**SETOR CULTURAL E ECONOMIA: NOTAS SOBRE SANTA CATARINA**

Hoyêdo Nunes Lins. UFSC. [hnlins55@gmail.com](mailto:hnlins55@gmail.com)

Área Temática 7: Desenvolvimento Regional e Urbano

**RESUMO**

Em diferentes países, as últimas décadas registraram um grande fortalecimento do papel econômico do setor cultural, *pari passu* com a multiplicação e diversificação dos respectivos produtos e serviços. O aprimoramento das formas de manifestação da cultura, das estruturas de suporte à produção cultural e dos instrumentos de favorecimento do consumo, em boa medida sintonizado com avanços técnicos e tecnológicos que se acumularam, subjazem à trajetória cumprida. Uma área de pesquisa em economia, com rebatimentos em ações de política, ganhou contornos na esteira desse processo – a economia da cultura, com alguma presença acadêmica no Brasil e em agendas institucionais de promoção do desenvolvimento em diversas latitudes. Este estudo explora o assunto focalizando Santa Catarina (SC), objetivando “radiografar” e discutir, escorado em pesquisa bibliográfica e documental, aspectos do setor cultural neste ainda alvorecer do século XXI. SC é colocada em perspectiva considerando-se vários indicadores sobre a presença de atividades culturais, como emprego, arcabouço institucional, acesso a serviços e suporte financeiro. A imagem derivada é que o estado não se destaca nacionalmente, e que no plano interno o cenário é de heterogeneidade inter-regional, inclusive quanto ao acesso aos meios de suporte financeiro à produção cultural, o que sinaliza espaço – e mesmo representa estímulo – para políticas destinadas a promover uma maior participação de atores culturais do interior do estado na economia da cultura. Nessa abordagem igualmente se mencionam as relações território-história-cultura, envolvendo, por exemplo, formas de uso dos patrimônios socioculturais e ecológico-ambientais em atividades de reprodução social, traduzidas, entre outros, tanto em obtenção de Indicação Geográfica para produtos locais como em criação e operacionalização de marcas regionais.

**Palavras-chave**: 1. Setor cultural, 2. Santa Catarina, 3. Socioeconomia

**1 INTRODUÇÃO**

Constitui um destacado traço do período contemporâneo, provavelmente sem precedentes em intensidade da presença, a inundação do cotidiano por produtos culturais. Essa expansão exibe inéditas amplitude e variedade das associadas experiências, certamente refletindo interações entre produção e consumo que traduzem possibilidades outorgadas pela tecnologia, como no tocante à internet, um instrumento praticamente incontornável nos dias atuais. Os próprios produtos culturais ganharam inaudita diversidade, tanto quanto os segmentos ou setores nos quais florescem e são ofertados.

Uma verdadeira economia da cultura tomou, assim, forma, e seus contornos e importância estão documentados em diversos países ou regiões. A capilaridade dessa economia costuma ser forte, pois miríades de atores sociais mostram-se envolvidos, o que não surpreende haja vista a pluralidade de manifestações ou expressões. Assinale-se que o setor não deixou de acusar o impacto de *disruptive events* como o representado pela pandemia da Covid-19, quando iniciativas de *lock down* e isolamento social, entre outros, prejudicaram dramaticamente sobretudo as esferas de produção e consumo cultural coletivos (espetáculos e cinema, por exemplo).

País de dimensões continentais e inegável variedade sociocultural, o Brasil não destoa da tendência internacional de expansão da economia da cultura. Pode-se dizer o mesmo sobre Santa Catarina (SC), cujo setor cultural guarda relações, de algum modo, com o processo de colonização do estado e com o que ocorre em produção e promoção de cultura em diversos municípios. O crescimento do turismo, presente com vigor desde os anos 1970, reflete (apesar da absoluta prevalência do turismo de verão) também a existência desse patrimônio sociocultural e, ao mesmo tempo, contribui para o seu fortalecimento, do que tão testemunho festejos que celebram a herança histórica (Oktoberfest, Marejada, Festa do Pinhão) e outras manifestações como o Carnaval.

Este artigo perscruta aspectos do setor cultural catarinense dando destaque ao ângulo da socioeconomia. Tendo como base pesquisa documental e bibliográfica, almeja-se vislumbrar, descrever e discutir a relação entre cultura e economia considerando as primeiras décadas deste século. A estrutura do texto é a seguinte: a próxima parte traz algumas notas de cunho conceitual e conjuntural sobre a economia da cultura; depois aborda-se SC em relação ao Brasil e a outros estados quanto ao setor cultural; em seguida, na última seção antes das considerações finais, examinam-se diferentes aspectos da dimensão intraestadual da presença do setor cultural.

**2. ECONOMIA DA CULTURA: BREVE NOTA CONCEITUAL E CONJUNTURAL**

Quem diz economia da cultura alude a amplo conjunto de atividades envolvendo, segundo Rouet (1998), produção, comercialização e consumo de itens (produtos, serviços) culturais, e também organização e gestão dos processos associados. Muitos setores e segmentos participam dessa economia, com práticas transversais e que implicam verdadeiras constelações de atores (empresas, profissionais, instituições). Para o Brasil, a amplitude e a diversidade dessas atividades transparecem, por exemplo, no SIIC – Sistema de Informações e Indicadores Culturais, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2024).

Na literatura, é frequente o uso da expressão economia criativa, quase como sinônimo de economia da cultura. É assunto para debate a pertinência dessa dupla forma de referir, e não se pretende explorar essa questão aqui. Apenas se assinala que, para Reis (2007), a economia criativa – cujos componentes culturais são claros – envolveria direitos de propriedade, notadamente autorais (*software*, propaganda), ao passo que a economia da cultura exibiria leque mais amplo de práticas, como artesanato, moda e o que diz respeito a equipamentos culturais. Não obstante a importância da discussão, opta-se neste estudo por falar em economia da cultura, pela maior abrangência do seu sentido.

Outro aspecto a indicar é que, se é variado, internacionalmente e no Brasil, o espectro de agentes da economia da cultura, tende a prevalecer o empreendedorismo de menor porte, quer formal ou informal. Claro que o perfil (empresarial, tipos de trabalho) do empreendimento tende a exibir sintonia com o tipo de atividade cultural envolvida, e essas práticas são plurais e diversificadas, como se falou. Mas haveria razões, por assim dizer, estruturais para o predomínio das estruturas de menor porte: conforme Einarsson (2004), a escassa importância comparativa dos ganhos de escala em numerosas atividades da economia da cultura subjaz à majoritária presença do empreendedorismo ou dos negócios culturais de menor tamanho.

O que comumente se indica com a expressão setor cultural corresponde, em primeiro lugar, a atividades de conteúdos artísticos e culturais, de um modo geral, em diferentes modalidades de expressão (música, artes visuais, artes cênicas, literatura). Fazem parte os próprio suportes dessas práticas, em termos de infraestrutura e financeiros, além da organização e gestão. Mas a palavra “cultura” igualmente evoca traços dos ambientes de vida das pessoas, relacionados às histórias dos territórios e aos existentes procedimentos da reprodução social. Assim, fariam parte da cultura de um lugar (uma região) aspectos do modo de produzir e utilizar os recursos locais, tanto quanto manifestações diversas, em artes como as musicais e de representação da história e da maneira de ser, evocando heranças ancestrais ou locais de origem das comunidades – especialmente se processos migratórios se lhes figuram na origem e ressoam em modos de vida.

O primeiro ângulo de abordagem do setor cultural costuma sobressair nos estudos sobre a economia da cultura. Uma considerável literatura, que lança luz sobre diversos aspectos do assunto, emergiu em diferentes disciplinas, como ilustrado por Featherstone (1995) e Jameson (1997) quanto ao contexto. Algumas obras que exploram o ângulo propriamente econômico da cultura são Benhamou (2007) e Tolila (2007), além do artigo bastante referido de Throsby (1994). Também periódicos específicos, de visibilidade internacional, passaram a chamar atenção, como o *Journal of Cultural Economics*. É nessa vertente da reflexão que Harvey (1993) sublinha serem numerosas as interações entre quem produz e oferece cultura (bens, artefatos ou serviços culturais) e a sociedade em geral, pela presente multiplicidade das chances para tais contatos, mostrando destaque o histórico papel da televisão e, mais recentemente, a internet.

No Brasil, alguns estudos focalizam contextos mais específicos, geograficamente falando, e exploram ângulos mais ou menos próprios. Uma ilustração é o conjunto de pesquisas documentadas em forma de livro organizado por Prestes Filho (2002), sobre o Rio de Janeiro. Outra se refere a trabalhos que se concentram na economia da cultura em terras gaúchas, inclusive destacando o setor audiovisual, particularmente o cinema (VALIATI, 2010; VALIATI; FLORISSI, 2007). Ainda outra explora abordagens sobre a relação entre economia da cultura e ambiente urbano (LINS, 2011) e sobre a produção do carnaval em escolas de samba (LINS; RIBEIRO, 2015), ambas dizendo respeito a Florianópolis.

O outro ângulo de abordagem ensejaria inserção nos ambientes ou nos territórios, inclusive sob o estímulo da recente (últimas décadas) redescoberta, por assim dizer, do território como objeto de análise e alvo de formulação de políticas (SANTOS, 1994). Existe debate sobre o sentido e a abrangência do termo “território”, mas parece existir pouca (se alguma) discordância de que significa espaço vivenciado e construído socialmente, refletindo a maneira como é plasmado ao longo do tempo pelos atores sociais que o habitam e “fabricam” (inclusive por diferenciação em face de outros ambientes). Essa “produção” apresenta-se como processo de territorialização (PECQUEUR, 2005). Elementos de proximidade tanto física como cognitiva, além de outras naturezas (BOSCHMA, 2005), e recursos materiais e simbólicos que refletem e expressam – mostrando-se embebidos de – história e, justamente, cultura, constituem aspectos integrantes dos territórios (DEBARBIEUX, 2009).

A cultura vista pela lente do primeiro ângulo, com ênfase em produção, circulação e consumo de bens e serviços culturais, foi bastante afetada pela recente pandemia da Covid-19. Documentos de instituições como a UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) são eloquentes a respeito (UNCTAD, 2024), embora os dados igualmente mostrem que a derrubada dos números – frequência a cinema, espetáculos, museus, com as receitas financeiras associadas – tenha logo dado lugar a uma recuperação vigorosa após o fim (ou efetivo controle) do flagelo.

Observe-se que a pandemia afetou o setor cultural também porque expandiram-se e multiplicaram-se naquele contexto as experiências de produção e consumo cultural representativas de maior comodidade dos praticantes e, sobretudo, de segurança sanitária. Assim, registraram-se avanços em segmentos como *Video on Demand* (VoD) e outros serviços de *streaming*, ganhando corpo até experiências como visitas eletronicamente guiadas e protagonizadas em museus, por exemplo, sempre representando situações que forçam reconhecer o papel que passou a ser desempenhado pela internet.

Não que as formas tradicionais de acesso à cultura tenham sido irremediavelmente atrofiadas. É sugestivo que em 2023 as receitas mundiais estimadas das salas de exibição de filmes tenham atingido nada menos que RS$ 33,9 bilhões, superior em mais de 30% às receitas de 2022, ano em cujo final a Covid-19 já se encaminhava para um provável equacionamento dos efeitos mais agudos. A Ásia, de um modo geral, e a China, em particular, responderam por parcela substancial desse comportamento das receitas de exibição (UNCTAD, 2024).

**3 O SETOR CULTURAL NO BRASIL E EM SANTA CATARINA: UM PANORAMA**

Também no Brasil o setor cultural amargou as consequências da pandemia, agravadas pelo modo como se lidou com o flagelo institucionalmente, em particular no plano federal. Os desdobramentos foram consideráveis, inclusive porque esse setor tem relevância no país, como salientado em diferentes estudos e informado (ou sugerido) por iniciativas institucionais ao estilo do já mencionado SIIC – Sistema de Informações e Indicadores Culturais (IBGE, 2024) e da atuação do BNDES (2024a). De sua parte, o setor cultural de SC não ficou refratário aos efeitos da Covid-19, como não permitem dúvidas as entrevistas realizadas em pesquisa direta junto a um importante segmento desse setor, o audiovisual (CATELA et al., 2021). Esse setor, sublinhe-se, abrange filmes, documentários, vídeos, animação e games, este último um segmento com crescimento explosivo em termos internacionais nas últimas décadas (THE RISE..., 2020).

Diga-se desde logo que o setor tem importância no estado, como insinuado pelos números de empregos. A Tabela 1 informa sobre empregos no setor cultural de SC e do Brasil, mostrando a sua participação no total dos empregos de ambos os recortes geográficos e a representatividade catarinense no país. Trata-se de vínculos formais, pois a base é a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), do Ministério do Trabalho e Emprego, de modo que os dados retratam somente o “piso” do trabalho em cultura, já que em várias das respectivas atividades costuma ser alta tanto a informalidade nessas atividades como a participação de Microempreendedores Individuais (MEIs). De toda maneira, é possível formar uma ideia sobre a situação catarinense, colocada em perspectiva com o Brasil.

Tabela 1 – Brasil e Santa Catarina: emprego formal em culturaa de 2002 a 2022 (mil empregos)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ano | Brasil | | | Santa Catarina | | | Emprego  em Culturac:  SC como % do BR |
| Emprego  Totalb  (A) | Emprego em Culturac  (B) | B/A  \*  100 | Emprego  Totalb  (A) | Emprego em  Culturac  (B) | B/A  \*  100 |
| 2002 | 28.683,9 | 2.149,1 | 7,49 | 1.235,6 | 104,9 | 8,49 | 4,88 |
| 2004 | 31.407,6 | 2.462,7 | 7,84 | 1.406,2 | 126,3 | 8,98 | 5,13 |
| 2006 | 35.155,2 | 2.689,0 | 7,65 | 1.598,4 | 139,6 | 8,73 | 5,19 |
| 2008 | 39.441,6 | 3.034,0 | 7,69 | 1.777,6 | 153,9 | 8,66 | 5,07 |
| 2010 | 44.068,3 | 3.395,0 | 7,70 | 1.969,6 | 172,0 | 8,73 | 5,07 |
| 2012 | 47.458,7 | 3.784,5 | 7,97 | 2.103,0 | 187,1 | 8,90 | 4,94 |
| 2014 | 49.571,5 | 3.887,1 | 7,84 | 2.273,9 | 197,4 | 8,68 | 5,08 |
| 2016 | 46.060,2 | 3.587,3 | 7,69 | 2.167,9 | 187,3 | 8,64 | 5,22 |
| 2018 | 46.631,1 | 3.513,2 | 7,53 | 2.254,9 | 190,9 | 8,46 | 5,43 |
| 2020 | 46.236,2 | 3.442,7 | 7,45 | 2.360,7 | 196,7 | 8,33 | 5,71 |
| 2022 | 52.790,9 | 3.954,6 | 7,49 | 2.665,7 | 230,8 | 8,66 | 5,84 |

Fonte: elaboração própria com base em dados da RAIS (2024)

a Corresponde à soma dos seguintes códigos da Classificação Grupo CNAE 95: 202 – Fabricação de produtos de madeira, cortiça e material trançado, exceto móveis; 221 – Edição; 222 – Impressão e serviços conexos para terceiros; 223 – Reprodução de materiais gravados; 369 – Fabricação de produtos diversos; 524 – Comércio varejista de outros produtos; 722 – Consultoria em software; 744 – Publicidade; 921 – Atividades cinematográficas e de vídeo; 922 – Atividades de rádio e televisão; 923 – Outras atividades artísticas e de espetáculos; 925 – Atividades de bibliotecas, arquivos, museus e outras atividades culturais

b Corresponde à soma dos 10 itens da CNAE 2.0 Grupamento

c Corresponde à soma dos informados códigos da Classificação Grupo CNAE 95

Observe-se que os dados referem-se a um grande e diversificado espectro de atividades. São cobertas desde práticas de produção propriamente artística, incluindo o que toca às estruturas que permitem o usufruto ou o consumo cultural, até elementos que evocam um quase artesanato, passando por diversos outros aos quais se aplicam direitos de propriedade, como – além de filmes, vídeos e propaganda – edição de livros e desenvolvimento de *software*, por exemplo.

O emprego formal em cultura cresceu linearmente na escala nacional até 2014 e daí declinou até 2020 – certamente refletindo a crise econômica brasileira de meados da segunda década do presente século e depois a pandemia da Covid-19 –, e atingiu em 2022 patamar até então inédito. Esse movimento mostra-se alinhado ao comportamento do emprego total: ao final do período (2022), este apresentava-se superior ao de 2020 em 14%; na soma das atividades culturais, a diferença é de 15%. A representatividade das segundas no emprego total do Brasil oscilou apenas entre 7,45% (o nível mais baixo, em 2020) e 7,97% (o patamar mais alto, em 2012).

Em SC o emprego total exibiu comportamento parecido com o brasileiro. Mas, nas atividades culturais, os números para 2020 – em plena pandemia – não se mostram inferiores aos de 2018, diferentemente do observado para o país como um todo. Ao final da série, enquanto no emprego total SC ostentava crescimento de 13% de 2020 para 2022, na soma das atividades culturais a expansão foi de 17%. Já na participação dessas atividades no total do emprego, o nível é invariavelmente superior ao detectado para a escala do país. No estado catarinense, a oscilação variou de 8,33% em 2020 a 8,98% em 2004, portanto em outra faixa de representatividade da cultura na comparação com o Brasil. Também vale sublinhar que a participação de SC no emprego brasileiro referente àquelas atividades exibiu tendência expansiva, embora com oscilações.

Outras esferas de comparação de SC, com o país e com outros estados, relacionam-se aos suportes de consumo cultural. A Tabela 2 apresenta, para o Brasil como um todo e para cada estado, a proporção dos municípios com presença de museus, teatros ou sala de espetáculos e cinemas, assim como dos municípios distantes de outros com essa presença localizados a menos de uma hora de deslocamento. SC figura entre os estados em que a esmagadora maioria, quando não a quase totalidade, dos municípios possui esses equipamentos em seus territórios ou em municípios próximos: agregando-se ambas as condições, obtém-se 99,7% dos municípios para museus, 95,3% para teatros ou salas de espetáculo e 91,2% para cinemas.

Outra questão sobre o funcionamento do setor cultural diz respeito aos mecanismos de amparo financeiro às correspondentes atividades. “Fazer” cultura implica, em maior ou menor grau, acesso a recursos não raramente volumosos, conforme as diferentes práticas. Há no Brasil vários instrumentos de apoio a projetos culturais. Alguns envolvem renúncia fiscal, como a Lei Rouanet (Lei nº 8.313/1991 – Lei Federal de Incentivo à Cultura), voltada ao amparo de diferentes formas de manifestação cultural com base na renúncia fiscal de empresas, que utilizam parte de seus impostos em fomento cultural, com abatimento do Imposto de Renda (BRASIL, 2024a). Também tem natureza fiscal a Lei do Audiovisual (Lei nº 8.685/1993), para fomentar a produção cinematográfica no país (BRASIL, 2024b).

Tais mecanismos integram o Sistema Nacional de Cultura, ao qual estados e municípios podem aderir formalmente (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2024a) e que deu guarida aos desdobramentos da Lei Paulo Gustavo (Lei Complementar nº 195, de 8 de julho de 2022), surgida durante a pandemia da Covid-19 para, mediante repasses de recursos federais por conta de iniciativas emergenciais em estados e municípios, atenuar as consequências do flagelo no setor cultural (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2024b). Apoio direto provém igualmente do BNDES Fundo Cultural, com recursos não reembolsáveis destinados à preservação do patrimônio cultural e ao fomento das atividades da cadeia produtiva da cultura (BNDES, 2024b).

Tabela 2 – Brasil e estados: % de municípios com museus, teatros ou salas de espetáculos e cinemas, e daqueles distantes menos de uma hora de locomoção de municípios dotados (2021)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Referência geográfica | Museu | | Teatro ou sala de espetáculo | | Cinema | |
| Próprio muni-cípio | Munic. a menos de 1 hora | Próprio muni-cípio | Munic. a menos de 1 hora | Próprio muni-cípio | Munic. a menos de 1 hora |
| Brasil | 29,6 | 55,5 | 23,3 | 58,2 | 9,0 | 56,6 |
| Acre | 22,7 | 18,2 | 27,3 | 22,7 | 13,6 | 22,7 |
| Alagoas | 25,5 | 74,5 | 11,8 | 78,4 | 2,9 | 69,6 |
| Amazonas | 9,7 | 3,2 | 9,7 | 3,2 | 1,6 | 3,2 |
| Amapá | 25,0 | 12,5 | 18,8 | 6,3 | 6,3 | 12,5 |
| Bahia | 17,3 | 62,4 | 19,4 | 61,9 | 6,5 | 42,0 |
| Ceará | 42,9 | 54,3 | 35,3 | 63,0 | 8,2 | 54,9 |
| Distrito Federal | 100,0 | 0 | 100,0 | 0 | 100,0 | 0 |
| Espírito Santo | 41,0 | 59,0 | 37,2 | 57,7 | 14,1 | 62,8 |
| Goiás | 20,7 | 60,2 | 14,6 | 61,0 | 7,7 | 51,6 |
| Maranhão | 9,2 | 35,5 | 8,3 | 34,6 | 2,3 | 13,4 |
| Minas Gerais | 27,9 | 62,1 | 22,4 | 61,1 | 8,0 | 59,0 |
| Mato Grosso do Sul | 29,1 | 50,6 | 16,5 | 44,3 | 10,1 | 39,2 |
| Mato Grosso | 20,6 | 29,8 | 9,9 | 22,7 | 9,2 | 23,4 |
| Pará | 12,5 | 15,3 | 18,8 | 26,4 | 8,3 | 20,1 |
| Paraíba | 25,1 | 74,9 | 13,5 | 85,7 | 4,5 | 76,7 |
| Pernambuco | 34,1 | 65,9 | 25,5 | 70,1 | 12,0 | 66,3 |
| Piauí | 13,8 | 59,8 | 7,6 | 40,2 | 1,8 | 19,2 |
| Paraná | 29,6 | 67,4 | 31,3 | 66,4 | 8,5 | 77,7 |
| Rio de Janeiro | 50,0 | 50,0 | 60,9 | 39,1 | 38,0 | 60,9 |
| Rio Grande do Norte | 26,9 | 71,3 | 16,8 | 76,6 | 2,4 | 63,5 |
| Rondônia | 19,2 | 25,0 | 28,8 | 36,5 | 7,7 | 13,5 |
| Roraima | 6,7 | 13,3 | 13,3 | 13,3 | 6,7 | 13,3 |
| Rio Grande do Sul | 53,5 | 45,9 | 20,1 | 74,8 | 7,0 | 73,6 |
| **Santa Catarina** | **47,5** | **52,2** | **20,7** | **74,6** | **9,5** | **81,7** |
| Sergipe | 16,0 | 78,7 | 10,7 | 89,3 | 6,7 | 82,7 |
| São Paulo | 37,8 | 61,6 | 46,7 | 52,9 | 20,0 | 76,7 |
| Tocantins | 9,4 | 23,7 | 5,0 | 17,3 | 2,9 | 10,8 |

Fonte: elaboração própria com base em dados de IBGE (2024). Museu: Tabela 8.11d Teatro ou sala de espetáculo: Tabela 8.11b; Cinema: Tabela 8.11c

A Tabela 3 compara SC quanto o recebimento de recursos de um dos instrumentos de apoio ao setor cultural surgidos nos últimos anos. Trata-se da Lei Aldir Blanc (Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020), criada em meio à pandemia da Covid-19 (e regulamentada em 2022) objetivando estribar ações emergenciais nos entes federados com pagamentos a profissionais e repasses a espaços culturais (BRASIL, 2022). Em 2023, o uso desse instrumento adquiriu os contornos de uma política permanente de auxílio aos agentes da produção cultural no país, como sugerido pelo nome então adotado: Política Nacional Aldir Blanc (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2023). A tabela informa que 70,5% dos municípios catarinenses receberam recursos vinculados aos dispositivos dessa lei em 2021. O Rio de Janeiro é o estado com a maior proporção desses municípios (90,22%); Rondônia exibe a menor participação (21,15%), bem abaixo da média nacional (que é de 61,15%). SC aparece em 8º nesse *ranking*, com 70,51% dos seus municípios atendidos.

Tabela 3 – Brasil e estados: municípios que tiveram recursos da Lei Aldir Blanc (2021)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Referência geográfica | | Nº total  de municípios  (A) | Municípios que receberam recursos da Lei Aldir Blanc  (B) | B/A  \*  100 |
| Brasil | | 5.570 | 3.406 | 61,15 |
| Norte | Rondônia | 52 | 11 | 21,15 |
| Acre | 22 | 15 | 68,18 |
| Amazonas | 62 | 21 | 33,87 |
| Roraima | 15 | 6 | 40,00 |
| Pará | 144 | 97 | 67,36 |
| Amapá | 16 | 6 | 37,50 |
| Tocantins | 139 | 55 | 39,57 |
| Nordeste | Maranhão | 217 | 116 | 53,46 |
| Piauí | 224 | 128 | 57,14 |
| Ceará | 184 | 153 | 83,15 |
| Rio G. do Norte | 167 | 137 | 82,04 |
| Paraíba | 223 | 161 | 72,20 |
| Pernambuco | 185 | 159 | 85,95 |
| Alagoas | 102 | 68 | 66,67 |
| Sergipe | 75 | 47 | 62,67 |
| Bahia | 417 | 311 | 74,58 |
| Sudeste | Minas Gerais | 853 | 474 | 55,57 |
| Espírito Santo | 78 | 42 | 53,85 |
| Rio de Janeiro | 92 | 83 | 90,22 |
| São Paulo | 645 | 412 | 63,88 |
| Sul | Paraná | 399 | 170 | 42,61 |
| **Santa Catarina** | **295** | **208** | **70,51** |
| Rio G. do Sul | 497 | 351 | 70,62 |
| Centro-Oeste | Mato G. do Sul | 79 | 39 | 49,37 |
| Mato Grosso | 141 | 59 | 41,84 |
| Goiás | 246 | 76 | 30,89 |
| Distrito Federal | 1 | 1 | 100,00 |

Fonte: elaboração própria com base em dados de IBGE (2024). Museu: Tabela 8.8

A esfera dos gastos em cultura igualmente permite colocar SC em perspectiva, no cotejo com outros estados e com o país. Sobre despesas de consumo familiar, uma fonte básica é a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), do IBGE, cuja versão mais recente cobre o biênio 2017-2018 (IBGE, 2019). No indicador relativo à participação das despesas mensais familiares médias em recreação e cultura nos totais daqueles gastos, a posição de SC é inferior à média brasileira: 2,3%, contra 2,6% para o Brasil como um todo. E a distribuição das despesas realizadas em solo catarinense em recreação e cultura é a seguinte, conforme os termos da POF, em ordem decrescente de participação: Celular e acessórios; Recreações e esportes; Outras (modalidades); Periódicos, livros e revistas não didáticos; Brinquedos e jogos.

No tocante aos gastos públicos com cultura, realizados por governos tanto estaduais quanto municipais, a Tabela 4 mostra como SC se situa em termos de participação no total nacional no período 2012-2022. Em regra, o estado figura abaixo da participação dos demais estados da Região Sul, com a exceção – para os gastos realizados pelos governos municipais – dos anos 2019-2021 perante o Rio Grande do Sul. Nos gastos dos governos estaduais, somente em 2021 a participação catarinense no agregado nacional superou a participação de um estado vizinho, novamente o estado gaúcho. O padrão é uma participação catarinense inferior – bastante inferior nos gastos de governos estaduais – seja à do Paraná ou à do Rio Grande do Sul.

Tabela 4 – Santa Catarina, Grandes Regiões e demais estados da Região Sul: participação nos gastos governamentais realizados em cultura no país entre 2012 e 2022 (%)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ano | Brasil | NO | NE | | SE | Sul | | | | C-O |
| PR | **SC** | RS | Total |
| Governos municipais | | | | | | | | | | |
| 2012 | 100,0 | 4,4 | 24,5 | | 54,5 | 4,3 | **3,4** | 5,6 | 13,2 | 3,4 |
| 2013 | 100,0 | 5,3 | 27,0 | | 51,9 | 3,9 | **3,0** | 5,3 | 12,2 | 3,6 |
| 2014 | 100,0 | 5,5 | 29,6 | | 49,5 | 4,1 | **3,1** | 4,8 | 11,9 | 3,5 |
| 2015 | 100,0 | 5,1 | 26,9 | | 51,3 | 4,6 | **3,5** | 4,9 | 13,0 | 3,8 |
| 2016 | 100,0 | 5,4 | 24,2 | | 52,9 | 4,8 | **3,2** | 5,0 | 13,0 | 4,5 |
| 2017 | 100,0 | 5,3 | 28,7 | | 50,2 | 4,5 | **3,3** | 4,2 | 12,0 | 3,7 |
| 2018 | 100,0 | 6,3 | 29,5 | | 47,8 | 5,0 | **3,4** | 4,2 | 12,6 | 3,8 |
| 2019 | 100,0 | 6,3 | 29,4 | | 48,2 | 4,7 | **4,0** | 3,4 | 12,1 | 3,9 |
| 2020 | 100,0 | 5,2 | 25,0 | | 51,9 | 5,2 | **4,8** | 3,7 | 13,7 | 4,2 |
| 2021 | 100,0 | 6,2 | 18,8 | | 55,6 | 6,0 | **4,4** | 4,2 | 14,6 | 4,8 |
| 2022 | 100,0 | 6,9 | 29,2 | | 45,5 | 4,7 | **3,5** | 4,2 | 12,4 | 6,0 |
| Governos estaduais | | | | | | | | | | |
| 2012 | 100,0 | 14,7 | 22,0 | 44,4 | | 4,0 | **1,7** | 2,3 | 8,0 | 10,8 |
| 2013 | 100,0 | 13,6 | 19,5 | | 50,4 | 2,4 | **1,4** | 2,8 | 6,6 | 9,9 |
| 2014 | 100,0 | 12,9 | 22,2 | | 48,8 | 2,4 | **1,0** | 3,4 | 6,8 | 9,3 |
| 2015 | 100,0 | 12,9 | 23,1 | | 47,3 | 3,2 | **1,7** | 3,3 | 8,2 | 8,6 |
| 2016 | 100,0 | 13,0 | 24,4 | | 43,8 | 3,8 | **1,6** | 3,3 | 8,8 | 10,0 |
| 2017 | 100,0 | 12,3 | 24,6 | | 42,6 | 3,7 | **1,5** | 3,6 | 8,8 | 11,7 |
| 2018 | 100,0 | 11,8 | 24,0 | | 44,1 | 3,1 | **1,4** | 3,1 | 7,6 | 12,5 |
| 2019 | 100,0 | 15,5 | 22,8 | | 44,2 | 3,2 | **1,4** | 2,5 | 7,1 | 10,5 |
| 2020 | 100,0 | 13,8 | 25,0 | | 41,6 | 3,4 | **1,6** | 3,6 | 8,6 | 11,0 |
| 2021 | 100,0 | 15,0 | 20,5 | | 42,7 | 3,1 | **1,9** | 1,7 | 6,6 | 15,1 |
| 2022 | 100,0 | 19,4 | 24,7 | | 35,4 | 2,5 | **1,7** | 2,7 | 6,9 | 13,6 |

Fonte: elaboração própria com base em IBGE (2024). Gastos de governos municipais: Tabela 3.8; gastos de governos estaduais: Tabela 3.7

**4 PERSCRUTANDO ASPECTOS DO SETOR CULTURAL EM SANTA CATARINA**

Procurando oferecer uma visão ampla, embora aproximada e introdutória sobre o setor cultural em SC, abordam-se nesta parte três aspectos (ou ângulos) da sua presença no estado: elementos de incidência geográfica; a problemática do fomento às atividades correspondentes; dimensão relativa ao tripé história-território-cultura.

**4.1 Rumo a uma “geografia” do setor cultural em solo catarinense**

O estado catarinense não é um bloco monolítico quanto à incidência do setor cultural ou da economia da cultura. É sugestivo a respeito o fato de somente quatro associações de municípios, pertencentes à Federação Catarinense de Municípios (FECAM), concentrarem mais da metade dos respectivos empregos formais, conforme apresentado na Tabela 5, que cobre o período 2010-2022 a intervalos trianuais. Trata-se da Associação dos Municípios da Região da Grande Florianópolis (GRANFPOLIS), da Associação de Municípios do Vale Europeu (AMVE), da Associação de Municípios do Nordeste de Santa Catarina (AMUNESC) e da Associação de Municípios da Região da Foz do Rio Itajaí (AMFRI). Naturalmente, interferem nessa configuração as diferenças também demográficas entre as regiões. Seja como for, o quadro estadual é de grande desigualdades espaciais na ocorrência desses empregos.

Tabela 5 – Associações de municípios selecionadas: emprego formal em culturaa e % regional em Santa Catarina – 2010, 2013, 2016, 2019, 2022

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Região | Nº de empregos formais em cultura  (mil empregos) | | | | | % no emprego em cultura  no estado | | | | |
| 2010 | 2013 | 2016 | 2019 | 2022 | 2010 | 2013 | 2016 | 2019 | 2022 |
| AMFRI | 13,5 | 16,0 | 15,5 | 16,3 | 21,6 | 8,06 | 8,44 | 8,48 | 8,54 | 9,51 |
| AMUNESC | 20,4 | 22,8 | 21,6 | 22,3 | 26,7 | 12,15 | 12,07 | 11,81 | 11,71 | 11,79 |
| AMVE | 20,0 | 23,1 | 22,6 | 23,5 | 27,2 | 11,92 | 12,23 | 12,34 | 12,34 | 11,99 |
| GRANFPOLIS | 32,1 | 36,1 | 35,4 | 38,2 | 48,9 | 19,10 | 10,09 | 19,36 | 20,04 | 21,56 |
| Santa Catarina | 168,0 | 189,1 | 183,1 | 190,7 | 226,9 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Fonte: elaboração própria com base em dados da RAIS (2024)

a Corresponde à soma dos seguintes códigos da Classificação Grupo CNAE 95: 202 – Fabricação de produtos de madeira, cortiça e material trançado, exceto móveis; 221 – Edição; 222 – Impressão e serviços conexos para terceiros; 223 – Reprodução de materiais gravados; 369 – Fabricação de produtos diversos; 524 – Comércio varejista de outros produtos; 722 – Consultoria em software; 744 – Publicidade; 921 – Atividades cinematográficas e de vídeo; 922 – Atividades de rádio e televisão; 923 – Outras atividades artísticas e de espetáculos; 925 – Atividades de bibliotecas, arquivos, museus e outras atividades culturais

Também exibem espacialidade os aparatos que tanto sustentam o setor cultural e ajudam na sua organização, como oportunizam e favorecem o consumo dos produtos culturais. Dados disponibilizados em MUNIC – Perfil dos Municípios Brasileiros – 2021 (IBGE, 2021) informam que todas as associações de municípios eram dotadas em 2021 com órgãos de gestão da cultura nos respectivos conjuntos de integrantes. Na quase totalidade tratava-se de secretarias que também se ocupavam de outros setores, como esportes (caso de 80% dos municípios catarinenses).

Na estrutura de suporte e encorajamento às atividades culturais, contudo, havia forte diferenciação quanto à existência de planos municipais de cultura. Essa presença oscilava entre situações de quase integralidade, entre os municípios de algumas associações, e de completa inexistência em outras, e quase o mesmo se observava sobre legislação municipal de proteção ao patrimônio cultural. Já os conselhos municipais de cultura exibiam uma incidência que era mais forte e também melhor distribuída. Igualmente escassa e com distribuição desequilibrada era a presença de apoio financeiro às atividades culturais entre as associações e entre seus municípios constituintes. Sobre fundos municipais de cultura, por exemplo, a imagem que prevalecia era a dispersão em nível relativamente baixo de disponibilidades desse instrumento, com poucas associações ostentando destaque.

Em presença de equipamentos voltados à prática e ao consumo cultural, também era marcada a diversidade de situações internas a SC. Em 2021, nenhuma associação de municípios tinha nível de oferta de bibliotecas públicas inferior a 70% do conjunto de integrantes, e várias apresentavam a totalidade dos municípios com registro desse equipamento. Por outro lado, a ocorrência de museus e de teatros ou salas de espetáculo era muito menor, com associações em que não mais de ¼ dos municípios possuíam os primeiros e outras em que o patamar era ainda menor com respeito à presença do segundo tipo (nem sempre as mesmas regiões nas duas situações). A diversidade de circunstâncias era a regra, portanto.

Centros culturais e arquivos públicos ou centros de documentação, de sua parte, eram mais escassos, com variação das incidências regionais em níveis comparativamente baixos. Inverso era o cenário quanto aos estádios ou ginásios poliesportivos: apenas sete das 21 associações não exibiam a totalidade dos respectivos municípios com o registro desse tipo de equipamento. Tal dado parece sugestivo sobre as opções municipais, em diferentes latitudes do território estadual, no tocante à oferta de infraestrutura para esportes, lazer ou recreação.

Sobre centros de artesanato e cinemas, a regra era uma presença muito limitada, embora o ápice da pandemia da Covid-19 possa ter influenciado os resultados do levantamento. Lojas de discos, CDs, fitas e DVDs apresentavam igualmente uma baixa incidência, o que estaria a confirmar uma tendência mais geral de atrofia desse tipo de negócio, impulsionada pelo forte avanço do consumo cultural ligado à televisão a cabo ou, sobretudo, à internet (como mediante *streaming*). De toda maneira, como tais formas de acesso implicam custos que podem ser muito onerosos para diversas famílias, sobretudo em regiões de elevada pobreza ou com níveis baixos de renda, não seria implausível considerar que os negócios envolvendo fitas e DVDs, pelo menos, pudessem ter sido encorajados no contexto da pandemia, por constituírem meios de consumo cultural comparativamente mais baratos à primeira vista.

Também livrarias, e mais ainda galerias de arte e conchas acústicas, apresentavam limitada incidência. Eram bastante baixos, geralmente, os patamares para livrarias, e havia associações municipais simplesmente desprovidas destas, o mesmo sendo observado sobre galerias de arte e conchas acústicas.

A problemática do orçamento setorial permite, da mesma forma, detectar heterogeneidade espacial no setor de cultura. No ano de 2021, 41 municípios de diferentes associações municipais, representando 14% do total catarinense, não possuíam orçamento para cultura definido no ano anterior. A maior parte dos que contavam com esse orçamento dividia-se entre os municípios que haviam executado até 20% do previsto e os que executaram mais de 80%. Totalizavam 21 aqueles possuidores de tais orçamentos mas que nada tinham executado, o que significa praticamente a metade do número de municípios desprovidos desse recurso administrativo.

**4.2 Instrumentos locais de estímulo às atividades culturais**

Falou-se anteriormente sobre instrumentos de apoio financeiro às atividades culturais com abrangência nacional, como os das leis Rouanet, Paulo Gustavo e Aldir Blanc, e também envolvendo o BNDES Fundo Cultural. Cabe referir agora a meios propriamente catarinenses. SC possui pelo menos um importante mecanismo dessa natureza.

Trata-se do Programa de Incentivo à Cultura (PIC), implicando a Secretaria de Estado da Fazenda e que se baseia em renúncia fiscal do ICMS. Empresas podem patrocinar projetos culturais que passem pelo crivo da Fundação Catarinense de Cultura (FCC) e abater o correspondente valor daquele imposto, conforme os termos da Lei nº 17.762, de 7 de agosto de 2019 (regulamentada pelo Decreto nº 1.269, de 4 de maio de 2021). Na página da Secretaria da Fazenda na internet, informa-se que as empresas interessadas precisam se habilitar no Sistema de Administração Tributária (SAT) (GOVERNO DE SANTA CATARINA, 2022).

O *modus operandi* inclui a abertura pela FCC de inscrições ao PIC, e os que se interessam precisam cadastrar suas propostas eletronicamente. Os projetos aprovados recebem cartas de captação de recursos, em contexto no qual até 0,5% da arrecadação estadual do ICMS pode ser destinado, de acordo com a legislação vigente.[[1]](#footnote-1)

Dados disponibilizados pela FCC, agrupados/distribuídos pelas seis mesorregiões catarinenses, informam sobre a progressão do PIC desde a sua regulamentação em 2021. A mesorregião Grande Florianópolis prepondera tanto em números de projetos aprovados como em valores captados nos anos informados. Contudo, ao longo do (curto) período de funcionamento do PIC outras áreas de SC lograram avançar na utilização desse incentivo. O Vale do Itajaí e o Norte praticamente se ombrearam na captação em 2022 e 2023, e o Oeste catarinense e mesmo a Serra exibiram crescimento. Projetos nas modalidades artísticas envolvendo música, audiovisual e artes integradas invariavelmente concentram mais de 60% das aprovações pela FCC (2024).

Assinale-se ainda que o apoio às atividades culturais em SC envolvem a prática de editais e a outorga de prêmios pela FCC. Uma consulta à página na internet dessa instituição permite constatar o lançamento periódico, por exemplo, do Edital Lei Paulo Gustavo SC (a rigor há diferentes editais e chamadas públicas da FCC ligados ao nome “Paulo Gustavo”) e do Edital Aldir Blanc, assim como do Prêmio Elisabete Anderle de Estímulo à Arte e do Prêmio Catarinense de Cinema. Uma ideia sobre a incidência desse tipo de encorajamento à produção artística em SC pode advir de informações sobre as edições do Prêmio Catarinense de Cinema (FCC, 2021).

A Tabela 6 apresenta a distribuição, nas mesorregiões de SC, das inscrições ao Prêmio Catarinense de Cinema nos editais de 2014/2015, 2018, 2019 e 2020. A mesorregião Grande Florianópolis foi origem recorrente da esmagadora maioria das inscrições, mesmo que a participação regional tenha recuado bastante entre os editais de 2014/2015 e 2020. Deve-se recordar que nesse último ano estava-se em plena pandemia da Covid-19, o que certamente afetou o quantitativo de inscrições, de um modo geral: no agregado, esse número caiu de 438 para 386 (menos 12%), revertendo a tendência de franco e rápido crescimento até então (entre 2018 e 2019, a expansão, para SC como um todo, fora de 70%). O Vale do Itajaí figura em segundo lugar no *ranking* regional dessas inscrições, e em outras regiões a participação verificada é muito pequena.

A distribuição dos prêmios atribuídos exibe padrão geográfico semelhante. Como mostra a Tabela 7, que informa sobre os editais 2013, 2014/2015, 2018, 2019 e 2020, a mesorregião Grande Florianópolis concentrou de forma absoluta a outorga até 2019, oscilando em torno de ¾ das premiações. No edital de 2020, todavia, ocorreu maior equilíbrio nas concessões. A região da capital canalizou menos de 1/3 do total, e o Vale do Itajaí, o Oeste e o Norte participaram com proporções mais ou menos próximas. Observe-se, todavia, que nesse último edital, lançado durante a pandemia da Covid-19, o número de inscrições ao Prêmio Catarinense de Cinema caiu fortemente na mesorregião Grande Florianópolis (recuo de 24%, o dobro do declínio observado no estado como um todo).

Tabela 6 – Prêmio Catarinense de Cinema: distribuição das inscrições entre os editais de 2014/2015 e 2020 nas mesorregiões catarinenses

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Referência espacial | Edital 2014/2015 | | Edital 2018 | | 2019 | | 2020 | |
| Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % |
| Grande Florianópolis | 136 | 72,7 | 191 | 74,3 | 291 | 66,4 | 220 | 50,2 |
| Norte | 16 | 8,6 | 15 | 5,8 | 45 | 10,3 | 39 | 8,9 |
| Oeste | 9 | 4,8 | 4 | 1,6 | 21 | 4,8 | 37 | 8,4 |
| Serra | 2 | 1,1 | 0 | 0 | 3 | 0,7 | 12 | 2,7 |
| Sul | 5 | 2,7 | 8 | 3,1 | 26 | 5,9 | 18 | 4,1 |
| Vale do Itajaí | 18 | 9,6 | 35 | 13,6 | 50 | 11,4 | 60 | 13,7 |
| Outras UF/Sem informação | 1 | 0,5 | 4 | 1,6 | 2 | 0,5 | 0 | 0 |
| Total | 185 | 100 | 257 | 100 | 438 | 100 | 386 | 100 |

Fonte: elaboração própria com dados de FCC (2021)

Tabela 7 – Prêmio Catarinense de Cinema: distribuição da outorga dos prêmios entre os editais de 2013 a 2020 nas mesorregiões catarinenses

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Referência espacial | Edital 2013 | | Edital 2014/2015 | | Edital 2018 | | Edital 2019 | | Edital 2020 | |
| Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % |
| G. Florianópolis | 23 | 79,3 | 14 | 87,5 | 18 | 78,3 | 43 | 72,9 | 16 | 32,6 |
| Norte | 1 | 3,4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 8,5 | 7 | 14,3 |
| Oeste | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 5,1 | 8 | 16,3 |
| Serra | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 4,3 | 1 | 1,7 | 5 | 10,2 |
| Sul | 1 | 3,4 | 1 | 6,2 | 0 | 0 | 2 | 3,4 | 4 | 8,2 |
| Vale do Itajaí | 4 | 13,8 | 1 | 6,2 | 4 | 17,4 | 3 | 5,1 | 9 | 18,4 |
| Outras UF/S. infor. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 3,4 | 0 | 0 |
| Total | 29 | 100 | 16 | 100 | 23 | 100 | 59 | 100 | 49 | 100 |

Fonte: elaboração própria com dados de FCC (2021)

**4.3 Cultura e território: acenos ao empreendedorismo**

Como assinalado no começo deste estudo, outro ângulo de abordagem da cultura, além do comumente adotado – que focaliza produção e consumo cultural, com seus sistemas e aparatos de apoio, organização e promoção –, prevalecente no texto até aqui, considera aspectos incrustados no cotidiano de grupos sociais, isto é, nos seus espaços de vida e reprodução social. Esses aspectos referem-se às características dos modos de vida, com seus manifestações diversas, e refletem histórias, por assim dizer, socioterritoriais.

É representativo da cultura, nesses termos, o modo como se utilizam os elementos com presença nos espaços de vida, tornando-os recursos locais que representam, de alguma forma, fatores de diferenciação dos territórios entre si. Dizer histórias socioterritoriais significa em boa medida, assinale-se, evocar heranças ancestrais mais ou menos recuadas no tempo, de todo modo tipificando, até certo ponto, comportamentos e interações em escala, por exemplo, comunitária. Manifestações ou expressões diversas, como em gastronomia e música e em simbologia e outros aspectos com sentido de representação, compõem as tessituras desse plano cultural.

Explorar esse ponto de vista sobre a cultura abrangeria, entre outras coisas, perscrutar formas de aproveitamento econômico dos atributos naturais e dos saberes acumulados em diferentes latitudes de um espaço, por exemplo, estadual. No tocante a Santa Catarina, esse espaço apresenta-se fortemente marcado por grande diversidade, dizendo respeito, entre outros, a solo, altitude, práticas econômicas e demais heranças associadas ao longo processo de ocupação e formação socioeconômica estadual. Sobre uma base natural percebida como um mosaico de características e de possibilidades a elas relacionadas, desdobrou-se – sob influência decisiva daquele – outro mosaico de estruturas econômicas e sociais impregnadas de – e que constituem aspectos da – cultura.

Uma tradução disso reside no florescimento de Indicações Geográficas (IG) no estado, outorgadas pelo Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) com base em reivindicações e em avaliação do atendimento a critérios definidos naquele nível institucional. A Secretaria de Estado da Agricultura e Pecuária atesta as indicações, que são depois submetidas ao INPI para serem certificadas. A identificação das situações com potencial para lograr a obtenção do Selo de IG costuma resultar de trabalhos e providências envolvendo diferentes instituições, incluindo universidades.

As IG representam, como o nome sugere, signos socioterritoriais que expressam aspectos ambientais e socioculturais dos espaços a que se referem. A outorga, apresentando a procedência dos produtos e traduzindo ou exprimindo saberes e formas de produção incrustados em comunidades de produtores, constitui fator de, por assim dizer, valorização do resultado do trabalho (esforço) coletivo no plano local.

Em meados de 2024, Santa Catarina ostentava nove IG. Eram elas: Vinho dos Vales da Uva Goethe (sul do estado), Banana da Região de Corupá, Campos de Cima da Serra para Queijo Serrano, Vinhos de Altitude de Santa Catarina (serra e planalto sul catarinense), Mel de Melato da Bracatinga do Planalto Sul Brasileiro (vários municípios do sul do Brasil, a grande maioria em Santa Catarina), Maçã Fuji da Região de São Joaquim, Erva-mate do Planalto Norte Catarinense, Linguiça Blumenau e Cachaça e Aguardente de Luiz Alves. A IG obtida mais recentemente foi a de Cachaça e Aguardente de Luiz Alves (GOVERNO DE SANTA CATARINA, 2024), tendo esse município sido declarado como a Capital Catarinense da Cachaça – Terra da Cachaça em lei estadual de 2018.[[2]](#footnote-2)

Também a existência de marcas regionais, em geral de produtos que resultam de processamento de insumos provenientes do meio rural, tem relevo nessa maneira de referir à cultura como elemento impregnado no território e como expressão de histórias e saberes. Santa Catarina possuía 32 dessas marcas em 2023, a maioria (metade) dizendo respeito ao oeste do estado (RAMOS; HUINLA; TURNES, 2023). O norte catarinense figura em segundo lugar, seguido de longe pela representatividade do Vale do Itajaí, a mesorregião que aparece como terceira colocada (Tabela 8).

Tabela 8 – Marcas coletivas catarinenses em uso efetivo: distribuição por mesorregiões (2023)

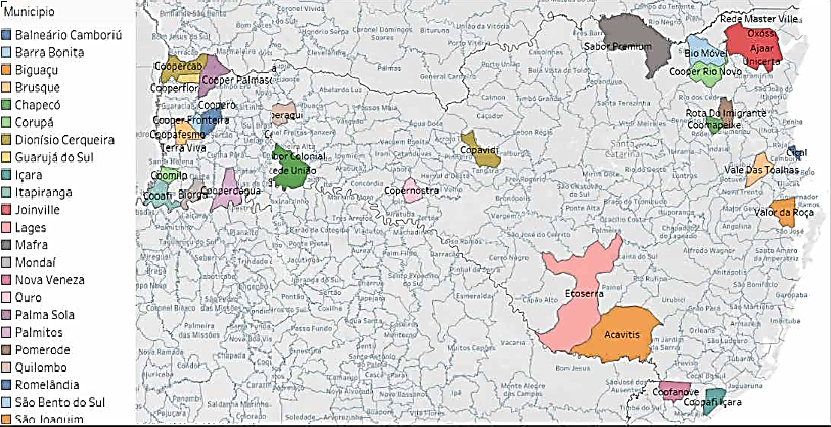
|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Mesorregião | Nº de marcas | % |
| Oeste catarinense | 16 | 50,0 |
| Norte catarinense | 7 | 21,9 |
| Vale do Itajaí | 4 | 12,5 |
| Serrana | 2 | 6,3 |
| Sul Catarinense | 2 | 6,3 |
| Grande Florianópolis | 1 | 3,0 |
| Total | 32 | 100,0 |

Fonte: Ramos, Huinka e Turmes (2023), p. 40.

A Figura 1 apresenta os municípios com atividades relacionadas às marcas coletivas efetivamente utilizadas nas mesorregiões. O maior número de municípios se localiza no oeste estadual, mas percebe-se incidência em diversas latitudes catarinenses, inclusive no Aglomerado Urbano de Florianópolis, em Biguaçu.

Falar sobre cultura nesses termos é importante em si. Mas ganha ainda mais relevância porque tende a remeter a possibilidades de protagonismo empreendedor na escala das comunidades, municípios e regiões, chamando a atenção para as potencialidades nessa direção. Integrar ou articular coletividades de produtores que compartilham signos produtivos, simultaneamente transmitindo e absorvendo (e estimulando a sua utilização econômica) conhecimentos impregnados nos cotidianos dos territórios, pode ser vetor de aprimoramentos diversos e de desenvolvimento na esfera local. Isso significaria geração de novas oportunidades de trabalho e renda, assim contribuindo para a melhoria das condições de vida em diferentes lugares, sob o incontornável signo da sustentabilidade socioambiental.

Figura 1 – Municípios com presença de marcas coletivas em Santa Catarina (2023)



Fonte: Ramos, Huinka e Turmes (2023), p. 42.

**5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este artigo se propôs a lançar um olhar em direção ao setor cultural em SC, privilegiando aspectos socioeconômicos com alguma inspiração no debate sobre a economia da cultura. Esse recorte da economia constitui campo quer de estudos acadêmicos, quer de formulação e execução de políticas com visibilidade em termos internacionais. Aparentemente, representa área sobre a qual o interesse tem progredido em solo brasileiro. O objetivo do estudo era, com suporte em investigação documental e bibliográfica, descrever aspectos importantes do setor cultural e, de algum modo, discutir a relação entre cultura e economia no estado, tendo como horizonte temporal as primeiras décadas deste século.

O estudo informou que o setor cultural, tangenciado sob o signo da economia da cultura – cujo escopo, em termos gerais e em quaisquer circunstâncias, é amplo e diversificado –, exibe presença não negligenciável em SC, a julgar pela comportamento dos respectivos empregos e pela sua representatividade no país. Também em presença de integrantes do aparato que permite acesso a produtos e serviços culturais, SC mostra-se via de regra bem posicionada na estrutura federativa, embora não seja assim quanto à participação nos gastos governamentais realizados no país por parte de administrações estaduais e municipais.

A pesquisa permitiu também saber que as atividades protagonizadas no âmbito do setor cultural, incluindo as relativas à presença e ao funcionamento do aparato de gestão, organização e promoção, têm maior concentração em algumas poucas regiões catarinenses, a saber, a Grande Florianópolis, o Vale do Itajaí e o Nordeste. A produção cultural, apoiada e fomentada por instrumentos financeiros, apresenta, do mesmo modo, maior incidência somente em algumas áreas do estado, o que permite falar em desigualdades interespaciais em promoção e desenvolvimento com respeito ao setor.

No tocante à economia da cultura que envolve a valorização e utilização de atributos territoriais, traduzidos sobretudo em conhecimentos enraizados e com origem nos processos relacionados à colonização e formação socioespacial de SC, em diversos casos observa-se manifestação na forma de Indicações Geográficas (IG) obtidas junto ao INPI e de marcas regionais criadas e exploradas coletivamente. Ambas, as IG e as marcas, ostentam, por assim dizer, a condição de signos territoriais. A razão é que aparecem inextricavelmente vinculadas a processos locais ou regionais geralmente indissociáveis de histórias e tradições, que recobrem modos de interação entre os atores sociais e os recursos físicos e naturais, desde os primeiros passos da colonização e ocupação.

Deve-se assinalar que, se a cultura galgou degraus, em termos gerais, como componente efetivo ou potencial do desenvolvimento socioeconômico – algo reconhecido por importantes instituições internacionais –, a sua promoção há de figurar com destaque no leque de procedimentos institucionais em diferentes escalas da ação principalmente pública. Em SC, essa promoção envolveria, por exemplo, favorecer o acesso de produtores culturais de diferentes municípios e regiões aos meios de financiamento e ao amplo suporte às suas atividades. Provavelmente, esse favorecimento incluiria a criação, em diferentes recantes de SC, de condições destinadas à capacitação de produtores para uma adequada e potencialmente frutífera participação nos editais que canalizam recursos financeiros para o setor cultural, como os operados pela FCC.

Os acenos ao empreendedorismo e, como possível desdobramento, ao robustecimento das condições favoráveis ao desenvolvimento, tendo como esteio os traços culturais dos territórios e suas manifestações, ocupariam lugar de destaque nas ações de promoção da cultura, nos seus vínculos com a economia. Relações entre os setores de cultura e turismo mostrar-se-iam especialmente estratégicas nessa direção. Por exemplo, criar e operacionalizar circuitos turísticos intermunicipais ou inter-regionais tendo como base, além do patrimônio paisagístico e ambiental dos territórios, também – e com grande realce – aquele de perfil sociocultural, haveria de produzir resultados tanto na economia do turismo como na economia da cultura, com fortes articulações e estímulos mútuos.

Ilustração de possibilidades nesse sentido dizem respeito, por exemplo, ao enoturismo praticado e em evolução há alguns anos na região serrana catarinense, na esteira do fortalecimento da vitivinicultura de altitude. Essa atividade produtora, incorporada aos elementos econômicos, paisagísticos e socioculturais da região, impulsionou o turismo na área, e os associados estímulos e impulsos são de mão dupla, em direção a uma atividade e à outra: nesse território, tornado vitivinicultor – tanto quanto pomicultor, entre outros –, cultura e turismo interagem e se encorajam reciprocamente.

Em circunstâncias de promoção de vínculos dessa natureza entre cultura e turismo, efeitos multiplicadores e processos de irradiação haveriam de representar promissoras possibilidades para o desenvolvimento socioeconômico na escala municipal e regional, sob o inegociável respeito ao meio ambiente. Dessa maneira, estimular e apoiar articulações desse tipo, repercutindo em ações empreendedoras sobretudo de pequena ou média escala, fariam amplamente sentido em meio a esforços mais gerais de planificação e de concepção e execução de medidas voltadas ao desenvolvimento local e regional, protagonizado no marco de interações densas e férteis entre o setor público e o setor privado, na escala estadual e na dos municípios e regiões.

**Referências Bibliográficas**

BENHAMOU, F. **A economia da cultura**. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social. **Cultura e economia criativa**. Rio de Janeiro: BNDES, 2024a. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/onde-atuamos/cultura-e-economia-criativa> Acesso em: 7 ago. 2024.

BNDES. **BNDES Fundo Cultural – Apoio à Cultura**. Rio de Janeiro: BNDES, 2024b. Disponível em: [https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/produto/bndes-fundo-cultural Acesso](https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/produto/bndes-fundo-cultural%20%20Acesso) em: 26 ago. 2024.

### BOSCHMA, R. A. Proximity and innovation: a critical assessment. Regional Studies, v. 39, n. 1, p. 61-74, 2005.

BRASIL. Governo Federal. **Lei Aldir Blanc de apoio à cultura é regulamentada pelo Governo Federal**. Brasília DF: Serviços e Informações do Brasil, 31 out. 2022.Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/cultura-artes-historia-e-esportes/2020/08/lei-aldir-blanc-de-apoio-a-cultura-e-regulamentada-pelo-governo-federal> Acesso em: 26 ago. 2024.

BRASIL. Presidência da República. **O que você precisa saber sobre a Lei Rouane**t. Brasília, DF: Secretaria de Comunicação Social, 3 jun. 2024a.Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/fatos/brasil-contra-fake/noticias/2023/10/o-que-voce-precisa-saber-sobre-a-lei-rouanet> Acesso em: 26 ago. 2024.

BRASIL. Presidência da República. **Lei nº 8.695, de 20 de julho de 1993**. Brasília, DF: Casa Civil, 2024b. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8685.htm> Acesso em: 26 ago. 2024.

CATELA, E. Y. da S.; MENDES, R. A. M. de P.; LINS, H. N.; MARIGA, C. **Mapeamento e estudo do setor audiovisual catarinense.** Florianópolis: Fundação Catarinense de Cultura, nov. 2021 (Relatório Final). Disponível em: <https://cultura.sc.gov.br/publicacoes/retratos-do-audiovisual-catarinense> Acesso em: 08 ago. 2024.

### DEBARBIEUX, B. Territoire-territorialité-territorialisation: aujourd’hui encore, et bien moins que demain... In: VANIER, M. (Dir.). Territoires, territorialité, territorialisation: controverses et perspectives. Rennes: Presses Universitaires de Rennes, 2009, p. 19-30.

### EINARSSON, A. [The economic contribution of SMEs within the cultural sector of a small society in a global context. In:](https://leitir.is/discovery/fulldisplay?docid=alma991004668189706886&context=L&vid=354ILC_NETWORK:10000_UNION&lang=is&adaptor=Local%20Search%20Engine) 3rd INTERNATIONAL CONFERENCE ON CULTURAL POLICY RESEARCH, 2004, Montreal. Anais... Disponível em: <https://rafhladan.is/handle/10802/6217> Acesso em: 02 jan. 2025.

FCC – Fundação Catarinense de Cultura. **Relatório com informações acerca das cinco últimas edições do Prêmio Catarinense de Cinema**. Florianópolis: FCC, mar. 2021. Disponível em: <https://www.cultura.sc.gov.br/publicacoes/relatorio-premio-catarinense-de-cinema-2013-2020> Acesso em: 07 ago. 2024.

FCC – Fundação Catarinense de Cultura. **Painel PIC**. Florianópolis: FCC, 2024. Disponível em: <https://adm.fcc.sc.gov.br/csp/fcc/fccbipic.csp> Acesso em: 07 ago. 2024.

FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

GOVERNO DE SANTA CATARINA. Secretaria de Estado da Fazenda. **PIC – Programa de Incentivo à Cultura**. Florianópolis: SEF, 12 maio 2022. Disponível em: [www.sef.sc.gov.br/saiba-mais/pic-programa-de-incentivo-a-cultura](http://www.sef.sc.gov.br/saiba-mais/pic-programa-de-incentivo-a-cultura) Acesso em: 7 ago. 2024.

GOVERNO DE SANTA CATARINA. Secretaria de Estado da Comunicação. **Santa Catarina conquista a nona Indicação Geográfica com a cachaça e aguardente de Luiz Alves**. Florianópolis: SECOM, 6 ago. 2024. Disponível em: <https://estado.sc.gov.br/noticias/santa-catarina-conquista-a-nona-indicacao-geografica-com-a-cachaca-e-aguardente-de-luiz-alves/> Acesso em: 7 ago. 2024.

HARVEY, D. **A condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 1993.

### IBGE – Instituto Brasileira de Geografia e Estatística. Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018. Rio de Janeiro: IBGE, 2019.

IBGE. **MUNIC – Perfil dos Municípios Brasileiros – 2021**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/df/brasilia/pesquisa/1/74454?ano=2021>) Acesso em: 19 ago. 2024

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **SIIC – Sistema de Informações e Indicadores Culturais**. Rio de Janeiro: IBGE, 2024. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/cultura-recreacao-e-esporte/9388-indicadores-culturais.html?=&t=sobre> Acesso em: 18 dez. 2024.

JAMESON, F. **Pós-modernismo**: a lógica cultural do capitalismo tardio. 2.ed. São Paulo: Ática, 1997.

LINS, H. N. Economia da cultura e ambiente urbano: termos do debate e ensaio de análise sobre Florianópolis. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, n. 120, p. 231-256, jan./jun. 2011.

LINS, H. N.; RIBEIRO, K. dos S. Produção do carnaval em escolas de samba: ensaio à luz do debate sobre economia da cultura. **Textos de Economia**, v. 18, n. 1, p. 37-59, jan./jun. 2015.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Sistema Nacional de Cultura**. Brasília, DF.: MinC, 2024a. Disponível em: <http://portalsnc.cultura.gov.br/sistemas-de-cultura/> Acesso em: 26 ago. 2024.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Lei Paulo Gustavo**. Brasília, DF.: MinC, 2024b. Disponível em: <http://portalsnc.cultura.gov.br/auxilio-cultura/lei-paulo-gustavo/> Acesso em: 26 ago. 2024.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Política Nacional Aldir Blanc: um marco para a cultura brasileira**. Brasília, DF.: MinC, 25 out. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/lei-aldir-blanc-um-marco-para-a-cultura-brasileira> Acesso em: 26 ago. 2024.

PECQUEUR, B. O desenvolvimento territorial: uma nova abordagem dos processos de desenvolvimento para as economias do Sul. **Raízes**, v. 24, n. 1 e 2, p. 10-22, jan./dez. 2005.

PRESTES FILHO, L. C. (Coord.). **Economia da cultura**: a força da indústria cultural no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais, 2002.

RAIS – Relação Anual de Informações Sociais. Brasília, D.F.: Ministério do Trabalho e Emprego, 2024. Obtido em: http://bi.mte.gov.br/bgcaged/rais.php. Acesso em: 15 jun. 2024.

RAMOS, I. da S.; HUINKA, M. T.; TURNES, V. A. Estratégia de desenvolvimento territorial em Santa Catarina: distribuição espacial de marcas coletivas catarinenses. **Revista Catarinense de Economia**, v. 7, n. 1, p. 35-44, 2023.

REIS, A. C. F. Economia da cultura ou economia criativa? Pondo os pingos nos is. **Cultura e** Mercado, 11 mar. 2007. Disponível em: <https://culturaemercado.com.br/economia-da-cultura-ou-economia-criativa-pondo-os-pingos-nos-is/> Acesso em: 02 jan. 2025.

ROUET, F. L’approche économique de la aculture: esquisse d’um bilan. **Culture & Recherche**, n. 68, p. 307, Sept./Oct. 1998.Disponível em: <http://fgimello.free.fr/documents/economie_culture2.pdf> Acesso em: 02 jan. 2025.

SANTOS, M. O retorno do território. In: SANTOS, M.; SOUZA, M. A. A. de; SILVEIRA, M. L. (Orgs.). **Território**: globalização e fragmentação. São Paulo: HUCITEC: Anpur, 1994, p. 15-20.

THE RISE and rise of vídeo games. **The Economist**, Mar. 19th, 2020. Disponível em: <https://www.economist.com/prospero/2020/03/19/the-rise-and-rise-of-video-games> Acesso em: 26 ago. 2024

THROSBY, D. The production and consumption of the arts: a view of cultural economics. **Journal of Economic Literature**, v. 32, n. 1, p. 1-29, 1994.

TOLILA, P. **Cultura e economia**: problemas, hipóteses, pistas. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultura, 2007.

UNCTAD – United Nations Conference on Trade and Development. **Creative economy outlook 2024**: technical and statistical report. Geneva: United Nations, 2024. Disponível em: <https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d2_en.pdf> Acesso em: 07 ago. 2024.

VALIATI, L. **Economia da cultura e cinema**: notas empíricas sobre o Rio Grande do Sul. São Paulo: Ecofalante, 2010.

VALIATI, L.; FLORISSI, S. (Orgs.). **Economia da cultura**: bem-estar econômico e evolução cultural. Porto Alegre:Editora da UFRGS, 2007.

1. Cf. Lei nº 17.942, de 12 de maio de 2020, que dispõe sobre a concessão de incentivo fiscal ao estímulo e apoio a projetos e atividades culturais, instituindo o PIC. Disponível em: <http://leis.alesc.sc.gov.br/html/2020/17942_2020_lei.html> Acesso em: 27 ago. 2024. [↑](#footnote-ref-1)
2. Cf. Lei nº 17.535, de 19 de junho de 2018. Disponível em: <http://leis.alesc.sc.gov.br/html/2018/17535_2018_lei.html> Acesso em: 27 ago. 2024. [↑](#footnote-ref-2)