

Nota sobre indicadores culturais: uma proposta de construção

Ana Flávia Machado¹

Considerando dois livros: *Indicadores sociais*, de Paulo Jannuzzi, e *Economics and culture*, de David Throsby, apresento neste texto uma proposta de construção de informações e indicadores culturais para Belo Horizonte.

Como bem aponta Jannuzzi (2016), a construção de indicadores deve ser orientada pela definição de um conceito, ou seja, o que se pretende mensurar, embora nem tudo seja passível de métrica, sobretudo quando a cultura é o foco. Uma vez estabelecido o conceito, buscam-se as dimensões que o abrangem. Listadas as dimensões, selecionam-se as variáveis que as descrevem. A combinação de uma ou mais dessas variáveis em uma dada métrica figura o(s) indicador(es).

Nosso ponto de partida não é consensual, pois a definição de cultura gera muitas polêmicas. Para Throsby (2001), a definição não é trivial. Recorrendo a dois outros autores, Raymond Williams afirma que se encontra entre as três palavras mais difíceis de dar significado na língua inglesa (WILLIAMS, 1976, p. 76 *apud* THROSBY, 2001, p. 3), e Robert Borofsky diz que definir cultura é “como tentar enjaular o vento” (BOROFSKY 1998, p. 64 *apud* THROSBY, 2001, p. 3).

Throsby a traduz no sentido “antropológico” e “funcional”. O primeiro sentido, antropológico, relaciona às crenças, à moral, aos costumes, valores e práticas comuns compartilhados por um determinado grupo social. O funcional denota aquelas atividades e produtos relacionados aos aspectos artísticos, intelectuais e morais da vida humana. Nesse caso, a palavra é usada mais como adjetivo do que como substantivo, como em “bens culturais”, “instituições culturais” ou “setor cultural”.

Então, considerando uma abordagem funcional, depara-se com a complexidade e heterogeneidade presente no conceito. De certa maneira, volta-se a Borofsky. Perpassando o caráter simbólico, identitário e cidadão da cultura, o conceito se restringirá

¹ Professora do Departamento de Ciências Econômicas da UFMG. afmachad@cedeplar.ufmg.br

às atividades artístico-culturais propriamente ditas ou abrangerá aquelas atividades como: jogos digitais, *design*, publicidade, arquitetura, entre outras, que integram a miríade das chamadas “indústrias culturais e criativas”? No conjunto dos chamados “bens culturais” e “serviços culturais”, parte é tangível, e outra é intangível, alguns produtos são e devem ser únicos, e outros estão sujeitos à reprodução. São de natureza pública, como também podem ser de propriedade privada. A forma de organização da produção ocorre em diversas modalidades, tais como a de trabalhadores autônomos, em coletivos, grupos, instituições públicas, empresas privadas. Em suma, as atividades culturais não são facilmente qualificáveis e, portanto, quantificáveis.

Tendo essa dificuldade em tela, pode-se trabalhar, em termos funcionais, com os segmentos, ou segundo a proposta da Secretaria Municipal de Cultura (doravante SMC) de Belo Horizonte, com subsistemas, e também seguindo a proposta inicial da SMC, os subsistemas seriam: audiovisual, museus, bibliotecas, centros culturais, teatros, setores artísticos, patrimônio. Ainda que haja uma mistura entre espaços culturais e atividades culturais nesse escopo, em razão da forma como se organizam políticas, instituições e informações culturais, seria importante especificar quais os setores artísticos a serem abrangidos e a definição de patrimônio. Quanto ao último, fica a questão se o patrimônio se restringiria apenas ao edificado ou englobaria as manifestações e práticas culturais.

A partir da identificação desses subsistemas que concebem o conceito de cultura aqui tratado, segue-se para as dimensões que os perfazem. Em termos de um fluxo funcional, as dimensões poderiam ser quatro: produção; disseminação e divulgação; consumo e fruição; fomento e financiamento.

Para cada uma dessas dimensões, existem variáveis disponíveis ou que podem ser construídas. Em termos de **produção**, número de postos de trabalho, número de grupos, número de empresas, rendimento médio, massa de renda (*proxy* de valor agregado), arrecadação (Imposto sobre Serviços, por exemplo) são algumas das possíveis variáveis.

No âmbito de **disseminação/divulgação**, tem-se número de postagem nas mídias sociais, gasto com publicidade, gasto com empresas especializadas em divulgação e em venda de ingressos. Com respeito à dimensão **consumo e fruição**, contagem de público e bilheteria (se houver) podem compor o espectro de variáveis. Origem e percepção do público sobre as atividades culturais também são variáveis relevantes que devem ser abordadas nessa dimensão.

Por fim, **fomento e financiamento** podem ser mensurados por intermédio de despesa pública com cultura (*per capita*), número de projetos submetidos, aprovados e apoiados nas leis de incentivo, fundos, montante de patrocínio direto.

As variáveis sugeridas para cada uma das dimensões propostas para a elaboração dos indicadores culturais foram selecionadas em função da existência de bases de dados secundários. Entretanto, é importante ressaltar que são escassos os bancos de dados que trazem informações sobre atividades que envolvem cultura em seu sentido funcional, e os que existem não tiveram, a princípio, o propósito finalístico de captar aspectos relativos às dimensões culturais.

Entre as bases existentes referentes a informações sobre postos de trabalho e rendimento, conta-se com a amostra do Censo Demográfico a cada dez anos (municípios, UFs e Brasil) e a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), cobrindo o lado formal da economia. Para número e tamanho de empresas, tem-se o Cadastro Geral de Empresas do IBGE (CEMPRE). Em termos de consumo, ou melhor, dispêndio privado, a Pesquisa de Orçamento Familiar do IBGE (POF), com última edição em 2017-2018, pode ser uma fonte.

Gastos dos municípios e estados encontram-se, por rubrica, disponibilizados no sistema FINBRA do Tesouro Nacional. Os equipamentos e políticas culturais, além de grupos artísticos, são variáveis constantes dos suplementos do Perfil dos Municípios Brasileiros do IBGE (MUNIC) nas edições de 2006, 2014 e 2018. No caso de museus, o Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM) traz, em um portal, uma gama de informações.

Os sistemas de fomento à cultura, em seus três níveis, municipal, estadual e federal, podem constituir-se outra fonte de informações. Ademais, a SMC desenvolveu uma plataforma para mapeamento dos grupos artístico-culturais e o Sistema de Monitoramento e Avaliação de Programas e Projetos (SMAPP) em Belo Horizonte. Outras bases que podem ser organizadas a partir de informações já existentes na Prefeitura de Belo Horizonte são provenientes do Sistema Orçamentário e Financeiro; do cruzamento entre Alvará de Localização e Funcionamento e base de contribuintes.

Por coleta primária, ou seja, por meio de *survey*, as pesquisas de público em festivais e eventos culturais informam sobre a percepção e avaliação do público, além de

seus atributos pessoais, inclusive sua localização, o que contribui muito para a formulação de políticas públicas de acesso à cultura, entre outras ações cabíveis.

Os indicadores a serem construídos a partir das variáveis e respectivas fontes de dados podem ser quantitativos ou qualitativos, de natureza simples ou composta. No caso da escolha por indicadores simples, recorre-se a número absoluto, proporção, taxa, média, mediana, entre outros.

Por sua vez, os indicadores compostos envolvem mais de um indicador e podem ser aferidos por média aritmética ponderada (a exemplo do IDH), índices construídos com aplicação de métodos estatísticos que necessitam de programas computacionais, como o método de componentes principais e o de *clusters*.

Tais indicadores devem assumir propriedades que os legitimem nessa condição. Entre as listadas por Jannuzzi (2016), aponto sete como imprescindíveis. São elas: validade; confiabilidade; sensibilidade; factibilidade; inteligibilidade; periodicidade; historicidade.

A **validade** diz respeito à capacidade do indicador expressar, por meio das variáveis, a dimensão que se pretende alcançar no conceito abstrato proposto. Em se tratando de confiabilidade, garante-se a origem e o tratamento criterioso das informações e dados que compõem o(s) indicador(es).

No caso da **sensibilidade**, tem-se que a métrica deve ser capaz de captar possíveis mudanças no contexto analisado, como, por exemplo, o caráter sazonal ou uma mudança radical no comportamento da dimensão observada.

A **factibilidade** está associada à viabilidade. Muitas vezes, pretende-se mensurar aspectos que são incomensuráveis, em especial quando se aborda o setor cultural, que guarda em si a subjetividade e o simbólico. Tornar o indicador passível de ser compreendido e analisado por um público leigo traduz a propriedade da **inteligibilidade**.

Quando da concepção dos indicadores, define-se se serão alimentados diariamente, mensalmente, anualmente ou em outro intervalo de tempo. Tal escolha se firma na natureza e variabilidade do objeto em questão. Sendo assim, se a política pública opta por determinada **periodicidade**, ou seja, por um determinado intervalo de tempo para alimentação e divulgação do(s) indicador(es), essa propriedade deve ser assegurada para evitar perda de confiabilidade e sensibilidade nesse(s)/desse(s) indicador(es).

A **historicidade** atrela-se à formação de uma série histórica do(s) indicador(es), permitindo a gestores e a pesquisadores avaliarem sua evolução e, conseqüentemente, os efeitos das políticas públicas afins. Em casos raros, registra-se um sistema de indicador para um dado ponto do tempo que, normalmente, está condicionado a um evento extraordinário. Entretanto, infelizmente, no Brasil, políticas públicas em cultura tendem a ser mais de Governo do que de Estado e, por essa razão, esforços envidados no passado são perdidos em prol de uma marca em uma nova gestão. Esse comportamento afeta a propriedade desejável de historicidade de um sistema de indicadores.

Encerro essa nota lembrando que definir é sempre limitar. A iniciativa de propor um sistema de indicadores culturais é um desafio, mas também abre uma perspectiva enorme, em termos de visibilidade do que se faz, em termos de elaboração, formulação, monitoramento de políticas públicas em cultura, como também se torna um campo fértil para a pesquisa acadêmica. E na perspectiva da pesquisa em Economia da Cultura, mesmo que se tenha a necessidade de criar uma métrica/uma medida, há o reconhecimento dos aspectos não comensuráveis por parte dos pesquisadores da área. Ademais, pelo seu caráter meritório, simbólico e inclusivo, a cultura não é tratada, pela grande maioria destes pesquisadores, por meio de marcadores mercadológicos, tais como eficiência, lucratividade, entre outros.

Referências

JANNUZZI, P. M. *Indicadores sociais no Brasil: conceitos, fonte de dados e aplicações*. Campinas: Alínea, 2016.

THROSBY, D. *Economics and Culture*. Introduction. Cambridge University Press, 2001.