

Em Análise

Comércio Externo Português de Bens e Serviços Culturais

Catarina Nunes¹

1. Introdução

O setor dos bens culturais e criativos tem vindo a registar uma crescente importância nas economias de todo o mundo.

De acordo com o relatório KEA ² (2006), a economia criativa terá gerado cerca de 2,6% do PIB europeu em 2003 e empregado mais de 5 milhões de pessoas. O mais recente estudo da Terraconsult³ estima que em 2008 esta economia gerou 4,5% do PIB Europeu.

A Estratégia Europeia 2020 destaca a necessidade de reforçar o papel do conhecimento e da inovação como motores do crescimento para desafios futuros. A UE refere que "a criatividade e a diversidade cultural e a força das indústrias criativas europeias oferecem grande potencial de crescimento e emprego através da inovação, especialmente para as PME". Esta prioridade coloca a atenção sobre o setor cultural e criativo, reconhecendo o papel da força de trabalho de talentos criativos e empreendedorismo como essencial para enfrentar esses desafios.

Um estudo encomendado pela Comissão Europeia intitulado "The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries" (dezembro, 2010) permite concluir que os empreendedores culturais e criativos, ao alargarem o tipo de serviços que estão associados aos produtos transacionados no mercado, são especialmente característicos das economias mais desenvolvidas. Assim, a criatividade e o empreendedorismo devem estar também ligados à inovação. Explorando o potencial dos empreendedores culturais e criativos podem-se gerar soluções inovadoras que não são baseadas em tecnologia mas sim no conhecimento e na criatividade.

A difusão de conhecimento, de criatividade e de tecnologia é potenciadora da inovação. Assim, propomos, neste artigo, analisar o comércio externo dos bens culturais e criativos no sentido em que a circulação destes bens transacionáveis pelas várias economias é potenciadora do crescimento e desenvolvimento mundial.

2. O Sector Cultural e Criativo

No sentido de explicitar os vários segmentos que constituem os bens culturais e criativos, segundo a UNCTAD apresenta-se a seguinte distribuição (Quadro 1).

¹ Gabinete de Estratégia e Estudos do Ministério da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento (catarina.nunes@gee.min-economia.pt). As opiniões expressas neste artigo são da exclusiva responsabilidade da autora.

² Consultora Belga especializada em cultura, criatividade, média e desporto

³ Teraconsultant, (March 2010), Building a Digital Economy: The Importance of Saving Jobs in the EU's Creative Industries

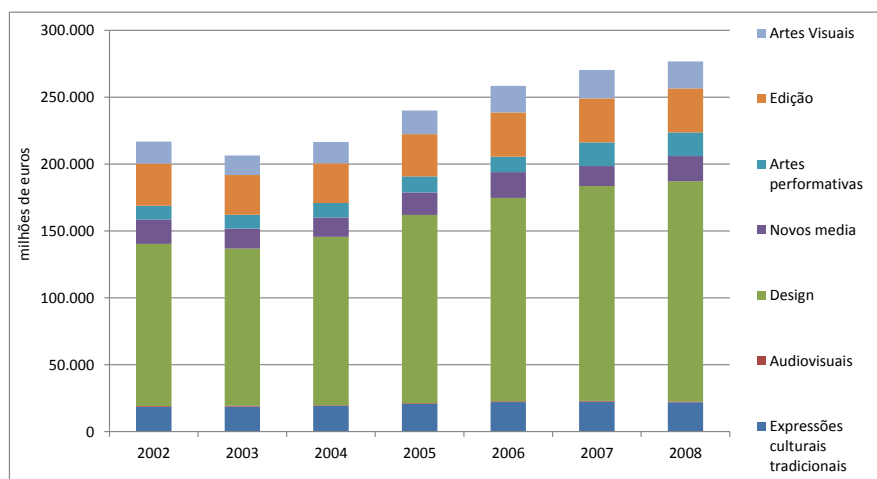
Quadro 1. Distribuição dos Bens Culturais e Criativos por Segmento

Expressões Culturais Tradicionais	Audiovisuais	Design	Novos Média	Artes Performativas	Edição	Artes Visuais
✓ Tapetes ✓ Artigos de vime ✓ Artigos em fio ✓ Artigos em papel ✓ Artigos para festividades ✓ Outros (velas, flores artificiais, etc.)	✓ Filmes	✓ Arquitetura ✓ Moda ✓ Artigos de vidro ✓ Design de interiores ✓ Joalharia ✓ Brinquedos	✓ Suportes digitais gravados ✓ Jogos de Vídeo	✓ Música (CD e Fitas) ✓ Música impressa	✓ Livros ✓ Jornais ✓ Outros artigos impressos	✓ Antiguidades ✓ Pintura ✓ Fotografia ✓ Escultura

Fonte: UNCTAD, "Creative economy report 2010"

3. Evolução do Comercio Externo Mundial de Bens Criativos

As exportações mundiais de bens criativos, no período de 2002 a 2008, registaram um crescimento médio anual de 12% (Gráfico 1), com maior destaque para o crescimento das artes performativas (18%), design (13,3%) e artes visuais (11,6%). Outros segmentos também registaram crescimentos significativos; Expressões culturais tradicionais (11,8%), Audiovisuais (9,8%), Edição (8,4%) e Novos média (8,1%). Este conjunto de segmentos corresponde a cerca de 80% das exportações mundiais de todo o setor cultural e criativo.

Gráfico 1. Comércio Mundial de Bens Criativos (Exportações)

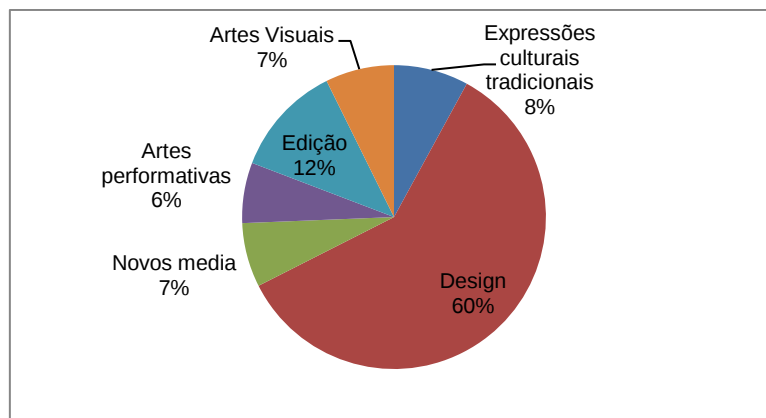
Fonte: UNCTAD, "Creative economy report 2010"

A evolução positiva deste setor está relacionada com o facto de este atravessar as artes e chegar aos negócios através da inovação de novos modelos de negócio. Ou seja, a era digital veio facilitar a comercialização e distribuição de canais de música, animação digital, filmes, notícias, publicidade, etc., assim, expandiu os benefícios económicos do setor criativo. Associada a esta revolução temos a revolução móvel que provoca mudanças substanciais na vida de milhões de pessoas no mundo em desenvolvimento. Em 2008, mais de um quinto da população mundial usava a Internet.

Ao analisar-se o peso de cada segmento nas exportações mundiais, em 2008, (Gráfico 2) verificamos o significativo peso que tem o design. Dentro deste segmento o design de interiores representa 32%, a

Moda 26%, a joalharia 24%, os brinquedos 17%, os artigos de vidro 1% e a arquitetura não tem expressão.

Gráfico 2. Peso de Cada Segmento do Sector Cultural e Criativo nas Exportações Mundiais em 2008



Fonte: UNCTAD, "Creative economy report 2010"

Tendo a Comissão Europeia lançado a Iniciativa Europeia do Design para a Inovação no sentido de promover o design como motor da inovação através da criação de ideias para o mercado, transformando-as em produtos atraentes e de fácil utilização ou então proporcionar alteração de processos ou serviços que sejam benéficos em especial às PME's europeias, torna-se pertinente perceber qual o posicionamento de Portugal quanto a este mercado.

Portugal encontra-se em 2008 na 34ª posição em termos de exportações mundiais de bens culturais e criativos, no conjunto de 233 países, registando um melhoramento de posição de 2005 para 2008, ganhando 2 posições (Quadro 2), apesar do decréscimo anual médio das exportações nacionais neste período ter sido de 2.9% (Quadro 3).

Ao se analisar os diferentes segmentos que constituem o setor dos bens culturais e criativos, Portugal está bem posicionado nas Expressões culturais e tradicionais e design (32º), nas artes visuais (23º) e no audiovisual (20º).

Quadro 2. Posicionamento de Portugal Face às Exportações Mundiais

Posição 2008	Posição 2005	País	2005	2008									
			Valor	Valor	Peso	tvh	Expressões culturais tradicionais	Audiovisuais	Design	Novos media	Artes performativas	Edição	Artes Visuais
1ª	1ª	China	44 622	57 660	20.8%	29.2%	1ª	42ª	1ª	1ª	11ª	6ª	3ª
2ª	3ª	EUA	19 864	23 797	8.6%	19.8%	5ª	4ª	5ª	2ª	2ª	2ª	1ª
3ª	4ª	Alemanha	18 075	23 394	8.5%	29.4%	7ª	10ª	4ª	4ª	1ª	1ª	6ª
4ª	2ª	China, Hong Kong SAR	21 893	22 610	8.2%	3.3%	2ª	17ª	2ª	3ª	13ª	8ª	8ª
5ª	5ª	Itália	16 460	18 896	6.8%	14.8%	8ª	2ª	3ª	21ª	23ª	7ª	10ª
6ª	6ª	Reino Unido	15 234	13 529	4.9%	-11.2%	13ª	3ª	8ª	8ª	6ª	4ª	2ª
7ª	7ª	França	10 316	11 743	4.2%	13.8%	10ª	7ª	6ª	18ª	10ª	5ª	4ª
8ª	11ª	Holanda	5 375	7 158	2.6%	33.2%	11ª	22ª	15ª	5ª	3ª	11ª	13ª
9ª	12ª	Suíça	5 140	6 742	2.4%	31.2%	23ª	21ª	9ª	37ª	20ª	15ª	5ª
10ª	9ª	Índia	6 133	6 425	2.3%	4.8%	9ª	5ª	7ª	25ª	28ª	30ª	15ª
11ª	10ª	Bélgica	5 926	6 269	2.3%	5.8%	3ª	19ª	12ª	20ª	14ª	9ª	14ª
12ª	8ª	Canadá	8 440	6 265	2.3%	-25.8%	26ª	1ª	20ª	12ª	18ª	3ª	11ª
13ª	13ª	Japão	4 475	4 751	1.7%	6.2%	16ª	24ª	14ª	10ª	9ª	16ª	9ª
14ª	15ª	Áustria	3 769	4 292	1.6%	13.9%	15ª	36ª	24ª	7ª	4ª	17ª	18ª
15ª	14ª	Espanha	4 132	4 275	1.5%	3.5%	14ª	8ª	16ª	13ª	24ª	12ª	16ª
34ª	36ª	Portugal	745	848	0.3%	13.9%	32ª	20ª	32ª	52ª	44ª	37ª	23ª

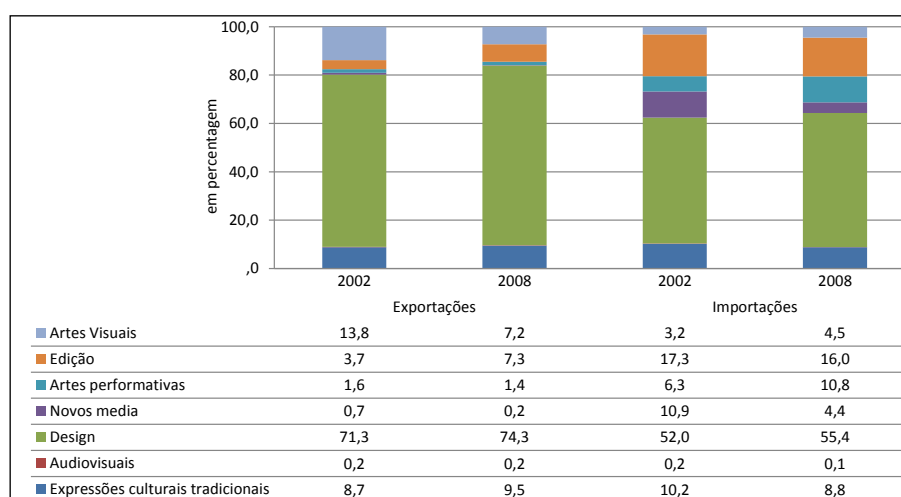
Fonte: UNCTAD, "Creative economy report 2010"

A China toma a posição cimeira e os Estados Unidos em 2008 alcançam o 2º lugar no ranking mundial.

4. Evolução do Comércio Externo Português de Bens Criativos

Neste ponto da análise é importante verificar quais os segmentos com maior peso nas exportações e importações nacionais. Verificamos pelo Gráfico 4 que o segmento do design (que constitui um dos motores da criatividade) tem um peso muito significativo nas exportações nacionais do setor, destacando-se o design de interiores e a moda, havendo mesmo um crescimento das exportações anuais médias de 9,6%.

Gráfico 4. Estrutura por Tipo de Bem

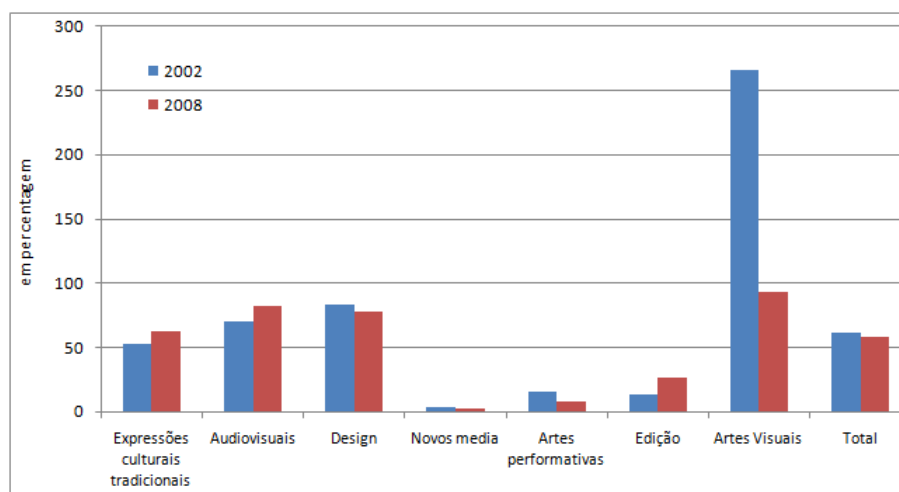


Fonte: UNCTAD, "Creative economy report 2010"

O peso das exportações portuguesas de produtos culturais e criativos no total das exportações deste setor na UE 27 é de 0,8% e das importações é de 1,3%.

A taxa de cobertura das importações pelas exportações em Portugal relativa aos bens criativos evoluiu positivamente de 2002 para 2008 no que se refere ao segmento das expressões culturais tradicionais, ao audiovisual e ao da edição. No que diz respeito ao design a taxa de cobertura em 2008 diminuiu face a 2002 em cerca de 7% (Gráfico 5), seguindo a tendência global dos bens culturais e criativos em que a taxa de cobertura desceu cerca de 5%, passando de uma taxa de cobertura de 61% em 2002 para 57,7% em 2008.

Gráfico 5. Taxa de Cobertura dos Bens Criativos



Fonte: UNCTAD, "Creative economy report 2010"

O crescimento anual médio das exportações portuguesas de bens culturais e criativos foi de -2,9% (Quadro 3), havendo mesmo uma degradação progressiva da taxa de cobertura das importações pelas exportações entre 1996 e 2008, (de 100% em 1996, para 67% em 2005 e 58% em 2008). Contudo esta trajetória de degradação da taxa de cobertura é comum à da UE27, passando de 120% em 1996 para 98% em 2008. Esta variação significativa deve-se especialmente aos valores de 2008 que refletem o princípio da crise mundial o que provoca alterações na procura global.

Quadro 3. Evolução das Exportações de Bens Culturais e Criativos – Portugal e UE27

Exportações	1996		2005		2008		Taxa de Crescimento anual médio 08/96	
	PT	UE27	PT	UE27	PT	UE27	PT	UE27
Expressões culturais tradicionais	265	5670	221	7404	80	6085	-9,5%	0,6%
Audiovisuais	0	115	2	247	1	229		5,9%
Design	719	62139	970	89932	630	61859	-1,1%	0,0%
Novos media	9	3643	14	10945	2	5919	-12,9%	4,1%
Artes performativas	1	1787	2	3940	12	11716	22,7%	17,0%
Edição	40	17727	54	23463	62	18074	3,7%	0,2%
Artes Visuais	173	5033	109	9125	61	7383	-8,3%	3,2%
Bens Culturais e Criativos	1207	96114	1372	145056	848	111266	-2,9%	1,2%

Fonte: UNCTAD, "Creative economy report 2010"

Os segmentos que registaram crescimento anual médio foram as artes performativas e a edição. Concretamente no que se refere às artes performativas o seu peso na estrutura das exportações é muito pequeno (1,4% em 2008). O segmento com maior peso é o design (74%), na EU é de 56%, tendo registado em Portugal um decréscimo anual médio de 1,1%

No que se refere às importações também foi o segmento das artes performativas que registou um maior crescimento (10,1%) (Quadro 4). No que se refere ao design o seu peso na estrutura das importações é de 55% em 2008 (idêntica à europeia que é de 56%).

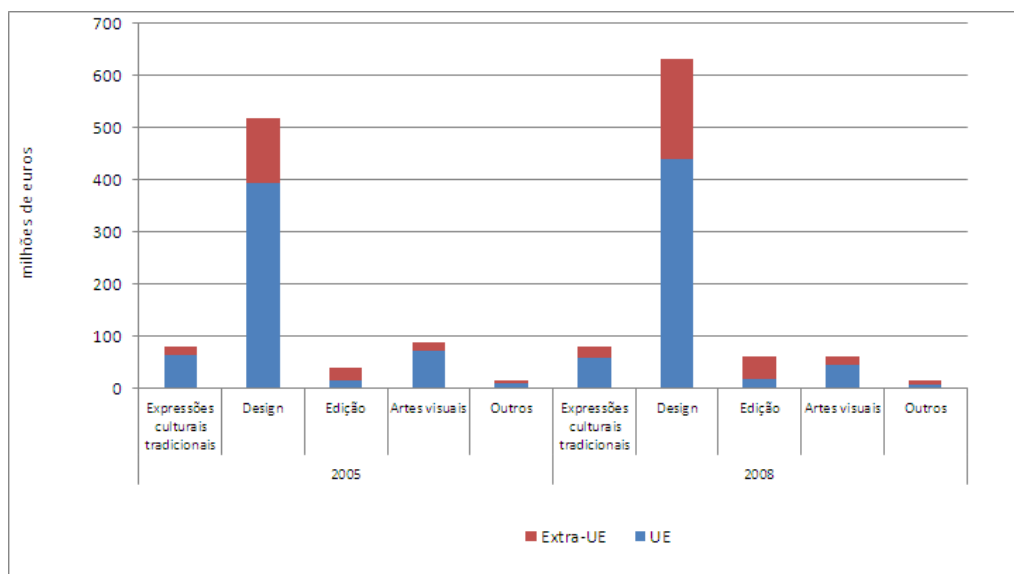
Quadro 4. Evolução das Importações de Bens Culturais e Criativos – Portugal e UE27

Importações	1996		2005		2008		Taxa de Crescimento anual médio 08/96	
	PT	UE27	PT	UE27	PT	UE27	PT	UE27
Expressões culturais tradicionais	96	6772	149	9859	129	7416	2,5%	0,8%
Audiovisuais	2	96	3	122	2	72	-0,9%	-2,4%
Design	711	49299	1228	85617	814	63881	1,1%	2,2%
Novos media	30	2727	172	9872	65	9313	6,6%	10,8%
Artes performativas	50	2424	82	5617	158	10453	10,1%	13,0%
Edição	263	14883	312	19245	236	14835	-0,9%	0,0%
Artes Visuais	52	4029	89	7625	66	7403	2,0%	5,2%
Bens Culturais e Criativos	1204	80230	2035	137957	1470	113373	1,7%	2,9%

Fonte: UNCTAD, "Creative economy report 2010"

4.1. Destino das Exportações Portuguesas de Bens Criativos

As exportações nacionais de bens criativos são essencialmente para mercados comunitários como se verifica no Gráfico 6 e com especial destaque para o segmento do design, mais concretamente para o design de interiores (85% do total das exportações de design para o mundo). Segue-se uma tendência idêntica à das exportações totais.

Gráfico 6. Exportações de Bens Culturais – Por Destino

Fonte: UNCTAD, "Creative economy report 2010"

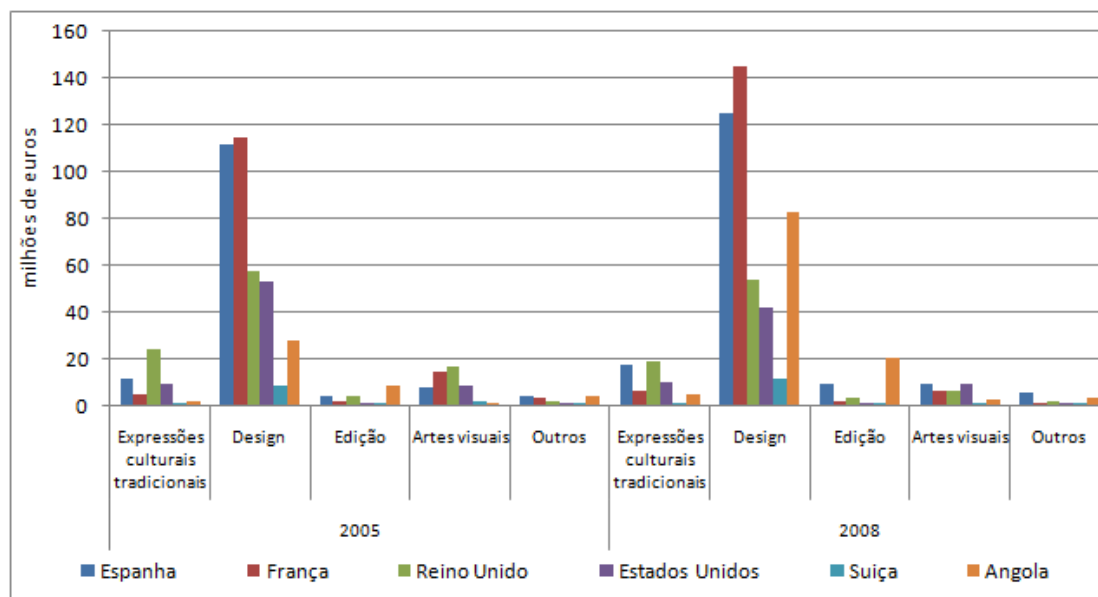
Dentro da Europa os principais destinos são países como a Espanha, França e Reino Unido, com uma clara predominância dos dois primeiros (Quadro 5). Contudo há a realçar a crescente importância das exportações extracomunitárias que tiveram uma taxa de crescimento anual média, de 2005 a 2008, de cerca de 22%, ao nível do design, havendo, assim, uma tendência para a diversificação de mercados.

Quadro 5. Peso das Exportações Portuguesas nos Diferentes Destinos (%)

	Peso das Exportações Portuguesas
UE	78,8%
Espanha	25,0%
França	25,0%
Reino Unido	18,8%
Alemanha	10,1%
Extra-UE	76,4%
Estados Unidos	38,1%
Suíça	6,0%
Países de Língua Portuguesa	32,3%

Fonte: UNCTAD, "Creative economy report 2010"

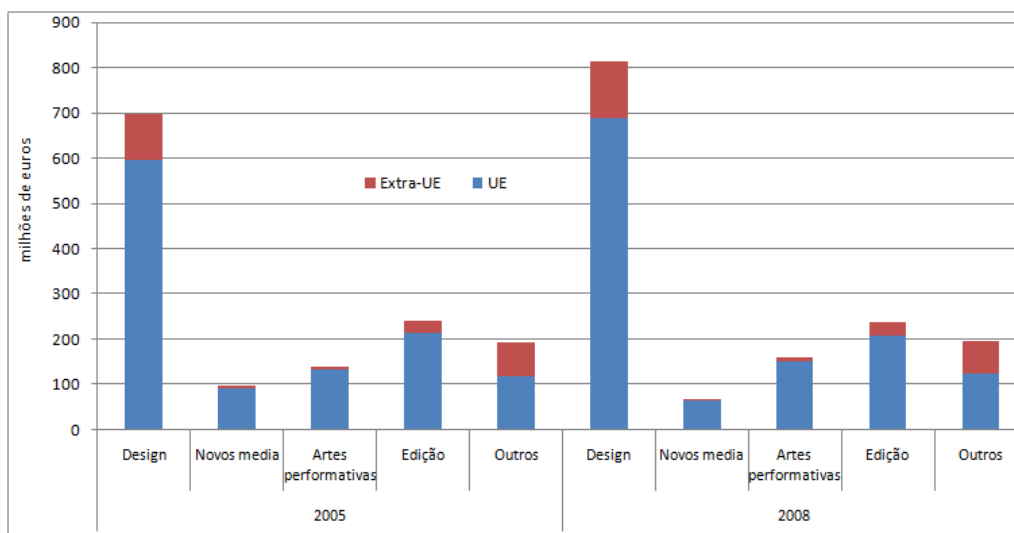
Em termos de países destaca-se visivelmente (Gráfico 7) os Estados Unidos e Suíça. No que se refere aos países de língua portuguesa, Angola destaca-se apresentando um visível crescimento das exportações nacionais para aquele país, entre 2005 e 2008. No que se refere ao design a taxa de crescimento anual média das exportações foi cerca de 52% e na edição 41%.

Gráfico 7. Principais Destinos das Exportações Portuguesas

Fonte: UNCTAD, "Creative economy report 2010"

4.2. Origem das Importações Portuguesas de bens criativos

À semelhança do que acontece para as exportações também as importações são essencialmente de mercados comunitários como se verifica no Gráfico 8 e com especial destaque também para o segmento do design, mas aqui o design de interiores corresponde a 42% e a moda a 29% das exportações de design para o mundo.

Gráfico 8. Importações de Bens Culturais - por Origem

Fonte: UNCTAD, "Creative economy report 2010"

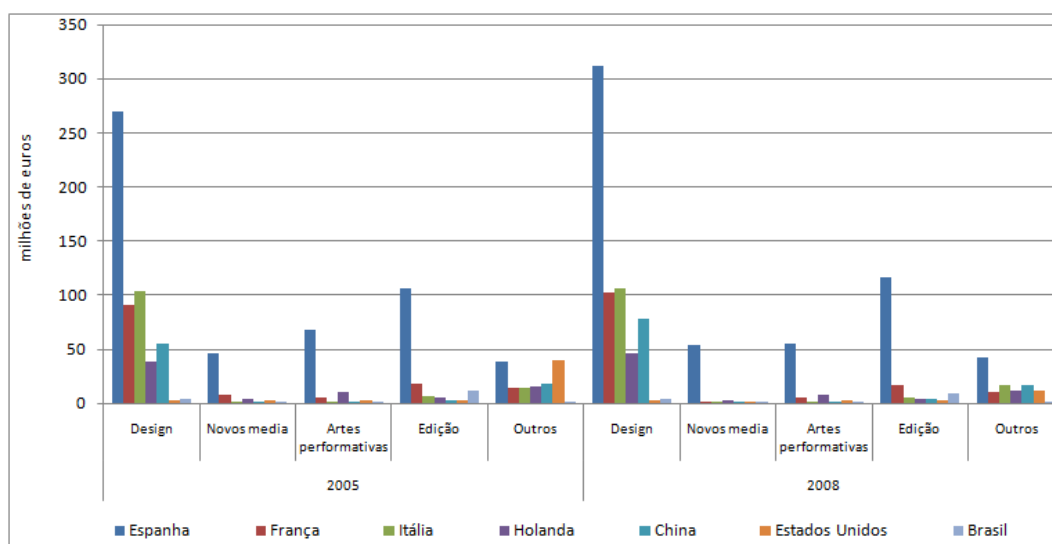
Dentro da Europa os principais países de origem são a Espanha, França, Itália e Holanda, deixando o Reino Unido para trás, com uma clara predominância de Espanha como o nosso grande fornecedor (Quadro 5). Contudo há a realçar a crescente importância das importações extracomunitárias que tiveram, ao nível do "design", uma taxa de crescimento anual média de cerca de 14% entre 2005 a 2008.

Quadro 5. Peso das Importações Portuguesas por Origem (%)

	Peso das Importações Portuguesas
UE	68,9%
Espanha	46,0%
França	11,9%
Itália	10,9%
Holanda	6,4%
Extra-UE	67,8%
China	36,3%
Estados Unidos	23,7%
Brasil	7,9%

Fonte: UNCTAD, "Creative economy report 2010"

Em termos de países destaca-se visivelmente (Gráfico 9) a China, em substituição da Suíça, os Estados Unidos, e o Brasil (de entre os países de língua oficial portuguesa), deixando para trás Angola.

Gráfico 9. Principais Origens das Importações Portuguesas

Fonte: UNCTAD, "Creative economy report 2010"

4.3. Transação de Direitos de Propriedade Industrial

Relativamente aos pedidos de registo de patentes de design, em 2009, por parte de nacionais, verifica-se um crescimento de cerca de 63% quando comparado com o ano anterior.

No ano 2009 registou-se um crescimento de 40,4% no número de pedidos de Design Comunitário com origem em Portugal, comparativamente ao ano 2008.

Os pedidos de Design Nacional apresentados em Portugal são, na sua maioria, de origem portuguesa, sendo que em 2009, da totalidade dos pedidos de proteção, cerca de 95% foram feitos por residentes em Portugal. Os restantes 5% efetuados por Não Residentes, correspondem a 19 pedidos. Estes têm origem sobretudo nos seguintes países: Suécia com 7 pedidos, Espanha e França com 3 pedidos e Suíça e Estados Unidos da América com 2 pedidos cada. As áreas onde incidem o maior número de pedidos feitos em 2009, foram em artigos de Vestuário e Retrosaria com 56 pedidos (17%), Mobiliário, com 46 pedidos (13%), Embalagens e recipientes com 36 pedidos (10%) e Artigos domésticos não especificados e Artigos de adorno com 28 e 24 pedidos (8%).

Os requerentes deste pedido foram as Universidades; Criadores independentes e Empresas. No ano 2009, dos pedidos de Design Nacional de origem portuguesa, 67% foram apresentados por Empresas, 30% são de Criadores Independentes e 3% das Universidades.

Em termos regionais estes pedidos tiveram como origem principal as regiões do Norte, Lisboa e Centro (44,9%, 28,2% e 21,9% respetivamente). A região Norte foi a que concentrou um maior número de pedidos, com 689 objetos para os quais foi pedida proteção. Destes, 588 objetos têm origem no meio empresarial o que representa cerca de 85%.

Com origem na região de Lisboa foi solicitada proteção para 240 objetos de Design. Destes, cerca de 47% foram realizados por criadores independentes, 50% por empresas e 3% provêm do meio académico.

5. Conclusão

As exportações de bens e serviços criativos mundiais, que foram de 592 bilhões de dólares em 2008, — mais do dobro do registado em 2002 — cresceram mais de 14 %, em média, por ano, entre 2003 e 2008. Em comparação o crescimento do comércio mundial foi apenas, no mesmo período, de cerca de 7%. Este facto confirma que as indústrias criativas detêm grande potencial para o desenvolvimento de países que buscam diversificar suas economias.

A Comissão europeia no recente relatório da Estratégia 2020 prevê como prioridade habilitar a Europa de maior competitividade e inovação e para isso considera importante o uso da criatividade para enfrentar os desafios que se colocam às diferentes economias. Isto está bem patente no documento referente à Agenda Digital e no que se refere à política Industrial para a era da globalização.

Uma combinação certa de políticas públicas para potenciar o efeito do setor cultural e criativo na economia implicam esforços no sentido de proporcionar condições para o investimento, incentivar a capacidade empreendedora criativa, facilitar um crescente acesso a infraestrutura de modernas tecnologias para se beneficiar da uma convergência digital global, e otimizar o potencial de comércio de produtos criativos no mercados domésticos e internacionais.

Em Portugal, no ano 2006, o setor cultural e criativo foi responsável por 2,8% de toda a riqueza criada e 2,6% do emprego. Estes valores são relevantes e significativos, justificando plenamente a necessidade da construção de um novo olhar mais objetivo e atualizado sobre o papel da cultura e da criatividade na economia portuguesa.

Assim, um desafio central para as políticas públicas nacionais de dinamização do Setor Cultural e Criativo centra-se em proporcionar sinergias entre oferta e procura e entre as atividades criativas e as restantes atividades económicas, ou seja, criar condições para que exista um contributo da cultura e da criatividade para a renovação e relançamento dos modelos competitivos das empresas portuguesas, através do crescimento das exportações.

6. Bibliografia

UNCTAD (2010), "Creative economy report 2010"

DGAE, Relatório da 6ª Reunião do Subgrupo do EPG da Política de Inovação, Bruxelas, 26 de janeiro de 2011

HKU, (2010), The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries, Hogeschool vor de Kunsten Utrecht, Utrecht.

INPI (2009), Dados Estatísticos sobre Invenções, Design, Marcas

Augusto Mateus & Associados (2009), O Setor Cultural e Criativo em Portugal

KEA (2009) – European Affairs, The Impact of Culture on Creativity.