



Universidade de Brasília
Faculdade de Administração,
Contabilidade e Economia - FACE.
Departamento de Economia

Determinantes do consumo de bens e serviços artístico-culturais no Distrito Federal

Larissa Marinho Ramos Silva Araujo

Brasília

2014



Universidade de Brasília
Faculdade de Administração,
Contabilidade e Economia-FACE.
Departamento de Economia

Determinantes do consumo de bens e serviços artístico-culturais no Distrito Federal

Larissa Marinho Ramos Silva Araujo

Monografia apresentada ao Departamento de
Economia da Universidade de Brasília como
requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Ciências Econômicas

Orientador: Moisés de Andrade Resende Filho.

Brasília

2014

ARAUJO, Larissa M. R. S.

Monografia: Determinantes do consumo de bens e serviços artístico-culturais no Distrito Federal: Universidade de Brasília

Orientador: Moisés de Andrade Resende Filho

Examinador: Ana Carolina Pereira Zoghbi

Monografia de conclusão de curso – UNB - Faculdade de Administração, Contabilidade e Economia (FACE) – Departamento de Economia.

1. Palavras-chave: consumo de cultura, bens culturais
2. Moisés de Andrade Resende Filho
3. Universidade de Brasília – UnB
4. Título do trabalho: Determinantes do consumo de bens e serviços artístico-culturais no Distrito Federal

Agradecimentos

Primeiramente agradeço a Deus por me dar força e capacidade para realizar essa monografia.

Gostaria também de agradecer todas as pessoas presentes em minha vida que contribuíram para que este trabalho fosse realizado: à minha família, namorado e amigos pela dedicação, amor e apoio, e aos professores Moisés de Andrade Resende Filho e Ana Carolina Pereira Zoghbi que me orientaram durante todo este trabalho.

Por último em especial gostaria de agradecer e dedicar esta monografia aos meu pais que sempre acreditaram na minha capacidade intelectual e que desde pequena me introduziram ao ambiente artístico sem o qual não poderia ser a pessoa sou e nem me interessar pelo tema que trato nesta monografia.

Resumo

Considerando a atividade artística e cultural como geradora de efeitos positivos sobre a sociedade e a economia, esta monografia pretende investigar os fatores determinantes do consumo de bens e serviços artísticos e culturais para a região do Distrito Federal (DF). Dessa forma, modelos são estimados por MQO e máxima verossimilhança (modelo tobit) com a variável dependente, despesa com bens e serviços artístico-culturais, sendo explicada pela renda domiciliar *per capita* e características do chefe do domicílio como, anos de estudo, idade, gênero, etnia, e religião. Para tanto, são utilizados dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2008/2009, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Os resultados apontam que o consumo de bens artístico-cultural no DF é, em grande parte, determinado pela renda domiciliar *per capita*, idade e religião protestante.

Palavras-Chave: economia da cultura, demanda, Distrito Federal.

Abstract

Artistic and cultural activities generate positive effects on the society and economy, which makes it important to investigate the determinants of the consumption of artistic and cultural goods and services in Federal District region. I estimate models by OLS and maximum likelihood (tobit model), where the dependent variable, the household expenditure in artistic-cultural goods and services, is explained by household income, and characteristics of the head of household, such as: years of schooling, age, gender, ethnicity, and religion. In so doing, I use and analyze data from the Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008/2009, which is conducted by the Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. The results indicate the consumption of artistic-cultural goods and services is largely determined by household income, age and protestant religion.

Keywords: cultural economics, demand, Federal District region.

Sumário

1. Introdução	7
2. Importancia da cultura na economia	8
2.1. Dimensão da cultura para a economia e para a sociedade	8
2.2. A relevância do Distrito Federal no cenário cultural brasileiro.....	11
2.3. Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílio.....	12
3. Revisão de Literatura.....	14
3.1. Economia da Cultura	14
3.2. Estudo dos determinantes do dispêndio com bens e serviços artístico-culturais.....	17
3.3. Dissertação “Análise do consumo de bens e serviços artístico-culturais no Brasil metropolitano”	19
4. Metodologia	21
4.1. Descrição do modelo.....	21
4.2. Fontes de dados	22
4.3. Descrição das variáveis utilizadas	24
- Despesa com bens e serviços artístico-culturais.....	24
- Rendimento domiciliar <i>per capita</i>	25
- Características do chefe do domicílio	25
4.4. Amostra	26
4.5. Métodos de estimação.....	26
- Modelos econométricos de estimação	26
- Censura nos dados	27
- Método MQO	28
- Metodo Tobit	28
5. Resultados	30
6. Conclusão	32
7. Referências Bibliográfica	32

1. Introdução

Neste trabalho se entende que cultura é um aspecto essencial à vida do ser humano, sendo, portanto, de grande relevância para a sociedade e, por consequência, para a economia. De fato, as atividades culturais geram efeitos positivos para a sociedade e possibilitam que haja desenvolvimento sócio-econômico. Partindo dessa ideia, esse trabalho investiga quais são as possíveis variáveis que afetariam o consumo artístico-cultural. Entende-se que os bens culturais são diferentes dos demais bens de consumo, visto que esses bens possuem características únicas associadas ao seu consumo, como o compartilhamento de conhecimento entre o artista que produz o bem e o consumidor. Portanto, com o intuito de avaliar esse consumo estima-se um modelo que conta com variáveis explicativas como características socioeconômicas, educacionais e demográficas do consumidor.

Este trabalho utiliza como fonte de dados para a realização das suas estimações a Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008/2009, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com foco no consumo artístico-cultural no Distrito Federal.

Essa monografia está dividida em quatro capítulos. O primeiro capítulo apresenta inicialmente uma noção da importância da cultura nos âmbitos sociais e econômicos. Em seguida, estabelece o contexto em que se realiza o estudo para o Distrito Federal e a realidade do consumo artístico-cultural nesta unidade da federação. No segundo capítulo é abordada a origem da economia da cultura e os fundamentos na literatura para a escolha das variáveis exploradas no modelo, além do trabalho que estimulou o estudo realizado por esta monografia. No terceiro capítulo é apresentada a metodologia, o modelo e os métodos de estimação utilizados para a execução do estudo. Por último, o quarto capítulo apresenta os resultados alcançados pelo trabalho.

2. Importância da cultura na economia

2.1. Dimensão da cultura para a economia e para a sociedade

O filósofo alemão Ernst Cassirer acredita que o conhecimento científico como se encontra nas ciências exatas não é a única forma de entender o mundo, mas é uma das muitas formas culturais possíveis de compreendê-lo. Ele estende a lógica da ciência para incluir outras formas de compreensão, como linguagem e arte. Cassirer toma um rumo longe da filosofia do conhecimento para uma filosofia cultural. Sua concepção de cultura está relacionada com as formas como os homens vão compreendendo, representando e se relacionando com os vários elementos componentes de sua existência: a crença, a religião, a linguagem, as ciências e as artes.

Assim, cultura expressa as manifestações de um povo nas diversas áreas da sua existência. A cultura proporciona através do contato com as manifestações artísticas como teatro, música, literatura, perspectivas diferentes sobre a realidade. O acesso a bens artístico-culturais democratiza o conhecimento, propicia reflexão e questionamento sobre diversos aspectos da vida. A cultura é um bem inestimável, que transmite conhecimento. Embora haja dispêndio monetário na aquisição, na produção e na divulgação da arte e da cultura, esse tipo de bem tem valor imensurável, considerando sua contribuição decisiva e permanente para a humanidade. Dessa forma, então, manifestações artísticas e culturais transformam a sociedade e por consequência a economia.

A cultura é plural e isso pode ser observado especialmente em um país como o Brasil, que possui dimensões continentais, sendo que cada região e camada social possui uma cultura diferente, todas inseridas na mesma nação. Assim sendo, percebe-se que a cultura é de extrema importância para a sociedade em geral. Além da qualidade

social de identificar um povo, uma sociedade, a cultura apresenta uma série de efeitos positivos sobre a economia.

A cultura vem ganhando destaque nos últimos anos como um aspecto que colabora para o desenvolvimento social e econômico de uma nação gerando uma série de externalidades positivas. Isso é percebido quando há investimento em cultura de forma geral, na produção, no consumo ou no surgimento equipamentos culturais como museus, teatros entre outros. Uma cidade ou região quando investe em cultura movimenta a economia, visto que ela pode além de produzir bens intangíveis como o conhecimento, a atividade cultural proporciona e incentiva o surgimento de outras atividades econômicas complementares à atividade cultural. Seus efeitos são percebidos na sociedade em geral, na renda, no emprego, nos transportes, no turismo. Esses efeitos ficam em evidência quando isso é repercutido na economia. “Em termos gerais, a revitalização de regiões por meio de incentivo à atividade artístico-cultural pode render-lhes um maior dinamismo, uma vez que essa atividade pode melhorar a imagem da localidade, tornando-a um destino da migração de capital e do estabelecimento de novos negócios (Perloff, 1979; Throsby,2001)” Diniz 2009. Com isso, percebe-se a importância das atividades artístico-culturais para a sociedade e economia.

Além desses efeitos há também trabalhos como o de BILLE, (2013) que destacam os efeitos positivos sobre outro aspecto da produção de bens e serviços artístico-culturais, a satisfação do próprio artista, que produz esses bens e serviços. Nesse trabalho, usando como amostra a Europa, os autores apresentam cálculos que demonstram que, apesar de artistas trabalharem mais horas e receberem menos, eles são em média mais satisfeitos e felizes com seu trabalho do que não artistas. Dessa forma percebe-se a relevância de se fazer um estudo com relação às dimensões e o alcance em todas as áreas que uma vida cultural pode trazer para a sociedade e tentar mensurar o que a sociedade privada e o Estado podem fazer para colaborar com essas atividades.

No Brasil, existem atualmente diferentes meios de incentivo à arte e a cultura, sendo um dos principais deles o incentivo fiscal. Políticas de incentivo à produção cultural sempre existiram, porém sem regulamentação. Dessa forma leis que regulamentam

políticas de incentivo à arte foram criadas, a primeira delas aprovada em 1986, a Lei número 7.505 mais conhecida como Lei Sarney, estabelecia benefícios fiscais à operações de caráter cultural. Esta lei foi revogada em 1990 por não atingir os objetivos propostos. Surgiram então outras leis, municipais e estaduais, que concediam deduções de impostos como no município de São Paulo o imposto sobre propriedade predial e territorial urbana (IPTU) e imposto sobre serviços (ISS). Desse modo, sentiu-se a necessidade de haver outra lei de fomento à cultura, assim em 1991 a Lei 8.313 também chamada de Lei Rouanet, foi sancionada com objetivo de substituir a Lei Sarney e corrigir suas falhas.

Com a Lei Rouanet surgiram inúmeros programas de incentivo a cultura. Desse modo, surge a necessidade de avaliar se essas formas de incentivo são eficientes, ou se haveria outros modelos de fomento a cultura que gerassem melhores retornos, como proposto por Champarnaud et al. (2008) sob a forma de investimento em educação artística pública. Deve-se avaliar também a quem se destina esse tipo de política e qual seria melhor forma de apoio a cultura, vinda do Estado ou da iniciativa privada.

Para se investigar a eficiência do modo de incentivo utilizado pelo Brasil, pode-se analisar as políticas vigentes em outros países como os Estados Unidos, que possuem um sistema de incentivo baseado em deduções fiscais sobre doações feitas à organizações culturais sem fins lucrativos. Observa-se que essa forma de incentivo leva à um auxílio dez vezes maior do que o Estado poderia conceder através do Fundo Nacional para a Arte¹, além de outra vantagem, que é a descentralização da decisão sobre os perfis de arte em que deve-se investir, (Rushton, 2000).

Isto posto, com as variadas formas de incentivos à cultura e à arte, surge a necessidade de se avaliar o custo dessas formas de incentivo e se os recursos públicos para a realização de tais políticas está sendo alocado de maneira eficiente.

¹ National Endowment for the Arts

2.2. A relevância do Distrito Federal no cenário cultural brasileiro

O Distrito Federal é um ente da federação que possui características únicas como o fato de não ser um estado nem possuir municípios. É um território independente que possui 30 regiões administrativas (segundo o Portal do Distrito Federal) sendo uma delas Brasília, a capital do país e sede do governo do Distrito Federal. As regiões administrativas têm alguma autonomia, porém dependem socioeconomicamente de Brasília. Por ser a capital, ela é sede dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário além de compreender uma série de órgãos públicos e embaixadas.

A cidade de Brasília foi planejada no governo do presidente Juscelino Kubitschek, no final da década de 1950, pelo urbanista Lúcio Costa e pelo arquiteto Oscar Niemayer e foi inaugurada dia 21 de abril de 1960. Posteriormente, em 1987, Brasília foi tombada sendo considerada pela *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) patrimônio cultural da humanidade. Considerando o ano em que Brasília surgiu, percebe-se que esta é uma cidade bastante jovem e que pelo fato de não ter surgido naturalmente, teve inicialmente que ser povoada por pessoas que vinham das mais diversas regiões do Brasil. A cidade então nasceu em meio a uma vasta diversidade cultural.

Além dessa diversidade decorrente da mobilidade de indivíduos de todo o Brasil para Brasília, soma-se a isso o fato de que, por ser a capital do país, abriga embaixadas de diversos países. Estas participam da construção cultural da cidade, trazendo contribuições artístico-culturais de seus países como exposições, concertos, filmes entre outros, e muitas vezes incentivarem e patrocinarem atividades culturais locais.

Pelo fato de Brasília ser o centro do poder, grande parte da sua força de trabalho é formada por funcionários públicos, o que proporciona à esses cidadãos benefícios como o da estabilidade financeira. Brasília possui o segundo maior PIB *per capita* quando comparado a outras capitais, no valor de R\$ 63.020,02 (IBGE, 2011) além de possuir um dos mais altos índices de desenvolvimento humano municipal – IDHM - do

país no valor de 0,824 (IBGE, 2010). Para aferir o nível de desenvolvimento humano de municípios os parâmetros são os mesmos do cálculo do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) – educação, longevidade e renda -, mas alguns dos indicadores usados são diferentes. Embora meçam os mesmos fenômenos, os indicadores levados em conta no IDH municipal são mais adequados para avaliar as condições de núcleos sociais menores, sendo que o índice varia de 0 a 1 (Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil, 2003).

Características como alta renda *per capita* somada ao perfil jovem, plural e receptivo do Distrito Federal mostram o ambiente propício a produção e consumo de bens artístico-culturais. Brasília conta com espaços e equipamentos culturais como Museu Nacional, Biblioteca Nacional, Teatro Nacional, Cine Brasília, Centro Cultural Banco do Brasil e CAIXA Cultural Brasília, além da cidade em si poder ser considerada um equipamento cultural.

Como este trabalho acredita que renda *per capita*, idade, educação afetam diretamente consumo de bens e serviços artístico culturais, como será apresentado nas próximas seções, o perfil de Brasília se mostra bastante adequado ao estudo que esta monografia pretende fazer e os resultados que esta espera alcançar.

2.3. Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílio

Uma pesquisa realizada pela Companhia de Planejamento do Distrito Federal – Codeplan – a Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílio (PDAD) disponibiliza dados referentes ao perfil socioeconômico dos moradores das 31 regiões administrativas do Distrito Federal (a Codeplan que considera a Fercal como sendo uma região administrativa). A pesquisa mais atual é a PDAD de 2013/2014, que ainda está em período de execução, sendo assim ainda não possui resultados divulgados para todas as regiões administrativas.

Dentre os vários aspectos analisados na pesquisa, o cultural é um deles. Há uma seção específica da pesquisa que é dedicada a aspectos culturais de cada região administrativa, como frequência a cinema, teatro, museu, biblioteca e preferência musical, além do hábito de leitura. O fato de a PDAD tratar com exclusividade cada região do Distrito Federal confere a pesquisa uma maior compreensibilidade dos dados.

Observa nos resultados da PDAD 2013/2014 que a frequência da população a teatro, museu, biblioteca e cinema é bastante baixa, sendo o último deles o mais frequentado de todos os equipamentos culturais mencionados. Na Ceilândia, 96,62% da população não frequenta teatro e 68,38% não frequenta cinema. Em Planaltina, 96,96% da população não frequenta teatro e 80,06% não frequenta cinema. Essa situação muda substancialmente quando se analisa outras regiões administrativas de maior renda per capita. No Lago Norte, 62,39% da população não frequenta teatro e 30,32% não frequenta cinema.

Além da frequência a equipamentos culturais, outro dado que merece destaque é o hábito de leitura, a frequência com que a população realiza leitura, e a média de livros lidos durante o período de 1 ano. Em regiões como Taguatinga somente 38,04% da população possui o hábito de ler, já na Samambaia o valor encontrado é de 24,18% e no Lago Norte o valor encontrado é de 72,01%, que contrasta bastante com os valores anteriores.

Esses resultados motivam questionamentos sobre quais fatores fomentam a frequência da população ao teatro, museu, cinema e tantos outros meios de acesso a cultura. Qual seria o motivo para a população não frequentar esses ambientes? Provavelmente a falta de acesso. Pode ser a falta de divulgação do espetáculo, falta de transporte para esses ambientes, preços altos dos ingressos e falta de contato prévio com estes bens. De fato, são inúmeros os motivos que possibilitam esses resultados. Este trabalho monográfico faz uma análise dos possíveis determinantes do consumo de bens e serviços artístico-culturais. Para, assim, contribuir com um melhor diagnóstico do problema e subsidiar políticas que promovam o acesso à cultura.

Cabe avaliar então a dimensão do alcance da cultura no Distrito Federal para melhor avaliar as políticas que estão sendo feitas se essas estão cumprindo seu papel ou se haveria espaço para melhoria.

3. Revisão de Literatura

3.1. Economia da Cultura

O estudo sobre a área da economia chamada economia da cultura é bastante recente, sendo 1966 considerado o ano de seu nascimento, devido a publicação, nesse ano, do livro *Performing Arts: The Economic Dilemma* por Baumol e Bowen. Neste livro Baumol e Bowen (1966) apresentam a relevância do setor cultural para a economia. Os estudos sobre essa área são recentes, porém questionamentos sobre a importância da cultura sobre a economia são feitos desde o século XVI por autores como Bodin, Mandeville, e Galiani que estão entre os primeiros a especular sobre os determinantes dos preços das obras de arte. No geral os três autores interpretavam os bens artísticos como sendo bens de luxo, pois os bens de subsistência tinham preços que refletiam seus custos enquanto o preço dos bens fúteis eram determinados apenas pela demanda (Goodwin, 2008). O preço de uma peça de arte dependia de inúmeros fatores, que não somente custo. Mandeville (1732) apud Goodwin (2008) afirma que o valor de uma pintura não depende apenas do renome do pintor, mas também da escassez do seu trabalho, a quem pertence a pintura e se esta é fiel a natureza.

Já no século XVIII houve uma mudança na maneira de entender a importância da arte para a economia, para a política e para a humanidade. Para David Hume (1752) apud Goodwin (2008) o consumo de arte contribui para a vida pública e privada. Em uma nação onde não existe consumo de arte, os homens perdem o gosto pela vida e são inúteis para o público, dessa forma consumo de arte gera não somente externalidades positivas para a economia, mas também para a política e para a sociedade. Para o

autor cultura e arte eram fundamentais para a nutrição de valores cívicos virtuosos, apesar de retirar recursos da produção de bens com maior “utilidade”, os bens culturais contribuem para o bem-estar social.

Adam Smith também posteriormente ao seus principais trabalhos, *Teoria dos Sentimentos Morais* de 1759 e *A Riqueza das Nações*, de 1776 no trabalho *Essay on the Imitative Arts*, de 1795 aborda o tema e faz referência a importância da imitação, da interpretação da realidade para o consumo de arte. Apesar de que em sua obra sobre cultura, Smith não tenha feito um estudo aprofundado com nos dois trabalhos anteriores, a *Essay on the Imitative Arts* foi importante por apresentar uma preocupação com esse tema assim como David Hume, e outros que vieram antes deste.

Para o estudo proposto por este trabalho, além se entender a importância da cultura na economia se faz necessária a definição de alguns conceitos, e suas diferenças, como de cultura e arte. Throsby (2001) no livro *Handbook of the economics of art and culture* apresenta esses dois conceitos de forma objetiva. Cultura é definida, sociologicamente, como um conjunto de atitudes, crenças e valores comuns à um grupo e que o identifica como tal, e em um sentido mais funcional cultura é definida como práticas e produtos relacionados a atividades culturais. Essa segunda definição de cultura é na verdade uma manifestação da primeira em forma de bens e serviços. Throsby (2001) então partindo desta segunda definição conceitua arte como uma manifestação da cultura, dividindo a em arte performática (teatro, música, dança,...) e arte criativa (pinturas, esculturas, poesia,...). Apesar dessa definição, deve-se entender que nem todo bem cultural é bem artístico, pois existe um critério de qualidade a que o bem artístico deve ser exposto para ser classificado como arte como aborda Bille e Schultze (2008).

Para haver maior compreensão da importância das atividade artísticas e culturais para a economia é necessário entender como seu valor é representado. É bastante difícil mensurar o valor de um bem cultural, pois o valor deste não se dá apenas através de um valor monetário. Para Throsby (2001) bens culturais encarnam ou dão origem a formas de valor que não são totalmente representadas em termos monetários e que

não podem ser revelados nos mercados reais e contingentes - mercados contingentes são mercados hipotéticos criados em teoria para se atribuir valores a bens não comercializados na prática. Para ele, algumas características são básicas para identificar um bem cultural. São bens que promovem uma experiência, que possuem propriedade pública gerando externalidades positivas; bens que possuem propriedade intelectual e que dão forma a valor que não pode ser expresso em termos monetários. Isto pode ser percebido quando se observa que parte da produção artística realizada não objetiva fins econômicos e financeiros, mas sim o prazer da produção de um bem artístico, (Klamer, 2003). Sendo assim, os preços nesses mercados são compostos não apenas por questões objetivas, mas por questões subjetivas como a emoção e apreciação da obra. Klamer (2003), então, define bem cultural como um bem que carrega valor cultural, e que deriva seu significado de um grupo cultural específico, e do que ele simboliza, através de sua proveniência, unidade e distinção desse grupo.

Tratando de bens artísticos, além do valor cultural e do valor econômico e financeiro, identifica-se um valor advindo da habilidade que esses bens têm de propiciar o compartilhamento da criatividade do artista como espectador da obra (McCain, 2008), o que não pode ser traduzido em valores monetários. McCain (2006) acredita que o consumo de arte é que traz aprendizagem, portanto, o gosto que é adquirido com o tempo então é composto pelo conhecimento para o consumo de cultura e habilidades de assimilação de arte. Para o autor, agentes que foram expostos à cultura na infância consumirão mais arte do que agentes que não foram expostos à bens artísticos (Castelar et al., 2012). Segundo Champarnaud et al., (2008) pesquisas apontam que educação artística tanto na escola quanto na família aumenta a participação na arte.

Convencionalmente a microeconomia entende o valor de um bem de acordo com sua utilidade para o agente que o consome. Tal valor é expresso na forma de preços, que são definidos a partir das escolhas do consumidor, dadas por suas preferências e pelas restrições às quais o agente está sujeito. Porém foram feitos avanços na teoria do consumidor, como no trabalho de Stigler e Becker (1977), visando incluir questões de comportamento, sociais e culturais dentro do cálculo de maximização de utilidade

individual. Dentro dessa abordagem, os valores não econômicos, como o valor cultural ou o artístico de um bem podem ser reduzidos ao seu valor econômico ou de mercado, uma vez que as escolhas realizadas pelos consumidores exprimem suas preferências, as quais derivam de aspectos sociais e culturais, além dos puramente mercadológicos. Sendo assim, a propensão a pagar por um bem pode ser vista como uma aproximação do seu valor econômico, sendo que esse valor abarca também a avaliação cultural. Os diferenciais de preço podem ser então interpretados como representações dos valores artístico e cultural do bem. Além deste, outro trabalho sobre o que motiva o consumo de arte foi apresentado por Diniz e Machado (2011), onde o consumo de arte é embasado nas características do consumidor e em suas experiências passadas, na prévia exposição ao bem. Nesse sentido Diniz e Machado (2011) apresentam um modelo onde variáveis socioeconômicas, como renda *per capita*, variáveis demográficas, como idade, gênero, etnia, religião, e variáveis regionais afetam o consumo e, por consequência, o valor do bem cultural.

3.2. Estudo dos determinantes do dispêndio com bens e serviços artístico-culturais

Com o que já foi mencionado anteriormente, e por ser uma atividade de consumo diversas análises foram feitas sobre o dispêndio com bens artístico-culturais. Na microeconomia, os economistas partem do pressuposto de que o consumidor pode ordenar várias possibilidades de consumo de acordo com sua restrição orçamentária e suas preferências, com a finalidade de maximizar sua utilidade. Desse modo a função de utilidade é apenas um modo de representar ou resumir um ordenamento de preferências (Varian, 2006). Assim, surgem questionamentos quanto ao que determina essas preferências, e, com isto, estudos que buscam compreender como funcionam e quais fatores interferem nessas preferências.

Um dos fatores que contribuem majoritariamente para o consumo de qualquer tipo de bem é a renda do consumidor, visto que independente de seus gostos e preferências se não houver receita suficiente para adquirir um bem específico este consumidor não irá

consumi-lo Porém, outros fatores são relevantes para explicar o consumo de cultura, como prévia exposição a ela por meio da educação tanto formal quanto adquirida através da família. O trabalho de Searman (2006) apresenta uma série de estudos que atestam que educação é mais importante para o consumo de cultura do que renda. Segundo este artigo pesquisas sobre arte como o National Research Center of the Arts, Inc. (1976), que serviu de banco de dados para DiMaggio e Useem (1978) e para Ford Foundation (1974, Vol. II), contribuem substancialmente para a compreensão dos papéis relativos da educação e da renda em determinar a frequência a espetáculos de artes performáticas. Enquanto a hipótese de uma relação causal positiva entre educação e renda tem desafiado os esforços econométricos de separar os seus efeitos, a literatura não econométrica mais antiga é repleta de evidências de que o papel da educação é muito mais relevante do que aquele da renda. Apesar de a arte performática possuir algumas características diferentes dos demais tipos de arte, em sua essência ela ainda é um bem artístico-cultural e que também apresenta similaridades com os outros bens artísticos avaliados nesta monografia. Sendo assim o entendimento derivado de estudos sobre a relação entre renda e educação corroboram com a compreensão sobre outras atividades artísticas.

Para Becker e Tomes (1986) apud CHAMPARNAUD et al. (2008) a educação proveniente da família é relevante. Segundo esses autores tanto a biologia quanto a cultura são transmitidas de pai para filho,² uma codificada no DNA e a outra através da cultura da família. Para Brisin e Verdier (2001), pais socializam e transmitem sua cultura e suas preferências à seus filhos.³

Para a análise do consumo de bens culturais também foram consideradas outras variáveis como idade, gênero, etnia e religião. Dado que a demanda do consumidor

² Becker e Tomes (1986) apud CHAMPARNAUD (2008): “both biology and culture are transmitted from parents to children, one encoded in DNA and the other in a family’s culture.”.

³ Brisin e verdier (2001): “Parents socialize and transmit their preferences to their offspring, motivated by a form of paternalistic altruism (“imperfect empathy”).”

muda durante o tempo em decorrência da acumulação de capital humano e de mudanças no seu custo de oportunidade, idade se mostra uma variável relevante (Diniz e Machado, 2011). Por razões socioculturais, as variáveis: gênero, religião e etnia são fundamentalmente semelhantes, pois indivíduos de uma posição social específica podem possuir um nível passado de consumo, que implicariam em maior consumo presente (Gray (2003) apud Diniz e Machado (2010)).

Outro aspecto interessante a ser observado é sugerido por Searman (2006). Ele inclui no seu estudo também a variável orientação sexual, que não é utilizada nesta monografia. Porém isso mostra que é importante perceber como este tipo de estudo é amplo, e que permite a proposição de outras possíveis variáveis para o estudo do consumo de bens e serviços artístico-culturais.

3.3. Dissertação “Análise do consumo de bens e serviços artístico-culturais no Brasil metropolitano”

Esta monografia se propõe a fazer um estudo bastante semelhante ao realizado pela dissertação *Análise do consumo de bens e serviços artístico-culturais no Brasil metropolitano*, (Diniz, 2009).

No Brasil são raros os estudos envolvendo o consumo de arte e cultura, e grande parte dos estudos realizados fora do país sobre este tipo consumo são referentes às artes performáticas. Logo a dissertação realizada por Diniz, 2009, se mostra bastante atual e inovadora, incentivando a investigação e produção de novos trabalhos sobre essa área da economia que ainda precisa ser melhor explorada no Brasil.

Em seu trabalho Diniz (2009), faz uso de um modelo que conta com variáveis que representam características socioeconômicas, educacionais, demográficas e regionais para explicar o dispêndio domiciliar *per capita* com bens e serviços artístico-culturais no Brasil. A variável socioeconômica é representada no modelo pela renda domiciliar *per capita*; a educacional, pelos anos de educação formal do chefe do domicílio; a

demográfica, pelas características do chefe do domicílio como idade, gênero, etnia e religião; e, por último, a variável geográfica é representada por um índice referente a presença de equipamentos culturais específico para cada região. Os dados utilizados para a realização do estudo são da Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002/2003 e do Suplemento de Cultura da Pesquisa de Informações Básicas Municipais.

Em Diniz (2009) são utilizados três métodos de estimação, Mínimos Quadrados Ordinários, Tobit e Censored Least Absolute Deviations. Os dois últimos são métodos utilizados quando há problema de censura nos dados, no modelo tratado a censura se dá em relação ao grande número de domicílios que declara dispêndio nulo com bens e serviços artístico-culturais. As estimações foram feitas para o dispêndio com bens e serviços diretos e indiretos, segundo a diferenciação feita na dissertação.

Os principais resultados encontrados no trabalho indicam que o consumo artístico-cultural é desigualmente distribuído na população sendo determinado principalmente pela educação e pela renda do consumidor. Sendo essas variáveis indicadoras de estratos sociais mais elevados da população, que apresentam maiores possibilidades de exposição prévia a esses bens, sendo assim os estratos com maior acesso a bens artístico-culturais e com o consumo mais diversificado. Algumas características do chefe do domicílio influenciam o consumo desses bens, como idade e, dentre os domicílios que mais consomem, o gênero. O estudo ainda apresentou dois resultados importantes, grande divergência regional entre os domicílios que mais consomem os bens e serviços artístico-culturais, e que as variáveis geográficas influenciam mais o consumo que as características individuais dos consumidores.

O estudo que esta monografia se propõe fazer está em grande parte motivado pelo trabalho realizado por Diniz (2009) por considerar que o tema tratado na dissertação é relevante e fundamental para que se possam discutir os fatores relevantes e que contribuem para que o consumo artístico-cultural aumente e atinja todas as camadas socioeconômicas do país. Na monografia foram feitas algumas modificações a fim de adaptar o modelo de Diniz 2009 para o contexto explorado na monografia.

4. Metodologia

Esta monografia tem o intuito de examinar o consumo de bens e serviços artístico-culturais no Distrito Federal através de seus possíveis determinantes, sendo estes explorados minuciosamente mais a frente.

Os determinantes que esse trabalho analisa e considera como sendo de grande relevância e influência para que haja ou não dispêndio com bens e serviços artístico-culturais, são variáveis derivadas de características socioeconômicas, educacionais e demográficas, características que sugerem prévia exposição a esse tipo de bem.

4.1. Descrição do modelo

O modelo econométrico utilizado na presente monografia será o mesmo utilizado por Diniz (2009), porém com algumas modificações. Nesse modelo utilizaremos características socioeconômicas, educacionais e demográficas relacionadas ao consumidor para avaliar a relação dessas variáveis com o despesa domiciliar *per capita* com bens e serviços artístico-culturais. Assim, admiti-se que o consumo desses bens se estabelece da seguinte forma:

$$y_i = x_i' \beta + \varepsilon_i \quad (1)$$

onde y_i é a despesa domiciliar *per capita* com bens e serviços artístico-culturais, e no vetor x_i estão incluídas variáveis para as características socioeconômicas do domicílio (representadas pela renda domiciliar *per capita*), características educacionais do chefe do domicílio (representada pelos anos de educação formal) e características sócio demográficas do chefe do domicílio (idade, gênero, etnia, religião). O β representa o vetor de parâmetros a ser estimado, e ε_i denota o resíduo e i indexa a i -ésima observação.

A relação estimada é apenas parcial, uma vez que a despesa sofre influência de outros fatores e que não estão incluídos na regressão, como a qualidade do bem ou serviço, o

preço de seus substitutos entre outros. Esses fatores estariam incluídos no erro aleatório do modelo. Acredita-se que tais fatores não sejam correlacionados com as variáveis explicativas.

As unidades amostrais analisadas na amostra são os domicílios, por se entender que as decisões sobre o consumo artístico-cultural envolvem todos os moradores do domicílio. Apesar que as características do chefe do domicílio exercem grande influência sobre a decisão do domicílio em consumir esses bens. Partindo desse entendimento somam-se os valores da despesa total do domicílio com bens e serviços artístico-culturais e se divide o valor encontrado pela quantidade de moradores.

A variável dependente foi usada em sua forma logarítmica e assim como em Diniz (2009), escolheu-se trabalhar com o valor da despesa em oposição quantidade de bens consumidos, visto que essa decisão permite a agregação de bens mensurados por unidades diferentes.

4.2. Fontes de dados

Para a realização do estudo este trabalho fez uso da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A POF é uma pesquisa que obtém informações gerais sobre domicílios, famílias e pessoas, hábitos de consumo, despesas e recebimentos das famílias pesquisadas, tendo como unidade de coleta os domicílios, ela abrange o período de 1 ano. Nesse trabalho foi utilizada a POF 2008-2009 sendo esta a Pesquisa de Orçamentos Familiares mais recente executada pelo IBGE. Esta pesquisa demonstra possuir uma fonte dados bastante adequada para o estudo proposto por esta monografia por apresentar informações detalhadas sobre o hábito de consumo domiciliar da população brasileira e em especial nessa pesquisa a população do Distrito Federal.

A Pesquisa de Orçamentos Familiares de 2008-2009 é a quinta pesquisa sobre orçamentos familiares realizada pelo IBGE. Ela é bastante semelhante à POF 2002-2003 de âmbito territorial nacional, áreas urbana e rural, porém apresenta algumas diferenças quando comparada com as anteriores por apresentar aquisições não monetárias, avaliação subjetiva das famílias sobre sua qualidade de vida e variáveis antropométricas. A POF 2008-2009 permite então a análise da estrutura de gastos das famílias por meio de variáveis regionais, de classes de renda e do tipo de consumo.

Vale esclarecer que o conceito de “família” usado pelo IBGE é especificamente adotado no Censo Demográfico e demais pesquisas domiciliares refere-se a todas as pessoas moradoras do domicílio, ligadas por laços de parentesco, dependência doméstica ou normas de convivência, sem referência explícita ao consumo ou despesas. Entretanto, na maior parte das situações, a unidade de consumo da POF coincide com a “família”, segundo o conceito adotado no IBGE. A POF 2008-2009, buscando harmonização conceitual com as demais pesquisas, identificou, também, nos domicílios, as famílias, segundo o conceito adotado pelo IBGE (IBGE, 2011).

Conforme mencionado anteriormente, a Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009 contempla o período de 1 ano, tendo sido realizada entre os dias 19 de maio de 2008 e o 18 de maio de 2009. Durante esse intervalo de tempo a pesquisa definiu 4 períodos⁴ de tempo com a finalidade de melhorar a capacidade do informante de fornecer os valores das aquisições realizadas sendo eles, sete dias, trinta dias, noventa dias e doze meses.

⁴ Vide quadro B anexo.

4.3. Descrição das variáveis utilizadas

- Despesa com bens e serviços artístico-culturais

No modelo de regressão proposto, a despesa domiciliar *per capita* com bens e serviços artístico-culturais é a variável dependente. Esta corresponde ao valor agregado do gasto de todos os moradores do domicílio com esses bens e serviços dividido pelo número de moradores no domicílio.

Os bens considerados como bens artístico-culturais selecionados para este trabalho são os mesmo bens selecionados em Diniz 2009, porém diferentemente desta a monografia não fará diferenciação de classificação entre bens diretos e complementares. Todos os bens e serviços classificados nesta monografia como bens e serviços artístico-culturais estão expostos na tabela abaixo.⁵

Grupo	Produtos
Artigos de decoração	Esculturas, quadros, telas a óleo, artesanato decorativo
Idas a museus	Ingressos de museus
Idas a exposições	Ingressos de exposições
Idas a teatros	Ingressos de teatro
Idas a espetáculos	de dança Ingressos de espetáculo de dança
Idas a óperas	Ingressos de ópera
Idas a shows	Ingressos de shows e serestas
Idas a circos	Ingressos de circo
Idas a cinemas	Ingressos de cinema
Artigos de leitura	Livros não didáticos
Artigos de áudio	Fitas cassete, discos de vinil e CD's
Artigos de vídeo	Fitas de videocassete e DVD's

⁵ Vide quadro A anexo.

Artigos de leitura	Jornais, revistas, folhetos musicais e assinaturas de periódicos
Artigos de audiovisual	Taxas de videoclube, fitas cassete e de videocassete virgens
Instrumentos musicais e acessórios	Instrumentos musicais e acessórios como microfones, autofalantes, etc.
Cursos	Cursos de dança, música, desenho, pintura e teatro
Idas a boates e afins	Ingressos de boates, couvert artístico de bares e aluguel de locais
Serviços no domicílio	Acesso à Internet e televisão a cabo
Aparelhos de uso doméstico e pessoal	Eletrodomésticos como televisores, aparelhos de som, antenas parabólicas, videocassetes, microcomputadores, aparelhos de DVD, etc.; e eletroportáteis como rádios portáteis, rádio para carro, etc.
Móveis relacionados aos aparelhos de uso doméstico	Mesas para televisores, aparelhos de som, computadores, etc.
Outros	Serviços de fotografia (exceto para cerimônias familiares), fantasias, máscaras de carnaval.

Fonte dos dados básicos: IBGE: Classificação de produtos da POF 2008-2009

Para a realização da regressão foram utilizados valores deflacionados e anualizados das despesas com os bens e serviços listados na tabela acima.

- Rendimento domiciliar *per capita*

Nesse trabalho foi considerada a variável já disponibilizada pelo IBGE, renda *per capita* da unidade de consumo, que é formada pelos rendimentos totais, definidos como a soma dos rendimentos monetários e não monetários mensais da família dividida pelo total de membros da família. Vale ressaltar que os rendimentos e as informações a eles relacionadas são coletados segundo o período de referência de 12 meses.

- Características do chefe do domicílio

As características do chefe do domicílio foram definidas conforme sua capacidade de explicar a despesa com bens e serviços artístico-culturais como : anos de estudo, idade em anos, gênero (homem ou mulher), etnia (branco ou não branco) e por último, religião⁶ (católico, protestante e outras religiões).

Com exceção das variáveis, idade em anos e anos de estudo, as variáveis que caracterizam o chefe do domicílio entram como variáveis binárias na regressão, sendo considerado valor 1 quando a variável atender à característica em questão e 0 caso não atender. A referência para o valor 1 será: homem, branco, católico e protestante.

4.4. Amostra

A amostra analisada para a realização da regressão foi retirada, conforme mencionado anteriormente, da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) do Instituto Brasileiro de Geografia (IBGE).

4.5. Métodos de estimação

- Modelos econométricos de estimação

Foram estimados dois modelos econométricos, um por sendo um Mínimos Quadrados Ordinários (MQO) e o outro por Tobit. Sendo explicado a seguir o motivo da escolha por tais métodos, levando em conta o problema da censura nos dados.

⁶ Vide quadro C anexo.

- Censura nos dados

O problema de censura nos dados é decorrente do fato de que alguns domicílios declaram seu consumo como sendo nulo. Desse modo as informações referentes a essa variável são censuradas à esquerda.

Sendo y o valor verificado pela variável dependente, y pode ser considerado um valor não totalmente observado de uma variável dependente latente y^* , dado que $y=g(y^*)$. No caso da censura à esquerda, em que L é o valor-limite dos dados, $y=y^*$ se $y^*>L$, ou $y=L$ se $y^*\leq L$. No caso da variável dependente, despesa com bens e serviços artístico-culturais, o valor-limite de L é zero.

Os agentes econômicos querem maximizar sua utilidade. Sendo assim eles devem decidir quanto consumir de determinado bem e, para alguns agentes, dado às características de suas funções utilidade ou às restrições às quais estão sujeitos, a escolha ótima seria a solução de canto $y=0$, não consumir o bem.

A censura nos dados requer métodos de estimação que levem em conta essa característica. Na maioria dos casos de censura, o estimador de Mínimos Quadrados Ordinários (MQO) gera estimativas inconsistentes, visto que um de seus pressupostos básicos é violado: se $E[y^*|x]=x'\beta$ no modelo original, a censura implica que $E[y|x]$ é não linear em x e β . Como y não varia com os regressores x na região onde ocorre a censura, a magnitude dos coeficientes da regressão é subestimada, levando a estimativas enviesadas no sentido de zero (Diniz, 2009).

Apesar do que foi apontado, dado que na amostra estão inclusos entre os bens artístico-culturais bens que a grande massa da população do Distrito Federal tem acesso como, televisão e rádio, espera-se que haja apenas valores positivos para a variável que representa a despesa com esses bens. Sendo assim o MQO se mostra bastante apropriado para este contexto. No entanto, para melhor avaliar o modelo proposto será utilizado o método Tobit, que resolveria o problema da censura.

- Método MQO

Segundo Wooldridge (2006) o modelo Mínimos Quadrados Ordinários é um método para estimar os parâmetros de um modelo de regressão múltipla. As estimativas dos mínimos quadrados ordinários são obtidas pela minimização da soma dos quadrados dos resíduos.

Este modelo funciona sob algumas hipóteses: o modelo tem que ser linear nos parâmetros; a amostra, aleatória; a esperança do erro, zero; a colinearidade, não perfeita; homocedasticidade (significa que a variância do erro condicionada as variáveis explicativas é a mesma para todas as combinações de resultados das variáveis explicativas) e que seja normalmente distribuído. Essas hipóteses são necessárias para que os estimadores de MQO sejam não viesados.

- Método Tobit

Este método é bastante usado quando a amostra tem um valor truncado, quando há censura nos dados. O modelo Tobit é um modelo de uma variável dependente que assume o valor zero com probabilidade positiva, mas, de forma aproximada é continuamente distribuída sobre valores estritamente positivos. (Wooldridge, 2006)

O modelo Tobit descreve a relação entre uma variável dependente, não negativa, y_i e variáveis independentes x_i . O modelo supõe que existe uma variável latente, não observável, y_i^* que depende linearmente x_i através de um parâmetro β que determina a relação entre a variável independente x_i e variável latente y_i^* . Neste modelo assim como no MQO o erro é normalmente distribuído. A variável observável é igual à variável latente quando a variável latente é superior a zero e zero, caso contrário.

$$y_i = y_i^* \text{ se } y_i^* > 0$$

$y_i = 0$ se $y_i^* \leq 0$

quando $y_i^* = \beta x_i + \varepsilon_i$, $\varepsilon_i \sim N(0, \sigma^2)$

5. Resultados

Os resultados encontrados pelos métodos Mínimos Quadrados Ordinários (MQO) e Tobit estão apresentados na tabela 1:

Tabela 1 - Resultados da estimação – Métodos MQO e Tobit - Variável dependente : logaritmo da despesa domiciliar com bens e serviços artístico-culturais

	MAO	TO BIT
Log da renda domiciliar <i>per capita</i>	0.860*** (0.118)	0.860*** (0.118)
Características do Chefe da Família		
Anos de estudo	0.0138 (0.0217)	0.0138 (0.0216)
Idade em anos	-0.0185** (0.00821)	-0.0185** (0.00817)
Homem	0.032 (0.219)	0.032 (0.218)
Branco	-0.266 (0.229)	-0.266 (0.227)
Católico	0.0668 (0.298)	0.0668 (0.296)
Protestante	0.694** (0.344)	0.694** (0.342)
Constante	-1.967*** (0.760)	-1.967*** (0.756)
Observações	722	722

Desvio-padrão entre parênteses

* significativo a 10%; ** significativo a 5%; *** significativo a 1%

Fonte dos dados básicos: POF 2008/2009

O que se observa em primeiro lugar nos resultados é o fato de os valores dos coeficientes encontrados por ambos os modelos serem iguais. Isso ocorreu devido ao fato de que na amostra dentre os bens classificados como artístico culturais há bens que atingem amplamente a população do Distrito Federal como televisão. Desse modo a população que deixou de consumir bens artístico-culturais foi inexpressiva.

Os resultados das estimações indicam que renda domiciliar *per capita*, idade e a religião protestante são significantes nos dois modelos. Um aumento de 1% na renda domiciliar *per capita* indicaria um aumento de 0,86% no consumo artístico-cultural. Já o aumento de 1 ano na variável idade indicaria um decréscimo de 1,85% no consumo artístico-cultural e por último o fato de ser protestante aumentaria 69,4% o consumo artístico-cultural.

Esperava-se que a variável anos de estudo, para cada ano de estudo 1,38% de aumento no dispêndio com bens e serviços artístico-culturais, fosse significativa, porém isso não foi encontrado. Isso acontece porque anos de estudos e renda são bastante correlacionados, o que acaba por justificar o fato de essas variáveis estarem neste modelo, pois conjuntamente são significantes. Essa correlação é recorrente neste tipo de modelo e haveria a possibilidade de ser resolvida, porém como mencionado no capítulo 3, é de difícil solução. Dessa forma esta monografia não entrará neste mérito visto que não é esta sua proposta.

6. Conclusão

Esta monografia se propôs examinar os determinante do consumo de bens e serviços artístico culturais para o Distrito Federal. Observa-se que o consumo artístico-cultural é determinado principalmente pela renda e pela idade. Além das características do chefe do domicílio como idade, que influencia negativamente o consumo conforme os anos aumentam e a religião protestante, que afeta positivamente o consumo.

Com esses resultados, pode-se concluir que como a renda é o grande determinante do consumo artístico-cultural, e por esse tipo de consumo ser bastante baixo, como exposto no capítulo 2, e ainda, considerando que esse tipo de consumo é positivo para a sociedade, o contexto atual do Distrito Federal de desigualdade social, assim como em tantas outras regiões do país, não contribui para que haja acesso em massa a esses tipos de bens.

Este trabalho espera ter podido contribuir para conscientização sobre quais seriam os possíveis fatores que viabilizam o acesso aos bens e serviços artístico-culturais no Distrito Federal. Visando motivar possíveis pesquisas e iniciativas que contribuam para a melhoria do acesso a cultura.

7. Referências Bibliográfica

Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil. **Entenda o cálculo do IDH Municipal (IDH-M)**, 2003.

BAUMOL, W.; BOWEN, W. **Performing arts: the economic dilemma**. Massachussets: Yale University, 1969.

BILLE, T. et al. Happiness in the arts – International evidence on artists' job satisfaction. *Economics Letters*, v.121, n.1 ,p. 15-18, 2013.

BILLE, T.; SCHULZE, G. G. Culture in urban and regional development. In: GINSBURGH, V. A.; THROSBY, D. (Eds.). **Handbook of the economics of art and culture**. 2. ed. Oxford: North-Holland Elsevier, 2008. p. 1051-1099.

BISIN, A.; VERDIER, T. **The economics of cultural transmission and the dynamics of preferences**. Journal of economic Theory, v.97, p. 298 – 319, 2001.

CASTELAR, I; CASTELAR, P; BENEVIDES A. **Determinantes do índice de consumo individual de consumo de cultura no Brasil**, 2012.

CHAMPARNAUD,L; GINSBURGH, V; MICHEL, P. **Can public arts education replace arts subsidization?** Journal of cultural economics, v.32, p. 109 – 126, 2008.

Companhia de Planejamento do Distrito Federal – Codeplan. **Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílio (PDAD) – 2013 – Ceilândia**. Brasília, 2013.

Companhia de Planejamento do Distrito Federal – Codeplan. **Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílio (PDAD) – 2013 – Taguatinga**. Brasília, 2013.

Companhia de Planejamento do Distrito Federal – Codeplan. **Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílio (PDAD) – 2013 – Planaltina**. Brasília, 2013.

Companhia de Planejamento do Distrito Federal – Codeplan. **Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílio (PDAD) – 2013 – Samambaia**. Brasília, 2013.

Companhia de Planejamento do Distrito Federal – Codeplan. **Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílio (PDAD) – 2013/2014 – Lago Norte**. Brasília, 2014.

DINIZ, S; MACHADO, A. **Analysis of the consumption of artistic-cultural goods and services in Brazil**. Journal of cultural economics, v.35, p.1 – 18, 2011.

DINIZ, S. C. **Análise do consumo de bens e serviços artístico-culturais no Brasil metropolitano**, 2009, 97f – Dissertação. Faculdade de Ciências Econômicas – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG.

GOODWIN, C. Art and culture in the history of economic thought. In: GINSBURGH, V. A.; THROSBY, D. (Eds.). **Handbook of the economics of art and culture**. 2. ed. Oxford: North-Holland Elsevier, p. 25 – 68, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Brasília**. Cidade@. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br>>. Acesso em: 30jun2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009**: análise do consumo alimentar pessoal no Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009**: Manual do agente de pesquisa. Rio de Janeiro: IBGE, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Sistema de informações e indicadores culturais**: Estudos e pesquisas: informação demográfica e sócio-econômica, Rio de Janeiro: IBGE, 2011.

KLAMER, A. Value of culture. In: TOWSE, R.(Ed.). **A Handbook of cultural economics**. Cleltenham: Edward Elgar, 2003. p. 465-469.

MANDEL, Benjamin R. **Art as an Investment and Conspicuous Consumption Good**. *The American Economic Review*, v. **99**, n. **4**, p. 1653-1663, 2009.

MCCAIN, R. A. Defining cultural and artistic goods. In: GINSBURGH, V. A.; THROSBY, D. (Eds.). **Handbook of the economics of art and culture**. 2. ed. Oxford: North-Holland Elsevier, 2008. p. 147-168.

RUSHTON, Michael. **Public Funding of Controversial Art**. *Jornal of Cultural Economics*, v. **24**, p. 267 - 282, 2000.

SEAMAN, B. A. Empirical studies of demand for the performing arts. In: GINSBURGH, V. A.; THROSBY, D. (Eds.). **Handbook of the economics of art and culture**. 2. ed. Oxford: North-Holland Elsevier, 2008. p. 415-472.

STIGLER, G. J.; BECKER, G. S. De gustibus non est disputandum. **American Economic Review**, Nashville, v. 67, n.2, p. 76-90, Mar. 1977.

THE HUDSON REVIEW – **The humanism of Ernst Cassirer**. Disponível em: <<http://hudsonreview.com>>. Acesso em: 20 de julho 2014

THROSBY, D. Introduction and Overview. In: GINSBURGH, V. A.; THROSBY, D. (Eds.). **Handbook of the economics of art and culture**. 2. ed. Oxford: North-Holland Elsevier, 2008. p. 3-24.

VARIAN, H. R.; **Microeconomia**: princípios básicos uma abordagem moderna. Sétima edição. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

WOOLDRIDGE, J. M.; **Introdução à econometria: uma abordagem moderna**. Primeira edição. São Paulo: Cengage Learning, 2006.

Anexos

Quadro A – Classificação dos bens e serviços artístico-culturais, segundo dados da POF 2008/2009

CLASSIFICAÇÃO	PRODUTO (POF)	CÓDIGO	QUADRO
Artigos de decoração	Escultura	901	18
	Quadro ou moldura de quadro, pôster, portaretrato, etc.	1501	18
	Tela a óleo	1502	18
	Quadro ou moldura de quadro, portaretrato, etc.	1503	18
	Artesanato decorativo	2803	18
Idas a museus	Museu	1401	28
Idas a exposições	Exposição (ingresso)	1801	28
Idas a teatros	Teatro	201	28
Idas a espetáculos de dança	Dança clássica	5901	28
Idas a óperas	Ópera	4601	28
Idas a shows	Show	1101	28
	Seresta	3801	28
Idas a circos	Circo	1901	28
Idas a cinemas	Cinema	101	28
Artigos de leitura	Livros não-didáticos	401	32
	Coleção de livros não didáticos	402	32
	Romance	404	32
Artigos de áudio	Disco de vinil	601	28
	Disco laser	4002	28
	Compact disc	4001	28
	Fita cassete gravada	4301	28
	CD-ROM	6309	15
	CDROM	6310	15
	CD-ROM (disco)	4005	28
Artigos de vídeo	Cópia de filme	802	28
	Aluguel de fita de videocassete	901	28
	Fita de videocassete gravada	1001	28
	Aluguel de DVD (CD)	2601	28
	DVD-ROM	6311	15
	DVDROM	6312	15
	DVD	5701	28
Artigos de leitura	Jornal	101	27
	Revista infantil	201	27
	Fotonovela	301	27

	Revista esportiva	401	27
	Revista de moda	501	27
	Revista masculina	601	27
	Revista de culinária	701	27
	Revista informativa	801	27
	Folheto musical	1802	27
	Fascículo	403	32
	Assinatura de periódicos	501	32
	Assinatura de jornal	502	32
	Assinatura de revista	503	32
Artigos de audiovisual	Videoclube (taxa)	502	28
	Fita cassete virgem	4401	28
	Fita de videocassete virgem	4501	28
	Fita de filmadora	4701	28
Instrumentos e acessórios musicais (aquisição, aluguel, conserto e manutenção)	Reforma de instrumento musical (peça+mão-de-obra)	14401	9
	Piano (aluguel)	701	13
	Amplificador	3401	15
	Alto-falante, tweeter, megafone, microfone, etc.	7701	15
	Tweether	7702	15
	Megafone	7703	15
	Microfone	7704	15
	Auto-falante	7705	15
	Acessórios de instrumentos musicais	101	16
	Guitarra	201	16
	Piano	301	16
	Violão, Viola	401	16
	Cavaquinho	501	16
	Equalizador	14701	15
	Órgão e teclado	601	16
	Teclado	602	16
	Acordeão	701	16
	Flauta	801	16
	Gaita	901	16
	Bateria musical	1001	16
	Contrabaixo	1101	16
	Citara	1201	16
	Berimbau	1301	16
	Saxofone	1401	16
	Trombone	1501	16
	Conserto de alto-falante	3001	31
	Conserto de violão	3101	31
Conserto de piano	3301	31	
Cursos	Balé	3601	49
	Música	3801	49
	Curso de dança	6601	49
	Curso de desenho	6701	49

	Curso de pintura	7001	49
	Curso de teatro	7002	49
Idas a boates e afins	Boite,danceteria e discoteca	2001	28
	Danceteria	2002	28
	Discoteca	2003	28
	Karaokê	2004	28
	Forró (ingresso)	2005	28
	Boite (ingresso)	2006	28
	Bar (couvert artístico)	2007	28
	Clube (baile e festa)	5601	28
	Aluguel de clube, teatro, etc. para show	2801	28
	Locação de clube, teatro, etc. para show	2802	28
	Serviços no domicílio	Acesso à Internet (provedor, a cabo, comunicação via satélite (domicílio principal)	501
Internet banda larga		502	6
Taxa de Instalação internet		2201	12
Provedor de acesso a Internet discada		503	6
Internet sem fio		504	6
Internet via satélite		505	6
Internet via rádio		506	6
TV por assinatura (mensalidade/pacote)		701	6
Acesso a internet de outros imóveis		1801	47
Acesso a TV a cabo de outros imóveis		1901	47
Serviço de instalação de TV a cabo		2002	12
Taxa de adesão de televisão por assinatura		2101	12
Taxa de instalação de televisão por assinatura		2001	12
Instalação de Internet em loja		501	22
Acesso a Internet (despesa individual)		502	22
Internet (acesso) (despesa individual)		503	22
Sala de Internet (despesa individual)		504	22
Internet (outros imóveis)		1801	47
Aparelhos de uso doméstico ou pessoal (aquisição, aluguel, conserto e manutenção)	Conserto de antena parabólica (peça+ mão-de-obra)	1701	9
	Conserto de antena parabólica (peça)	1801	9
	Conserto de antena parabólica (mão-de-obra)	1901	9
	Conserto de receptor de antena parabólica (peça+mão-de-obra)	2601	9
	Conserto de receptor de antena parabólica (peça)	2701	9
	Conserto de receptor de antena parabólica (mão-de-obra)	2801	9
	Conserto de televisão (peça)	3701	9
	Conserto de televisão (mão-de-obra)	3801	9
	Conserto de televisão (peça+mão-de-obra)	3601	9
	Conserto de aparelho sonoro (peça)	4301	9
	Conserto de rádio (peça)	4601	9
	Conserto de rádio-relógio (peça)	4901	9
	Conserto de aparelho sonoro (mão-de-obra)	4401	9

Conserto de rádio (mão-de-obra)	4701	9
Conserto de rádio-relógio (mão-de-obra)	5001	9
Conserto de aparelho sonoro (peça+mão-de-obra)	4201	9
Conserto de rádio (peça+mão-de-obra)	4501	9
Conserto de rádio-relógio (peça+mão-de-obra)	4801	9
Conserto de videocassete (peça)	5201	9
Conserto de videocassete (mão-de-obra)	5301	9
Conserto de videocassete (peça+mão-de-obra)	5101	9
Conserto de filmadora	5101	31
Conserto de microcomputador (peça)	11501	9
Conserto de microcomputador (mão-de-obra)	11601	9
Conserto de microcomputador (peça+mão-de-obra)	11401	9
Conserto de DVD (peça+mão-de-obra)	14101	9
Conserto de DVD (peça)	14201	9
Conserto de DVD (mão-de-obra)	14301	9
Reforma de instrumento musical (peça+mão-de-obra)	14401	9
Televisão (aluguel)	301	13
Videocassete	2601	15
Microcomputador (aluguel)	1001	13
Microcomputador	1002	15
Filmadora (aluguel)	1101	13
Antena de televisão (exceto parabólica)	2301	15
Televisão em cores	2401	15
Televisão em preto e branco	2501	15
DVD	2701	15
Aparelho de DVD	2702	15
Caixa de som	2801	15
Conjunto de som acoplado	2901	15
Gravador e toca-fitas	3001	15
Toca-fitas	3002	15
Rádio gravador	3003	15
Rádio toca-fitas	3004	15
Toca-discos a laser	3101	15
Rádio portátil	3201	15
Rádio relógio ou de mesa	3301	15
Tape-deck	3501	15
Toca-discos de agulha	3601	15
Walkman	3803	15
Discman	3801	15
Diskman	3802	15
Karaokê	5401	15
Videokê	5402	15
Gravador de CD e DVD	6313	15
Gravador de CD	6317	15
Receptor de TV a cabo	5701	15
Aparelho receptor de TV a cabo	5702	15

	Telefone-rádio-relógio	5901	15
	Rádio-relógio-telefone	5902	15
	Gravador de DVD	6318	15
	Microcomputador	6201	15
	Computador	6202	15
	Acessórios de microcomputador	6301	15
	Acessórios de computador	6302	15
	Notebook	7201	15
	Controle remoto de TV, som, videocassete, etc.	7801	15
	Acessórios de videocassete	8201	15
	Televisão e rádio acoplados	9101	15
	Televisão e videocassete (acoplados)	9301	15
	Antena parabólica e equipamentos	9401	15
	Home theater	10101	15
	Palm top	10601	15
	Palmtop	10602	15
	Palm	10603	15
	Filmadora	12601	15
	Maquina fotográfica	12701	15
	Headfone	14301	15
	Fone de ouvido	14302	15
	Egoísta (fone de ouvido)	14303	15
	Bateria de filmadora	18401	15
	Conserto de walkman	2203	31
	Emoldurador de quadro	3201	31
	Instalação de som (mão-de-obra)	505	43
	Rádio	810	43
	Toca-fitas	811	43
	Rádio toca-fitas	812	43
	CD player	830	43
	Compaq disc player	831	43
	Rádio com CD	3501	43
	Mesa para TV, som, vídeo, microcomputador	1101	17
Móveis relacionados aos aparelhos de uso doméstico (aquisição)	Mesa para TV	1102	17
	Mesa para som	1103	17
	Mesa para vídeo	1104	17
	Mesa para computador	1105	17
	Mesa para microcomputador	1106	17
	Porta-jornal e revista	1201	17
	Porta-jornal	1202	17
	Porta-revista	1203	17
	Cadeira para computador	5401	17
	Porta-CD	5101	18
	Porta-fitas cassete	5102	18
	Porta-compact disc	5103	18
	Porta-fitas de videocassete	5104	18
	Outros	Fotógrafo (exceto de cerimônias familiares)	3801

Fantasia (homem)	2501	34
Fantasia (mulher)	2901	35
Fantasia (criança)	3201	36
Máscara de carnaval	701	40

Quadro B – Períodos de referência da POF

Quadros (POF)	Período de referência (POF)
22 a 27	7 dias
28	30 dias
6, 7, 9, 31, 32, 34, 35, 36, 40, 43	90 dias
12, 13, 15, 16, 17, 18, 47, 49	12 meses

Quadro C – Classificação de religiões segundo dados da POF 2008/2009

CATÓLICA	110002	CATOLICA APOSTOLICA CRISTA
	110003	CATOLICA APOSTOLICA ROMANA
	110006	CATOLICISMO APOSTOLICO ROMANO
	110008	CATOLICO CONGREGADO MARIANO
	110012	FUNDAMENTO CATOLICO
	111001	CATOL APOSTOLICA CARISMATICA
PROTESTANTE	210002	COMUNIDADE EVANGELICA LUTERANA
	220006	COMUNIDADE EVANGELICA PRESBITERIANA
	220009	PLEBISTERIANA
	220012	PREBISTERIANA
	220013	PRESBITERIANA BETESDA
	220047	PRESBITERIANA
	222001	PRESBITERIANA DO BRASIL
	225001	PRESBITERIANA RENOVADA
	240027	BATISTA BOAS NOVAS
	240054	BATISTA DA GRACA
	240075	BATISTA EBENEZER
	240087	BATISTA EVANGELISTA
	240089	BATISTA FILADELFIA
	240111	BATISTA LUZ DO MUNDO
	240120	BATISTA MONTE HERMON

	240183	BATISTA
	243008	BATISTA PENTECOSTAL
	260004	ADVENTISTA DO SETIMO DIA
	260010	ADVENTISTA UNIAO DA GRACA
	260011	ADVENTISTA
	280002	MENONITA IRMAOS UNIDOS
	300001	EXERCITO DA SALVACAO
	310023	ASSEMBLEIA DE DEUS DO MONTE
	310049	ASSEMBLEIA DE DEUS
	310051	ASSEMBLEIA
	310053	EVANGELICA ASSEMBLEIA DE DEUS
	311002	ASSEMBLEIA DE DEUS MINISTERIO MADUREIRA
	312002	ASSEMBLEIA DE DEUS UNIVERSAL DE TODOS OS SANTOS
	320001	CONGREGACAO CRISTA DO BRASIL
	320002	C CRISTA
	320005	CONGREGACAO CRISTA BRASILEIRA
	320008	CONGREGACAO CRISTA
	330001	A VOZ DO BRASIL PARA CRISTO
	330002	ASSEMBLEIA BRASIL PARA CRISTO
	330006	O BRASIL PARA CRISTO
	340007	EVANGELHO QUADRANGULAR
PROTESTANTE	350001	ASSEMBLEIA UNID AUNIVERSAL DO REINO DE DEUS
	350002	CATEDRAL DA FE UNIVERSAL DO REINO DE DEUS
	350010	IGREJA UNIVERSAL DO DOM DE DEUS
	350021	UNIVERSAL DO REINO DE DEUS
	350025	UNIVERSAL
	360021	CASA DA BENCAO
	360037	VALE DA BENCAO
	370017	CASA DE ORACAO
	380008	DEUS E AMOR PENTECOSTAL
	380012	DEUS E AMOR
	390002	ASSEMBLEIA MARANATA
	390006	MARANATA CRISTA
	390011	MARANATA
	410002	CRENCA PENTECOSTAL
	419001	OUTRAS PENTECOSTAIS
	420002	COMUNIDADE CRISTA DE DISCIPULO
	420005	COMUNIDADE CRISTA
	430007	NOVA VIDA
	440001	COMUNIDADE EVANGELICA
	449001	OUTRAS COMUNIDADES EVANGELICAS

	450001	A VINDA DE JESUS
	450020	ALIANCA CRISTA MISSIONARIA
	450140	COMUNIDADE SARA NOSSA TERRA
	450211	EBENEZER
	450225	EVANGELHO PLENO
	450262	IGREJA CRISTA DO PORVIR
	450264	IGREJA DE CRISTO
	450266	IGREJA DE DEUS DO BRASIL
	450267	IGREJA DE DEUS NO BRASIL
	450279	IGREJA RESTAURACAO E LOUVOR
	450281	INTERNACIONAL DA GRACA DE DEUS
	450335	MISSAO DE FE
	450352	MONTE HOREBE
	450365	NOVA APOSTOLICA DO SENHOR
	450388	OUTRAS EVANGELICAS PENTECOSTAIS
	450391	PALAVRA VIVA
	450562	VIDA ABUNDANTE
	490019	EVANGELICO BRASIL
	491003	CRENTE
	491005	EVANGELICA CRISTA
	491006	EVANGELICA PROTESTANTE
	491010	EVANGELICO
	491013	PROTESTANTE
PROTESTANTE	499001	OUTROS EVANGELICOS
	510004	MORMON
	520001	CONGREGACAO TESTEMUNHA DE JEOVA
	520002	CRISTA TESTEMUNHA DE JEOVA
	520005	SALAO DO REINO TESTEMUNHA DE JEOVA
	520007	TESTEMUNHA DE JEOVA
OUTRAS	590001	ESPIRITUALISMO
	590002	ESPIRITUALISTA
	610001	ADEPTO ESPIRITISMO
	610007	CARDECISTA
	610009	CENTRO ESPIRITA ALAN KARDEC
	610016	CENTRO ESPIRITA
	610023	ESPIRITA CARDECISTA
	610025	ESPIRITA CIENTIFICA
	610033	ESPIRITA KARDECISTA
	610047	ESPIRITA
	610048	ESPIRITISMO
	610058	IRRADIACAO ESPIRITA CRISTA

	610060	KARDECISTA
	620060	UMBANDA
	630004	CANDOMBLE AFROBRASILEIRO
	630012	CANDOMBLE ESPIRITA
	630028	CANDOMBLE
	710002	CONGREGACAO DE ISRAEL
	710015	JUDAICA
	750014	BUDISMO
	754001	BUDISMO TIBETANO
	760022	MESSIANICA
	766001	ARTEMAHICARI
	766004	MAHICARI
	793002	TAOISTA
	810006	MUCULMANA
	820008	CRISTAO GNOTICO
	820011	ESPIRITA VALE DO AMANHECER
	821001	CULTURA RACIONAL
	821008	RACIONALISMO CRISTAO
	832001	UNIAO DO VEGETAL
	850005	CRISTA ECUMENICA
	850015	MAL DEFINIDA CRISTA
OUTRAS	890027	DEUS SEM RELIGIAO
	890030	DIVINISTA
	890067	MISTICISMO
	890070	NAO DETERMINADA
	990001	SEM DECLARACAO
	990002	SEM INFORMACAO
	2	AGNOTICO
	4	ATEIA
	5	ATEU
	9	NAO POSSUE
	10	NAO POSSUI
	12	NAO SABE
	13	NAO TEM
	14	NENHUMA
17	SEM CULTO	
18	SEM RELIGIAO	