

**ENSAIO SOBRE A EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA DA CULTURA NA
REGIÃO SUL DO BRASIL NO PERÍODO DE 1997 A 2007**

Judite Sanson de Bem – UNILASALLE

E-mail: jsanson@terra.com.br

Nelci M. Richter Giacomini – UNILASALLE

E-mail: nelcig@uol.com.br

1. Introdução

A relação entre economia e cultura começou a ser explorada de forma mais consistente nos anos 1960, a partir do momento que estudos que mostravam o destino e a manutenção de recursos, sobretudo às instituições culturais, poderiam ser classificáveis como investimento.

Toda e qualquer atividade que acontece dentro de uma região, envolvendo recursos para ser produzida e gerando um resultado, afeta a economia. A proposta da economia da cultura é avaliar esse efeito multiplicador das atividades culturais na economia, ou seja, o impacto que esse investimento gera, comparado ao que custou.

O ramo da ciência econômica definido como economia da cultura constitui-se em um instrumental com vistas a resolver questões ligadas aos efeitos econômicos da atividade cultural.

Estas questões estão ligadas à geração de emprego, renda, valorização cultural, renúncias fiscais e incentivos, entre outras. Diversamente do que ocorre com bens e serviços que apresentam um carácter, visando somente as trocas monetárias, alguns segmentos da sociedade relutam em aceitar que as práticas culturais e todas as diferentes cadeias dela resultante são regidos, também, por lógicas de interesse econômico.

Os gastos com cultura e sua valorização, pelo poder público, estão associados à capacidade de obtenção de recursos mediante suas diferentes fontes de captação: os impostos ou outros. Nos estados da Região Sul o imposto sobre circulação de mercadorias e serviços (ICMS) é a maior fonte de valores monetários para os cofres

III ENCONTRO DE ECONOMIA CATARINENSE

23, 24 e 25 de abril de 2009 – Blumenau, SC

Artigos Científicos

Área Temática: Temas Especiais (2) - Macroeconomia brasileira

públicos e toda a legislação estadual de incentivo à cultura está associada a deduções da arrecadação deste.

O objetivo deste trabalho é verificar o que se entende por cultura, seu significado no desenvolvimento regional e a execução orçamentária comparativa dos três estados da Região Sul.

2. Economia da Cultura: definição e relevância econômica

Considera-se cultura como a produção material e imaterial de uma sociedade. A cultura abrange desde a produção de elementos da chamada indústria cultural, como livros, revistas, jornais, filmes e vídeos, cozinheiros, escultores, rendeiras e tantos outros(Anexo A), como também os projetos culturais, projetos que utilizam formas de manifestações, como expressão de um povo, englobando desde produções artísticas e festas folclóricas, até pesquisas lingüísticas e resgates do patrimônio histórico. (REIS, 2006)

Entretanto, outros significados são utilizados para definir cultura, mudando conforme o contexto e o modo como será empregado.

A Constituição Brasileira define (Art.216):

“Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais incluem: as formas de expressão; os modos de criar, fazer e viver, as criações científicas, artísticas e tecnológicas; as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artísticas-culturais; os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico”.

A produção cultural é um instrumento de desenvolvimento, inclusão social e melhoria da qualidade de vida das cidades, nas zonas urbana e rural, contribuindo para a geração de renda, emprego e imposto.

O investimento na cultura gera um ciclo virtuoso de crescimento econômico sustentado, contribuindo para a melhoria dos índices de desenvolvimento humano

III ENCONTRO DE ECONOMIA CATARINENSE

23, 24 e 25 de abril de 2009 – Blumenau, SC

Artigos Científicos

Área Temática: Temas Especiais (2) - Macroeconomia brasileira

através de um processo educativo que trate da formação do profissional, da formação da pessoa e da formação do cidadão.

Como potencial econômico a cultura utiliza matéria prima (artesanato, artes visuais, artes cênicas, música) na geração de produtos (livros, discos, filmes, fotografias) e os equipamentos culturais onde são apresentados como: teatros, cinemas, museus, galerias de arte. Também deve-se considerar o potencial econômico do turismo cultural e o patrimônio cultural material e imaterial.

A economia da cultura impacta sobre outros setores e produz valor adicionado. Está baseado no uso de recursos inesgotáveis (como a criatividade), consumindo menos recursos naturais esgotáveis. Apresenta um uso intenso de inovações e impacta no desenvolvimento de novas tecnologias. Seus produtos geram bem-estar, estimulam a formação do capital humano e reforçam os vínculos sociais e a identidade.

A tabela 1 apresenta a execução orçamentária per capita considerando a população residente nos três estados. Pelos dados observou-se que: a) a população dos estados diferem, sendo que o estado que maior crescimento populacional teve, no período considerado, foi o Paraná; b) independente de estado o valor per capita é muito baixo, por exemplo, em 1995 o Paraná despendia R\$ 0,06 centavos por indivíduo. Em 2007, mesmo com o aumento dos gastos, os valores permanecem entre R\$ 1,190 a 1,81. Este valor se equipara a uma passagem de ônibus do município de Porto Alegre. C) Observa-se, também, o valor crescente da execução per capita a partir dos anos 2000. Este fato está em consonância com os efeitos das diferentes políticas de incentivo à cultura na Região Sul.

**Tabela 1 - Execução Orçamentária per capita das Regiões/Estados da Federação
- 1995 a 2007 - (R\$/per capita)**

ANO	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Região SUL							
Ex.Orçamentária	2.267,146	9.582,975	6.229,265	7.005,516	10.928,534	12.108,465	14.903,039
População	23.128,00	23.513,70	23.862,60	24.154,00	24.446,00	24.997,20	25453,30
Per capita	0,1	0,41	0,261	0,29	0,45	0,48	0,59
Paraná							
Ex.Orçamentária	539,719	2.956,666	2.113,000	3.876,666	6.016,762	4.958,947	6.775,563
População	8.712,80	9.003,80	9.142,20	9.258,80	9.375,70	9.563,50	9694,80
Per capita	0,06	0,33	0,23	0,42	0,64	0,52	0,70
S.Catarina							
Ex.Orçamentária	488,954	1.380,289	1.397,239	758,626	1.400,738	2.111,939	3.221,629

III ENCONTRO DE ECONOMIA CATARINENSE

23, 24 e 25 de abril de 2009 – Blumenau, SC

Artigos Científicos

Área Temática: Temas Especiais (2) - Macroeconomia brasileira

População	4.836,60	4.875,20	4.958,30	5.028,30	5.098,40	5.356,40	5448,70
Per capita	0,10	0,28	0,28	0,15	0,27	0,39	0,59
Rio Grande do Sul	0,13	0,54	0,28	0,24	0,35	0,50	0,48
Ex.Orçamentária	1.238,473	5.246,020	2.719,026	2.370,224	3.511,034	5.037,579	4.905,8
População	9.578,60	9.634,70	9.762,10	9.866,90	9.971,90	10.077,30	10309,80
Per capita	0,13	0,54	0,28	0,24	0,35	0,50	0,48

ANO	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Região SUL	0,34	0,25	0,48	0,62	0,85	1,52
Ex.Orçamentária	8.720,19	6.589,75	12.811,75	16.824,72	23.095,80	41.124,20
População	25734,1	26025	26428	26973,5	27308,9	27144
Per capita	0,34	0,25	0,48	0,62	0,85	1,52
Paraná						
Ex.Orçamentária	4.313,4	1.804,0	3.522,9	6.264,8	5.492,5	12.459,20
População	9797,9	9906,8	10015,4	10261,8	10387,4	10511,9
Per capita	0,44	0,18	0,35	0,61	0,53	1,19
S.Catarina						
Ex.Orçamentária	520,5	1.574,6	3.860,0	3.719,8	5.373,8	9.559,40
População	5527,7	5607,2	5686,5	5866,6	5958,3	6049,2
Per capita	0,09	0,28	0,68	0,63	0,9	1,58
Rio Grande do Sul						
Ex.Orçamentária	3.886,2	3.211,2	5.428,9	6.840,0	12.229,5	19.105,60
População	10408,5	10511	10726,1	10845,1	10963,2	10582,9
Per capita	0,37	0,31	0,51	0,63	1,12	1,81

Fonte: MINC, 2008; IBGE – Censos Demográficos e Contagem Populacional; para os anos intercensitários, estimativas preliminares dos totais populacionais, estratificadas por idade e sexo pelo MS/SE/Datasus.

Nota: Os dados relativos a população dizem respeito a população residente com base nos dados do Tabet DATASUS a pedido do TCU.

Outra característica que distingue estes estados é o tempo em que os mesmos passaram a ter Leis de Incentivo à Cultura. SC tem sua Lei datada de 23/09/1998 (N° 10.929) , RS (Lei 10.846 – 19/08/1996; Lei 11.024 – 20/10/1997; Lei 11.137 – 27/04/1998; Lei 11.706 – 18/12/2001) e o Estado do Paraná Lei nº 13.133 – 6/04/2001. Esta variância torna os mesmos díspares no que se refere a valores e incentivos aos interessados em pedir e aos que desejam ofertar recursos, mediante os diferentes tipos de isenções, subsídios, e outros.

Conforme Baracho e Tôrres (2001) o estado do Paraná apresenta uma experiência pioneira, no que tange ao gerenciamento das parcerias com a iniciativa privada no sentido de viabilizar ações na área cultural. Esse estado, embora não tenha uma lei estadual de incentivo à cultura, vem conduzindo, desde o início de 2001, o programa Conta Cultura, regulamentado por Lei e Decreto e constante do Plano Plurianual do Paraná. A Conta Cultura 2001 é um programa administrado pela Secretaria de Estado da

III ENCONTRO DE ECONOMIA CATARINENSE

23, 24 e 25 de abril de 2009 – Blumenau, SC

Artigos Científicos

Área Temática: Temas Especiais (2) - Macroeconomia brasileira

Cultura, que tem por objetivo facilitar a parceria entre empreendedores culturais e empresários, a fim de viabilizar a realização de projetos culturais já aprovados pela Lei Federal no 8.313/91 (Lei Rouanet). Podem se inscrever e participar os empreendedores culturais paranaenses ou radicados no estado do Paraná, pessoas físicas ou jurídicas, que obrigatoriamente tiverem seus projetos já aprovados pela Lei Federal no 8.313/91 e pela Lei no 8.685/93 (Lei do Audiovisual). O Programa Conta Cultura 2001 só aceitará a inscrição de projetos aprovados pela Lei Federal no 8.313/91 que estejam na vigência do período de captação de recursos. Paranaenses residentes fora do estado do Paraná poderão inscrever-se, desde que no projeto esteja prevista a participação de, no mínimo, 70% (setenta por cento) de profissionais radicados no estado do Paraná. A Conta Cultura tem movimentado recursos de grandes financiadores, como Copel, da Sanepar e da Petrobras. Verifica-se assim que no Paraná a experiência pioneira da Conta Cultura, similar apenas em legislação de Pernambuco, encontra-se em apreciação, num processo em que parece não existir consenso nem vontade política para buscar uma solução a bom termo para o setor cultural do estado.

Santa Catarina também traz a possibilidade de utilização de recursos da dívida ativa para o incentivo à cultura, mediante renúncia fiscal no âmbito do ICMS entre outros, como:

O DECRETO Nº 1.291, de 18 de abril de 2008, publicado no DOE de 18.04.08

Regulamenta a Lei nº 13.336, de 8 de março de 2005, alterada pela Lei nº 14.366, de 25 de janeiro de 2008, e disciplina a celebração de instrumento legal pelo Governo do Estado que tenha como objeto o financiamento de projeto, por meio do Fundo Estadual de Incentivo à Cultura - FUNCULTURAL

Art. 4º O FUNCULTURAL, de natureza financeira, é constituído por recursos provenientes:

I - de 0,5% (cinco décimos por cento) da receita tributária líquida do Estado de Santa Catarina, na forma estabelecida no § 6º do art. 216 da Constituição Federal;

II - das receitas decorrentes da aplicação de seus recursos;

III - de contribuições, doações, financiamentos e recursos oriundos de entidades públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras;

III ENCONTRO DE ECONOMIA CATARINENSE

23, 24 e 25 de abril de 2009 – Blumenau, SC

Artigos Científicos

Área Temática: Temas Especiais (2) - Macroeconomia brasileira

IV - da tributação de atividades lotéricas, constituídas para tal finalidade;

V - do FUNDOSOCIAL, instituído pela Lei nº 13.334, de 28 de fevereiro de 2005; e

VI - de outros recursos que lhe venham a ser destinados.

No entanto, a cultura estadual também pode ser financiada por verbas federais, como mostra a tabela 2

Conforme o Ministério da Cultura (2008, p. 31):

O Incentivo a Projetos Culturais se dá por isenções ou deduções tributárias para contribuintes do Imposto de Renda que apóiem projetos culturais sob a forma de doação ou patrocínio. São recursos não orçamentários, isto é, não transitam pelo orçamento federal. O incentivador é o doador ou o patrocinador. O doador faz transferência gratuita (doação), em caráter definitivo, à pessoa física ou jurídica de natureza cultural, sem fins lucrativos, de numerário, bens ou serviços para a realização de projetos culturais, sendo vedado o uso de publicidade paga para divulgação desse ato. O patrocinador faz transferência gratuita (patrocínio), em caráter definitivo, a pessoa física ou jurídica de natureza cultural, com ou sem fins lucrativos, de numerário para a realização de projetos culturais com finalidade promocional e institucional de publicidade. O FNC pode receber recursos passíveis de dedução tributária com destinação prévia ou livre, a critério do contribuinte.

Tabela 2
Limites de dedução fiscal por tipo de investimento e de investidor (em %)

Leis de Incentivo	Doação		Patrocínio	
	Pessoa Física	Pessoa Jurídica	Pessoa Física	Pessoa Jurídica
1) Artigo 26 da Lei nº. 8.313/91 (Lei Rouanet)	80	40	60	30
2) Lei nº. 8.685/93 (Lei do Audiovisual)	100	100	100	100
3) Lei nº. 9.874/99 (altera artigo 18 da Lei Rouanet)	100	100	100	100

Fonte: Ministério da Cultura (2008)

III ENCONTRO DE ECONOMIA CATARINENSE

23, 24 e 25 de abril de 2009 – Blumenau, SC

Artigos Científicos

Área Temática: Temas Especiais (2) - Macroeconomia brasileira

Observa-se na Tabela 2, que as doações e os patrocínios da Lei nº. 8.685/93 e Lei nº. 9.874/99 podem ser deduzidas em 100% tanto para pessoa física como para pessoa jurídica, o que não ocorre com a *Lei Rouanet*.

Conclusões

A Constituição Federal de 1988 assegurou a proteção do patrimônio cultural e dos direitos culturais a todos, devido à importância do acesso à cultura para a sociedade, sendo esta compreendida como todas as formas de expressão artística e todo o patrimônio material e simbólico da sociedade, sendo tal conjunto considerado como essencial à memória e a identidade do país.

A cultura beneficia toda a sociedade, pois as atividades culturais, como artesanato, festivais, gastronomia, *shows*, espetáculos, cinema e outras empresas culturais promovem um impacto econômico positivo para a localidade onde são realizadas.

O investimento na cultura gera um ciclo virtuoso de crescimento econômico sustentado, contribuindo para a melhoria dos índices de desenvolvimento humano através de um processo educativo que trata da formação do profissional, da pessoa e do cidadão.

Como potencial econômico a cultura utiliza matéria prima (artesanato, artes visuais, artes cênicas, música) na geração de produtos (livros, discos, filmes, fotografias) e os equipamentos culturais onde são apresentados como teatros, cinemas, museus, galerias de arte. Também deve-se considerar o potencial econômico do turismo cultural e o patrimônio cultural material e imaterial.

A discussão do presente texto é a evolução da execução orçamentária da cultura e o baixo valor per capita em todos os três estados da Região Sul. Por maior que seja a vontade política de dinamizar estes gastos, e com ele todo o círculo que se propaga, persiste a polêmica da necessidade de se utilizar recursos públicos para incentivar a cultura. Sendo bens considerados, em alguns casos como mercadorias, alguns dos maiores beneficiários dos incentivos fiscais concedidos são empresas públicas, pois

III ENCONTRO DE ECONOMIA CATARINENSE

23, 24 e 25 de abril de 2009 – Blumenau, SC

Artigos Científicos

Área Temática: Temas Especiais (2) - Macroeconomia brasileira

doão as maiores quantidades de recursos e, neste sentido, vêm impactado diretamente seu marketing.

Os bens culturais são considerados para-públicos e o aumento de recursos da iniciativa privada depende de maiores incentivos para tal. A dificuldade desta questão passa pelo fato de que as empresas ainda não perceberam a cultura como investimento e sim como gasto o que dificulta seu interesse.

Referências

BARACHO, Maria Amarante Pastor; TORRES, Daniela. **Relatório 2: Projeto Prestando contas aos mineiros**: uma avaliação da lei estadual de incentivo à cultura de Minas Gerais. Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro, 2001.

BARBOSA DA SILVA, A. Frederico. **Economia e Política Cultural**: acesso, emprego e financiamento. Brasília: Ministério da Cultura (Coleção Cadernos de Políticas Culturais; v.3), 2007, 308 p.

BRANT, Leonardo. **Mercado cultural**: panorama crítico com dados e pesquisas e guia prático para gestão e venda de projetos. 3 ed. São Paulo: Escrituras Editora, 2002. p.56-58.

BRASIL. **Constituição de 1988**. República Federativa do Brasil. Brasília: Senado Federal/ Centro Gráfico. 1988. 292 p.

LEITÃO SÁ, Sérgio. **Deve-se tratar a economia da cultura no país pensando no seu potencial não realizado**. Agência Carta Maior. São Paulo. 28/06/2007. Disponível em: <http://www.cartamaior.com.br/templates/materiaMostrar.cfm?materia_id=14154>

MAIA, J. A. F.; SILVA, S.A.; SILVA, C.A. Metodologia para avaliação econômica e social de políticas públicas. **Sitientibus**, Bahia, Feira de Santana, n.32, p.167-192, jan./jun. 2005

MAY, Peter H.; LUSTOSA, Maria Cecília; VINHA, Valéria. **Economia do meio ambiente**: teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003, p. 81-100.

MINISTÉRIO DA CULTURA. MINC. **Execução Orçamentária por segmento cultural e região – 1995 a 2007**. Disponível em: www.cultura.gov.br/site/wp-

III ENCONTRO DE ECONOMIA CATARINENSE

23, 24 e 25 de abril de 2009 – Blumenau, SC

Artigos Científicos

Área Temática: Temas Especiais (2) - Macroeconomia brasileira

content/uploads/2008/06/execucao-orcamentaria_segmento_regiao-1995-a-20072.pdf.

Acessado em: 30 de maio de 2008.

REIS, Ana Clara Fonseca. **Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado.** São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.p.51-189.

REVISTA MARKETING CULTURAL ON LINE. **O que é Marketing Cultural?** São Paulo. 4/3/2007. Disponível em:

<<http://www.marketingcultural.com.Br/oquemktcultural.asp?url=0%20que%20%E9%20Mkt...> 4/3/2007 page4of5>

ROSENFELD, Fábio. **Leis de Incentivo.** SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA. Porto Alegre. Disponível em: <http://www.cultura.rs.gov.br>. Acesso em: 24/08/2008.

SALDANHA, Patrícia. **Notícias do Ministério da Cultura.** MINISTÉRIO DA CULTURA. Conselho Estadual de Cultura do Rio Grande do Sul. Disponível em:

http://www.cultura.gov.br/noticias/noticias_do_minc/index.php?p=23746&more=1&c=1&pb=1 Acesso em: 01/03/2007

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA – SESI. **Estudos das leis de incentivo à cultura.** Brasília: SESI/DN, 2 v., 204 p. 2007.

SILVA, Frederico A. Barbosa da **Economia e Política Cultural: acesso, emprego e financiamento.** Brasília: Ministério da Cultura, 2007. 308 p. (Coleção Cadernos de Políticas Culturais; v. 3).

SOARES, Júnior. **1º Conferência Estadual da Cultura.** Belém. 2007. Disponível em: < http://www.culturaparatodos.pa.gov.br/eixos_03.html >

UNESCO. **“Our creative diversity”**, 1996. Summary version, 66 p.

YOUNG, Lúcia Helena Briski. **Incentivos fiscais de dedução do imposto de renda das pessoas físicas e jurídicas.** 2ª ed. Curitiba: Juruá.2005.p.66-67.

ANEXO A

Delimitação inicial do núcleo duro e das zonas cinzentas das atividades potencialmente culturais com base na Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE 1.0

III ENCONTRO DE ECONOMIA CATARINENSE

23, 24 e 25 de abril de 2009 – Blumenau, SC

Artigos Científicos

Área Temática: Temas Especiais (2) - Macroeconomia brasileira

Código (*) Denominação

D * INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO

22 EDIÇÃO, IMPRESSÃO E REPRODUÇÃO DE GRAVAÇÕES

22.1 EDIÇÃO; EDIÇÃO E IMPRESSÃO

22.14-4 Edição de discos, fitas e outros materiais gravados

22.15-2 Edição de livros, revistas e jornais

22.16-0 Edição e impressão de livros

22.17-9 Edição e impressão de jornais

22.18-7 Edição e impressão de revistas

22.19-5 Edição; edição e impressão de outros produtos gráficos

22.2 IMPRESSÃO E SERVIÇOS CONEXOS PARA TERCEIROS

22.21-7 Impressão de jornais, revistas e livros

22.29-2 Execução de outros serviços gráficos

22.3 REPRODUÇÃO DE MATERIAIS GRAVADOS

22.31-4 Reprodução de discos e fitas

22.32-2 Reprodução de fitas de vídeos

22.34-9 Reprodução de software em discos e fitas

32 * FABRICAÇÃO DE MATERIAL ELETRÔNICO E DE APARELHOS E EQUIPAMENTOS DE COMUNICAÇÕES

32.3 * FABRICAÇÃO DE APARELHOS RECEPTORES DE RÁDIO E TELEVISÃO E DE REPRODUÇÃO, GRAVAÇÃO OU AMPLIFICAÇÃO DE SOM E VÍDEO

32.30-1 Fabricação de aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo

36 * FABRICAÇÃO DE MÓVEIS E INDÚSTRIAS DIVERSAS

36.9 * FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DIVERSOS

36.91-9 Lapidação de pedras preciosas e semi-preciosas, fabricação de artefatos de ourivesaria e joalheria

36.92-7 Fabricação de instrumentos musicais

36.93-5 Fabricação de artefatos para caça, pesca e esporte

36.94-3 Fabricação de brinquedos e de jogos recreativos

G * COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES, OBJETOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS

51 * COMÉRCIO POR ATACADO, REPRESENTANTES COMERCIAIS E AGENTES DO COMÉRCIO

51.4 * COMÉRCIO ATACADISTA DE ARTIGOS DE USO PESSOAL E DOMÉSTICO

51.47-0 * Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria; livros, jornais e outras publicações

51.6 * COMÉRCIO ATACADISTA DE MÁQUINAS, APARELHOS E EQUIPAMENTOS PARA USOS AGROPECUÁRIO, COMERCIAL, DE ESCRITÓRIO, INDUSTRIAL, TÉCNICO E PROFISSIONAL

51.65-9 Comércio atacadista de computadores, equipamentos de telefonia e comunicação, partes e peças

52 * COMÉRCIO VAREJISTA E REPARAÇÃO DE OBJETOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS

52.4 * COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS PRODUTOS

52.46-9 * Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria

52.5 COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS USADOS

52.50-7 Comércio varejista de artigos usados

I * TRANSPORTE, ARMAZENAGEM E COMUNICAÇÕES

64 * CORREIO E TELECOMUNICAÇÕES

64.2 TELECOMUNICAÇÕES

64.20-3 * Telecomunicações

K * ATIVIDADES IMOBILIÁRIAS, ALUGUÉIS E SERVIÇOS PRESTADOS ÀS EMPRESAS

71 * ALUGUEL DE VEÍCULOS, MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS SEM CONDUTORES OU OPERADORES E DE OBJETOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS

71.4 ALUGUEL DE OBJETOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS

71.40-4 Aluguel de objetos pessoais e domésticos

72 * ATIVIDADES DE INFORMÁTICA E SERVIÇOS RELACIONADOS

72.2 CONSULTORIA EM SOFTWARE

72.21-4 Desenvolvimento e edição de *software* prontos para uso

72.29-0 Desenvolvimento de *software* sob encomenda e outras consultorias em *software*

72.3 PROCESSAMENTO DE DADOS

72.30-3 Processamento de dados

72.4 ATIVIDADES DE BANCO DE DADOS E DISTRIBUIÇÃO ON-LINE DE CONTEÚDO ELETRÔNICO

72.40-4 Atividades de banco de dados e distribuição on-line de conteúdo eletrônico

73 PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

73.1 PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DAS CIÊNCIAS FÍSICAS E NATURAIS

73.10-5 Pesquisa e desenvolvimento das ciências físicas e naturais

73.2 PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DAS CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS

73.20-2 Pesquisa e desenvolvimento das ciências sociais e humanas

74 * SERVIÇOS PRESTADOS PRINCIPALMENTE ÀS EMPRESAS

74.4 PUBLICIDADE

74.40-3 Publicidade

74.9 * OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS PRESTADOS PRINCIPALMENTE ÀS EMPRESAS

74.91-8 Atividades fotográficas

M EDUCAÇÃO

80 EDUCAÇÃO

80.9 EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E OUTRAS ATIVIDADES DE ENSINO

III ENCONTRO DE ECONOMIA CATARINENSE

23, 24 e 25 de abril de 2009 – Blumenau, SC

Artigos Científicos

Área Temática: Temas Especiais (2) - Macroeconomia brasileira

80.96-9 Educação profissional de nível técnico

80.97-7 Educação profissional de nível tecnológico

80.99-3 Outras atividades de ensino

O * OUTROS SERVIÇOS COLETIVOS, SOCIAIS E PESSOAIS

91 * ATIVIDADES ASSOCIATIVAS

91.9 * OUTRAS ATIVIDADES ASSOCIATIVAS

91.99-5 Outras Atividades (entidades da FASFIL/IBGE)

92 ATIVIDADES RECREATIVAS, CULTURAIS E DESPORTIVAS

92.1 ATIVIDADES CINEMATOGRAFICAS E DE VIDEO

92.11-6 Produção de filmes cinematográficos e fitas de vídeos

92.12-6 Distribuição de filmes e de vídeos

92.13-4 Projeção de filmes e de vídeos

92.2 ATIVIDADES DE RÁDIO E DE TELEVISÃO

92.21-5 Atividades de rádio

92.22-3 Atividades de televisão

92.3 OUTRAS ATIVIDADES ARTÍSTICAS E DE ESPETÁCULOS

92.31-2 Atividades de teatro, música e outras atividades artísticas e literárias

92.32-0 Gestão de salas de espetáculos

92.39-8 Outras atividades de espetáculos, não especificadas anteriormente

92.4 ATIVIDADES DE AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS

92.40-1 Atividades de agências de notícias

92.5 ATIVIDADES DE BIBLIOTECAS, ARQUIVOS, MUSEUS E OUTRAS ATIVIDADES CULTURAIS

92.51-7 Atividades de bibliotecas e arquivos

92.52-5 Atividades de museus e de conservação do patrimônio histórico

92.53-3 Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais e reservas ecológicas

92.6 ATIVIDADES DESPORTIVAS E OUTRAS ATIVIDADES RELACIONADAS AO LAZER

92.61-4 Atividades desportivas

92.62-2 Outras atividades relacionadas ao lazer

93 * SERVIÇOS PESSOAIS

93.0 * SERVIÇOS PESSOAIS

Indicadores Culturais: Possibilidades e Limites Cristina Pereira de Carvalho Lins

93.04-1 Atividades de manutenção do físico corporal

93.09-2 * Outras atividades de serviços pessoais, não especificadas anteriormente

Fonte: IBGE, Coordenação das Estatísticas Econômicas, Classificação Nacional das Atividades Econômicas – CNAE 1.0.

* Indica que somente parte da classificação de atividades foi selecionada.