

A Economia da Cultura: Vetor Estratégico de Desenvolvimento para Portugal

José R. Pires Manso

pmanso@ubi.pt

Universidade da Beira Interior

NECE – Unidade de Investigação financiada pela FCT

ABSTRACT

The economics of culture is being revealed as a greater and greater sector for the development of countries; this process began after the Second World War but it was implemented decisively in the nineties of the last century. We should not wonder, therefore, that this article examines precisely this theme. The economics of culture, as a branch of economics that is interested in the economic aspects of the creation, distribution and consumption of art, is a strategic vector for the development processes of countries. According to the World Bank the Economics of Culture corresponds to 7%, 7,7% and 8,2% of world's GDP, the U.S.A. and the UK, respectively (World Bank, 2006); in terms of employment it represents 4,0% of the total employment of the USA and 6,4% of England (World Bank, 2006). Also according to this international entity, cultural goods are, at present, the major U.S. export. The Economics of Culture is nowadays the more dynamic sector of the world economy, having registered during the first years of the last decade an average and yearly growth rate of 6,3%, comparable to 5,7% of the global economy growth.

KEYWORDS

Cultural Economics, Strategic Developing Vector, Economic Development, Culture, Economics

RESUMO

A Economia da Cultura está a revelar-se uma nova disciplina cada vez mais importante para o desenvolvimento dos países em processo que se iniciou depois da Segunda Grande Guerra e se afirmou, decididamente, nos anos noventa do século XX. Enquanto ramo da economia que se interessa pelos aspetos económicos da criação, da distribuição e do consumo de obras de arte, aquela é um vetor estratégico para o crescimento dos países. Segundo o Banco Mundial, a Economia da Cultura corresponde a 7,0% do PIB mundial, a 7,7% do PIB dos EUA e a 8,2% do PIB do Reino Unido. Em termos de emprego, representa 4,0% do emprego total nos EUA e 6,4% do emprego na Inglaterra (Banco Mundial, 2006). Ainda segundo esta entidade, neste momento, os bens culturais constituem a principal exportação dos EUA. Assim, a Economia da Cultura é hoje o setor de maior dinamismo da economia mundial, tendo registado nos primeiros anos da década passada uma taxa de crescimento de 6,3% ao ano, quando o conjunto da economia cresceu apenas à taxa de 5,7%.

PALAVRAS-CHAVE

Economia da Cultura, Vetor Estratégico, Desenvolvimento Económico, Cultura, Economia

INTRODUÇÃO

Economia da Cultura, Cultura e Economia, Economia Criativa ou Indústria Criativa são algumas das expressões que se usam habitualmente como sinónimas. Aquela designa o ramo da economia que integra a criação, a distribuição e o consumo de obras de arte. Inicialmente, esteve ligada sobretudo às Belas Artes, às artes decorativas, à edição, à música e aos espetáculos ao vivo. A partir dos anos oitenta do século XX, alargou-se a outras atividades culturais, o cinema, a edição de livros ou de música, e à economia das instituições culturais, os museus, as bibliotecas, os monumentos e sítios históricos.

A produção, a circulação e o consumo de bens e serviços culturais começaram a ser considerados um segmento importante na economia das nações depois da Segunda Guerra Mundial. No entanto, apenas na década de setenta, a Economia da Cultura passou a mobilizar muitos recursos humanos e materiais das universidades e outras instituições de Ensino Superior. Por acréscimo, nos anos noventa, ganhou o devido espaço nos organismos internacionais de cooperação e transformou-se em vetor estratégico de desenvolvimento. De facto, foi a partir desta altura que organismos internacionais como o BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento, o PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, a OEA - Organização dos

Estados Americanos e a UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura, entre outros, passaram, progressivamente, a incluir questões relacionadas com a Economia da Cultura nos seus programas de ação.

Para se ter uma ideia rápida da importância da Economia da Cultura, fornecemos, de imediato, alguns números. A Economia da Cultura corresponde a 7,0% do PIB mundial. Nos EUA, atinge um pouco mais, 7,7% (2003) e representa também cerca de 4,0% do emprego total (2003). Segundo o Banco Mundial (2003), neste país da América do Norte, os bens culturais têm sido a principal exportação nos últimos anos. Por seu turno, na Inglaterra, a Economia da Cultura adquire ainda maior peso pois, em 2004, preencheu 8,2% do PIB, empregou 6,4% da força de trabalho e cresceu cerca de 8% ao ano de 1997 até 2004 (Banco Mundial, 2004).

Na União Europeia, em 2003, a cultura gerou receitas de mais de 654 biliões de euros e contribuiu com 2,6% do seu PIB. No período 1999-2003, o valor acrescentado subiu 19,7%, o que corresponde a um aumento de mais 12.3% do que o crescimento da economia global. Na mesma UE, em 2004, a cultura dava trabalho a 5,8 milhões de pessoas e representava 3,1% do emprego total. (The Economy of Culture in Europe, October 2006). Em termos de valor acrescentado, na UE, em 2006, a cultura significava 2,6% do PIB, acima dos 2.3% das indústrias químicas, borracha e plásticos, dos 2,1% do setor das atividades imobiliárias, e bem mais ainda do 1,9% da alimentação, bebidas e tabaco e do 0.5% da indústria têxtil, os maiores setores de atividade deste espaço (UE, 2006, The Economy of Culture in Europe).

Particularizando a um outro país, de um continente diferente, mas de língua portuguesa, no Brasil, em 2006, havia 320 mil empresas culturais, que significavam cerca de 5,7% do total das empresas daquela república e 1,6 milhões de empregos formais ou seja 4% dos postos de trabalho. O salário médio mensal, pago pelo setor da cultura, era 5,1 vezes superior ao salário mínimo daquela federação de estados, equivalente ao salário médio da indústria, e 47% superior ao salário médio nacional. Nesse mesmo ano (2006), havia entidades ligadas à cultura em 5.564 cidades brasileiras, apesar de o investimento público dos municípios, em cultura, ser em média de apenas 0,9% do orçamento total das autarquias/prefeituras, a mesma percentagem representada pelo Ministério da Cultura no orçamento do Brasil. Como curiosidade e para efeitos comparativos, refira-se que o valor recomendado pela Unesco é de 2% do Orçamento, valor que é atingido, por exemplo, no Recife. Para se ter uma ideia do dinamismo deste sector, aduzimos que, em termos de equipamentos e ações culturais, ainda neste país: o número de lojas de discos e DVDs prosperou 74% em 7 anos; o número de salas de cinema cresceu 20% apesar de estas se encontrarem em apenas 8,7% das cidades; havia clubes de vídeo em 82% das cidades brasileiras; a quantidade de salas de espetáculos aumentou 55%; o número de museus subiu 41% e o das bibliotecas, 17% (Paula Porta, 2008). É evidente que os critérios para chegar a estes valores no Brasil

não foram certamente os mesmos que foram usados para os EUA, a Inglaterra e a Europa.

A Economia da Cultura é, pois, o setor de maior dinamismo da economia mundial, tendo registado, nos primeiros anos da década passada, uma taxa de crescimento de 6,3% ao ano, quando o conjunto da economia aumentou apenas à taxa de 5,7%. Antes do deflagrar da atual crise, esperava-se que a Economia da Cultura crescesse cerca de 10% ao ano na década corrente, um potencial sustentável, pois o setor depende pouco de recursos não renováveis, já que o seu input básico é a criação artística ou intelectual e a inovação. A previsão não se deve ter confirmado, atendendo à crise que atingiu as principais economias da Europa e dos EUA.

Ao lado da Economia do Conhecimento ou da Informação, a Economia da Cultura integra o que se convencionou chamar *Nova Economia*, dado que o seu modo de produção e de circulação de bens e serviços é altamente influenciado pelas novas tecnologias. Aquele baseia-se na criação e não segue os paradigmas da economia industrial clássica. Com efeito, o modelo da Economia da Cultura tende a incorporar a inovação e a adaptação às mudanças como aspetos a considerar em primeiro plano. Nesses setores, a capacidade criativa tem mais peso do que o capital. As novas tecnologias, sobretudo a digital, criaram novos produtos e outras formas de produzir, divulgar, distribuir e consumir, e, por consequência, abriram oportunidades a novos modelos de negócio e novas formas de competição por mercados (PWC, 2004, “Global Entertainment and Media Outlook 2004-2008”).

PODERÁ A ECONOMIA DA CULTURA SER UM SETOR ESTRATÉGICO?

À pergunta, em título, a resposta só pode ser assertiva e demonstrativa. A Economia da Cultura é estratégica: pelo seu dinamismo; pela geração de produtos com alto valor acrescentado, cujo valor de venda é em grande medida decidido pelo seu autor ou criador; pela alta empregabilidade do setor; pela diversidade de empregos gerados, em todos os níveis, com remuneração acima da média dos demais; pelo baixo impacto ambiental; pelo seu impacto positivo sobre outros segmentos da economia como a produção e venda de equipamentos eletrónicos (tv, som, computadores, telemóveis, etc.); porque tem fortes externalidades sociais e políticas; porque os bens e serviços culturais contêm informação, universos simbólicos, modos de vida e identidades; porque o seu consumo tem um efeito que abrange entretenimento, informação, educação e comportamento; porque a exportação de bens e serviços culturais tem impacto na imagem do país e na sua inserção internacional; porque o seu desenvolvimento económico está fortemente ligado ao desenvolvimento social, seja pelo seu potencial, seja pelo desenvolvimento humano inerente à produção e à fruição de cultura; e ainda porque tem grande potencial para promover a inserção soberana e qualificada dos países no processo de globalização.

TIPOS DE ATIVIDADE CULTURAL

Entre outras realizações, a atividade cultural inclui o artesanato, a dança e as bandas musicais. Os festivais apresentam-se como a mais dinâmica forma de difusão cultural, com capacidade para congregar em espaços, cada vez mais apelativos, para o efeito, manifestações, vivências e novas experiências de cultura popular, música, dança, teatro, cinema e tantas outras artes. Uma tipologia mais elaborada de cultura divide esta em quatro grandes grupos (Eurostat). O primeiro abrange as ditas artes nucleares (*core arts field*) e inclui: as artes visuais com os subsectores do artesanato, da pintura, da escultura e da fotografia; as artes performativas, teatro, dança, circo e os festivais; e o património (heritage), representado em museus, bibliotecas e arquivos, para além dos sítios arqueológicos. O segundo inclui as indústrias culturais: o sector do filme e vídeo, da TV e rádio, dos vídeo-jogos, da música ao vivo, gravada, etc.; e os livros e a imprensa periódica. O terceiro concerne ao design da moda, gráfico, de interiores e de produto e à arquitetura e publicidade. Finalmente, o quarto abrange as indústrias relacionadas com a construção de computadores, MP3, telemóveis, tablets, ipods, ipads e outros, incluindo o subsector do turismo cultural.

QUAIS AS VANTAGENS COMPETITIVAS DE PORTUGAL NA ÁREA CULTURAL?

Portugal possui evidente vocação para tornar a Economia da Cultura em vetor de desenvolvimento estratégico, baseado na sua diversidade cultural e na sua alta capacidade criativa, nas suas importantes vantagens competitivas ligadas à cultura: facilidade de absorção de novas tecnologias; criatividade e vocação para a inovação; disponibilidade de profissionais de alto nível em praticamente todos os segmentos da produção cultural; alta qualidade e boa aceitação de seus produtos culturais em diferentes mercados; património paisagístico, histórico e arqueológico, espalhado por todo o país, algum já classificado como património da humanidade; gastronomia, artesanato genuíno; uma boa rede de museus disseminados por todo o país; diversos festivais internacionais e nacionais de música; potencial para a criação de inúmeras rotas capazes de atrair visitantes variados e com elevado poder de compra em apelativo turismo cultural.

CONTRIBUIÇÃO DO SETOR CULTURAL E CRIATIVO PARA A ATIVIDADE ECONÓMICA DA UE

As estatísticas mostram a prevalência cultural dos grandes países da UE já que a produção está concentrada nos maiores e mais desenvolvidos, especialmente no Reino Unido e na Alemanha, França, Itália e Espanha. De facto, estes cinco estados contribuem com 75% de toda a economia do setor cultural e criativo na União Europeia, valor que está em linha com o seu peso ao nível da situação geral da economia da

Europa, onde a soma dos produtos internos brutos destes cinco países atinge 74% do PIB total da UE25.

A situação desagregada pelos diferentes países da União mostra que o valor acrescentado do setor cultural e criativo é máximo em França, no Reino Unido, na Noruega, na Finlândia e na Dinamarca. O seu peso no PIB global é sempre superior a 3%. Na Bélgica, República Checa, Alemanha, Estónia, Espanha, Itália, nos Países Baixos, na Eslovénia, Eslováquia e Suécia está entre os 2% e os 3%. O peso do valor acrescentado do setor cultural e criativo no PIB é maior nos países do norte da Europa, os Países Escandinavos e Finlândia, do que nos países do sul. Em Portugal, o setor faturou 6.358 milhões de euros, correspondente a 1,4% do PIB (2003), valores que, apesar de elevados, são ainda relativamente diminutos; nesse sentido, pode dizer-se que, também aqui, o país tem ainda um elevado potencial de crescimento.

COMPARAÇÃO INTERSETORIAL DO SETOR CULTURAL E CRIATIVO COM OUTROS SETORES DA UE

Dos poucos setores com contributos superiores a 3% do PIB da UE, temos os casos: da alimentação e bebidas, na Irlanda, Letónia e Polónia; dos produtos químicos, na Bélgica, Islândia e Eslovénia; dos equipamentos elétricos e óticos, na Irlanda, Hungria e Finlândia; e das atividades imobiliárias, na Dinamarca e Suécia. Em França, Itália, Holanda, Noruega e Reino Unido, o setor cultural e criativo apresenta o maior contributo para o PIB nacional entre os setores investigados. Isto quer dizer que em muitos países europeus o setor cultural e criativo é líder no crescimento das riquezas nacionais. Em Portugal, apenas dois setores têm maior peso.

UM SETOR MUITO DINÂMICO

No geral, o setor cultural e criativo apresentou um comportamento impressionante durante o período 1999 a 2003 pois enquanto o crescimento nominal da economia europeia no período foi de 17,5%, o crescimento do setor cultural e criativo foi de 19,7%, logo, 2,2% superior àquele. Isto significa que o setor cultural e criativo cresceu mais rápido do que a economia geral e que tem sido chave ou vital para o desenvolvimento da Europa. Além disso, o setor cultural e criativo apresenta uma tendência positiva ao longo dos anos, o que quer dizer que a sua importância tem vindo a crescer na economia global da Europa e que a sua contribuição para a riqueza europeia se tem vindo a tornar cada vez mais significativa.

CRESCIMENTOS DA FATURAÇÃO E DO VALOR ACRESCENTADO DA CULTURA NA UE

O crescimento médio do volume de negócios é um indicador útil para medir o crescimento do setor em comparação com a economia em geral. O valor total é de 5,4% para a UE25 e 8,1% para a Europa dos 30. Na UE15, o crescimento do volume de negócios da cultura e do setor criativo era maior do que a média de Espanha e Portugal e em certa medida do que a Irlanda, Finlândia, Suécia, Reino Unido e França. O único resultado negativo foi o da Dinamarca, país onde houve uma quebra de 1,9% entre 1999 e 2003. As explicações para esse número negativo podem encontrar-se na análise de alguns setores da indústria que apresentaram resultados inferiores, caso das indústrias dinamarquesas de música, edição e publicidade. Na UE10, o volume de negócios médio cresceu mais do que na UE15. Os novos Estados-Membros estão a recuperar rapidamente o atraso em relação aos seus vizinhos europeus em termos de criação de riqueza. Nos mesmos, o setor cultural e criativo está a contribuir significativamente para o crescimento económico. Entre 1999 e 2003, o crescimento do valor acrescentado do setor cultural e criativo para o PIB foi de 6,6% para a UE25 e 12,3% para a Europa dos 30 e os maiores valores verificaram-se entre os novos estados aderentes.

EMPREGO DO SETOR CULTURAL E SUAS CARACTERÍSTICAS

Por emprego cultural, entendemos o total de trabalhadores ativos que têm profissões culturais ou trabalham em unidades económicas pertencentes ao setor cultural. Há três situações distintas: profissionais da cultura a trabalhar no setor cultural (e.g. um artista numa ópera); profissionais da cultura, mas a trabalhar fora do setor cultural (e.g. designers na indústria automóvel); e profissionais de outras áreas com uma profissão não cultural, mas a trabalhar no setor cultural (e.g. uma secretária numa empresa produtora de filmes). Entre as profissões culturais, também se incluem: arquivistas, empregados de biblioteca e documentalistas; artistas, criadores e atores/performers, autores, jornalistas; fotógrafos e técnicos de gravação e som; profissões intermédias na criação artística e na representação; arquitetos; designers e publicitários.

Noutra perspetiva, o emprego no setor cultural inclui: as atividades de edição de livros, revistas, jornais e gravações áudio; a filmografia, o vídeo, a rádio, e a televisão; as artes da representação; os museus e arquivos, as bibliotecas; a produção de bens culturais a grosso e a retalho; a arquitetura e o marketing. Em 2004, um mínimo de 4.714 milhões de pessoas trabalhavam unicamente no setor cultural e criativo, equivalente a 2,5% da população ativa da UE25, mais um adicional de 1.171 milhões que trabalhavam só no turismo cultural.

A distribuição por género/sexo e idade é equivalente no setor cultural e no emprego geral. A qualificação é maior no setor cultural: 46,8% dos trabalhadores do setor

cultural têm pelo menos um grau universitário em comparação com 25,7% no emprego total. O peso dos trabalhadores independentes no setor cultural é duas vezes maior do que se verifica na economia em geral. O setor cultural emprega 17,0% de trabalhadores temporários, mais do que os 13,3% do emprego global. O peso do emprego em part-time na cultura é superior ao verificado na economia em geral. O peso de trabalhadores com ocupações secundárias é maior do que no emprego total. Deixamos o alerta que são diferentes os métodos e critérios de colheita de dados entre os diversos países o que pode complicar algumas comparações.

A contribuição do emprego cultural, com e sem turismo cultural, ao longo dos 3 anos mencionados na UE-25 caracteriza-se pela sua estabilidade parecendo indicar uma tendência de subida. Considerando que o emprego total na UE-25 diminuiu ligeiramente entre 2002 e 2004, o emprego cultural, com e sem o turismo cultural, aumentou durante o mesmo período. Esta tendência sustenta a perspectiva de que o setor cultural constitui um motor para o emprego ao nível europeu. O setor cultural representa 2,5% do emprego total da UE-25. Se adicionarmos o emprego em turismo cultural ao emprego cultural, a participação sobe para 3,1% em 2004. Entre 2002 e 2004, o emprego cultural aumentou de 3,0% para 3,1%. Sem surpresa, Alemanha, Reino Unido, França, Itália e Espanha são os países cujos setores culturais geram mais emprego na Europa. Cerca de três quartos dos empregos no setor cultural são atribuídos aos cinco países europeus mais populosos. Os números de emprego total revelam a mesma situação. Nesses cinco países, o emprego no setor cultural, com o turismo cultural, representa cerca de 3,1% do emprego total, variando as percentagens entre os 2,5% em França e os 3,8% no Reino Unido. Sem o turismo cultural, a cultura é responsável por cerca de 2,6% do emprego total, 2% em França e 3,2% no Reino Unido. Na UE25, os valores oscilam significativamente, de 1,9% na Eslováquia, 1,3% sem o turismo cultural, para os 6,5% na Hungria, 5,1% sem o turismo cultural. Note-se que a participação do emprego cultural, com e sem turismo, no total, é maior no Norte do que no Sul da Europa.

EMPREGO CULTURAL POR GÉNERO OU SEXO

As distribuições por género no emprego cultural e no total diferem pouco. Em 2004, 45,6% dos empregos culturais na UE eram ocupados por mulheres, ligeiramente acima dos 44,6% verificados no emprego total. Nos países do Leste Europeu, especialmente na Letónia e na Lituânia, a quota de mulheres, respetivamente 70,8% e 76%, é maior do que nos outros países. A proporção de mulheres empregadas no setor cultural é globalmente inferior à média nos países do sul. Malta tem, de longe, a menor percentagem de mulheres empregadas no setor cultural, apenas 20,4%. Apesar do facto de o setor cultural, como um todo, empregar mais homens do que mulheres, a tendência varia em alguns subsectores. Por exemplo, a percentagem de mulheres

empregadas é maior no mercado da arte (52%) do que no setor cultural como um todo (45,6%).

EMPREGO CULTURAL POR IDADES

A distribuição por idade difere pouco entre o emprego cultural e o total. A grande maioria dos empregados e dos trabalhadores independentes pertencem ao escalão 25-49 anos de idade. Em média, para todos os países, a faixa etária dos 25-49 representa entre 60 a 75% dos ocupados no setor cultural, com muito poucas exceções. Os níveis de emprego mais baixos da faixa etária 25-49 encontram-se no Norte da Europa e em Malta. Cerca de 10% dos trabalhadores do setor cultural pertencem à faixa 15-24 anos de idade, contra 10,6% no emprego total. A quota-parte dos 15-24 anos do setor cultural mais elevada surge em Malta (26,2%), Holanda (19,5%) e Reino Unido (13,2%). Os trabalhadores com mais de 50 anos de idade representam 23% do setor cultural, contra 22,8% do emprego total. Estónia (34,9%), República Checa (30,6%) e Finlândia (29%) registam os valores mais elevados nestas idades.

EMPREGO CULTURAL POR NÍVEL EDUCACIONAL

De referir que 46,8% dos trabalhadores do setor cultural têm pelo menos um diploma universitário, em comparação com 25,7% ao nível do emprego total/economia em geral. A proporção de funcionários com formação graduada no setor cultural e criativo é significativa. De facto, 46,8% das pessoas que trabalham neste setor têm pelo menos um diploma universitário, em comparação com os 25,7% verificados ao nível do emprego total. Esta tendência é ainda mais impressionante em alguns subsectores. Por exemplo, no mercado de arte, 62% das pessoas que trabalhavam como negociantes de arte na Europa, em 2002, tinham um grau universitário. Esta tendência pode ser observada em todos os países europeus, sem exceção. Contudo, os níveis mais altos registaram-se num grupo heterogéneo de países, incluindo Chipre (65,3%), Espanha (60,4%), França, Dinamarca, Estónia, Hungria, Lituânia, Luxemburgo, Polónia e Bélgica (mais de 50%, cada). Os valores mais baixos encontram-se na Eslováquia (33,2%), em Portugal (31,9%) e em Malta (24,7%). A diferença entre o nível de educação no setor cultural e o nível de educação noutros setores da economia é particularmente notável em Portugal (31,9% em comparação com 15,1%) e em alguns dos novos Estados-Membros: República Checa (33,6% em comparação com 14,1%), Eslováquia (33,2% em comparação com 15,3%), Hungria (55,2% em comparação com 21,1%) e Eslovénia (47,4% contra 21%). Em termos de tendências, a participação dos empregados com pelo menos um diploma universitário cresceu no setor cultural de 44,8% em 2002 para 46,6% em 2003 e 46,8% em 2004. O elevado nível de educação e de competências dos trabalhadores culturais é um ativo dentro da estratégia de Lisboa. Em particular,

é comumente admitido que as economias dotadas de uma força de trabalho qualificada são mais capazes de criar e fazer uso eficaz das novas tecnologias, bem como de fomentar um ambiente aberto e globalizado. A afluência de uma força de trabalho altamente qualificada ao mercado de trabalho cultural mostra o grande entusiasmo das pessoas para trabalhar, nestes setores, muitas vezes, movidas pela paixão, prontas a assumirem os riscos inerentes a estas profissões e quase sempre a sua precariedade. Esta predisposição deve ser interpretada como um sinal positivo: a força de trabalho europeia está à procura de desafios onde a criatividade é uma força motriz central. Os sindicatos, por outro lado, realçam a crescente procura de jovens altamente qualificados que estão prontos para aceitar baixos salários e cargos menos qualificados. Contudo, o nível de ensino mais alto não é necessariamente equivalente a educação “apropriada”. Embora haja 200.000 estudantes que cursam anualmente os departamentos de artes das universidades e os conservatórios, dos 50.000 graduados nas respetivas áreas, estima-se que menos de 10% ganhem a vida como artistas de sucesso.

As deficiências apontadas incluem: a falta de conhecimento ao nível da economia e da empresa, por exemplo, a incapacidade de fazer julgamentos realistas sobre a sustentabilidade económica das atividades artísticas, quase sempre por falta de interação dos alunos com a indústria durante a fase de formação; a falta de eficácia na compreensão das necessidades do mercado, das metas em termos de audiência, da importância da promoção e do marketing; deficiências na capacidade de compreender e mobilizar oportunidades de financiamento junto dos bancos e das instituições financeiras, dos patrocínios e das doações, das fundações, etc.; e falta de domínio das novas tecnologias da informação e do conhecimento.

CONCLUSÃO

Em termos muito sintéticos, confirmamos a Economia da Cultura como um setor cada vez mais estratégico para o desenvolvimento dos países, que atrai ao seu núcleo principal as artes, o património e as indústrias afetas, particularmente as mais recentes em suporte digital e ela mesma promove o turismo cultural. São elevadas as habilitações dos trabalhadores com uma profissão cultural e em geral jovens, sem predominância de género. Sem dúvida, a Economia da Cultura assume-se como o sector de maior dinamismo e o mais moderno da economia mundial. As taxas de crescimento, mesmo em período de crise, confirmam-no e uma reflexão mais séria também.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alan Peacock (2006), The Arts and Economic Policy (ch 32) in *Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1, 2006, Pages 1123-1140*,
- Craufurd Goodwin (2006), Art and Culture in the History of Economic Thought (Ch 2) in *Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1, 2006, Pages 25-68*
- D. Paul Schafer (1994). Cultures and economies: Irresistible forces encounter immovable objects Original Research Article: *Futures, Volume 26, Issue 8, October 1994, Pages 830-845*
- David Throsby (2001). *Economics and Culture*. Cambridge University Press, 2001. xv + 208 pp., H. Peter Gray, Rutgers—the State University of New Jersey, Newark, New Jersey 07102 *Journal of Comparative Economics* 30, 218–219 (2002), doi: 10.1006/jcec.2001.1748, available online at <http://www.idealibrary.com on>, BOOK REVIEWS
- European Commission (2006). The economy of culture in Europe, Study on the Economy of Culture in Europe, KEA European Affairs with the Turku School of Economics and the MKW Wirtschaftsforschung GmbH: The Economy of Culture in Europe. October 2006.
- Eurostat (2011). “Cultural statistics pocketbook”, eurostat
- Jean Tardif, Joëlle Farchy (2011). Les enjeux de la mondialisation culturelle, Éditions du Bord de l'eau, Collection Mondialisation, culture et communication, juin 2011
- Léonce Bekemans (1994). Economy and culture in European society— Methodological considerations, in *History of European Ideas, Volume 19, Issues 1-3, July 1994, Pages 261-268*
- Marcus Berliant, Masahisa Fujita (2012). Culture and diversity in knowledge creation, *Regional Science and Urban Economics, Volume 42, Issue 4, July 2012, Pages 648-662*,
- Marie Connolly, Alan B. Krueger (2006) Chapter 20 Rockonomics: The Economics of Popular Music (Ch. 20), in *Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1, 2006, Pages 667-719*, Alan B. Krueger
- P Cannon-Brookes (2000). Museums and Cultural Economics, in *Museum Management and Curatorship, Volume 18, Issue 4, December 2000, Pages 327-333*
- Paul Streeten (2006). Culture and Economic Development (Ch 13) in *Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1, 2006, Pages 399-412*
- Paula Porta (2008). Economia da Cultura, Um Setor Estratégico Para O País (Brasil), <http://www.cultura.gov.br/site/2008/04/01/economia-da-cultura-um-setor-estrategico-para-o-pais/>. Acedido em Agosto/ 2012
- PWC (2004). “Global Entertainment and Media Outlook 2004-2008”. Price Waterhouse Coopers, 2004
- Stanley N. Katz (2006). Philanthropy (ch 37) in *Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1, 2006, Pages 1299-1321*,
- Stephan Meier (2006) The Economics of Museums (ch 29) in *Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1, 2006, Pages 1017-1047*, Bruno S. Frey
- www.wikipedia.com, acedido em Agosto de 2012

Ubimuseum

Revista Online do Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior