Valuation Method - CVM*)⁵.

Há duas formas de cultura, a da produção cultural material contida em livros, filmes, artesanatos e outros, e aquela que identifica um grupo de pessoas com valores compartilhados como por exemplo, times de futebol, nacionalidades, entre outros.

A cultura interage em uma série de setores que permeiam a existência humana, tais como: o turismo, a economia, a sociedade, o meio ambiente, e outros.

Mais recentemente, a cultura passou a ser considerada com maior ênfase como uma ferramenta para o desenvolvimento socioeconômico de um país uma vez que

O uso do método da valoração contingente para uma cesta de bens culturais no município de Canos, Rio Grande do Sul

Judite Sanson de Bem e Nelci Maria Richter Giacomini

cria efeitos multiplicadores nesta região. O entendimento dessa questão vem se firmando como um desafio, pois engloba os conceitos de indústria criativa e de economia criativa.

O conceito de economia criativa teve sua origem, inicialmente, no ano de 1994, na Austrália, e ganhou importância quando, em 1997, o então primeiro-ministro britânico Tony Blair, preocupado com as perspectivas econômicas de seu país no cenário competitivo mundial, diante de um quadro de decadência manufatureira, identificou treze setores que poderiam reerguer a economia nacional. A eles deu o nome de indústrias criativas.

No Brasil, a discussão sobre economia criativa teve início em abril de 2005, com a realização do Fórum Internacional de Indústrias Criativas, em Salvador. Em novembro de 2006 a questão ressurgiu com a inclusão de um módulo especificamente voltado à economia criativa, no Fórum Cultural Mundial realizado do Rio de Janeiro.

Os critérios utilizados pelo Instituto de Economia Criativa no Brasil (IECB), para definir as atividades orientadas pelo conceito criativo vão além do modelo britânico. Para o IECB, o que caracteriza uma empresa criativa é a sua capacidade de se organizar de maneira a inovar, ou seja, o

modo como desenha os processos, o modelo de negócios, como desenvolve os talentos.

1.1 Impactos da Cultura na Economia

A cultura e as artes movimentam parte da economia mundial. Segundo Reis (2003, p. 51):

As relações entre economia e cultura são revestidas de grandes polêmicas no mundo acadêmico. Para alguns, se a cultura for compreendida [...] como o que dá a um povo sua distinção (valores, hábitos, atitudes, criações), a economia seria parte da própria cultura. O que nos interessa aqui, porém, é a forma como o setor cultural impulsiona a economia de um determinado local ou sociedade. Toda e qualquer atividade que se desenrola dentro de uma região, envolvendo recursos para ser produzida e gerando um resultado, afeta a economia. A proposta da economia da cultura é justamente avaliar esse efeito multiplicador das atividades culturais, ou seja, o impacto que esse investimento gera, comparado ao que custou.

A relação entre economia e cultura constitui-se em um instrumento analítico para resolver questões ligadas aos efeitos econômicos da atividade cultural, como aquelas relacionadas à geração de emprego e renda, além das renúncias fiscais que envolvem o setor.

Ainda conforme Reis (2007, p. 53):

O Estado tem um papel múltiplo, que exige vontade política, qualificação institucional e recursos. Não se trata de reabilitar o Estado produtor de cultura, ou o Estado dirigista. Ao contrário. Parte-se do princípio de que o

O uso do método da valoração contingente para uma cesta de bens culturais no município de Canos, Rio Grande do Sul*Judite Sanson de Bem e Nelci Maria Richter Giacomini*

Estado pode e deve estimular um ambiente favorável ao desenvolvimento de empresas e criadores, para que o mercado possa ampliar-se e realizar seu potencial, não apenas de auto-sustentabilidade, mas de ganhos sociais [emprego, renda, inclusão são consumo de bens culturais].

O Estado tem como um dos seus objetivos o fortalecimento da economia da cultura, seja no desenvolvimento de regiões com potencial cultural, seja no planejamento das ações, na articulação dos agentes econômicos e criativos, na relação dos interesses dos agentes econômicos e dos interesses da sociedade, assim como na fiscalização das atividades.

Conforme Baracho e Reis (2008, p.130): “[...] do ponto de vista da economia, a expressão ‘cultura da economia’ identifica o conjunto de atividades econômicas relacionadas à cultura”.

Para executar as atividades culturais realizam-se dispêndios, como locação, restauração ou construção de imóveis, compra de equipamentos, contratação de serviços, entre outros. Ao estimular o turismo, existem os gastos de consumo de bens e serviços pelo público visitante. Esses dispêndios têm um efeito multiplicador sobre a renda e empregos gerados.

1.2 A Importância da Economia da Cultura

A economia da cultura dedica-se aos produtos e serviços que têm valor econômico e valor cultural. Como valor econômico pode-se citar aquilo que as indústrias culturais utilizam como matéria-prima (artesanato, artes visuais, artes cênicas, música e outros) na geração de produtos (livros, discos, filmes, fotografias e outros) e os equipamentos culturais onde são apresentados como: teatros, cinemas, museus, galerias de arte, entre outros.

Para Reis (2003, p. 36) a economia da cultura:

[...] abarca setores não ligados à cultura [como patentes industriais e tecnológicas]. As Indústrias Culturais incluem moda, música, audiovisual, *design*, *Web*, software, fotografia, atividades culturais nas áreas de teatro, museus, artes plásticas, danças, *shows*, e eventos relacionados ao lazer.

As indústrias culturais, do ponto de vista da cultura, tratam do conjunto de atividades culturais com impacto econômico. Pode-se incluir neste conjunto, qualquer prática cultural que, direta ou indiretamente, gere valor econômico. Além do valor, a cultura apresenta-se como um recurso ilimitado de uma sociedade, sendo um conceito ainda pouco explorado.

Reis (2003, p. 53) define como indústrias criativas: “[...] as que utilizam a criatividade individual para gerar direitos

O uso do método da valoração contingente para uma cesta de bens culturais no município de Canoas, Rio Grande do Sul*Judite Sanson de Bem e Nelci Maria Richter Giacomini*

de propriedade intelectual e, em decorrência, riquezas e empregos”. A autora observa que a definição abarca setores não ligados à cultura, tais como as patentes industriais e as tecnológicas.

O valor econômico de um museu pode ser representado por seu faturamento ou orçamento, acrescentado do impacto que gera na economia de uma região. Como valor cultural apresenta uma multiplicidade de fatores, como valor estético, social, de existência, espiritual, político e histórico.

As atividades culturais como artesanato, festivais, gastronomia, *shows*, espetáculos, cinema e outras empresas culturais provocam um impacto econômico positivo para a localidade.

Para o Ministério da Cultura (2009, p. 220) a economia da cultura:

[...] é um o setor que cresce, gera renda, exporta e emprega. Trata-se de um feito quantitativo e qualitativo. É ainda o setor que impacta positivamente, sobre outros setores igualmente vitais. Gera valor adicionado. Está baseado no uso de recursos inesgotáveis [como criatividade] e consome, cada vez menos, recursos naturais esgotáveis. Apresenta um uso intenso de inovações de impacto ao desenvolvimento de novas tecnologias. Finalmente, seus produtos geram bem-estar, estimulam a formação do capital humano e reforçam vínculos sociais e identidade.

A economia da cultura é um setor que cresce, gera renda, exporta e emprega, produz maior valor adicionado,

fundamentado na utilização de recursos inesgotáveis como é o caso da criatividade e consome menos recursos naturais esgotáveis.

Em síntese, a economia da cultura analisa como ocorre a produção cultural focalizando a cadeia produtiva e a qualidade dos produtos; indica caminhos para uma melhor distribuição dessa produção, analisa perfil de quem demanda e, conseqüentemente, consome produtos e serviços culturais, além de estudar o impacto de um determinado setor cultural na renda e no nível de emprego.

Resumindo, a economia da cultura ganha relevância, na medida em que pode servir como propulsor da viabilização da economia da criação e da indústria da cultura, fazendo com que possa tornar eficaz a lógica produtiva de geração de renda e emprego.

2 O uso do Método da Valoração Contingente para os moradores de Canoas, RS

Os bens e serviços culturais representam uma parcela importante na riqueza de muitas cidades, municípios e regiões, embora nem sempre considerado ou valorizado como um bem de natureza econômica e, portanto de natureza produtiva. Entre as diferentes formas de

O uso do método da valoração contingente para uma cesta de bens culturais no município de Canoas, Rio Grande do Sul

Judite Sanson de Bem e Nelci Maria Richter Giacomini

valorização das atividades culturais de uma localidade está a legislação, sua política cultural, incentivos, empresas que trabalham produzindo bens e serviços, entre outros.

2.1 Os números da cultura em Canoas

A Tabela 1 e Figura 1 apresentam os dados do número de pessoas por nível de salários relacionados à cultura canoense, entre 1998 e 2008.

A faixa salarial que apresentou maior crescimento no número de pessoas ocupadas foi a de meio a dois salários

faixas tiveram aumento de suas ocupações da cultura.

A Figura 2 apresenta os dados do número de empresas por nível de porte, relacionados à cultura canoense, entre 1998 e 2008. Por porte, percebe-se que em Canoas/RS, assim como no Brasil, há uma predominância das microempresas.

Em 2008 a média do número de empregados por empresa era de 11 pessoas, enquanto em 1998 a ocupação média era de apenas 5 pessoas. A partir de 2001 houve um incremento significativo do número de empresas em Canoas, vindo

Número de pessoas por nível de salários, relacionadas a Cultura – Município de Canoas,RS, 1998 – 2008											
Ano	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
De meio a dois salários mínimos	140	203	165	300	502	536	589	796	1067	1183	1218
Mais de 2 a 4 salários mínimos	208	270	268	249	395	439	645	618	807	822	801
Mais de 4 a 7 salários mínimos	92	125	127	112	163	195	223	215	293	258	280
Mais de 7 a 20 salários mínimos	82	100	74	40	159	178	169	191	189	156	150
Mais de 20 salários mínimos	17	17	11	5	12	12	15	18	28	39	35
Total	539	715	645	706	1231	1360	1641	1838	2384	2458	2484

Tabela 1: Número de pessoas por nível de salários, relacionadas à cultura - Município de Canoas/RS (1998-2008). Fonte: RAIS, 2009

mínimos (870%), enquanto a faixa de mais de 7 a 20 salários mínimos cresceu apenas 83%. No entanto, percebe-se que todas as

a decrescer a partir de 2006. Pode-se atribuir que, entre outros, este aumento está associado a legislação que criou o

O uso do método da valoração contingente para uma cesta de bens culturais no município de Canoas, Rio Grande do Sul

Judite Sanson de Bem e Nelci Maria Richter Giacomini

Conselho Municipal de Cultura e Patrimônio Histórico em Canoas.

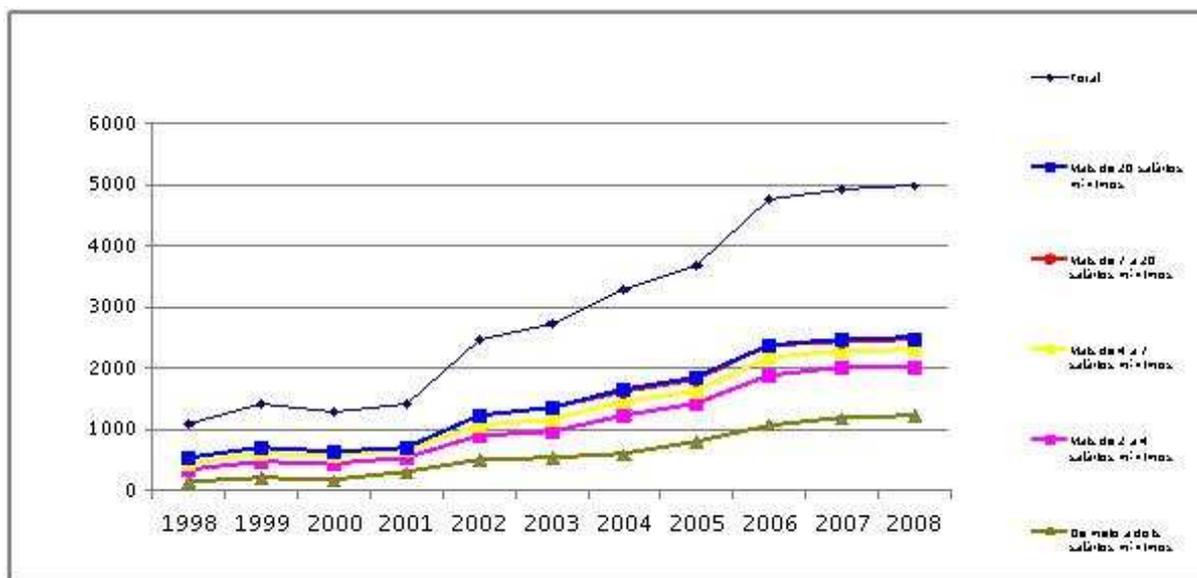


Figura 1: Número de pessoas, por faixa de renda (nível de salário), relacionados à cultura – Canoas/RS (1998-2008). Fonte: RAIS, 2009.

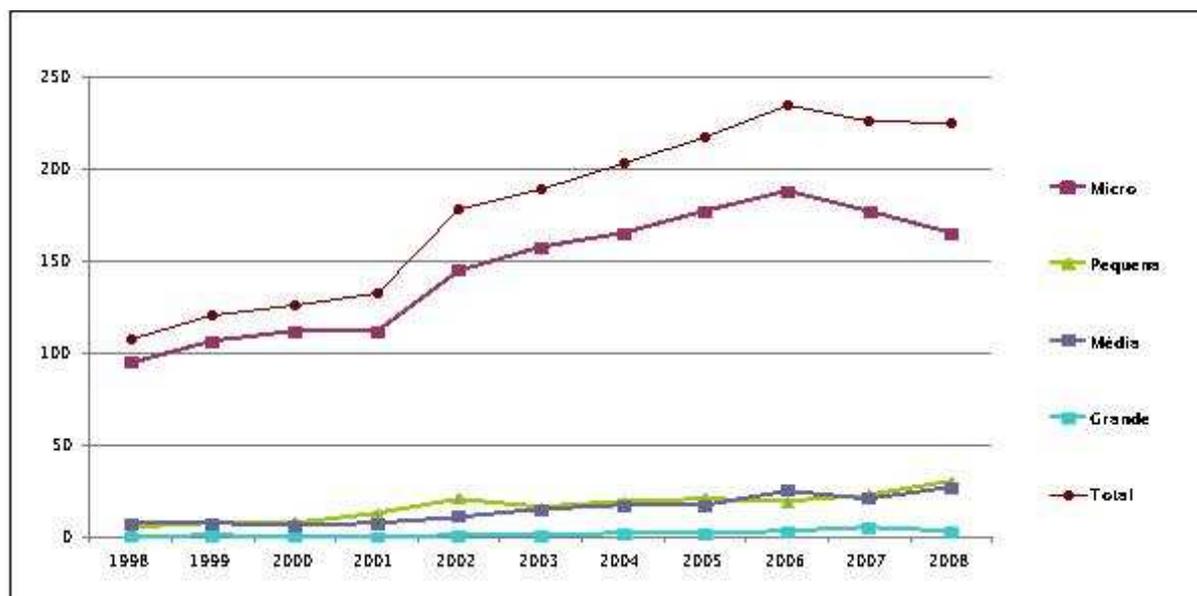


Figura 2: Número de empresas por porte, relacionadas à cultura – Canoas/RS (1998-2008). Fonte: RAIS, 2009.

2.2 A Valoração da Cultura em Canoas

Uma pesquisa com 237 entrevistas, nos meses de março e abril de 2009, foi conduzida entre residentes do Município de Canoas, Rio Grande do Sul com o

O uso do método da valoração contingente para uma cesta de bens culturais no município de Canos, Rio Grande do Sul

Judite Sanson de Bem e Nelci Maria Richter Giacomini

objetivo de estimar o valor econômico da cultura. Utilizando-se do Método de Valoração Contingente, o qual é uma forma de estimativa direta de valor de bens para os quais não existe mercado, foram realizadas entrevistas em diferentes bairros do Município.

Quanto à técnica de coleta de dados utilizada na pesquisa foi aplicado um questionário com questões previamente feitas, abertas e fechadas.

O questionário foi estruturado em quatro partes:

A – informações socioeconômicas sobre a pessoa entrevistada;

B – descrição dos bens e serviços culturais que se pretendia valorar;

C – consumo corrente e Valoração dos bens e serviços culturais;

D – informações sobre variáveis de percepção do entrevistado

O método de valoração econômica da cultura é parte do arcabouço teórico da microeconomia do bem-estar e aborda as preferências culturais dos consumidores (entrevistados) de um mercado hipotético cultural, permitindo uma análise dos custos e benefícios sociais e uma delimitação de investimentos públicos no setor cultural. Em geral, valorar economicamente os bens e serviços culturais consiste na ideia de determinar quanto melhor ou pior será o

bem-estar das pessoas devido as mudanças na quantidade de bens e serviços culturais, seja na apropriação por uso ou não.

A Valoração Contingente é considerada uma forma de estimar diretamente o valor de um bem ou serviço (bens e serviços culturais no caso).

A pesquisa exploratória (de campo) visa extrair, de uma amostra de indivíduos, seus valores da Disposição à Pagar (DAP) e seus valores da Disposição a Aceitar (DAA). No caso da DAP são pedidos aos entrevistados para imaginar um mercado cultural, onde estes possam comprar os bens e serviços culturais. No caso da DAA, os entrevistados declaram o quanto estariam dispostos a receber como mínima compensação por uma mudança na provisão dos bens e serviços culturais. Assim, assume-se que a variação da disponibilidade dos itens culturais altera a DAP ou a DAA dos agentes econômicos em relação àquele bem ou serviço complementar ou adicional.

Existe um grau de dificuldade na precificação de bens e serviços culturais não encontrados no mercado. Na medida em que se passa de valores de uso para os valores de não-uso esta dificuldade aumenta, pois as pessoas estão habituadas a fazer escolhas entre os bens ofertados no mercado.

O uso do método da valoração contingente para uma cesta de bens culturais no município de Canos, Rio Grande do Sul

Judite Sanson de Bem e Nelci Maria Richter Giacomini

Segundo Stampe, Tocchetto, Florissi (2009) existe uma dificuldade inerente de precificar bens para os quais não existe mercado. As pessoas estão habituadas a realizar escolhas constantemente entre bens de mercado; no entanto, quando se trata de bens sem preço de mercado, há muito pouca ou quase nenhuma experiência.

Dessa forma, muitas pessoas demonstram inabilidade em compreender completamente a pergunta de Valoração Contingente, o que impossibilita a obtenção de bons resultados.

Segundo os autores, a aplicação da MVC a bens culturais suscita outras questões específicas ao tema de economia da cultura. Como ponto de partida, deve-se pensar nas dimensões públicas da arte e dos bens culturais em geral (Tabela 2) como detentores dos seguintes valores conforme Frey apud Stampe, Tocchetto, Florissi (2009).

Valores	Atribuição ao indivíduo
Valor de educação	Está ligado à contribuição da cultura para o desenvolvimento do pensamento criador de uma sociedade.
Valor de existência	Refere-se aos benefícios advindos da mera existência da cultura, ainda que alguns indivíduos não participem de quaisquer atividades culturais.
Valor de herança	Refere-se aos benefícios auferidos da possibilidade de deixar um legado cultural às gerações futuras.
Valor de opção	Refere-se aos benefícios que decorrem da possibilidade de participar de acontecimentos culturais, ainda que de nenhum se participe.
Valor de prestígio	Surge na medida em que algumas instituições contribuem para o surgimento de um sentimento de identidade nacional ou regional

Tabela 2: Valores de atribuição de bens culturais ao (pelo) indivíduo. Fonte: Frey apud Stampe, Tocchetto, Florissi (2009).

Os resultados encontrados, depois de realizada a tabulação foram:

- o consumo dos entrevistados se concentra basicamente (79%), em sete itens culturais: Outras saídas 24%; Internet 20,3%; TV a cabo 8,0%, periódicos (jornais e revistas) 7,5%; livros 7,5%; didáticos 6,1%; e cinema 5,6% (Figura 3);
- a média de gastos, com o consumo de bens culturais, entre os entrevistados, foi de R\$ 53,00 por mês no item Outras Saídas (boates, danceterias etc.), R\$ 45,00 no item internet, TV a cabo com R\$ 18,00, periódicos R\$ 17,00, livros R\$ 16,00, didáticos R\$ 13,00 e cinema R\$ 12,00.

O uso do método da valoração contingente para uma cesta de bens culturais no município de Canos, Rio Grande do Sul

Judite Sanson de Bem e Nelci Maria Richter Giacomini

Percebe-se que os produtos culturais ligados às comunicações têm presença significativa no orçamento dos entrevistados, enquanto outros bens/serviços clássicos, como artes, vídeos, espetáculos ao vivo e artes, etc., têm pouca participação no consumo do canoense entrevistado (Tabela 3).

Quando os entrevistados foram questionados no sentido de “quanto a mais por mês, em Reais, estariam dispostos a pagar pelos itens culturais” os resultados foram: Outras Saídas (boates, danceterias etc.) com 24%, Internet 20%, TV a cabo 8%, Periódicos (jornais, revistas, etc.) 8%, Livros 7%, Didáticos e Cinema com 6% respectivamente em relação à DAP total. A Tabela 4, na próxima página, apresenta a DAP em Reais pelos diferentes itens da cultura.

Itens – Abril 2009	Consumo Total dispêndio normal (em Reais)	Consumo Médio(em Reais)	Participação do item no consumo Total em %
TOTAL DO CONSUMO	52.356	221	100
outras saídas (boate, danceteria etc.)	12.482	53	24
Internet	10.627	45	20
TV a cabo	4.209	18	8
periódicos (jornal, revista etc.)	3.935	17	8
livro	3.900	16	7
didáticos	3.196	13	6
cinema	2.944	12	6
música (instrumentos, shows etc.)	1.905	8	4
artes (teatro, dança, museus etc.)	1.787	8	3
cd, vinil, fita etc.	1.546	7	3
vídeo – conteúdo	1.493	6	3
fotografia, aparelhos óticos e audiovisual	1.134	5	2
acessórios de micro	1.120	5	2
espetáculo vivo e artes	605	3	1
micro computador	418	2	1
microinformática	300	1	1
audiovisual	231	1	0
equipamento de TV	199	1	0
circo	157	1	0
equipamento de som	99	0	0
indústria fonográfica	40	0	0
equipamento de vídeo	31	0	0

Tabela 3: Itens culturais de consumo do entrevistado (em Reais e %). Fonte: Dados de Pesquisa

O uso do método da valoração contingente para uma cesta de bens culturais no município de Canos, Rio Grande do Sul

Judite Sanson de Bem e Nelci Maria Richter Giacomini

Itens Culturais – Março de 2009	DAP (em Reais)	DAP Média (em Reais)	Participação do item na DA Total em %
TOTAL DA DISPOSIÇÃO À PAGAR DAP	84.154	355	100
outras saídas (boate, danceteria etc.)	19.557	83	23
Internet	12.156	51	14
livro	7.613	32	9
didáticos	6.270	26	7
música (instrumentos, shows etc.)	6.199	26	7
periódicos (jornal, revista etc.)	5.186	22	6
TV a cabo	5.179	22	6
cinema	4.747	20	6
artes (teatro, dança, museus etc.)	4.160	18	5
cd, vinil, fita etc.	2.556	11	3
vídeo – conteúdo	2.070	9	2
acessórios de micro	1.705	7	2
fotografia, aparelhos óticos e audiovisual	1.576	7	2
espetáculo vivo e artes	1.520	6	2
microinformática	955	4	1
micro computador	830	4	1
circo	625	3	1
audiovisual	621	3	1
equipamento de TV	301	1	0
equipamento de som	142	1	0
indústria fonográfica	140	1	0
equipamento de vídeo	48	0	0

Tabela 4: Itens culturais da disposição a pagar do entrevistado (R\$). Fonte: Dados de pesquisa.

Comparando o ranking do consumo e a disposição a pagar pelos bens culturais verifica-se que: outras saídas (boates, danceterias, etc.), Internet, Artes (teatro, dança, museus, etc.), Cd, Vinil, Fita, etc. mantiveram a mesma posição.

Para Livros e Didáticos manifestaram um aumento de quase 100% na DAP em relação ao consumo, passando da 5ª e 6ª posição para a 3ª e 4ª ordem respectivamente (Tabela 5).

Itens Culturais – Março de 2009	Ranking da Consumo	Ranking da DAP
outras saídas (boate, danceteria, etc.)	1	1
Internet	2	2
TV a cabo	3	7
periódicos (jornal, revista, etc.)	4	6
livro	5	3
didáticos	6	4
cinema	7	8
música (instrumentos, shows, etc.)	8	5
artes (teatro, dança, museus, etc.)	9	9
cd, vinil, fita etc.	10	10

Tabela 5: Ranking dos itens culturais no consumo e na DAP. Fonte: Dados de Pesquisa.

O uso do método da valoração contingente para uma cesta de bens culturais no município de Canos, Rio Grande do Sul

Judite Sanson de Bem e Nelci Maria Richter Giacomini

A tabela 6 mostra que os valores da DAP crescem à medida que aumenta a renda, exceto para a faixa de renda mais elevada (10 ou mais salários mínimos - 6 entrevistados para esta faixa de Renda). Isto confirma que o valor dos bens e

serviços culturais está associado à capacidade de pagamento da população entrevistada. Na pesquisa observou-se que a partir da faixa de renda 6 a 9 mínimos há uma saturação do consumo, fazendo com que um maior poder de compra não se traduza em consumo cultural mais elevado.

Faixa de Renda (SM Nacional)	Faixa de Renda (Ponto Médio) em Reais	Número de Entrevistados por faixa de renda	Consumo Médio Corrente em Reais	Disposição à Pagar Média(DAP) em Reais	Variação % (Consumo Corrente/DAP)
De 1 a 2 salários mínimos	698	138	183	229	+ 24,89
Entre 3 e 5 salários mínimos	1860	25	259	500	+ 93,27
Entre 6 e 9 salários mínimos	3488	46	336	659	+ 95,82
10 ou mais de 10 salários mínimos	6975	6	363	414	+ 14,09*

Tabela 6: Variação de consumo por faixa de renda (total dos itens culturais). Fonte: Dados de pesquisa.

Quando os entrevistados foram questionados sobre os motivos da DAP, obteve-se que a mesma está diretamente relacionada com o tipo do produto, tais como: gosto, oferecer cultura, entretenimento e estar satisfeito com o atual consumo. No entanto pode-se salientar que muitos entrevistados não forneceram respostas ou desconhecem os motivos. Os produtos que melhores motivos foram alegados quanto a sua disposição a pagar foram: outras saídas, cinema, periódicos (jornais e revistas).

Além destas análises foi possível verificar:

- quando aumenta o nível de escolaridade dos entrevistados há uma variação positiva tanto do consumo quanto da disposição à pagar;
- o mesmo ocorre com a variável renda, ou seja, quando aumenta o nível de renda dos entrevistados há uma variação positiva tanto do consumo quanto da disposição à pagar;
- os entrevistados que atribuíram maior importância à cultura também aumentaram seu consumo, mas não na mesma intensidade que a disposição a pagar, ou seja, a DAP é menor que a disposição a consumir os bens culturais;

O uso do método da valoração contingente para uma cesta de bens culturais no município de Canos, Rio Grande do Sul*Judite Sanson de Bem e Nelci Maria Richter Giacomini*

- os entrevistados que trabalham estão dispostos a consumir mais bens culturais, mas a pagar menos;

O modelo final mostrou uma relação positiva entre a DAP e a renda, entretanto o valor do coeficiente revelou-se de pouco impacto nesta estimação. Com relação a idade verificou-se que os entrevistados com maior idade estão dispostos a pagar menos. O nível de instrução condiz com o esperado: estão dispostos a gastar mais quanto maior o nível de instrução (escolaridade).

Considerações finais

Sendo a cultura compreendida como todas as formas de expressão artística e todo o patrimônio material e simbólico da sociedade, tal conjunto é essencial para a memória e a identidade do país.

A cultura não é apenas algo que dá prazer, que entretém o ser humano, mas também é o meio de construção de valores, identidades em que os indivíduos e a sociedade podem usufruir de uma existência intelectual, moral e afetiva, na medida em que as atividades culturais estimulam a imaginação, a autoestima, a sensibilidade e as capacidades crítica e criativa.

Outra dimensão da cultura, pela qual toda a sociedade se beneficia, é a econômica. As atividades culturais como artesanato, festivais, gastronomia, *shows*, espetáculos, cinema, entre outras, promovem um impacto econômico positivo para a localidade onde são realizadas. Para executar as atividades culturais é necessário ações, como: ser uma atividade jurídica, contratar mão-de-obra, realizar dispêndios, como locação, restauração ou construção de imóveis, compra de equipamentos, contratação de serviços, entre outros.

Além disso, a cultura também está associada a atividades como o lazer, o turismo, o setor externo e, nessas situações, sempre existe os gastos de consumo seja de *souvenirs*, pelo público visitante ou a necessidade de receber os visitantes, oferecendo oportunidades culturais para divulgar os costumes, danças, entre outros. Todos esses dispêndios têm um efeito multiplicador sobre a renda e, conseqüentemente, são gerados empregos. Assim, a cultura também se configura como uma importante forma de inclusão social e cultural de diferentes setores e segmentos da sociedade, amenizando assim, o desemprego e a pobreza.

Canoas, por sua importância econômica e social no estado do RS,

O uso do método da valoração contingente para uma cesta de bens culturais no município de Canos, Rio Grande do Sul

Judite Sanson de Bem e Nelci Maria Richter Giacomini

apresenta-se como um mercado crescente em termos de emprego, grande número de empresas de microporte e uma expansão de atividades no setor em destaque.

Como decorrência do trabalho realizado no município, com o objetivo de verificar qual o valor que os munícipes atribuem à cesta de bens culturais que consomem, o trabalho concluiu que os entrevistados canoenses:

- concentram suas compras de bens culturais em 7 itens, quais sejam: saídas como bares, boates, zoológico; Internet; TV a cabo; compra de livros e materiais didáticos e cinema;
- a despesa média do grupo entrevistado, com bens culturais, era de R\$ 221,00 (ao redor de 43,3% de um salário mínimo nacional);
- se pudessem não aumentariam o consumo de todos os bens culturais já adquiridos, mas apenas alguns itens, como TV a cabo, e revelaram um gosto adicional e crescente por música, leitura de livros e a compra de didáticos;
- neste sentido a disposição a pagar, passaria de R\$ 221,00 para R\$ 355,00, ou seja, um aumento de R\$ 134,00 (variação de 26,3%);
- dentre as diferentes faixas de renda a maior disposição a pagar está naqueles que recebem entre seis e nove salários

mínimos, reduzindo-se à medida que a renda atingiu a faixa maior, o que significa que a mesma já encontra-se satisfeito com a cesta que consome e não visualiza incrementos de satisfação se consumisse mais (Utilidade Marginal decrescente).

Referências

- BARACHO, Maria Amarante Pastor; REIS, André. *Estado, Cultura e Mercado na era da globalização: Reflexões e Possibilidades*. Belo Horizonte: [S. ed.], 2001. Disponível em: <http://www.duo.inf.br/culturaonline/arquivos/baracho_e_reis.pdf> . Acesso em 30 mar. 2008.
- BRASIL. MINISTÉRIO DA CULTURA – MINC. *Estatísticas. Lei Rounet*. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/02/mecenato-captacao-de-recursos-por-ano-e-area-cultural.pdf>. Acessado em 13 setembro de 2009.
- BRASIL. MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, *Bases Estatísticas RAIS / CAGED - Acesso Online*. Disponível em: <<http://sgt.caged.gov.br/index.asp>> . Acesso em: 10 de Outubro de 2009
- COELHO, Teixeira. *Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário*. São

O uso do método da valoração contingente para uma cesta de bens culturais no município de Canos, Rio Grande do Sul

Judite Sanson de Bem e Nelci Maria Richter Giacomini

Paulo: FAPESP, Iluminuras, 1997. p.215-245.

REIS, Ana Clara Fonseca. *Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003. p. 1-65.

_____. *Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura*. São Paulo: Manole, 2007. 354p.

SANDRONI, Paulo. *Novíssimo Dicionário de Economia*. São Paulo: Best Seller, 1989, p. 459.

STAMPE, Marianne Zwiling, TOCHETTO, Daniela Goya e FLORISSI, Stefano. .

Disponível em:

www.anpec.org.br/encontro2008/artigos/200807180032160-.pdf Acessado em: 10 agosto de 2009.

VALIATI, Leandro; FLORISSI, Stefano (orgs.). *Economia da cultura: bem-estar econômico e evolução cultural*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007. 118p.

² Economia criativa compreende as atividades que se fundamentam na criatividade humana, trazem a cultura em sua essência e acenam com a geração de riqueza e empregos. De modo geral, envolve as artes e tradições, as indústrias culturais e uma série de setores que se inspiram em cultura para gerar produtos funcionais, como arquitetura, moda, *design*, propaganda e jogos (REIS, 2007).

³ Tal obra não foi traduzida para o português.

⁴ “O método de precificação hedônica é específico ao contexto geográfico. Baseia-se no pressuposto de que as pessoas atribuem maior valor a locais agradáveis e busca analisar o impacto que um ambiente cultural tem na locação ou venda de imóveis, no preço de uma diária de hotel ou em serviços oferecidos” (REIS, 2007, p. 50).

⁵ “O principal método de preferência declarada é o método de avaliação contingente (*Contingent Valuation Method* – CVM). Sua maior vantagem é oferecer uma alternativa de mensuração de benefícios intangíveis, ao oferecer valores de não-uso. O CVM foi emprestado de um campo no qual a avaliação de benefícios é tão complexa como no cultural e compartilha sua lógica: o ambiental. Também nele questiona-se o retorno dos investimentos, o valor da preservação da diversidade, da valorização da identidade, da irreversibilidade da destruição de recursos” (REIS, 2007, p. 52).

¹ O Produto Interno Bruto (PIB): “Refere-se ao valor agregado de todos os bens e serviços finais produzidos dentro do território econômico de um país, independentemente da nacionalidade dos proprietários das unidades produtoras desses bens e serviços. Exclui as transações intermediárias, é medido a preços de mercado” (SANDRONI, 1999, p. 459).