

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE ECONOMIA
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

**Análise da Demanda, da Cadeia Produtiva e da
Intervenção do Estado na Produção Teatral no Brasil no
período de 1990 a 2008**

BERNARDO FURTADO NUNES
matrícula nº: 106021005

ORIENTADOR(A): Prof. Fabio Sá Earp

DEZEMBRO 2009

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE ECONOMIA
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

**Análise da Demanda, da Cadeia Produtiva e da
Intervenção do Estado na Produção Teatral no Brasil no
período de 1990 a 2008**

BERNARDO FURTADO NUNES
matrícula nº: 106021005

ORIENTADOR: Prof. Fabio Sá Earp

DEZEMBRO 2009

As opiniões expressas neste trabalho são de exclusiva responsabilidade do autor

Dedico este trabalho:
Àqueles que vivem do palco,
Àqueles que dão vida ao palco,
Àqueles que se escondem atrás do palco,
Àqueles que optam pelos palcos,
Àqueles que da rua fazem seu palco,
Àqueles que estudam o palco,
Àqueles que contemplam o palco,
E enfim, àqueles que não seguiram os palcos,
Mas têm em si a magia do palco.

AGRADECIMENTOS

A muitos eu devo agradecimentos. Assim, sou grato a todos aqueles que passaram por mim e deixaram partes daquilo que me compõe atualmente.

Agradeço ao pessoal do BNDES, cujos ensinamentos foram valiosos e decisivos para a minha formação. Agradeço também aos meus professores, em especial, ao professor João Saboia, meu orientador na iniciação científica, e ao professor Fabio Sá Earp, meu orientador acadêmico.

Agradeço ao pessoal do Teatro, que acreditam no poder da transformação dessa arte e sem nenhum pesar fazem dos seus sonhos os mais belos cenários e dos seus corpos as mais incríveis atuações. Em particular, agradeço ao Bruno Inúbia, diretor, ator, produtor, presidente do grupo e responsável por dar continuidade àquilo iniciado por uma Tia.

Agradeço aos meus pais e à minha irmã, que acreditaram em mim e abriram mão de muitas coisas para que eu pudesse agarrar outras. Obrigado mesmo!

Agradeço à minha namorada, sempre compreensível, apoiou as minhas escolhas e me alertou para outras. Nela eu encontro o motivo e o objetivo de seguir em frente.

RESUMO

O presente trabalho analisa os principais condicionantes da demanda por espetáculos teatrais, como também estuda as características da oferta teatral, tendo como base a análise estruturada em cadeias produtivas. Esse tipo análise permite a distinção entre os grupos, possibilitando observar as dinâmicas competitivas. Tendo ambos os lados do mercado já definidos, demanda e oferta, avaliam-se os motivos para a intervenção do Estado, e se verifica a eficiência dos dois principais instrumentos de incentivo à produção teatral utilizados, Lei Rouanet e lei da meia entrada; como também se observam dois outros instrumentos futuros, Vale-cultura e Procult.

SÍMBOLOS, ABREVIATURAS, SIGLAS E CONVENÇÕES

Ancine	Agência Nacional de Cinema
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CNIC	Comissão Nacional de Incentivo à Cultura
FATE	Fundo de Apoio ao Teatro
FICART	Fundo de Investimento Cultural e Artístico
FIRJAN	Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
FNC	Fundo Nacional da Cultura
FUNARTE	Fundação Nacional de Artes
FUNCINE	Fundo de Investimento para o Cinema
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
MinC	Ministério da Cultura
POF	Pesquisa de Orçamentos Familiares
Procult	Programa de financiamento da Cultura
Pronac	Programa Nacional de Apoio à Cultura
SATED	Sindicato dos Artistas e Técnicos em Espetáculos de Diversões
TBC	Teatro Brasileiro de Comédia
teatro	Edifício onde ocorrem os espetáculos
Teatro	Modalidade artística que envolve a arte de interpretação

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	7
CAPÍTULO I – A CARACTERIZAÇÃO DA DEMANDA.....	8
I.1 – O TEMPO LIVRE E A SUA ALOCAÇÃO	8
I.2 – BEM CULTURAL	9
a) <i>Valor de uso</i>	9
b) <i>Valor simbólico</i>	10
c) <i>Externalidades</i>	12
I.3 – BEM DE EXPERIÊNCIA	13
I.4 – EFEITO SUBSTITUIÇÃO E EFEITO RENDA.....	14
I.4 – CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE A DEMANDA.....	19
CAPÍTULO II – A OFERTA DE TEATRO.....	20
II.1 – A CADEIA PRODUTIVA DO TEATRO	20
II.2 – ETAPA DE CRIAÇÃO.....	21
II.3 – ETAPA DE ROTEIRO	24
II.4 – ETAPA DE PRODUÇÃO.....	25
II.5 – ETAPA DE REPRODUÇÃO.....	25
II.6 – ETAPA DE FINANCIAMENTO	29
II.7 –CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE A OFERTA.....	30
CAPÍTULO III – A INTERVENÇÃO DO ESTADO.....	31
III.1 – MOTIVOS PARA INTERVENÇÃO.....	31
a) <i>Falhas de mercado</i>	32
b) <i>A fatalidade dos custos</i>	33
III.2 – FORMAS USUAIS DE INTERVENÇÃO.....	35
a) <i>Meia-entrada</i>	35
b) <i>Lei Rouanet</i>	36
III.3 –NOVAS PROPOSTA DE INTERVENÇÃO.....	39
a) <i>Vale-cultura</i>	39
b) <i>Procult</i>	40
CONCLUSÃO	42
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	44

INTRODUÇÃO

A Economia da Cultura vem se destacando como um novo ramo da economia que apresenta grande capacidade de geração de emprego e renda. O Banco Mundial estima que, em 2003, 7% do produto mundial estão relacionados a atividades culturais e, a Firjan (2008), com a sua classificação de indústrias criativas, mostra que essas indústrias brasileiras que estão no núcleo do processo de produção, onde o setor teatral está incluído, empregam formalmente 638 mil trabalhadores e os remunera com uma renda por trabalhador 42% acima da média da economia geral, alcançando R\$ 1.666 em 2006.

E percebendo esse potencial brasileiro, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social criou um departamento voltado exclusivamente para as atividades culturais a fim de fornecer programas de apoio, incentivo e financiamento, além da ampliação do Procult, um programa destinado, a princípio, à cadeia do audiovisual.

Embora a grande diversidade cultural brasileira estimule as atividades culturais, elas são pouco exploradas, pois segundo o IBGE e o IPEA, 78% dos brasileiros nunca foram a um espetáculo de dança e 93% nunca foram a uma exposição no ano de 2003. Soma-se a isso a falta de conhecimento sobre as atividades culturais como econômicas no Brasil, e em especial sobre o setor teatral, onde os estudos desenvolvidos no Brasil tinham apenas como finalidade estudar políticas restritas de um único teatro, não sendo analisado o funcionamento da cadeia produtiva como um todo.

Entretanto, recentemente, uma discussão vem ganhando espaço nos debates públicos quanto à reformulação do principal mecanismo de apoio do governo brasileiro ao setor teatral, que é a Lei Rouanet. No lugar desse mecanismo de financiamento via isenção fiscal, surgirá a Lei de Incentivo e Fomento à Cultura, onde aspectos de distribuição e captação serão modificados, além da implantação do vale-cultura. Isso reforça a necessidade de conhecimento sobre esse setor para que se possam verificar os efeitos positivos e negativos dessa nova política.

Cabe aqui salientar que os primeiros trabalhos sobre economia da cultura e, principalmente, sobre economia do teatro, estão inseridos em um contexto novo-clássico, escola teórica que serviu como base para o desenvolvimento desses estudos de vanguarda. Desta maneira, esse estudo não tem a intenção de propor uma nova visão sobre a economia do teatro. Busca-se aqui compilar os conhecimentos sobre esse setor que se encontram espaçados e desconexos.

CAPÍTULO I – A Caracterização da Demanda

A análise da demanda por espetáculos teatrais está inserida na discussão sobre o uso do tempo livre e sobre as características desses produtos, à medida que é bem cultural e um bem de experiência, assim como a existência de práticas culturais concorrentes que são mais acessíveis. Tendo isso em vista, esses apontamentos serão desenvolvidos nesse capítulo, dividido em quatro seções, que visam desenhar a estrutura e os determinantes da demanda por espetáculos teatrais.

Por causa da fundamentação teórica novo-clássica, optou-se por observar o indivíduo como uma unidade independente do meio em que vive, como afirma a microeconomia reducionista. Contudo, no desenvolver do trabalho, percebeu-se que reducionismo não é suficiente para explicar a decisão de consumo, apontando alguns fatores (valor simbólico, influência do meio sobre o indivíduo, etc.) que não são elaborados nessa teoria novo-clássica.

Vale destacar que doravante a palavra teatro com letras minúsculas tratará sobre o edifício no qual há espetáculos, ao passo que Teatro, com a primeira letra maiúscula, estará relacionada à modalidade artística, inserida nas Artes Cênicas.

1.1 – O tempo livre e a sua alocação

O consumo de espetáculos está fortemente relacionado com a disponibilidade de tempo livre do indivíduo, isto é, da existência de tempo extra, suficiente para a prática cultural após o cumprimento de todas as obrigações profissionais, sociais e pessoais. Segundo o sociólogo francês Joffre Dumazedier, é nesse período de tempo em que “o indivíduo tem autonomia para escolher como ocupá-lo, ou seja, decidir o que fazer ou não fazer durante as horas em que não tem obrigações a cumprir” (DUMAZEDIER *apud* LIMEIRA, T., 2008, p.31).

Embora essa denominação de tempo livre implique a existência de uma obrigatoriedade, ou seja, de um tempo não-livre que seria destinado principalmente ao trabalho, esse período de tempo não pode ser considerado inútil, pois é nesse momento em que o indivíduo reflete sobre os seus valores e objetivos, além de aperfeiçoar a sua criatividade e a sua capacidade inovativa. Essa visão produtiva do ócio é verificada na obra *O ócio criativo*, do sociólogo Domenico De Masi.

O tempo livre pode ser livremente alocado de diversas formas, tendo em vista o extenso conjunto de atividades de lazer, sejam individuais ou coletivas, residenciais ou fora de casa, como ler um livro, assistir a um filme, ir ao teatro, entre outros. Assim, sob essas condições,

observa-se uma concorrência entre as diferentes formas de lazer frente à disponibilidade de tempo livre. Contudo, esse padrão competitivo altera-se à medida que algumas dessas atividades são também produtoras de bens culturais, estando a atividade teatral inserida nesse subconjunto.

1.2 – Bem cultural

Maria Beatriz Machado define um bem cultural como sendo “todo aquele vestígio da ação humana que possui uma significação cultural” (MACHADO, M., 2004, p.14). Tendo isso em vista, é incontestável a classificação do Teatro como produto de uma modalidade artística, que são as artes cênicas, resultante da interação social e formadora de um sistema de símbolos pelo qual fluem a comunicação e o conhecimento. Em outras palavras, o Teatro permite a criação de “um instante único e insubstituível de diálogos e reflexão com o público” (PEIXOTO, F. *apud* LIMEIRA, T.; GOUVEIA, A., 2008, p.128).

De forma complementar a essa definição, afirma-se que um bem cultural é aquele que, além de deter as características comuns a uma mercadoria, ou seja, valor de uso, também apresenta aspectos simbólicos (LIMEIRA, T.; GOUVEIA, A., 2008, p.128).

a) Valor de uso

O valor de uso de um bem é o quanto um indivíduo de forma isolada valora uma mercadoria, tendo como base todo um arcabouço de utilidades associadas ao uso desse bem. Esse valor, fundamentado nas preferências individuais, como prevê a microeconomia novo-clássica, aliado à restrição orçamentária, é capaz de explicar a escolha individual de consumir o bem.

O consumo de um determinado bem só ocorrerá caso o benefício associado a ele seja, no mínimo, igual ao custo relativo do seu consumo, pressupondo-se assim, a racionalidade econômica desse agente e a livre substituição dos bens, tendo em vista que esse indivíduo ao buscar maximizar as suas utilidades e ao saber como fazê-las, decide as quantidades ótimas de consumo de cada bem.

Isto posto, observa-se que o bem cultural apresenta as características comuns de qualquer outra mercadoria, sendo o seu consumo baseado na escolha individual. Entretanto, o seu processo decisório modifica-se ao perceber que além desses aspectos, o bem cultural também apresenta valores simbólicos.

b) Valor simbólico

O valor simbólico do bem cultural transcende a ideia de satisfação individual, à medida que representa um conjunto de significados associados a valores sociais, como estética, moral, espiritualidade, religião, etc. E isso só é possível, pois o bem cultural é resultado de uma determinada cultura, sendo esta entendida como uma convenção sócio-histórica.

O consumo de um bem cultural afeta as relações sociais, pois associa as pessoas a posições sociais, e assim, permitindo que o indivíduo busque nesse consumo a sua identificação social e pertencimento a um grupo, da mesma forma que funciona como uma forma de distinção social. Então a decisão de consumir um bem cultural está atrelada aos valores sociais que o cercam.

Desta forma, a decisão de consumo de um bem cultural não só é resultado da subjetividade individualista oculta no valor de uso, como também é impactada por fatores externos ao indivíduo, como a decisão de consumo de outros agentes econômicos, o que faz com que a escolha da quantidade consumida do bem seja resultado da combinação das decisões individual e coletiva.

Isso implica afirmar que a demanda pelos bens culturais não somente depende dos gostos individuais, mas também, são impactadas pelo nível de educação da sociedade, como afirma Tolila: “O gosto pela arte parece inato, quando na verdade é produto de conversas, de referências, de viagens, tudo isso valorizado pela escola acima do simples sucesso escolar”. (TOLILA, P., 2007, p.33)

A educação, tanto em termos de escolaridade quanto nos de orientação familiar, exerce papel fundamental na difusão de bens culturais, pois não só é capaz de criar consensos, mas também apura os gostos individuais, haja vista que a contemplação de uma manifestação artística implica intelectualização e racionalização durante o consumo.

Essa relação pode ser observada nos resultados do estudo de BOTELHO; FIORI [2003] para a Região Metropolitana de São Paulo, de onde se retira a seguinte distribuição do consumo de espetáculos teatrais segundo o nível de escolaridade.

Tabela 1 - RMSP: Distribuição percentual da frequência do consumo de espetáculos teatrais pelo nível de escolaridade (nos 12 meses anteriores) - 2002									
No teatro	Nível de Escolaridade (%)			Total (%)	Em qualquer outro lugar	Nível de Escolaridade (%)			Total (%)
	Baixo	Médio	Alto			Baixo	Médio	Alto	
Sim	3,3	16	46,8	17,7	Sim	14,9	22,3	17	11,5
Não	18,4	34,8	39,1	27,4	Não	29,7	22,6	23,4	20,7
Nunca	78,3	49,2	14,2	57,9	Nunca	55,4	55,1	59,7	67,8
TOTAL	100	100	100	100	TOTAL	100	100	100	100

Fonte: BOTELHO, I.; FIORE, M. (2003)

A variável escolaridade foi agrupada em baixo, médio e alto seguindo os seguintes critérios: o primeiro refere-se ao conjunto de indivíduos analfabetos, semi-analfabetos, e nível fundamental completo ou incompleto; o segundo é relativo ao grupo de pessoas que têm o nível médio completo ou incompleto; e enfim, o último representa aqueles que detêm o nível superior completo ou incompleto.

A tabela 1, além de mostrar a correlação positiva entre o consumo de espetáculos teatrais e o nível de escolaridade, também apresenta uma diferenciação do público quanto ao local da realização do consumo, pois no teatro predominam indivíduos de escolaridade alta, enquanto que o consumo de espetáculos em outros lugares é mais comum para aqueles que têm escolaridade média.

São várias as possíveis explicações para tal diferenciação. A primeira estaria relacionada com a necessidade de um determinado grau de educação para o entendimento do espetáculo, como afirma Frederico da Silva.

O mesmo raciocínio vale para as atividades de espetáculo ao vivo, que, além dos hábitos próprios advindos da prática também são acompanhadas por domínio de códigos culturais e textuais mais exigentes advindos da maior frequência aos eventos culturais ou do treinamento escolar. (SILVA, F., 2007, p.33)

Silva ainda, utilizando-se da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de 2002/2003, mostra a influência do grau de escolaridade da pessoa de referência no consumo cultural da família, como é percebido na tabela 2, onde as categorias audiovisual, artes, leitura e microinformática foram as que tiveram as suas participações sobre o dispêndio cultural elevadas, corroborando com a importância da educação como explicadora da expansão e das diferentes composições dos gastos culturais das famílias.

Tabela 2 - Brasil: Porcentagem do dispêndio cultural das famílias por escolaridade da pessoa de referência no total (POF 2002-2003)		
	Até 11 anos de estudo	12 anos ou mais de estudo
Audiovisual	40,8	42,2
Circo	0,1	0,0
Artes (teatro, dança, museus, etc.)	4,0	4,7
Música	2,5	2,4
Indústria fonográfica	18,0	8,8
Leitura	13,7	18,6
Microinformática	12,8	17,5
Outras saídas	8,2	5,7
Participação do consumo cultural nos gastos totais	2,7	3,7

Fonte: SILVA, 2007

Outra explicação estaria relacionada à correlação positiva entre escolaridade e nível de renda, assim como ao fato do consumo de espetáculos ser uma prática que ocorre fora da residência. A prática cultural fora da residência implica custos indiretos adicionais ao preço médio do ingresso. Dentre os diversos custos possíveis estão o transporte, onde se incluem o preço do transporte coletivo, ou a soma das despesas com o combustível e o estacionamento; e a alimentação.

Tendo em vista esses custos indiretos, a ida ao teatro apresenta-se como uma alternativa mais dispendiosa, assim como o preço médio do ingresso é mais elevado. Já o consumo fora do teatro, em geral, apresenta-se como uma forma mais barata, em especial também porque está relacionado com a proximidade do local onde há o espetáculo com a residência do espectador, diminuindo os custos indiretos associados.

Desta forma, tendo em vista a alta correlação positiva entre as variáveis nível de escolaridade e classe de renda, assim como grau de complexidade da peça, o espetáculo em teatro é mais elitizado ao passo que aquele que é praticado em outros lugares tende a ser mais popular, por ser, na maior parte das vezes, mais barato.

c) Externalidades

Externalidades acontecem quando uma ação de um agente econômico afeta outros sem que isso decorra de uma negociação prévia, ou seja, a decisão de um indivíduo tem efeitos não esperados sobre outros. Elas podem ser positivas quando os efeitos são benéficos sobre os outros agentes, ou negativas, quando há prejuízo.

O bem cultural gera externalidades positivas sobre a sociedade, pois após o seu consumo há a difusão da cultura, que por consequência aperfeiçoa a linguagem, transformando o indivíduo e modificando a sua percepção da realidade que o cerca. Isso é exemplificado por Paul Tolila da seguinte maneira:

A cultura de um país também possui essa estranha característica de ser um bem coletivo e um bem coletivo que necessariamente participa da formação dos sistemas de conhecimento de um país, logo, da constituição das faculdades de interpretação e de adaptação de suas forças produtivas como um estilo próprio. (TOLILA, P., 2007, p.97)

Ainda sobre os efeitos das externalidades, Tolila afirma a estreita influência da cultura sobre a capacidade inovativa.

Elas [artes] estabelecem aproximações que a racionalidade comum jamais ousaria fazer, elas transgridem as rotinas e deslocam as fronteiras que a razão razoável se esforça incessantemente para erguer.[...] elas habitam os espíritos a um tipo de visitação da inovação que permite capitalizar a agilidade interpretativa e conjugá-la com a possibilidade de buscar soluções, que seria impossível, sem ela, sonhar buscar. (TOLILA, P., 2007 p. 97)

Em suma, ao classificar o espetáculo teatral como um bem cultural, observa-se uma alteração do processo decisório quanto ao consumo, pois este não mais está estritamente relacionado apenas às preferências individuais como a teoria microeconômica moderna pressupõe ser. A cultura, tanto no sentido de escolaridade, quanto ao ambiente que cerca o indivíduo, torna-se um fator condicionante, tornando o consumo produto de um processo decisório coletivo e individual, não sendo possível a separação total dessas ações.

1.3 – Bem de experiência

A classe de bens de experiência envolve aqueles bens cujo valor só lhes é atribuído após o seu consumo. Essa definição é aplicada a todos os novos produtos, haja vista que os consumidores desconhecem as qualidades e com isso não sabem o grau de utilidade que esses bens podem lhes oferecer, sendo impossível valorá-los *ex ante*.

O espetáculo teatral está inserido nesse conjunto de bens de experiência, pois todas as suas reproduções são únicas. A interpretação de um ator, mesmo com as marcações delimitadas, com o mesmo figurino, sendo o mesmo texto, não será a mesma durante todo o período em que estiver em cartaz, à medida que a capacidade expressiva está fortemente associada às relações entre o ator e suas emoções, entre o ator e o corpo técnico do espetáculo, e por fim,

entre o ator e a plateia. Desta forma, a representação única do ator torna o espetáculo também único a cada dia, já que a percepção da emoção reproduzida sempre é diferente.

As artes cênicas por serem capazes de transmitir sensações e emoções intensas, fazem com que cada indivíduo julgue a qualidade do espetáculo de forma distinta. Este julgamento individual também é afetado pelo contexto em que a pessoa está inserida. Essa questão é mais bem expressa pelos autores Hirschman e Holbrook, que afirmam que:

As sensações e emoções associadas às experiências de consumo são aferentes, ou seja, são provocadas por estímulos externos, como sons e imagens. Mas também são eferentes, ou seja, elas provocam novas imaginações e fantasias na mente do consumidor, que fazem parte da mesma experiência. Essas fantasias e imaginações podem ser lembranças anteriores ou podem ser fantasias novas, criadas na mente do consumidor com base na experiência que está sendo vivenciada em dado momento. (LIMEIRA, T. 2008, p. 34)

Diante dessa impossibilidade de reprodução perfeita, da subjetividade do julgamento e das diferentes percepções frente a diferentes ambientes, o consumo de espetáculos incorre de muitas incertezas quanto à sua qualidade.

Essa incerteza faz com que os consumidores avessos ao risco escolham espetáculos cujo repertório seja tradicional, isto é, que apresentem menos inovação, além de serem atraídos por peças que contenham no elenco atores consagrados ou cujos talentos sejam conhecidos. A publicidade, assim como indicações e críticas, são cruciais para a escolha de qual espetáculo assistir, tendo em vista que funcionam como sinalizadores da qualidade.

Em síntese, o Teatro é classificado como bem de experiência e disso conclui-se a existência de riscos econômicos dos produtores teatrais diante da grande incerteza dos consumidores, cujo processo de decisão não é tomado de forma racional.

1.4 – Efeito Substituição e Efeito Renda

Como foi anunciado anteriormente, o consumo de Teatro concorre com outras práticas associadas ao lazer, devido à existência de escassez na quantidade de tempo livre. A alocação ótima, isto é, na qual o indivíduo consegue elevar a sua satisfação ao maior nível possível só poderá ocorrer se este indivíduo puder arbitrar entre as quantidades de tempo livre destinada a cada atividade.

Essa substituição está baseada na análise individual do custo-benefício de cada consumo, tendo conhecimento da questão dos custos incorridos de forma indireta. Contudo, a definição

e a classificação do Teatro como sendo um bem cultural e bem de experiência, alteram esse padrão de substituição, sendo observada, ao contrário, uma complementaridade entre essas atividades.

Tabela 3 - RMSP: Frequência média das práticas culturais (nos 12 meses anteriores) - 2002	
Prática cultural	Frenquencia (%)
Televisão	93,5
Música	90,7
Rádio	88,2
Livro por lazer	40,5
Filmes em DVD ou VHS	40,4
Computador	36,8
Cinema	35,1
Teatro	17,7
Museu	14,0

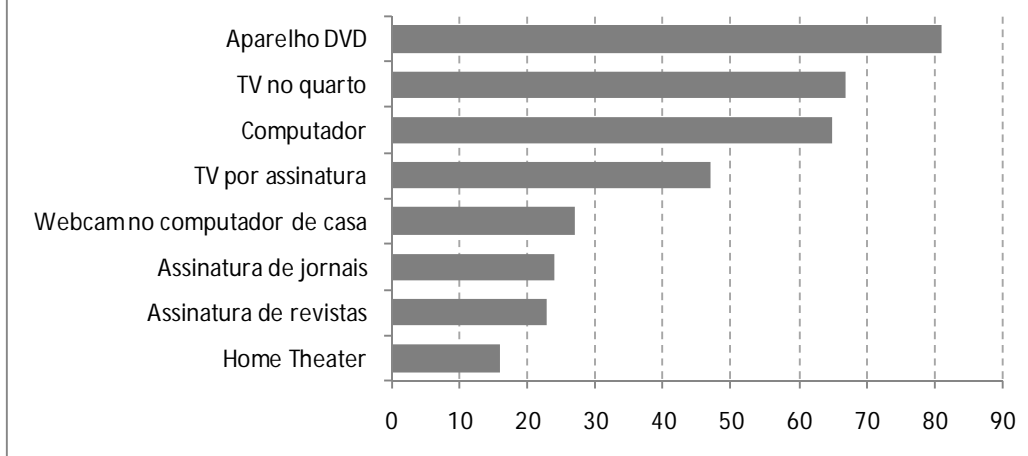
Fonte: BOTELHO, I.; FIORE, M. (2003)

Como pode ser observado na tabela 3, as práticas culturais não apresentam um grau de substituição elevado, tendo em vista que as mais consumidas são aquelas relacionadas ao consumo residencial (televisão, música, rádio, livro por lazer, filmes em DVD ou VHS e computador), em especial por serem mais baratas se comparadas as atividades fora da residência, como cinema, teatro e museu.

Rodrigues (2008) aponta quatro motivos para o baixo consumo de Teatro em relação aos outros bens culturais: a necessidade de planejamento do seu consumo, havendo uma frequência programada e não espontânea; o ambiente é formal, exigindo regras de conduta; pouca visibilidade, pois é uma atividade cultural que pouco é divulgada e também é pouco comentada pelas pessoas; e o consumo de Teatro tem a sua imagem associada à reflexão e ao desenvolvimento do pensamento crítico, distante daquilo que provê lazer e entretenimento.

A complementaridade está presente nas práticas culturais no momento em que o consumo de uma dessas práticas influencia positivamente o consumo de outras práticas culturais, o que é possível em virtude da externalidade positiva gerada que é a cultura. Isso pode se observado no gráfico 1 que mostra o perfil do consumidor de Teatro quanto à posse de bens culturais ou de bens que permitam o acesso a bens culturais.

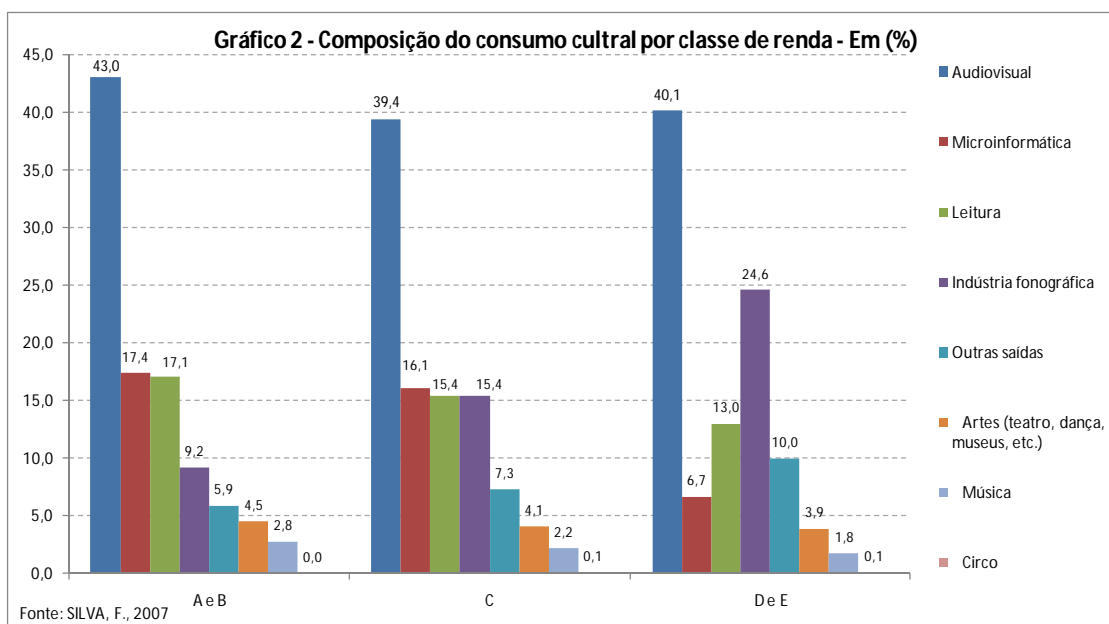
Gráfico 1 - Rio de Janeiro e São Paulo: Perfil do consumidor de Teatro quanto à posse de bens - Em %



Fonte: Rodrigues, C., 2008

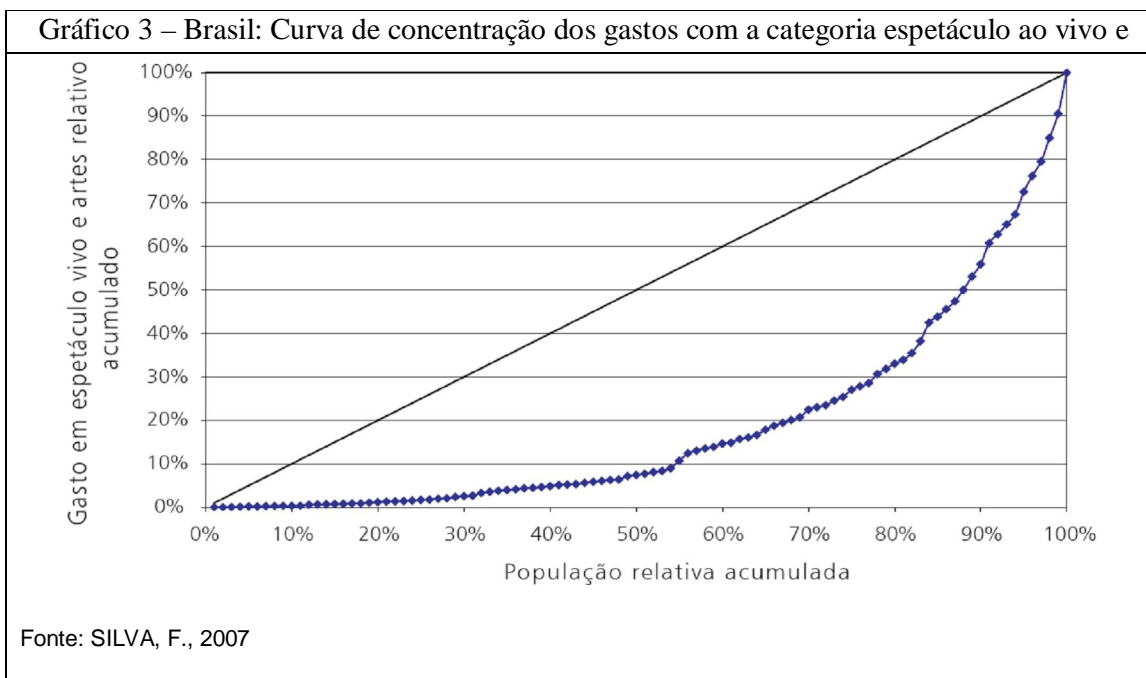
No sentido contrário, o Teatro também exerce efeitos sobre o consumo de outros bens culturais, pois, por exemplo, ao assistir a um espetáculo, o indivíduo pode querer ler o livro no qual a peça foi inspirada, assistir à versão cinematográfica, ou comprar o CD do cantor cuja música é utilizada na peça.

Quanto ao efeito renda, este é pequeno para o consumo de Teatro, pois o acréscimo de renda apenas permite um consumo maior, porém sem alterar as preferências do indivíduo que são diretamente afetadas pela educação. Isso pode ser observado no gráfico 2.

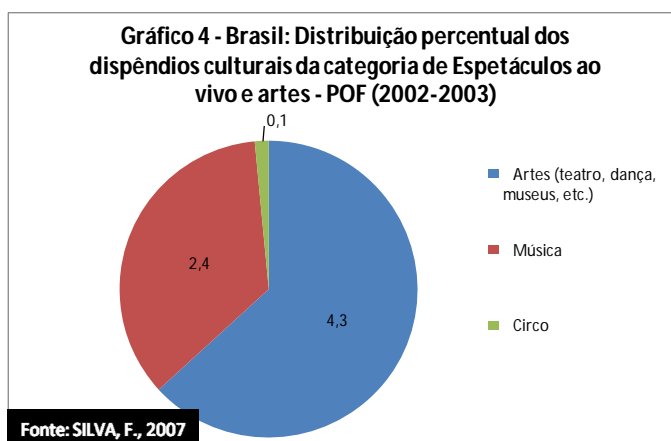


Embora se observe uma mudança na composição dos dispêndios culturais, a participação dos gastos com a categoria artes pouco se altera à medida que se modifica a classe de renda, diferente de outras categorias culturais, como a microinformática e a indústria fonográfica. Vale ressaltar que grande parte dos dispêndios com a categoria artes está associada ao Teatro, haja vista que essa categoria tem como participação no total dos gastos culturais 4,3%, ao passo que o Teatro representa 4,0% desse mesmo total, sendo maior do que os gastos com cinema (3,8%).

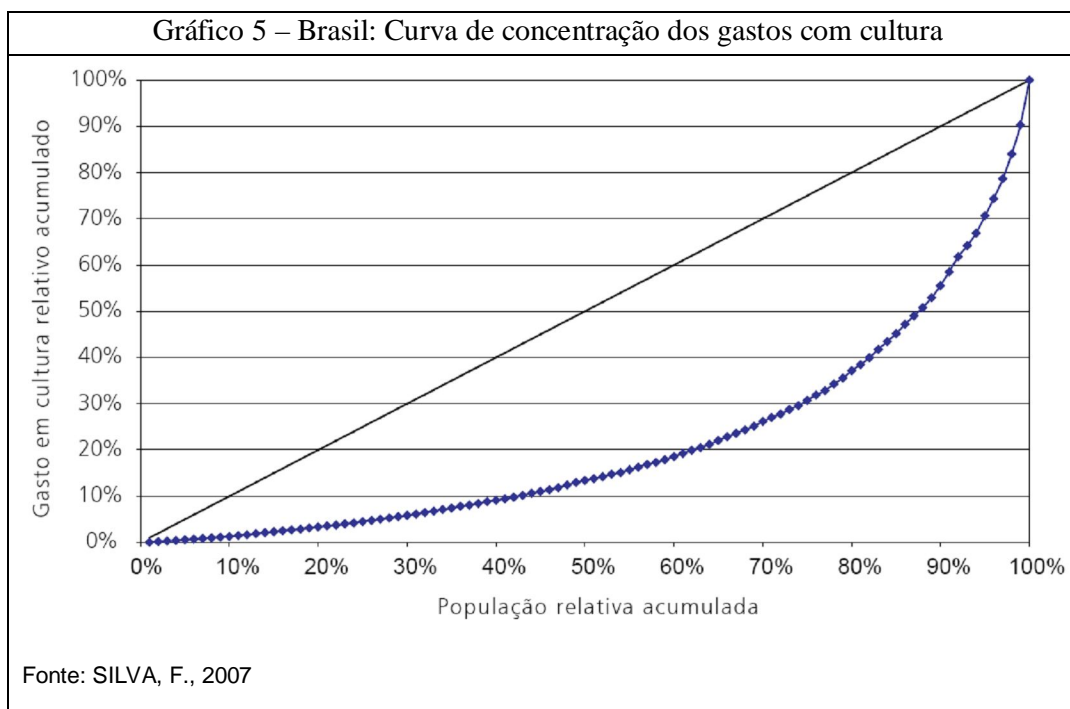
Apesar do efeito renda para o Teatro ser pequeno, há uma grande concentração do seu consumo em faixas de renda mais elevadas. O gráfico 3 mostra a curva de concentração dos gastos com a categoria espetáculo ao vivo e artes à medida que se acumula os centis da população ordenada de forma crescente em função da sua renda. Como pode ser observado nesse gráfico, os 10% mais ricos da população brasileira são responsáveis por quase 50% do gastos com espetáculos ao vivo e artes.



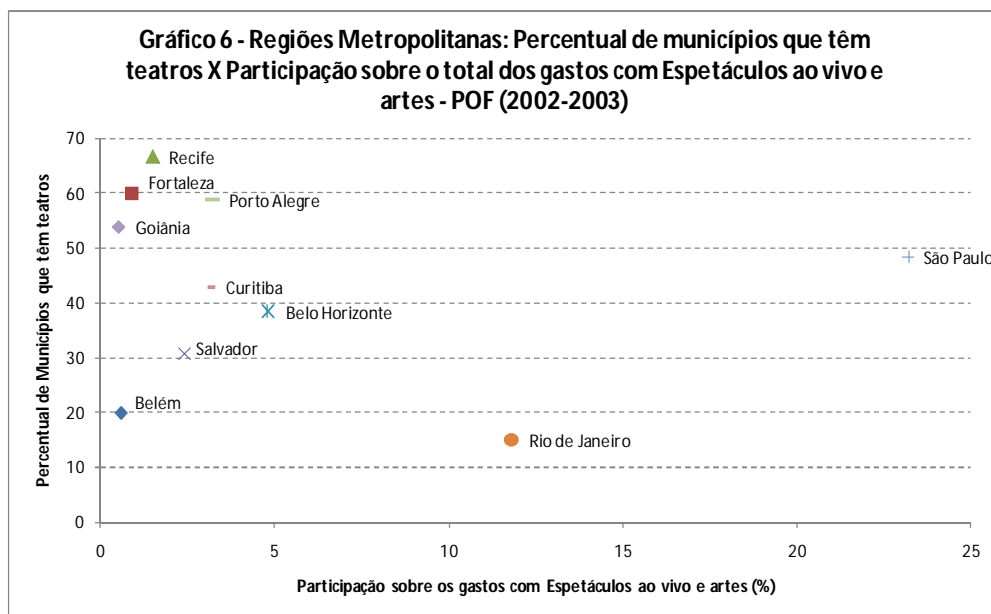
Ressalta-se que a categoria de espetáculos ao vivo e artes, que representa 6,7% dos dispêndios culturais, é o somatório de outras categorias que são: artes, circo e música. O gráfico 4 mostra melhor essa distribuição.



Essa concentração dos dispêndios, embora seja comum às outras categorias culturais, apresenta-se superior aos gastos com cultura no geral, além de ter saltos de concentração, diferente da continuidade da concentração que é observada no gráfico 5.



Essa concentração reflete-se também na concentração espacial do consumo e dos equipamentos culturais, como sala de exibição de cinemas, museus, teatros, entre outros. O gráfico 6 cruza essas duas variáveis para as regiões metropolitanas brasileiras. Desse cruzamento observa-se a heterogeneidade tanto do consumo como da oferta, sendo a região metropolitana de São Paulo a detentora de 23% dos gastos com espetáculos ao vivo e artes, ao passo que a região metropolitana de Recife é a responsável pela maior abrangência dos teatros pelos seus municípios (67%), presença superior a do Brasil metropolitano que é 47%.



Fonte: SILVA, F., 2007.

1.4 – Considerações Finais sobre a demanda

Conclui-se que a demanda por espetáculos teatrais está relacionada diretamente com a disponibilidade de tempo livre para a sua prática. No entanto, a lógica do seu consumo não é restrita apenas à lógica de escolha individual que é desenvolvida pela microeconomia moderna, pois as características de bem cultural e bem de experiência afetam o processo decisório, introduzindo efeitos externos e incertezas. Assim se observa uma forte relevância da educação no consumo de Teatro, em especial, em virtude do grau de complexidade nele incluído.

A substituição é pequena, havendo no seu lugar uma complementaridade das atividades culturais. O efeito renda também é pequeno, mas há concentração do consumo em função da renda. Essa disparidade também é presente na distribuição dos gastos culturais e dos teatros ao longo das regiões metropolitanas do Brasil.

É sobre esse panorama da demanda no Brasil que será observada a oferta de Teatro no capítulo seguinte.

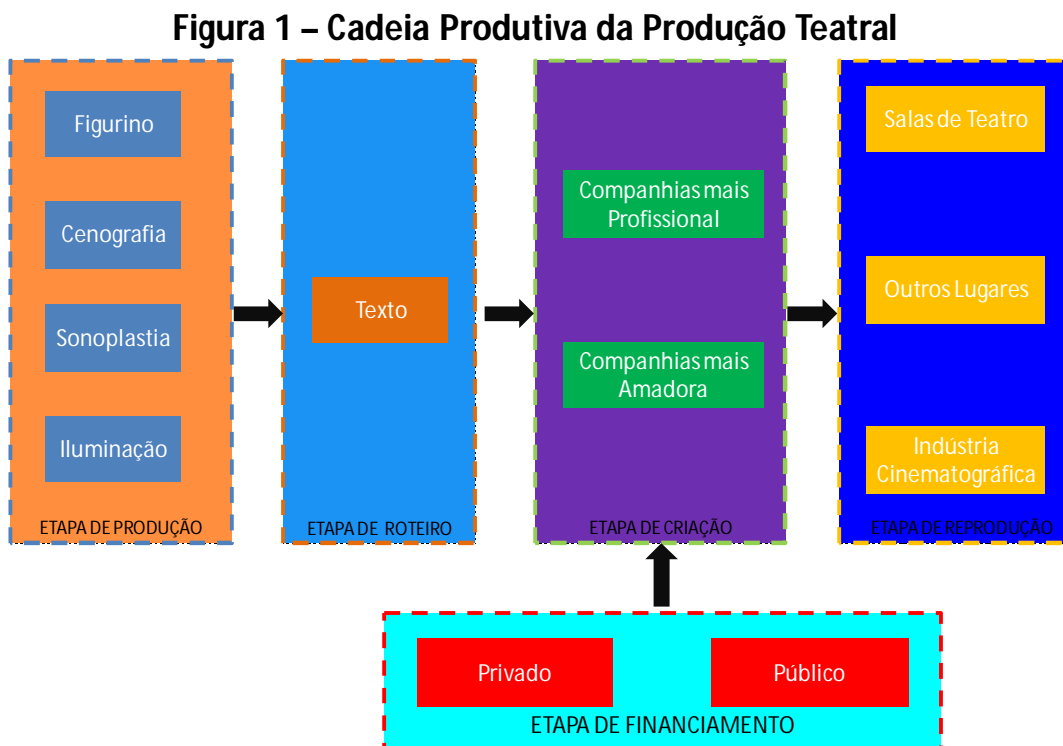
CAPÍTULO II – A Oferta de Teatro

A fim de analisar a oferta de Teatro, propõe-se um estudo baseado na ótica de cadeia produtiva, para que se possa observar não apenas a configuração da produção teatral, mas também a dinâmica competitiva ao longo da cadeia, e assim, se possível, verificar quais as partes do todo que são críticas e impedem o desenvolvimento dessa cadeia.

Tendo em vista esse objetivo, o capítulo 2 que trata da oferta de Teatro está dividido em 6 seções, sendo a primeira voltada para a apresentação da cadeia produtiva do Teatro e suas etapas. A partir disso, cada seção subsequente tratará cada uma das quatro etapas, na ordem: criação, produção, reprodução e financiamento. A última seção visa concluir os aspectos da oferta do teatro.

II.1 – A cadeia produtiva do Teatro

A definição de cadeia produtiva é a de um conjunto de atividades que se articulam sucessivamente desde os insumos até o produto final, incluindo distribuição e comercialização. Cada elo produtivo dessa cadeia utiliza o produto resultante do elo precedente como insumo, e o transforma em um novo produto que será o insumo para o elo seguinte. Isto posto, a figura 1 demonstra a configuração da cadeia produtiva do Teatro.



Fonte: Elaboração do Autor

Os elos produtivos foram denominados de etapas, e foram incorporadas nessa cadeia as formas de financiamento da produção, haja vista que essa etapa representa-se como crítica e fonte de discussão para a manutenção da produção. Todas as etapas dessa cadeia serão desenvolvidas nas seções seguintes.

II.2 – Etapa de Criação

É nessa etapa em que ocorre a concepção do espetáculo, isto é, define-se qual a peça será interpretada, qual será o estilo, quantos e quais atores serão utilizados, etc, enfim, é o momento de criação do protótipo, onde são mobilizados poucos recursos. Essas escolhas emergem de unidades de decisões que são as companhias de teatro, ou grupos teatrais.

Em geral, nessa etapa estão inseridos os profissionais relacionados à criação, como diretores, atores, figurinistas, iluminadores, cenógrafos, coreógrafos etc. Esses profissionais formam o núcleo criativo do grupo, sendo o principal responsável pelas decisões que coordenam a etapa anterior, que é a de produção. Os outros cargos existentes são os técnicos de maquiagem, de luz, de som, camareiras, cenotécnico, contrarregras, etc., enfim, não são responsáveis pelo desenvolvimento criativo, apenas reproduzem algo criado pelo núcleo criativo.

As companhias variam quanto ao grau de profissionalização, haja vista que essa característica está associada à qualificação dos profissionais empregados. Ou seja, um mesmo grupo pode apresentar espetáculos que sejam profissional e amador, dependendo do nível de qualificação da ficha técnica desses espetáculos.

A Lei nº 6.533, de 24 de maio de 1978 e o Decreto nº 82.385, de 5 de outubro de 1978 regulamentam as profissões de artista e de técnico em espetáculos e diversão. Essas normas definem que o exercício dessas duas profissões requer prévio registro no Ministério do Trabalho, que terá validade em todo o território nacional.

Esse registro é concedido pelo Sindicato de Artistas e Técnicos em Diversão (SATED) após a apresentação de diploma de curso superior, ou de diploma ou certificado de cursos técnicos. O sindicato também pode conceder atestado de capacitação profissional, após análise do histórico do artista que não apresenta qualificação.

O decreto supracitado afirma que o contratante de uma dessas profissões deve ser pessoa jurídica, assim como regulamenta o contrato entre as partes. Define-se que não há o uso exclusivo de um profissional, ao menos que a sua atuação seja em outro meio de

comunicação. Esta norma ainda define um acúmulo máximo de 2 cargos da ficha técnica em uma pessoa.

A jornada de trabalho é determinada por esse decreto, sendo de 8 horas diárias durante o período de ensaio e de 8 sessões semanais após a estreia, contabilizada a partir da disponibilidade do profissional ao contratante, podendo ou não ser utilizada. Quanto à remuneração, só existe uma tabela oficiosa que relaciona os diferentes profissionais com os seus respectivos pisos salariais, havendo diferenciação quanto a classificação do espetáculo: adulto, infantil ou alternativo.

Em geral, essas normas não são observadas na prática das companhias mais amadoras, tendo em vista que os seus componentes não buscam a profissionalização, pois desempenham tal atividade em virtude do prazer que lhe é atribuído durante a prática. Para esses amadores, o Teatro torna-se como fonte de satisfação tanto pelo seu consumo, isto é, assistindo a uma peça, quanto à sua prática.

O amadorismo pode estar associado também a um estágio anterior ao profissionalismo, pois a escolha por essa profissão requer o conhecimento das habilidades individuais para tal atividade, o que nem sempre é observável. Desta maneira, há incertezas do próprio aspirante a profissional do Teatro quanto ao seu talento, que é agravado com o elevado custo de oportunidade, que pode ser definido como a diferença entre as remunerações, a do Teatro e a alternativa. Esse custo de oportunidade, em contrapartida, é compensado pelo mito do artista sem recurso, como afirma Françoise Benhamou, onde o indivíduo tem expectativas de que a sua remuneração se elevará no futuro, e assim, persiste na carreira artística.

Esse amadorismo permite que se minimizem as incertezas existentes na contratação, pois apenas sucessivas práticas permitem que a pessoa adquira experiência e tenha um maior conhecimento sobre suas habilidades, que eram desconhecidos *a priori*. Desta forma, o salário funciona como sinalizador da qualidade da mão de obra, permitindo que os diretores minimizem os custos de busca de novos talentos. Cria-se um mecanismo de que a consagração leva à consagração, onde profissionais bem pagos são mais requisitados.

Essas incertezas alteram a forma de escolha da carreira, como afirma Glenn Mac Donald ao estudar o modelo star-system, pois ele conclui que os atores procuram deslanchar na carreira artista quando jovens, ao passo que quando fracassam procuram abandonar tão cedo a carreira. (BENHAMOU, F., 2007, p.45)

Desta maneira, o amadorismo implica, em geral, a adoção de dupla jornada de trabalho ou sua subsistência é conseguida via o apoio da família. Na primeira opção, o indivíduo apresenta uma atividade remunerada que não é a teatral, a fim de satisfazer o seu sustento, estando a prática teatral restrita aos momentos disponíveis. Já a última opção ocorre frequentemente na fase de transição do amadorismo para o profissionalismo, onde ocorre o reconhecimento. Nesse caso, a família aceita garantir uma renda proveniente de uma atividade tradicional para que o aspirante ao Teatro possa se dedicar ao aperfeiçoamento de suas habilidades, assim como torná-las visíveis.

Quanto às companhias mais profissionais, elas apresentam vantagens sobre aquelas mais amadoras no que tange a versatilidade, assim como o uso de profissionais cujos talentos já são reconhecidos. A versatilidade está associada à capacidade dos profissionais do núcleo criativo de mudarem de um estilo de interpretação de forma mais eficiente, isto é, permitir que a produção da companhia seja diferenciada, podendo-se reproduzir comédia ou drama, um clássico ou um espetáculo experimental. Isto é possível em virtude da qualificação da mão de obra, que ocorre via treinamentos conhecidos como workshops ou oficinas, escolas de teatro, assim como universidade, com cursos de graduação até doutorado.

O mesmo não ocorre nas mais amadoras, que em geral se especializam em um gênero, aproveitando-se do conhecimento adquirido pelas experiências passadas, ou seja, o capital humano empregado usufrui de economias de escala dinâmica conhecidas como aprender fazendo.

Essa maior versatilidade possibilita que o grupo se ajuste às mudanças nas preferências dos consumidores, assim como também permite que a companhia atinja consumidores de um gênero específico e os atraia para seus outros espetáculos cujos gêneros não seriam de interesse desses consumidores caso não fossem interpretados por essa companhia.

A outra vantagem está na maior possibilidade das companhias profissionais terem no seu núcleo criativo profissionais que já são conhecidos pelos seus talentos, reduzindo as incertezas dos consumidores sobre a qualidade do espetáculo, citado anteriormente. Além disso, os espetáculos dessas companhias estão mais suscetíveis a boas críticas, que também funcionam como sinalização para os consumidores sobre a qualidade. Isso não significa que as amadoras não sejam capazes de adquirir boas críticas, porém isso se torna menos frequente diante da disponibilidade de recursos e de capacidades para o desenvolvimento de um espetáculo de destaque.

Observa-se, assim, que o grupo mais profissional direciona-se a um público mais elitizado, isto é, por priorizar a qualidade do espetáculo, em geral, praticam preços mais elevados. Por outro lado, os grupos mais amadores são mais populares, com preços mais razoáveis, e podem apresentar elevado grau de qualidade, embora não seja o objetivo.

Desta maneira, o amadorismo contribui para a difusão do Teatro às camadas sociais que não têm acesso a essa forma de arte, se praticada apenas pelos profissionais. Além disso, os grupos amadores contribuem para o surgimento de novas estéticas, como também a renovação artística.

Um bom exemplo disso, segundo Magaldi, é o surgimento do Teatro de Arena em 1953. Essa companhia, diferente do Teatro Brasileiro de Comédia que buscava a profissionalização através da importação da Europa de diretores, visava à nacionalização do Teatro, inclusive no uso de mão de obra. O esforço para o emprego de atores, técnicos e diretores fez com que se optasse pelo amadorismo, pois no Brasil poucos eram centros de qualificação. Essa companhia que começa amadora culmina no surgimento de uma nova forma de teatro, que é o Teatro do Oprimido desenvolvido pelo dramaturgo Augusto Boal, que depois foi difundido pela América Latina.

II.3 – Etapa de Roteiro

Essa etapa, em geral, ocorre antes da etapa de criação e exerce grande influência sobre essa etapa, que embora possa usufruir da criatividade, fica atrelada ao enredo construído pelos autores dos textos. O texto mostra-se como um insumo fundamental para a realização do espetáculo, porém não pode ser considerado como uma condição suficiente para obtenção de sucesso. Contudo, a escolha de textos já consagrados adquire um aspecto estratégico das produções teatrais, pois assim são capazes de minimizar as incertezas já mencionadas nos consumidores.

Ficam muito mais em evidência nessa etapa os direitos autorais, que apesar de existir para imagens e músicas, é com o uso do texto que a preocupação com esses direitos torna-se maior. O pagamento desses direitos provoca relações distintas se comparadas companhias mais profissionais e as mais amadoras. É viável, e por isso é mais comum, que as companhias mais profissionais tenham acesso a textos de grandes autores, diferente das amadoras, que impossibilitadas na maioria das vezes, buscam produzir os seus próprios textos ou utilizam textos cujos direitos já expiraram.

Logo, na sua maioria, as companhias mais amadoras buscam integrar essa etapa à etapa de criação, abrindo mão do uso de textos já existentes que exigiriam contrapartidas financeiras, ao passo que as companhias profissionais adotam uma outra estratégia, que é a de minimização das incertezas dos consumidores quanto ao espetáculo.

II.4 – Etapa de Produção

Essa etapa é composta pela materialização da ideia que foi desenvolvida na etapa de criação. Isto é, as decisões adotadas na etapa de criação determinam as relações com as indústrias a jusante dessa cadeia produtiva, através da figura do profissional produtor teatral. Por isso, é a etapa em que há maior risco, pois é onde se concentram os investimentos que devem ser antecipados. Os custos de mudar de decisão são elevados, tendo em vista que esses custos podem ser percebidos como custos fixos com características de ativos de especificidades.

Estão incluídas nessa etapa diversas indústrias que estão relacionadas à produção teatral, desde a têxtil para a fabricação dos figurinos e dos cenários, até a fonográfica, com a gravação e uso de sonoplastia. É apenas nessa etapa que há ganhos de produtividade com o uso mais intensivo de capital, como avanços tecnológicos e inovações.

Em geral, apenas as companhias mais profissionais conseguem usufruir desses ganhos de produtividade através da redução dos preços, pois são as únicas que apresentam capacidade de antecipar os custos e incorrer em riscos. As mais amadoras, que na sua maioria apresentam escassez de recursos, pouco se utilizam desses instrumentos, improvisando materiais ou até mesmo adequando a concepção do espetáculo às suas disponibilidades.

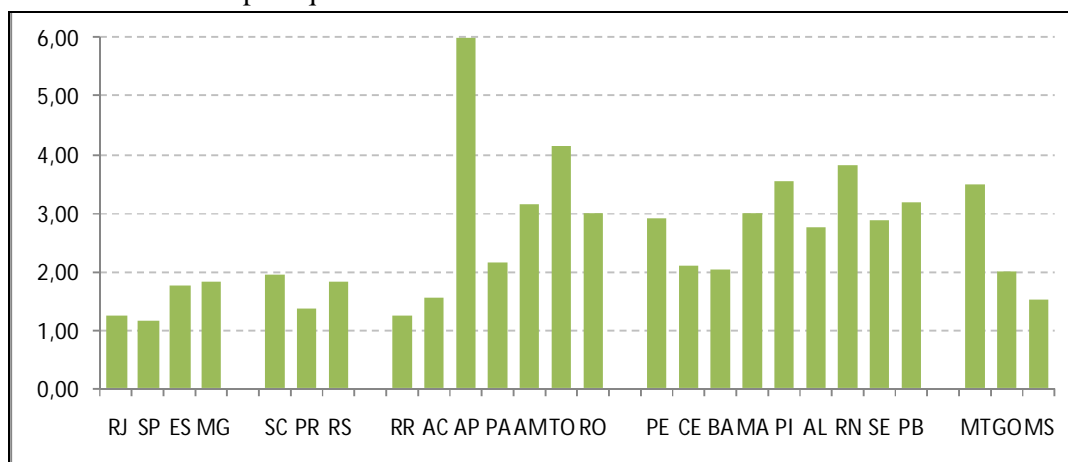
Em outras palavras, os grupos mais profissionais, por terem mais recursos, conseguem coordenar a etapa de produção segundo as especificações da etapa de criação. Contudo, as companhias mais amadoras, pelo motivo inverso, tomam as suas decisões baseadas nas suas disponibilidades, alterando o sentido da coordenação.

II.5 – Etapa de Reprodução

Compõem essa etapa os meios que permitem a reprodução ou a distribuição do espetáculo, estando incluídos os teatros ou casa de espetáculos; os lugares alternativos, como auditórios, praças, escolas, clubes, etc. e a indústria cinematográfica, com a gravação do espetáculo. Segundo Luciane Gorgulho *et alli*, “as salas de espetáculo são vitais nesse mercado [espetáculo ao vivo], pois permitem o escoamento da produção criativa, além de novas explorações culturais.” (GORGULHO, L.; *et alli*. 2009, p. 350)

Os teatros são concentrados, em especial, nas capitais dos estados brasileiros. Além disso, existe uma desigualdade regional da distribuição desse equipamento cultural, como pode ser percebido no gráfico 7. Observa-se desse gráfico também que existem mais grupos de Teatros do que teatros para recebê-los, havendo municípios que detêm grupos, mas não apresentam ao menos um teatro.

Gráfico 7 – Brasil: Razão entre o percentual dos municípios que têm grupo de teatro e o percentual dos municípios que têm teatro.



Fonte: Funarte

Embora haja essa concentração, a escassez relativa é menor se comparada a disponibilidades de outros equipamentos culturais nos municípios brasileiros, como mostra a tabela 4. Como se observa, 21% dos municípios brasileiros têm salas de teatro, percentual maior do que aqueles que detêm salas de cinema. Além disso, no período entre 1999 e 2006, o número de municípios com salas de teatros expandiu-se em 50%, ficando apenas atrás dos provedores de internet e lojas de CDs e DVDs.

Tabela 4 - Percentual de municípios brasileiros com equipamentos culturais			
	1999	2006	Var. %
Com 13 ou mais equipamentos culturais	4%	5%	25%
Com provedores de internet	16%	46%	188%
Com lojas de CDs e DVDs	34%	60%	76%
Com salas de teatro	14%	21%	50%
Com salas de cinema	7%	9%	29%
Com videolocadoras	64%	82%	28%
Com emissoras de TV	9%	10%	11%
Com rádios AM	20%	21%	5%
Com rádios FM	34%	34%	0%
Com livrarias	36%	30%	-17%

Fonte: IBGE

Elaborado pelo BNDES

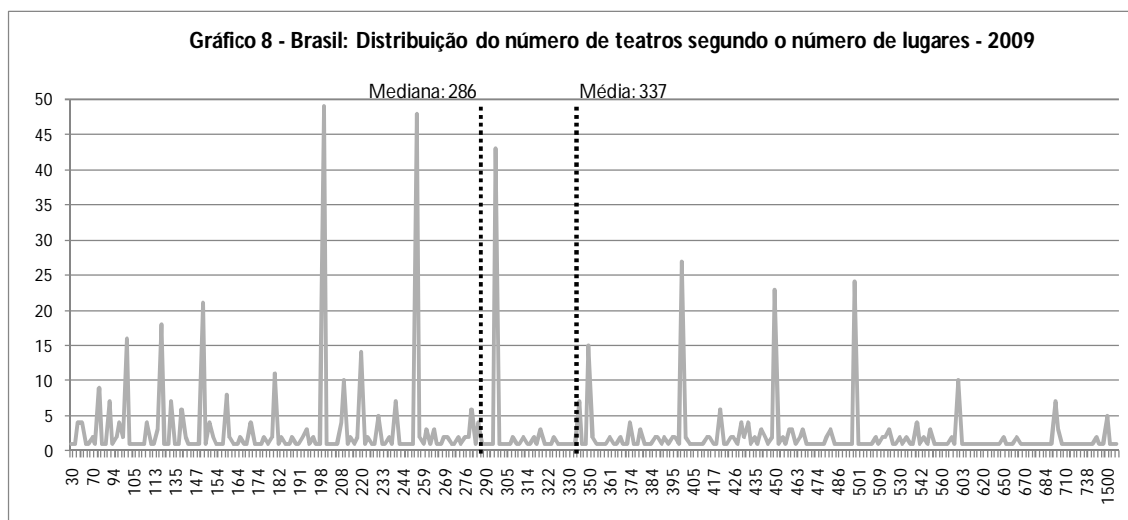
A relativa escassez desses equipamentos permite que os donos de teatro detenham força suficiente para fazer frente aos produtores de espetáculos. A fim de elevar as suas receitas, que advêm principalmente do aluguel do espaço, podendo ser um valor fixo e/ou variável em função da bilheteira, os teatros buscam oferecer mais de um espetáculo por dia, em geral, um infantil e um adulto. Essa medida exige que os espetáculos tenham uma duração menor, e que a composição dos cenários seja suficientemente flexível para a montagem e o seu desmonte.

Vale ressaltar outra estratégia dos teatros que é a de agir como monopolista de terceiro grau ao segmentar a plateia conforme a localização dos assentos e cobrar de cada grupo um preço diferenciado. Isso permite que os teatros extraiam mais os excedentes do consumidor e assim expandam as suas receitas.

Uma tendência que já percebida recentemente é a construção de salas de espetáculos dentro de shopping centers, tendo em vista que ambas as partes se beneficiam dessa simbiose. O shopping center aproveita-se do maior fluxo de pessoas no seu espaço, ampliando o mix de opções de entretenimento aos clientes. Já o teatro favorece-se pelo maior conforto e segurança, assim como insere o Teatro em um conjunto maior de atividades de entretenimento, isto é, formar um combo de lazer, reduzindo os custos de oportunidade das escolhas dos consumidores.

Dentro dessa ideia de convergência de entretenimento, as modernizações de salas de teatro buscam criar salas multifuncionais e atualizadas tecnologicamente, o que favorece as produções teatrais que apresentam especificidades ou inovações. Além disso, incorporam outros produtos ao espetáculo, como lojas, cafeterias, etc., diversificando as suas fontes de receitas.

O gráfico 8 demonstra a distribuição dos teatros brasileiros cadastrados na Funarte segundo o número de lugares disponíveis. Como se observa essa distribuição mostra uma maior presença de teatros menores, em especial aqueles que detêm em torno de 200 a 250 lugares. Essa concentração é visível na diferença entre a média e mediana, que são respectivamente 337 e 286 lugares.



Fonte: Funarte

Em geral, poucos são os grupos mais amadores que têm acesso aos grandes teatros, pois estes optam por espetáculos que apresentam maior possibilidade de conseguir maior sucesso, priorizando, assim, as companhias mais profissionais. Além disso, como dito anteriormente, apenas esse grupo detém recursos para custear a parte fixa do aluguel da sala de teatro.

Esses grupos mais amadores conseguem espaço para seus espetáculos em teatros pequenos ou que se localizam nas periferias, assim como em lugares alternativos, pois o aluguel é mais barato relativamente ou inexistente. Em geral, esses lugares não atendem as necessidades de infraestrutura exigidas pelos grupos mais profissionais, mas que são suficientes para o espetáculo mais amador.

A encenação em lugares públicos condiz, em geral, com a ideologia dos grupos mais amadores, como foi dito anteriormente, que é em grande medida a prática dessa arte por gosto. É coerente também com a diferenciação tácita do público, tendo em vista que o público ao qual os grupos mais amadores se voltam é o de classes de renda mais baixas, apresentado temas mais populares.

A outra forma de reprodução é através da indústria cinematográfica. É comum aos espetáculos que obtiveram sucesso perante o público terem suas interpretações filmadas e comercializadas a fim de alcançar um público mais distante, como também aqueles que já assistiram ao espetáculo, mas gostariam de tê-lo em DVD para assistir na comodidade da casa.

Enfim, observa-se que a escassez relativa de teatros, aliada com a diversificação das fontes de receitas dos proprietários, tanto quanto ao uso do teatro (eventos, concertos, dança, aulas, etc.)

tanto quanto a atividades adjacentes (cafeteria, lojas, etc.), elevam a força dos proprietários de teatros frente às companhias, possibilitando a cobrança de aluguéis elevados, e assim restringindo o seu acesso a grandes companhias, as quais tentam compensar na elevação dos ingressos. Restam em geral às companhias mais amadoras teatros menores ou lugares alternativos para realizarem seus espetáculos.

II.6 – Etapa de Financiamento

Essa etapa é bastante crítica para essa cadeia produtiva, pois como afirma Ecila Muteznbecher e Carmem Mello:

Nos últimos anos, no Brasil, é praticamente impossível os produtores teatrais independentes manterem as produções que realizam, utilizando recursos advindos somente das receitas de sua bilheteria. A grande defasagem entre os custos para realizar uma produção e a receita resultante da venda de ingressos impossibilita a manutenção da atividade teatral sem o apoio financeiro de fontes externas a essa atividade. (MUTEZNBECHEER, E.; MELLO, C., 2008, p.413)

Uma tentativa de resolver essa defasagem temporal entre os custos e as receitas, o Teatro Brasileiro de Comédia adotou a estratégia de atuação simultânea nos dois maiores polos teatrais brasileiros na época: Rio de Janeiro e São Paulo. Essa estratégia foi possível através da divisão da companhia em dois elencos, preparando cada um seu respectivo espetáculo destinado a uma destas cidades. Desta maneira, o espetáculo que estivesse na etapa de reprodução financeira o espetáculo que ainda estivesse em produção, onde os custos são mais elevados. Magaldi explica essa política de dois elencos da seguinte forma:

A política dos dois elencos tivera razão de ser: conseguia-se uma receita diária maior e capital empatado em uma montagem era coberto com mais facilidade junto ao público de duas cidades. Explorado um espetáculo em São Paulo, bastava transferi-lo para o Rio, sem novos gastos de cenários e figurinos. Idêntico procedimento aguardava as estreias cariocas. (MAGALDI, 2004, p.210)

Embora razoável, essa estratégia implicava a necessidade de uma boa administração, além de sucessos consecutivos das temporadas para cobrir os custos e as dívidas passadas, que a companhia obtivera. Desta maneira, o TBC termina em 1964, principalmente, por causa da sua insustentabilidade financeira.

Outra maneira de lidar com esse *gap* temporal de custos e receitas está na busca por financiamento, que podem adquirir duas formas: apoio privado e público. O primeiro pode adquirir a forma de mecenato, isto é, a empresa que oferece apoio financeiro assim o faz por outros motivos que não é a de receber retornos financeiros, ocorre simplesmente por interesse

em tal atividade. Ainda no âmbito privado, existem o apoio cultural e o patrocínio, que estão imergidos no conceito de marketing cultural, e buscam associar o espetáculo à empresa, e assim, usufruir dos benefícios relacionados à divulgação, maior visibilidade da marca e melhoria da imagem institucional da empresa. O que difere o apoio do patrocínio, é que este sugere em geral um apoio financeiro, ao passo que o primeiro pressupõe uma oferta de serviços ou de produtos, como espaços publicitários ou doação de acessórios para o espetáculo.

Em geral, o financiamento privado propriamente dito é escasso e se restringe, em geral, a grupos mais amadores e a empresas que desconhecem os mecanismos de incentivo à cultura, desenvolvidos pelo governo brasileiro. Utilizam-se mais desses instrumentos, companhias mais profissionais, assim como empresas de grande porte, indo de encontro ao que se esperava, tendo em vista que essas empresas e companhias teoricamente teriam condições para fazer e receber tal financiamento sem o intermédio do governo. Os principais mecanismos públicos de incentivo serão estudados no capítulo que se sucede.

II.7 – Considerações Finais sobre a oferta

Após essa análise das etapas pela qual ocorre a criação e a exibição de um espetáculo, observa-se que as relações entre esses elos produtivos se diferenciam conforme se varia o grau de profissionalismo ou amadorismo do grupo de teatro. As companhias mais profissionais apresentam vantagens diante das mais amadoras quanto à atração de público, acesso a grandes salas de teatro, a maior capacidade de investimentos na produção, e acesso a grande parte dos financiamentos. Essa companhia consegue coordenar toda a cadeia, o que não é percebido nos grupos mais amadores.

O amadorismo surge como uma forma de satisfazer os desejos daqueles que não querem ser profissionais do ramo, mas gostam dessa prática artística, assim como é um período no qual os aspirantes a profissionais podem desenvolver suas habilidades e reconhecê-las a tempo. O amadorismo também cumpre com a função de alimentar os grupos mais profissionais, ao divulgar os indivíduos mais talentosos e ao apresentar inovações artísticas.

CAPÍTULO III – A Intervenção do Estado

Este capítulo visa analisar, a princípio, os motivos para a intervenção do governo no setor teatral. Após, deseja-se verificar os dois principais instrumentos de intervenção no âmbito nacional, assim como avaliar outros dois novos instrumentos. Desta forma, esse capítulo está dividido em três sessões. A primeira trata dos motivos para intervenção, como falhas de mercado e a lei de fatalidade dos custos. A segunda sessão está relacionada com os instrumentos já usados na produção teatral, como a lei da meia entrada e a Lei Rouanet. Enfim, a terceira sessão é sobre outros dois novos mecanismos, como o vale-cultura e o novo Procult.

III.1 – Motivos para intervenção

Durante a história do pensamento econômico são observadas argumentações de que o governo deveria dar apoio às atividades culturais. Um exemplo disso é a percepção de Adam Smith quanto aos benefícios gerados pela produção cultural.

Ao estimular, ou seja, ao conceder absoluta liberdade a todos os que, movidos por interesses privados, procurassem, sem escândalo ou indecência, distrair e divertir o povo com a pintura, poesia, música, dança, com todas as espécies de representações e exibições teatrais, o Estado facilmente dissiparia, na maior parte dos homens, a melancolia e o desalento que quase sempre acalentam a superstição e o entusiasmo popular. (SMITH, A., 2003 p. 1007)

William Jevons, um dos fundadores do pensamento marginalista, que se tornará hegemônico mais tarde, parece seguir a mesma argumentação de A. Smith, pois abandona o lema *laissez faire* para o mercado de artes, sugerindo que o Estado desse a atenção necessária para as artes, haja vista que elas manteriam as classes trabalhadoras longe de temperamentos destrutivos, exercendo os seus efeitos terapêuticos positivos, como pode ser observado na passagem a seguir:

Quem que frequentou um concerto, peças ou outras performances públicas, não experimentou esta súbita e quase repugnante repulsa de sentimentos em seu término, quando a música foi definitivamente cessada e deixou de fixar a atenção, e um sonhador volta para casa, e um círculo renovado de deveres e de tristeza é tudo o que parece para aguardar por ele. (JEVONS, 1999 apud GOODWIN, 2006, p.55)

Conclui-se que embora esses autores estejam estreitamente relacionados com a linha de pensamento econômico de liberalismo, sugerem que a participação do Estado nos setores produtores de bens relacionados a artes deveria ser maior em virtude dos efeitos sociais

criados na produção destes. Em outras palavras, a intervenção é bem-vinda por causa das externalidades positivas geradas, como foi citado no capítulo 1 sobre os aspectos da demanda.

A seguir serão listados outros possíveis argumentos para essa intervenção estatal, como outras formas de falhas de mercado e o modelo de fatalidade de custos desenvolvido por Baumol e Bowen.

a) Falhas de mercado

Conforme afirma a teoria hegemônica novo-clássica o mercado seria a estrutura de governança suficiente para alcançar o maior nível de bem estar social. Contudo, para se obter esse ótimo no sentido de Pareto, diversas condições devem ser atendidas para que não comprometa o funcionamento eficiente das forças de mercado guiadas pela concorrência perfeita. Sob essa ótica, a intervenção do governo no ambiente econômico seria justificada e teria como finalidade minimizar essas falhas de mercado.

A existência de externalidades positivas, como foi supracitada, altera a condição de concorrência perfeita, pois rompe com a suposição de mercados completos. Isto é, como esses efeitos não acontecem sob negociações, embora sejam percebidos, o valor – na forma de preço - que a sociedade dá a esse bem será maior do que o custo de produção da última quantidade ofertada (custo marginal). A ineficiência fica clara quando se observa que o bem estar social poderia ser aumentado em virtude do benefício gerado que não é incorporado nas decisões de produção, produzindo menos do que o ótimo de Pareto.

Segundo Fabio Giambiagi e Ana Cláudia Além, as externalidades justificam a intervenção do Estado no setor econômico, e sugerem que para os casos de geração de externalidades positivas, o governo pode atuar de duas formas: através da produção direta ou da concessão de subsídios. (GIAMBIAGI, F.; ALÉM, A., 2008, p.7) No Teatro, são observadas essas duas formas de atuação, haja vista que governo detém cerca de 49,5% (em torno de 618 teatros) dos teatros brasileiros, segundo a Funarte; e também fornece subsídios através de leis de incentivos via renúncia fiscal.

Outras falhas residem no fato de existir uma demanda apenas pela existência da opção de escolha, isto é, indivíduos desejam que haja teatros e espetáculos, mesmo que não tenham a pretensão de gastar dinheiro nessa atividade. Esse tipo de demanda não é suficiente para que as iniciativas privadas atendam-na, justificando a entrada do governo para suprir essa lacuna.

Em geral, essa demanda por opção está também estritamente relacionada com a questão geracional. Embora os indivíduos não consumam agora, consideram essencial para as gerações futuras a existências desses bens culturais, haja vista a associação que estes bens têm com identidade nacional, coesão social e difusão de conhecimento.

Além disso, a intervenção estatal pode ocorrer em virtude da distribuição desigual do consumo teatral, denotando a ineficiência alocativa do mercado. Tendo em vista os efeitos positivos provenientes da produção e do consumo de bens culturais, o governo pode considerar importante irradiar esses efeitos por toda a sociedade, incentivando tanto o consumo como a produção desses bens.

b) A fatalidade dos custos

O modelo de fatalidade dos custos foi desenvolvido pelos economistas William Baumol e William Bowen e publicado em *Performing Arts – The Economic Dilemma* em 1968. Esse estudo foi encomendado pela Fundação Ford ao perceber a crise pela qual os espetáculos ao vivo estão passando, como aumento dos custos, redução de espetáculos e fechamento de salas de espetáculos.

Esse modelo divide a economia em dois setores: o progressista e o arcaico. O primeiro é capaz de adquirir ganhos de produtividades graças aos avanços tecnológicos e às economias de escala, assim como o uso mais intensivo de capital; o segundo setor, por sua vez, vê a sua produtividade estagnada.

O Teatro estaria incluído nesse segundo conjunto de atividades, pois não é possível a total substituição do trabalho por capital, isto é, o emprego de máquinas e instrumentos que incorporam os avanços tecnológicos é restrito, não permitindo que o Teatro usufrua dos ganhos de produtividade. Baumol e Bowen afirmam que:

O resultado imediato dessa diferença tecnológica entre os espetáculos ao vivo e a típica indústria manufatureira é que enquanto a produtividade é muito sujeita a mudanças na última, ela é relativamente imutável na primeira. (BAUMOL, W.; BOWEN, W. 1981, p.164)¹

Isso ocorre devido ao papel que o fator trabalho desempenha no produto, já que ele constitui parte do produto final, o espetáculo. Assim, a retirada de trabalho, em especial na etapa de criação, pode levar a desnaturalização do espetáculo, haja vista que as funções de atores,

¹Traduzido pelo autor de: "The immediate result of this technological difference between live performance and the typical manufacturing industry is that while productivity is very much subject to change in the latter, it is relatively immutable in the former."

diretores, músicos, etc. ainda não podem ser mecanizadas ou informatizadas. Como é observado, a cada representação de um espetáculo, a mesma quantidade de mão de obra é necessária, em outras palavras, o custo marginal não se reduz ao passo que se aumenta a produção.

O trabalho do intérprete é o fim em si mesmo, e não os meios da produção de algum produto. [...] Diferente dos trabalhadores das indústrias, intérpretes não são intermediários entre matérias primas e mercadorias completadas – suas atividades são em si mesmas os bens de consumo. (BAUMOL, W.; BOWEN, W. 1981, p.164)²

Outra hipótese desse modelo é em relação à fluidez do mercado de trabalho. Considera-se que há livre mobilidade de mão de obra entre os setores, o que leva por fim a uma equalização do crescimento dos salários. Vale ressaltar que isso não significa que os salários convergem para o mesmo valor, pois há diferenças de incentivos, além da satisfação não monetária na execução de determinada atividade. O que se afirma é que a relação entre os salários permanece constante, em virtude das competições entre as indústrias por empregados em um mercado de trabalho integrado nacionalmente.

Tendo em vista os ganhos de produtividade que ocorrem no setor progressista da economia, os trabalhadores conseguem incorporar partes desses ganhos em seus salários. Desta maneira, há acréscimo dos salários na economia como um todo, representando um permanente aumento dos custos relativos para o setor arcaico que não apresentou um crescimento na produtividade compensatório.

Para enfrentar esse aumento dos custos há três estratégias. A primeira seria o aumento na quantidade de espectadores, porém o número de assentos é dado pela limitação física das salas de espetáculos. Outra solução estaria no aumento no número de representações, porém se encontram limites, haja vista que os custos não se reduzem a cada representação, como foi dito anteriormente, e não obstante, o aumento do número de representações pode implicar redução do número de espectadores, elevando o custo por assento. Por fim, a última reação das produções tange à elevação de preços, mas esse aumento é limitado pela possibilidade de substituição, implicando redução da demanda.

Desta forma, a conclusão proveniente desse modelo é a inelutabilidade do aumento dos déficits dos espetáculos ao vivo, pois os custos tendem a crescer mais que proporcionalmente

² Traduzido pelo autor de: “the worker of the performer is an end in itself, not a means for the production of some good. [...] For, unlike workers in manufacturing, performers are not intermediaries between raw material and the completed commodity – their activities are themselves the consumers’ good.”

aos acréscimos da receita que advém em geral da elevação dos preços dos ingressos. Baumol e Bowen corroboram seus resultados com a análise empírica, utilizando os dados estadunidenses, de onde se observam aumentos dos preços dos ingressos acima da inflação, porém abaixo da elevação dos custos.

São várias as críticas a esse modelo de fatalidade dos custos, desde a inelasticidade do preço demanda até a não observada manutenção dos salários relativos. Contudo, esse modelo, que inaugura os estudos sobre a Economia do Teatro, destaca a dificuldade do Teatro em acompanhar os ganhos de produtividade da economia como um todo. Essa vulnerabilidade financeira não só impede muitas produções teatrais, como também pode transferir esse déficit financeiro em déficit artístico, pois pode optar-se por utilizar menos cenários, figurinos mais básicos, ou textos que apresentem menos personagens.

Em suma, essa fatalidade dos custos apenas corrobora o argumento da necessidade de intervenção do governo para sustentar essa atividade artística. Deixar o Teatro apenas às forças do mercado teria como consequência a redução, ou no caso extremo, o fim desta modalidade artística.

III.2 – Formas usuais de intervenção

a) Meia-entrada

Essa política tem como finalidade estimular a demanda, ao passo que se reduz pela metade os preços dos ingressos de produções de entretenimento, o que inclui o Teatro. Isso é válido apenas aos estudantes de 1º, 2º e 3º grau, mediante a apresentação de documento de comprovação, aos idosos acima de 65 anos, como é previsto no Estatuto do Idoso, e para professores de instituições públicas.

Contudo, não foi previsto nenhuma forma de compensação financeira em contrapartida a essa política, agravando ainda mais as produções teatrais que têm como seus principais espectadores os jovens que se encontram entre 15 a 24 anos, como é visto na tabela 5. Como foi visto anteriormente no capítulo sobre a demanda, a escolaridade dos consumidores de Teatro tende a ser elevada, o que confirma a ideia de que grande parte dos jovens que assistem aos espetáculos utiliza-se desses seus direitos.

No teatro	Faixa Etária em anos (%)					Total (%)	Em qualquer	Faixa Etária em anos (%)					Total (%)
	15-19	20-24	25-39	40-59	+ de 60			15-19	20-24	25-39	40-59	+ de 60	
Sim	18,1	17,6	15,6	14,9	8	17,7	Sim	11,9	13,4	10,8	5,2	6,5	11,5
Não	34,4	26,4	25,2	29,7	24,1	27,4	Não	28,8	24,4	19,3	12,1	15,6	20,7
Nunca	47,5	55,9	59,3	55,4	67,8	57,9	Nunca	59,3	62,2	69,9	82,7	77,9	67,8
TOTAL	100	100	100	100	100	100	TOTAL	100	100	100	100	100	100

Fonte: BOTELHO, I.; FIORE, M. (2003)

Essa situação piora ao passo que cresce o número de carteiras de estudantes falsificadas, desviando os efeitos dessa política do seu objetivo inicial. Há intenção em alterar essas leis, que em geral são de nível estadual, estipulando quotas para meias entradas, reduzindo as perdas de receita das produções, que têm apenas a bilheteria como principal fonte de receita.

b) Lei Rouanet

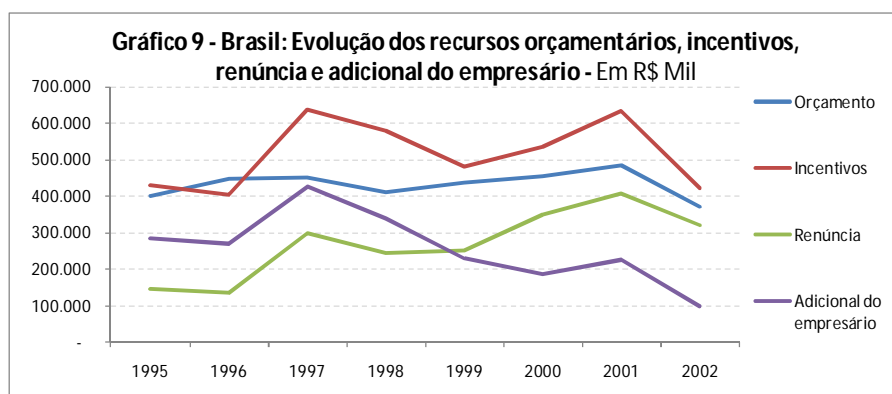
A lei n. 8.313 de 23 de dezembro de 1991, conhecida como Lei Rouanet em virtude do secretário de cultura Sérgio Paulo Rouanet, permite que os contribuintes de impostos de renda deduzam do mesmo o valor do investimento realizado em projetos culturais aprovados anteriormente pelo Ministério da Cultura (MinC).

A criação dessa lei instituiu também o Programa Nacional de Apoio à Cultura – Pronac e a Comissão Nacional de Incentivo à Cultura – CNIC, que é um órgão consultivo do MinC. O Pronac por sua vez possui três instrumentos de estímulos aos financiamentos:

1. Fundo Nacional da Cultura – FNC: é gerido pelo MinC, e visa amenizar as distorções possíveis dos outros dois instrumentos, como melhorar a distribuição regional dos recursos. As fontes de recursos desse fundo são diversas, como doações, 1% da arrecadação dos Fundos de Desenvolvimento Regional, 3% da arrecadação bruta dos concursos de prognósticos, loterias federais e similares, entre outros. Fornece apoio financeiro de duas formas: a fundo perdido (não reembolsáveis) que representaria até 80% do valor do projeto, e a de empréstimos reembolsáveis.
2. Fundos de Investimentos Cultural e Artístico – Ficart: é um mecanismo de mercado, sem a intervenção direta do MinC. Os ganhos e os rendimentos estão isentos de impostos sobre operações de crédito, câmbio e seguro, como também de imposto de renda. Contudo, na prática, esses fundos não foram implementados. (CARVALHO, A., 2001, p.13)
3. Mecenato: ressalta-se que esse mecenato não tem a ver com aquele definido no capítulo 2 na etapa de financiamento. Segundo Silva, “mecenato é um termo que expressa a política de financiamento público para a cultura e que supõe coordenação

entre agentes estatais, privados e o campo dos produtores culturais quanto aos objetivos do financiamento”. (SILVA, F., 2007, p.199) Esse mecanismo baseia-se na contrapartida de redução do imposto de renda. O abatimento desse imposto pode ser integral, sendo o máximo estabelecido de 4% do imposto de renda de pessoa jurídica, e de 6% de pessoa física.

Segundo Odilon Wagner, dentre esses três mecanismos, o Mecenato é o principal, “visto que o Ficart nunca entrou em atividade e o FNC tem sua gestão comprometida – nunca conseguiu, com clareza, demonstrar à sociedade os efeitos de sua utilização.” (WAGNER, O., 2008, p.430). Essa afirmação é corroborada com o gráfico 9, onde os incentivos fiscais se mostram em geral superiores aos recursos orçamentários do MinC.

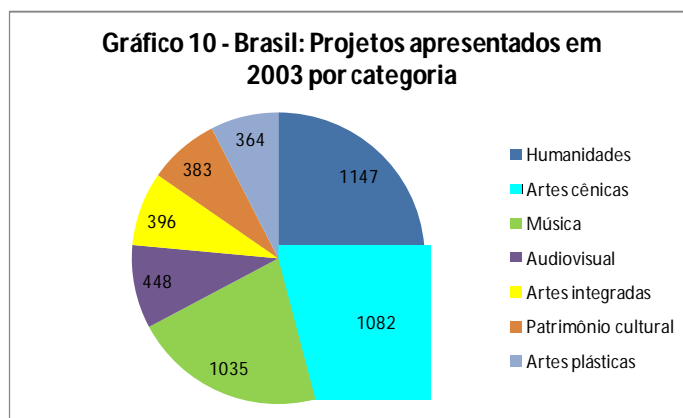


Fonte: SILVA, F., 2007

Contudo, do mesmo gráfico ainda pode-se concluir que a intenção do Mecenato de estimular o aporte de capitais privados nas produções culturais não está sendo alcançada, tendo em vista a redução do adicional do empresário desde 1997, contrabalanceada pela expansão da renúncia fiscal. Nas palavras de Silva:

Em qualquer caso, esse mecanismo [o Mecenato] dificulta o acompanhamento da aplicação de recursos e dos montantes que o poder público deixa de arrecadar. Em princípio, o apoio a projetos via incentivo deveria significar que o incentivador coloca recursos próprios adicionais, aliás, esse é o objetivo dessas leis. Quer dizer, a renúncia fiscal não deveria ser integral, mas o poder público brasileiro abriu essa possibilidade. (SILVA, F., 2007, p.175)

Entretanto, a Lei Rouanet mostra-se importante para o Teatro, que está incluído na categoria artes cênicas do gráfico 10. Em 2003, os projetos destinados às artes cênicas representaram 22% do total, sendo 90,2% desses projetos aprovados.



Fonte: SILVA, F., 2007.

Embora seja observada a relevância desse mecanismo de incentivo no Teatro, a Lei Rouanet vem sofrendo críticas quanto aos resultados obtidos, a saber: a redução do aporte de capital privado, como foi citado anteriormente; distribuição regional desigual, haja vista que em 2007, a região sul e sudeste concentraram 80% dos recursos, ao passo que o Centro-Oeste, Nordeste e Norte detiveram, respectivamente, 11, 6 e 3%; e, enfim, concentração dos recursos em grandes projetos, pois 50% dos recursos captados entre 2003 a 2007 destinaram-se apenas a 3% dos proponentes. Somam-se ainda a isso, segundo a própria cartilha do MinC sobre a nova lei de fomento à cultura, a baixa percepção da aplicação dos recursos públicos por parte da sociedade, e alto custo operacional, assim como tempo de espera pela aprovação.

Essa concentração de recursos em grandes produções faz com que as pequenas produções, em geral associadas aos grupos mais amadores, tenham que buscar apoio em outras leis de incentivos, estaduais e municipais, assim como no FATE (Fundo de Apoio ao Teatro).

Outro efeito gerado pelo conjunto de leis de incentivos, incluindo a Lei Rouanet, é do encurtamento das sessões semanais das produções teatrais, que antes tinham em média uma duração de 6 a 8 sessões por semana, número que se reduz após a criação dessas leis para 2 ou 3 sessões. (GORGULHO, L.; *et alli*, 2009, p.351) Isso pode esboçar um movimento de acomodação dos produtores, que se aproveitam apenas dos recursos públicos, e não buscam em geral a sustentabilidade econômica do espetáculo.

Por fim, um outro efeito proveniente desse conjunto de leis de incentivo é a redução do número de companhias de Teatro permanentes, tendo em vista que esses incentivos são destinados a cada espetáculo, e não às companhias. Assim, há um forte estímulo ao dismantelamento de companhias, reduzindo os ganhos de escala dinâmicos relacionados ao *learning-by-interecting*, isto é, como o elenco era praticamente fixo, seus componentes já

conheciam a forma de trabalhar de cada um, agilizando o processo de criação e reduzindo o número de ensaios.

Em suma, o modelo de renúncia fiscal, criado em um período cuja atuação do Estado brasileiro altera-se de uma ação direta para indireta, sob a ideologia de Estado mínimo, mostra-se ineficaz e desigual para o novo panorama, o que implica uma nova reformulação desse mecanismo. Essa mudança já está acontecendo com a origem da Nova Lei de Fomento à Cultura.

III.3 –Novas proposta de intervenção

a) Vale-cultura

Esse mecanismo visa incentivar a os setores culturais (artes visuais, artes cênicas, audiovisual, humanidades, música, patrimônio cultural e talvez periódicos) pelo lado da demanda. Está incluída no novo programa de fomento a cultura e seu valor mensal será de R\$ 50 para aqueles que têm rendimento menor do que cinco salários mínimos, dos quais 30% serão provenientes de renúncia fiscal, 50% ficarão a cargo do empregador, e 20%, do trabalhador.

Visa-se com esse mecanismo atingir um montante de 12 milhões de trabalhadores formais, segundo a cartilha do MinC sobre a nova lei de fomento. A lei que instaura esse mecanismo ainda não foi aprovado, mas se prevê a sua implantação apenas em 2011, em virtude do período de implantação do mecanismo, assim como o período de outras questões operacionais, a saber o cadastramento de empresas.

Como ainda não foi implantado esse mecanismo, seus resultados ainda não são observados. Porém, analisando os gastos médios com recreação e cultura provenientes da POF (2003) presentes na tabela 6, observa-se que esse vale-cultura representará, em média, uma expansão desses gastos em torno de 100% para aqueles que são alvo desse mecanismo (isto é, que recebem até 5 salários mínimos).

Tabela 6 - Brasil: Despesa monetária e não monetária média mensal familiar por classes de rendimento monetário e não monetário mensal familiar e tipos de despesa de consumo em 2003 - Em R\$											
Tipos de despesa de consumo	Classes de rendimento monetário e não monetário mensal familiar										
	Total	Até 400	Mais de 400 a 600	Mais de 600 a 1000	Mais de 1000 a 1200	Mais de 1200 a 1600	Mais de 1600 a 2000	Mais de 2000 a 3000	Mais de 3000 a 4000	Mais de 4000 a 6000	Mais de 6000
Despesas de consumo	1.465,31	430,16	614,42	843,53	1.094,30	1.311,48	1.655,34	2.055,77	2.725,18	3.516,33	6.095,75
Habitação	520,22	168,92	242	330,33	417,23	485,1	599,76	714,56	881,33	1.189,44	1.987,85
Alimentação	304,12	148,59	195,85	234,26	282,12	312,33	359,76	397,94	474,54	523,77	788,7
Transporte	270,16	37,08	56,52	100,57	143,25	207,25	277,37	418,81	620,59	802,61	1.505,24
Assistência à saúde	95,14	18,54	30,65	45,59	59,94	77,38	106,69	132,35	180,03	262,88	489,94
Vestuário	83,21	24,06	37,53	53,44	71,57	83,78	104,77	121,82	154,01	179,26	279,76
Educação	59,86	3,63	6,83	12,15	21,63	29,54	51,55	85,86	143,31	230,8	426,45
Higiene e cuidados pessoais	31,8	10,92	15,58	21,59	29,39	32,47	44,16	43,59	57,78	62,1	96,06
Recreação e cultura	34,95	3,66	7	12,41	20,08	25,43	38,67	54,73	80,85	113,34	188,41
Brinquedos e jogos	4,67	0,92	1,32	2,52	3,53	4,17	5,57	7,93	9,02	11,68	19,6
Celular e acessórios	3,85	0,43	0,89	1,61	2,74	3,75	5,43	5,77	8,97	10,81	16,95
Periódicos, livros e revistas	5,81	0,38	0,69	1,49	2,91	3,28	5,99	8,46	13,89	21,56	37,23
Diversões e esportes	18,75	1,81	3,71	6,17	9,35	13,19	20,18	29,35	44,93	63,08	103,83
Outras	1,87	0,13	0,39	0,62	1,55	1,04	1,51	3,24	4,03	6,21	10,8
Fumo	10,2	5,2	6,81	8,75	11,91	11,15	12,73	12,95	15,09	14,33	20,08
Serviços pessoais	14,85	2,91	4,45	7,22	9,78	11,86	16,69	21,76	31,48	42,12	70,32
Despesas diversas	40,81	6,65	11,19	17,22	27,41	35,18	43,18	51,42	86,17	95,68	242,95

Fonte: IBGE

Contudo, a eficácia desse mecanismo pode ser atrapalhada pelo uso desse vale como uma moeda, isto é, haja trocas de vales por bens e serviços que não sejam os culturais cadastrados no programa. Caso isso aconteça, o objetivo de incentivar a inclusão cultural dos indivíduos de baixa renda estará fadado ao fracasso. Assim, para minimizar esse risco, deve-se ter fiscalização e um sistema de informações quanto ao uso desse vale.

Ainda são incertos os efeitos sobre o setor teatral, tendo em vista que, como foi dito no capítulo 1 sobre a caracterização da demanda, embora haja concentração do consumo de Teatro em classes de renda elevadas, o efeito renda é pequeno. Assim, a transferência de renda vinculada ao consumo cultural talvez não seja suficiente para expandir a demanda por Teatro, haja vista que outros fatores são determinantes nas escolhas da alocação do tempo e dos recursos orçamentários em Teatro.

b) Procult

O programa de financiamento da cultura (Procult) do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) até novembro de 2009 era voltado exclusivamente à cadeia produtiva do audiovisual. Após esse mês, esse programa se estendeu a outras atividades culturais, dentre elas os espetáculos ao vivo. Esse programa conta com uma dotação orçamentária de R\$ 1 bilhão, cuja vigência estender-se-á até 2012.

Para essa modalidade de espetáculos ao vivo estão previstos apoios à realização de exposições, festas, festivais, concursos, prêmios, feiras e afins, relacionados a temas culturais; ao fortalecimento de corpos estáveis (tais como, orquestras, grupos de dança, grupos de teatro,

grupos de circo, etc); à produção e co-produção de espetáculos ao vivo nacionais de música e artes cênicas; distribuição, divulgação e comercialização de espetáculos brasileiros ao vivo no Brasil e no exterior e de espetáculos estrangeiros no País; implantação, modernização, expansão e reforma de casas de espetáculo ao vivo no País.

Os recursos são distintos e são aplicados de formas diferentes, divididos em três subprogramas (GORGULHO, L.; *et alli.*, 2009): Procult Financiamento – permite que a alocação respeite a lógica do mercado e desenvolva a uma postura empresarial; Procult Renda Variável – além da participação acionária do BNDES em pequenas e médias empresas da cadeia produtiva, o Banco ajuda no desenvolvimento dos fundos de investimentos destinados à cultura; e enfim, o Procult Não reembolsável – onde o Banco conta com os incentivos fiscais, aplicando seus recursos segundo as prioridades de reestruturação dos segmentos, e não apenas de patrocínio.

Desta forma, a atuação do BNDES se estende por toda cadeia produtiva do Teatro, visando eliminar os possíveis gargalos produtivos dessa cadeia e assim ampliando o acesso a esta modalidade artística à maior parcela da população brasileira.

CONCLUSÃO

Diante das condições específicas que definem o padrão de consumo e da estrutura da cadeia produtiva do Teatro, observa-se que é necessária a intervenção do governo nesse mercado a fim de permitir a permanência dessa modalidade artística, assim como expandir os benefícios provenientes das externalidades positivas geradas tanto na produção quanto no consumo.

Os dois instrumentos que o governo utiliza para incentivar esse mercado através do lado da demanda são a lei da meia entrada e o futuro vale-cultura. Ambos buscam expandir a demanda através da elevação do poder de compra dos indivíduos, o primeiro reduzindo o valor dos ingressos para determinados grupos sociais, embora sem contrapartida financeira, enquanto que a segunda visa aumentar a renda vinculada aos gastos culturais.

Contudo, esses dois mecanismos levam em consideração apenas a transferência de renda, ignorando outros possíveis fatores determinantes da escolha do consumo de Teatro, como o nível de educação do indivíduo e daqueles que o cercam. A simples expansão da renda real tem pouco efeito no aumento da demanda por Teatro, haja vista o pequeno efeito-renda desse produto. A eficácia dessa política para a produção teatral seria aumentada se fosse combinada a outras políticas de difusão de educação, assim como a expansão do acesso a essa modalidade política.

Já os outros dois instrumentos de fomento do mercado seguem a lógica da oferta. A Lei Rouanet, que vem se mostrando ineficiente para os seus objetivos originais, restringe-se em especial para as etapas de criação e produção. Já o novo Procult torna-se mais abrangente, atuando em todas as etapas da cadeia, possibilitando a expansão dos canais de distribuição do Teatro. Essa expansão é de extrema importância face à escassez relativa de teatros, possibilitando a redução dos aluguéis, e aumentando o acesso de companhias menores a grandes teatros, como também, o acesso de mais público ao espetáculo, graças à redução do valor dos ingressos. Além disso, como os recursos do novo Procult não são necessariamente a fundo perdido, incentiva o desenvolvimento da gestão empresarial.

O Procult ainda se aproveitando das suas experiências adquiridas com a cadeia do audiovisual, apresenta-se como importante mecanismo de promoção dos Ficarts, como é feito com os Fundos de Investimentos para o Cinema (Funcines), que já apresentam grandes sucessos, respeitando a lógica do mercado.

Ainda comparando o setor teatral com o do audiovisual, que é o mais dinâmico da economia da cultura, sugere-se que a criação de uma agência reguladora do setor teatral, como é o caso da Ancine. Essa regulação não implicaria uma forma de censura, mas apenas a consolidação de informações do setor teatral, reorientando as políticas de forma mais eficiente.

Como mencionado no capítulo 2 sobre a etapa de reprodução, quase metade dos teatros listados pela Funarte são públicos, o que possibilitaria ao governo, caso fosse seu objetivo, a redução desses aluguéis, pressionando para baixo também os aluguéis dos teatros privados, pois caso optem por aluguéis elevados, terão sua demanda reduzida.

Assim, conclui-se que as políticas voltadas para o setor teatral devem buscar a auto-sustentabilidade econômica das produções, através da expansão do número de teatros, aumento da média de assentos por teatro, a fim de que se obtenham ganhos de escala, e incentivos à expansão da demanda. Ademais, torna-se indispensável a consolidação de informações sobre o Teatro sob a ótica econômica, a fim de que as políticas obtenham instrumentos de análise suficientemente adequados para avaliar os seus efeitos, sem ter que agir num campo coberto de desconhecimentos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADLER, Moshe. Stardom and talent. In: GINSBURGH, Victor; THROSBY, Charles D. (Ed.). **Handbook of the economics of art and culture**. Londres. North-Holland, 2006. p. 3-12.

BAUMOL, William J. Applied welfare economics. In: TOWSE, Ruth (Ed.). **A Handbook of Cultural Economics**. Cheltenham & Northampton. Edward Elgar Publishing, 2003. p. 20-31.

_____; BOWEN, William G. **Performing arts: the economic dilemma**. 3 ed. Princeton & Oxford. M.I.T. Press, 1981.

BENHAMOU, Françoise. **A Economia da Cultura**. Cotia. Ateliê Editorial, 2007.

BURKE, Andrew E. Music business. In: TOWSE, Ruth (Ed.). **A Handbook of Cultural Economics**. Cheltenham & Northampton. Edward Elgar Publishing, 2003. p. 321-330.

FRANCO, Gustavo H. B.; FARNAM, Henry W. **Shakespeare e a Economia**. Rio de Janeiro. Zahar, 2009.

FREY, Bruno S. Public support. In: TOWSE, Ruth (Ed.). **A Handbook of Cultural Economics**. Cheltenham & Northampton. Edward Elgar Publishing, 2003. p. 389-398.

FUNARTE, Fundação Nacional de Arte. **Cultura em números: Anuário de estatísticas culturais** 2009. Disponível em: http://oglobo.globo.com/cultura/arquivos/cultura_em_numeros_2009.pdf. Acessado em: 5 de novembro de 2009.

GIAMBIAGI, Fabio; ALÉM, Ana C. **Finanças Públicas**. 3 ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2008.

GOODWIN, Craufurd. Art and culture in the history of economics thought. In: GINSBURGH, Victor; THROSBY, Charles D. (Ed.). **Handbook of the economics of art and culture**. Londres. North-Holland, 2006. p. 26-66.

GORGULHO, Luciane F.; *et alli*. A economia da cultura, o BNDES e o desenvolvimento sustentável. In: BNDES Setorial, n. 30, set.2009. Rio de Janeiro.

HEILBRUN, James. Baumol's cost disease. In: TOWSE, Ruth (Ed.). **A Handbook of Cultural Economics**. Cheltenham & Northampton. Edward Elgar Publishing, 2003. p. 91-101.

HUTTER, Michael. Information goods. In: TOWSE, Ruth (Ed.). **A Handbook of Cultural Economics**. Cheltenham & Northampton. Edward Elgar Publishing, 2003. p. 263-268.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística; MinC, Ministério da Cultura. **Sistema de informações e indicadores culturais: 2003-2005**. Rio de Janeiro. IBGE, 2007.

LIMEIRA, Tania M. V. Tempo livre, lazer e entretenimento. In: COBRA, Marcos (Org.). **Marketing do Entretenimento**. São Paulo. Editora Senac São Paulo, 2008. p. 31-46.

LIMEIRA, Tania M. V.; GOUVEIA, Maria A. M. O marketing de espetáculo teatral. In: COBRA, Marcos (Org.). **Marketing do Entretenimento**. São Paulo. Editora Senac São Paulo, 2008. p. 127-140.

LUKSETICH, William A. Orchestras. In: TOWSE, Ruth (Ed.). **A Handbook of Cultural Economics**. Cheltenham & Northampton. Edward Elgar Publishing, 2003. p. 349-355.

MACHADO, Maria B. P. **Educação patrimonial**. Orientações para os professores do ensino fundamental e médio. Caxias do Sul: Maneco Liv. & Ed., 2004.

MALGADI, Sábado. **Panorama do teatro brasileiro**. 6 ed. São Paulo. Global., 2004.

MINC, Ministério da Cultura. **Nova lei de fomento à cultura**. Disponível em: <http://blogs.cultura.gov.br/blogdarouanet/files/2009/03/novaleidefomentoacultura.pdf>. Acessado em 29 de novembro de 2009.

MUTEZNBECHEER, Ecila; MELLO, Carmen. Questões relativas à atividade teatral (visão da Associação dos Produtores do Rio de Janeiro). In: VELLOSO, João P. dos R. (Coord.). **Teatro Mágico da Cultura, Crise Global e Oportunidades do Brasil**. Rio de Janeiro. Editora José Olympio, 2008.

O'HAGAN, John. Tax concessions. In: TOWSE, Ruth (Ed.). **A Handbook of Cultural Economics**. Cheltenham & Northampton. Edward Elgar Publishing, 2003. p. 451-457.

REIS, Ana C. F. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável**. 1 ed. São Paulo. Manole, 2007.

REIS, Ana C. F. **Marketing cultural e financiamento da cultura**. 1 ed. São Paulo. Thomson, 2003.

RODRIGUES, Carlos Eduardo. Público de cinema e teatro. In: VELLOSO, João P. dos R. (Coord.). **Teatro Mágico da Cultura, Crise Global e Oportunidades do Brasil**. Rio de Janeiro. Editora José Olympio, 2008.

SCHIMMELPFENNIG, Jörg. Ballet. In: TOWSE, Ruth (Ed.). **A Handbook of Cultural Economics**. Cheltenham & Northampton. Edward Elgar Publishing, 2003. p. 85-90.

SHAPIRO, Carl; VARIAN, Hal R. **A Economia da Informação**. 13 ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2003.

SILVA, Frederico A. B., **Economia e Política Cultural: acesso, emprego e financiamento**. Brasília. Ministério da Cultura, 2007.

SMITH, Adam. **A Riqueza das Nações**. 1 ed. São Paulo, Martins Fontes, 2003.

TAALAS, Mervi. Costs of production. In: TOWSE, Ruth (Ed.). **A Handbook of Cultural Economics**. Cheltenham & Northampton. Edward Elgar Publishing, 2003. p. 152-160.

TOLILA, Paul. **Cultura e Economia**. São Paulo. Iluminuras, 2007.

TOWSE, Ruth. Opera. In: TOWSE, Ruth (Ed.). **A Handbook of Cultural Economics**. Cheltenham & Northampton. Edward Elgar Publishing, 2003. p. 342-348.

VALE CULTURA. Possíveis pacotes culturais. Disponível em: <http://valecultura.blog.br/2009/11/22/possiveis-pacotes-culturais/#more-755>. Acessado em 5 de dezembro de 2009.

VARIAN, Hal R. **Microeconomia: Princípios Básicos**. 7 ed. Rio de Janeiro. Campus, 2006.

VOGEL, Harold L. **Entertainment Industry Economics: a guide for financial analysis**. Cambridge. 7 ed. Cambridge. Cambridge University Press, 2007.