

Gastos das Famílias com Cultura – Impressões Baseadas no Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2003, IBGE¹

A publicação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)², feita em parceria com o Ministério da Cultura, organiza e sistematiza as informações existentes nas pesquisas correntes produzidas pelo IBGE relacionadas ao setor cultural. Os dados referem-se ao ano de 2003 e foram extraídos das pesquisas Estatísticas do Cadastro Geral de Empresas, Pesquisas Estruturais Econômicas (indústria, comércio e serviços), Estatísticas Econômicas das Administrações Públicas, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) e Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF). Procuraremos analisar os gastos das famílias com o setor cultural com base nos dados da POF contidos na publicação.

Em primeiro lugar, cabe ressaltar que, conforme explicitado na introdução, a concepção de cultura adotada no estudo do IBGE está relacionada com as atividades econômicas geradoras de bens e serviços e à mensuração do valor dos produtos ofertados e consumidos. A face da cultura no Brasil, segundo essa vertente, é revelada pelo lado da produção, do consumo e do emprego. A insuficiência de dados estatísticos sobre o setor cultural e a sistematização dessas informações com base em pesquisas já existentes na instituição determinam seu viés econômico limitador da ampla esfera cultural, que deixa de contemplar questões tais como a prática cultural dos indivíduos, de que forma se apropriam da cultura, como utilizam os equipamentos culturais, qual a relação entre capital cultural e consumo cultural e a pluralidade de padrões de cultura, entre outras. As estatísticas sobre o consumo das famílias pouco informam sobre suas estratégias culturais, ou seja, de que forma se apropriam e usam produtos e serviços, além de não registrarem práticas culturais com as quais não é necessário despender recursos financeiros. Outro agravante é a inclusão de atividades indiretamente relacionadas ao setor cultural, inflando as estatísticas culturais com eixos tangenciais.

A Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) procura mensurar as estruturas de consumo, dos gastos e dos rendimentos das famílias, e possibilita traçar um perfil das condições de vida da população brasileira com base na análise de seus orçamentos domésticos. Além disso, outros dados são levantados a fim de caracterizar a população brasileira em termos de classe de rendimento, raça ou cor, sexo e nível de escolaridade. Para fins da pesquisa, realizada por amostragem e por meio de entrevistas, nas quais são investigados os domicílios particulares permanentes, sua unidade básica é denominada unidade de consumo, que compreende um único morador ou conjunto de moradores que compartilham da mesma fonte de alimentação ou compartilham as despesas com moradia. O período de realização da pesquisa em campo foi de julho de 2002 a junho de 2003. A pesquisa informa que, no Brasil, há 48.534.638 famílias, cujo tamanho médio é de 3,6 pessoas (3,3 para as da faixa de menor renda e 3,69 para as da faixa de maior renda). Note-se que os dados não são detalhados sob uma perspectiva espacial, ou seja, são tratados nacionalmente.

No caso específico do setor cultural, a POF permite tanto identificar as estruturas de gastos no setor como levantar algumas características dos gastos com bens e serviços culturais realizados pelas famílias brasileiras. A telefonia é um item de peso relevante nos gastos das famílias e, por isso, as estatísticas são apresentadas em duas versões. Com a inclusão da telefonia, a cultura aparece em quarto lugar nos gastos familiares, abaixo apenas dos gastos com habitação, alimentação e transporte. Em termos monetários, significa um custo médio mensal de R\$ 115,50, ou 7,9% das despesas, para um total de gasto médio mensal por família de R\$ 1.465,63. Com a exclusão dos gastos com telefonia, a cultura passa a ocupar a sexta posição nas despesas familiares, abaixo, além dos três principais grupos, das despesas com assistência à saúde e vestuário, o que significa um dispêndio médio mensal de R\$ 64,53, ou 4,4% dos gastos. O item cultura mantém a mesma posição quando se analisa a distribuição dos gastos das famílias por faixas de rendimento, com exceção apenas da última faixa (R\$ 225,75), na qual supera os gastos com vestuário, ficando abaixo do grupo educação. Percebe-se, da mesma forma, que, quanto maior a renda, maior o porcentual gasto com o grupo cultura. Assim, as famílias da maior faixa de rendimento (mais de R\$ 3.000,000), gastam 20 vezes mais com cultura do que aquelas da menor faixa (até R\$ 400,00).

¹ Texto escrito por Liliana Sousa e Silva e Lucia Maciel Barbosa de Oliveira, pesquisadoras do Observatório Itaú Cultural, em maio de 2007.

² IBGE. Sistema de informações e indicadores culturais 2003. Rio de Janeiro: IBGE/Diretoria de Pesquisas, 2006. 121 p.

Dentro do grupo cultura, o maior dispêndio das famílias é com telefonia, em todas as faixas de rendimentos (R\$ 50,97). Em seguida, a aquisição de eletrodomésticos ligados à atividade cultural (R\$ 17,25) e as atividades de cultura, lazer e festas (R\$13,82) são os dois grupamentos de maior peso na composição dos gastos familiares.

A inclusão do grupamento aquisição de eletrodomésticos ligados à atividade cultural – TV, DVD, videocassete – revela o peso significativo da cultura privada no Brasil³. Com base nos dados levantados pela Pesquisa de Informações Básicas Municipais (Munic), publicada pelo IBGE em 2005, percebe-se que, depois das bibliotecas públicas, presentes em 85% dos municípios brasileiros, estão as videolocadoras, presentes em 77,5% dos municípios. Em contrapartida, as salas de cinema são encontradas em apenas 9,1% deles. As práticas domiciliares têm papel relevante, como demonstram os dados. Outra informação importante, extraída da Munic, é o crescimento significativo dos provedores de internet, cuja presença nos municípios subiu de 16,4%, em 1999, para 46%, em 2005. Apesar disso, como revela a POF, os gastos com acesso à internet significam menos de 1% para as faixas até R\$ 1.000,00.

Na pesquisa de Isaura Botelho e Maurício Fiore sobre as práticas culturais e de lazer dos moradores da Região Metropolitana de São Paulo⁴, os dados apontam para uma correlação entre os praticantes de atividades públicas e privadas, ou seja, as práticas alimentam-se mutuamente: grandes praticantes externos são, também, grandes praticantes internos, assim como quem pratica poucas atividades culturais privadas pouco as pratica publicamente. As práticas culturais estão mais relacionadas com nível de escolaridade, faixa etária e renda. Em um país como o Brasil, em que a desigualdade de acesso aos produtos culturais e a má distribuição dos equipamentos culturais é significativa, o recurso aos equipamentos eletrônicos, visando à prática privada, não pode ser deixado de lado. As estatísticas revelam que, quanto menor a faixa de rendimento familiar, maior o porcentual gasto na aquisição de equipamentos eletrônicos. As práticas domiciliares – televisão, vídeo, música e leitura – são responsáveis por 85% dos gastos familiares, tomando-se por base a cesta de bens e serviços proposta pelo IBGE.

Como se percebe na pesquisa do IBGE, não há distinção entre cultura, lazer e entretenimento, devido, sobretudo, como explicitado anteriormente, ao eixo escolhido, focado na atividade econômica do setor cultural, agravado pela criação dos indicadores culturais com base em pesquisas correntes da instituição. Dessa forma, entre os itens arrolados nos gastos das famílias com cultura estão, além dos já indicados, artefatos de madeira e de decoração, brinquedos, jogos e material de lazer, serviços de TV por assinatura e internet, educação profissional e atividades de ensino.

A escassez de dados específicos sobre a cultura torna difícil aferir qual o grau de acesso a bens e serviços culturais com base nos gastos familiares levantados pela pesquisa. Se a cultura for tomada em sentido estrito, ou seja, as manifestações ligadas às diferentes linguagens artísticas, excluindo-se, portanto, as mídias eletrônicas e a internet, pouquíssimas informações poderiam ser extraídas dos dados do IBGE e, mesmo assim, os grupamentos são apresentados de forma mesclada: jornal, assinatura de periódicos e outras revistas; cultura e lazer; cinema; teatro e show, que significam um total médio mensal gasto pelas famílias brasileiras de R\$ 14,09, sendo R\$ 1,14 para as famílias da faixa mais baixa (rendimento de até R\$ 400,00) e R\$ 57,65 para a faixa mais alta (acima de R\$ 3.000,00).

No anexo I, ao final da publicação, há um detalhamento dos produtos da POF para o setor cultural, o que permite uma compreensão maior dos itens que compõem cada um dos grupamentos, sem especificação dos gastos. Dessa forma, detalhando-se o grupo cultura e lazer, aparecem os seguintes itens: cinema; teatro; show; parque de diversões; jardim zoológico; museu; locação de charrete; aluguel de quadra e campo; exposição (ingresso); circo; boate, danceteria e discoteca; piquenique (taxa); taxa de salto (paraquedismo); planetário; piscina em parque, reserva etc.; rodeio (ingresso); carregador de tacos de golfe; seresta; pista de patinação (ingresso); pesque-pague; título de turismo (mensalidade); passeio (ingresso); excursão escolar; colônia de férias (educação); biblioteca (mensalidade, multa etc.).

Um dado importante revelado pela pesquisa é o que relaciona nível de escolaridade da pessoa de referência e consumo cultural: o maior grau do primeiro determina o aumento do segundo. O maior peso da cultura ocorre, portanto, nas famílias com pessoa de referência de nível superior. A participação dos

³ Cultura privada é aquela praticada na esfera doméstica, contrapondo-se, dessa forma, à pública.

⁴ BOTELHO, Isaura e FIORE, Maurício. O uso do tempo livre e as práticas culturais na Região Metropolitana de São Paulo. Paper apresentado no VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais. Coimbra, set. 2004.

dispêndios culturais no dispêndio total das famílias é 36,8 vezes maior para as famílias cuja pessoa de referência tem mais de 11 anos de estudo. Em termos monetários, isso significa uma despesa de R\$ 33,67 para aqueles sem instrução, e de R\$ 391,65 para os com ensino superior. Para famílias com mais de uma pessoa com nível superior, os gastos sobem para R\$ 469,81. O detalhamento dos dados por grupamentos revela que, levando-se em conta o nível de escolaridade, os de nível superior gastam significativamente mais com itens como jornal, assinatura de periódicos e outras revistas, cinema e aquisição de equipamentos ligados à informática, embora menos em cursos de informática, em que o gasto maior é feito pelos sem instrução⁵.

Por outro lado, não há diferenças significativas nos gastos quando a perspectiva é o gênero: a despesa média mensal para as famílias cuja pessoa de referência é do sexo masculino foi de R\$ 117,12, contra R\$ 110,96 quando do sexo feminino. Levando-se em conta que a média salarial mensal é menor para as mulheres, elas gastam 7,1% com o grupo cultura, incluída a telefonia, e 3,7% excluindo-a, contra 6,2% e 3,5% para os homens. Ressalte-se que os dados apontam para a existência de 35.770.480 famílias cuja pessoa de referência é do sexo masculino e de 12.764.158 quando do sexo feminino. O detalhamento das despesas revela que os homens gastam mais do que as mulheres com aquisição de eletrodomésticos, brinquedos e jogos, festas, instrumentos e acessórios musicais, enquanto as mulheres gastam mais do que os homens em acesso à internet, cinema, teatro e show, boate, danceteria e discoteca e telefonia.

Se a análise for feita sob a perspectiva da raça ou cor da pessoa de referência, os dados revelam que as despesas foram maiores para as pessoas brancas (R\$ 146,66), em seguida para as pretas (R\$ 87,19) e, por fim, para as pardas (R\$ 76,20). Ainda nessa perspectiva, a distribuição das despesas apresenta diferenças significativas entre os grupamentos. No grupamento aquisição de eletrodomésticos tem-se 13,8% para as brancas, 19,1% para as pretas e 17,2% para as pardas. Em serviços de TV por assinatura e internet, os resultados são 5,3% para as brancas, 3,4% para as pretas e 2,9% para as pardas. No grupamento educação profissional e atividade de ensino, as pessoas pretas participam com 7,4% contra 6,6% para as brancas e 5,2% para as pardas. Levando-se em conta que o rendimento médio mensal é menor para as famílias cuja pessoa de referência é preta ou parda, tem-se que, em termos percentuais, pretos gastam mais com o grupo cultura, incluindo-se ou não o item telefonia: 6,8% e 3,9%, respectivamente, para os pretos, 6,4% e 3,6% para os brancos, e 6,1% e 3,3% para os pardos. A permanência da classificação por raça ou cor nas pesquisas do IBGE é discutível nos termos do debate atual que a compreende muito mais como um construto social sem bases científicas e com forte conteúdo político-ideológico⁶.

Os gastos culturais das famílias variam segundo certas características socioeconômicas e são determinados por um forte conteúdo simbólico. A pesquisa do IBGE permite uma pequena inserção nesse universo, mas necessita ser adensada com dados mais diretamente relacionados ao setor cultural para que possa, efetivamente, revelar os gastos com cultura das famílias brasileiras.

⁵ A clássica pesquisa de Pierre Bourdieu e Alain Darbel, realizada na década de 1960, já apontava que as relações entre a frequência a museus e as variáveis sobre públicos – categoria socioprofissional, idade ou local de moradia – reduzem-se quase totalmente à relação entre nível de instrução e frequência. BOURDIEU, P.; DARBEL, A. *L'Amour de l'art: les musées d'art européens et leur public*. 2. ed. rev. e ampl. Paris: Les Éditions de Minuit, 1969.

⁶ Ver MUNANGA, Kabengele. Uma abordagem conceitual das noções de raça, racismo, identidade e etnia. Disponível em: www.acaoeducativa.org.br. Acesso em 12 set. 2007.