

ECONOMIA CRIATIVA,  
CULTURA E POLÍTICAS  
PÚBLICAS

LEANDRO VALIATI  
GUSTAVO MOLLER  
ORGANIZADORES

ECONOMIA CRIATIVA,  
CULTURA E POLÍTICAS  
PÚBLICAS



UNIVERSIDADE  
FEDERAL DO RIO  
GRANDE DO SUL

---

Reitor

**Rui Vicente Oppermann**

Vice-Reitora e Pró-Reitora  
de Coordenação Acadêmica

**Jane Fraga Tutikian**

---

EDITORA DA UFRGS

Diretor

**Alex Niche Teixeira**

Conselho Editorial

**Álvaro R. C. Merlo**

**Augusto Jaeger Junior**

**Enio Passiani**

**José Rivair Macedo**

**Lia Levy**

**Márcia Ivana de Lima e Silva**

**Naira Maria Balzaretti**

**Paulo César Ribeiro Gomes**

**Rafael Brunhara**

**Tania D. M. Salgado**

**Alex Niche Teixeira, presidente**

## **Centro de Estudos Internacionais sobre Governo (CEGOV)**

**Diretor**

Marco Cepik

**Vice Diretor**

Ricardo Augusto Cassel

### **Conselho Científico CEGOV**

Cássio da Silva Calvete, Diogo Joel De-  
marco, Fabiano Engelmann, Hélio Henkin,  
Leandro Valiati, Lúcia Mury Scalco, Luis  
Gustavo Mello Grohmann, Marcelo Soares  
Pimenta, Marília Patta Ramos, Vanessa  
Marx

### **Coordenação Coleção Editorial CEGOV**

Cláudio José Muller, Gentil Corazza,  
Marco Cepik

ECONOMIA CRIATIVA,  
CULTURA E POLÍTICAS  
PÚBLICAS

LEANDRO VALIATI  
GUSTAVO MOLLER  
ORGANIZADORES

© dos autores  
1ª edição: 2016

Direitos reservados desta edição:  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

**Coleção CEGOV Capacidade Estatal e Democracia**

Revisão: Alexandre Piffero Spohr

Projeto Gráfico: Joana Oliveira de Oliveira, Liza Bastos  
Bischoff, Henrique Pigozzo da Silva

Diagramação: Luiza Allgayer, Marina de Moraes Alvarez

Capa: Joana Oliveira de Oliveira

Foto da Capa: Luiza Allgayer, Marina de Moraes Alvarez

Impressão: Gráfica UFRGS

Apoio: Reitoria UFRGS e Editora UFRGS

Os materiais publicados na Coleção CEGOV Capacidade Estatal e Democracia são de exclusiva responsabilidade dos autores. É permitida a reprodução parcial e total dos trabalhos, desde que citada a fonte.

---

E19 Economia criativa, cultura e políticas públicas [recurso eletrônico] / organizadores Leandro Valiati [e] Gustavo Moller. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016.

304 p. : pdf

(CEGOV Capacidade Estatal e Democracia)

Inclui figuras, gráficos, quadros e tabelas.

Inclui referências.

1. Economia. 2. Economia criativa. 3. Economia da cultura. 4. Empreendimentos culturais. 6. Indústrias criativas. 7. Cultura - Políticas públicas. I. Valiati, Leandro. II. Moller, Gustavo. III. Série.

CDU 316.7:33

---

CIP-Brasil. Dados Internacionais de Catalogação na Publicação.  
(Jaqueline Trombin– Bibliotecária responsável CRB10/979)

ISBN 978-85-386-0484-6

# IMPACTOS ECONÔMICOS DA ECONOMIA CRIATIVA COM ÊNFASE NO COMÉRCIO INTERNACIONAL: CONCEITOS, MÉTRICAS E ESTIMATIVAS PARA O CASO DO BRASIL

96

ANDRÉ MOREIRA CUNHA

*Professor Associado do Departamento de Economia e Relações Internacionais/UFRGS,  
Pesquisador do Cegov e do CNPq. E-mail: amcunha@hotmail.com*

DANIELA MAGALHÃES PRATES

*Professora Associada do Instituto de Economia da Unicamp e Pesquisadora do CNPq.  
E-mail: daniprates@eco.unicamp.br*

JULIMAR DA SILVA BICHARA

*Professor do Departamento de Estrutura Econômica e Economia do Desenvolvimento  
da Universidade Autônoma de Madri, Espanha. E-mail: julimar.dasilva@uam.es*

LEANDRO VALIATI

*Professor Adjunto do Departamento de Economia e Relações Internacionais/UFRGS,  
Pesquisador do Cegov e do CNPq. E-mail: leandro.valiati@gmail.com*

## INTRODUÇÃO

A economia global nestes primeiros dois decênios do século XXI é caracterizada pelo predomínio de ambientes institucionais cada vez mais liberalizados e pela redução dramática dos custos de transação em telecomunicações, transporte, processamento armazenamento e disseminação de informações, dentre outros (WTO, 2013, 2014). Nesse contexto, este estudo traz como base para discussão as formas de se ampliar os potenciais competitivos dos agentes econômicos relacionados aos setores culturais e criativos (SCC).

De acordo com a Unesco (2006), o comércio internacional de bens e serviços criativos valoriza a capacidade de criação de produtos e serviços que, simultaneamente, especificam-se pela sua matriz cultural e encontram espaços de validação nos mercados globais. Agências multilaterais, governos nacionais, acadêmicos e entidades representativas de empresas e setores passaram a trabalhar formas de se conceituar, desenhar políticas públicas específicas e avaliar os impactos econômicos dos setores considerados “culturais” e/ou “criativos” (UNCTAD, 2010; FLEW, 2012; UNESCO, 2013) ou, simplesmente, setores culturais e criativos (UNESCO, 2015).

Em um estudo recente, a Unesco (2015, p. 11) agrega terminologicamente as dimensões da cultura e da criatividade ao definir os setores culturais e criativos como aqueles em que o “[...] objetivo principal é a produção ou reprodução, promoção, distribuição ou comercialização de bens, serviços e atividades de natureza cultural, artística ou relacionados com o patrimônio”. Assume-se, como ponto de partida, a importância intrínseca da produção dos valores simbólicos, que representam a herança comum das distintas culturas, e, portanto, expressam a diversidade da experiência criativa humana. Ademais, percebe-se que as atividades dos SCC são pouco conhecidas e mensuradas.

Diante disso, o presente capítulo discute metodologias para mensurar os impactos econômicos dos setores culturais e criativos, bem como apresenta estatísticas sobre os fluxos comerciais dos seus bens e serviços para o período 2003-2014, com ênfase para o caso do Brasil. As metodologias de mensuração são discutidas na próxima seção, ao que se seguem algumas evidências sobre a importância dos setores criativos em termos de geração de renda, empregos e exportações em termos globais. O foco para a realidade Brasil e no comércio internacional, com base nos dados e na metodologia da Unctad (2010), está apresentada na seção 3. O capítulo termina na seção 4, com as considerações finais, onde são exploradas algumas implicações dos nossos resultados para a formulação de políticas públicas.

# METODOLOGIAS EXISTENTES E ESTIMATIVAS DOS IMPACTOS ECONÔMICOS DOS SETORES CULTURAIS E CRIATIVOS

A presente seção detalha as metodologias derivadas, que, em última instância, definem quais setores as respectivas classificações consideram para efeitos de mensuração dos seus impactos econômicos. O Quadro 1 fornece algumas das classificações setoriais mais utilizadas e que, por sua vez, foram construídas a partir de modelos específicos.

Quadro 1. Modelos e Setores – Comparando Metodologias

(continua)

MODELO DCMS (ORIGINAL)	MODELO DCMS (2014)	MODELO DE TEXTOS SIMBÓLICOS
Arte e antiquários	Arquitetura	Setores Culturais Nucleares
Artes Performáticas	Artesanato	Editoração
Cinema e Vídeo	Cinema, Televisão, Vídeo, Rádio e Fotografia	Cinema
Artesanato	Design (produtos, gráfico de moda)	Internet
Editoração	Editoração	Música
Moda	Museus, livrarias e galerias	Propaganda
Música	Música, Artes Performáticas e Visuais	Televisão e rádio
Arquitetura	Propaganda de Marketing	Vídeo e Jogos de Computador
Design	Tecnologias de Informação, Software e Serviços de Computação	Setores Culturais periféricos
Propaganda		Artes criativas
Software		Setores com interfaces culturais
Televisão e Rádio		Eletrônicos de consumo
Vídeo e Jogos de Computador		Esporte
		Moda
		Software
MODELOS DE CÍRCULOS CONCÊNTRICOS	MODELO DA UNESCO	MODELO DE DIREITOS AUTORAIS DA WIPO
Núcleo de Artes Criativas	Indústrias do Núcleo do Domínio Cultural	Setores do Núcleo de Direito Autoral
Artes Performáticas	Artes Performáticas	Artes Gráficas e Visuais
Artes Visuais	Artes Visuais e Artesanato	Artes Performáticas
Literatura	Cinema e Vídeo	Cinema e Vídeo

Quadro 1. Modelos e Setores – Comparando Metodologias

(continuação)

MODELOS DE CÍRCULOS CONCÊNTRICOS	MODELO DA UNESCO	MODELO DE DIREITOS AUTORAIS DA WIPO
Música	Design	Editoração
Outros Setores Criativos Nucleares	Editoração	Música
Cinema	Festivais	Propaganda
Museus e Livrarias	Fotografia	Sociedades de Direitos Autorais
Setores Culturais no Sentido Amplo	Mídia Social	Software
Editoração	Museus, galerias e livrarias	Televisão e Rádio
Gravação	Televisão e Rádio	Setores Parciais de Direito Autoral
Patrimônio Histórico	Setores em Domínio Cultural Expandido	Arquitetura
Televisão e rádio	Arquitetura	Bens domésticos
Vídeos e Jogos de Computador	Copiadoras e equipamentos de fotografia	Brinquedos
Setores Relacionados	Equipamentos de Audiovisual	Design
Arquitetura	Equipamentos de Impressão	Moda
Design	Equipamentos de Som	Vestuário e Calçados
Moda	Instrumentos Musicais	Setores interdependentes de Direito Autoral
Propaganda	Papel	Copiadoras e equipamentos de fotografia
	Publicidade	Eletrônicos de Consumo
	Software	Gravação
		Instrumentos Musicais
		Papel
MODEL AMERICANO (AMERICANS FOR THE ARTS MODEL)	MODELO DA UNCTAD	MODELO EUROSTAT - ESTATÍSTICAS CULTURAIS (ESSNET-CULTURE)
Arquitetura	Setores Criativos	Arquitetura
Artes Performáticas	Arquitetura, Engenharia e Outros Serviços Técnicos	Arquivos
Artes Visuais	Artes Performáticas	Artes Performáticas
Cinema	Artes Visuais	Artes Visuais
Design	Artesanato	Artesanato
Editoração	Audiovisual (bens e serviços)	Audiovisual e Multimídia
Escolas de Artes e Serviços	Design	Editoração e Publicação de Livro

## Quadro 1. Modelos e Setores – Comparando Metodologias

(conclusão)

MODEL AMERICANO (AMERICANS FOR THE ARTS MODEL)	MODELO DA UNCTAD	MODELO EUROSTAT – ESTATÍSTICAS CULTURAIS (ESSNET-CULTURE)
Museus e Zoológicos	Editoração	Livraria
Música	Novas Mídias	Patrimônio Cultural (museus, locais históricos, sítios arqueológicos, patrimônio intangível)
Publicidade	Outros serviços pessoais, culturais e recreacionais	Publicidade
Televisão e Rádio	Publicidade, Pesquisas de Mercado e de Opinião Públicas	
	Serviços pessoais, culturais e recreacionais	
	Setores Relacionados – bens e serviços computacionais	

Fonte: Elaboração própria a partir de Unctad (2010), ESSnet-Culture (2012), Unesco (2013), DCMS (1998, 2001, 2016).

O Quadro 1 revela que há um importante *trade-off* entre a atenção às especificidades de um país – características de sua economia, particularmente dos setores culturais e/ou criativos; importância relativa atribuída pelos formuladores e executores das políticas públicas daqueles setores – e a capacidade de padronização e, portanto, de comparabilidade internacional dos dados produzidos. Quanto mais específica é a metodologia empregada, menos compatível com comparações internacionais ela se presta.

Da mesma forma, há outra tensão entre abrangência e foco. Quanto mais restrito o foco conceitual que define aqueles setores, menor o escopo econômico a ser analisado. Quase por definição isto diminui relativamente a importância do fenômeno em tela, quando se busca verificar o peso dos setores culturais e/ou criativos na geração de renda, emprego, exportações, etc. Por outro lado, quanto mais abrangente o conceito utilizado, mais o impacto relativo dos setores incluídos no conjunto da atividade econômica; porém, isto reduz a precisão com que, de fato, se está mensurando a importância da cultura e da criatividade, o que limita a possibilidade de se construir políticas públicas voltadas ao seu fortalecimento.

A característica marcante dos modelos destacados no Quadro 1 é que, a despeito de alguma convergência entre os setores abarcados, não emerge uma referência predominante. Vale dizer, não há um modelo unificado que sirva de referência para que pesquisadores e formuladores de políticas estabeleçam suas estratégias de mensuração e de avaliação do desempenho econômico dos setores culturais e criativos.

Há modelos, como o de círculos concêntricos, o de textos simbólicos e o da Unesco (THROSBY, 2001, 2008; UNESCO, 2013), que enfatizam a existência de um núcleo de atividades que pertenceriam, tipicamente, à esfera cultural e/ou criativa. A partir desse núcleo projetam-se outros setores correlatos, que produzem bens e serviços que servem como insumos ou plataformas de disseminação dos bens e serviços do “núcleo” cultural.

Já os modelos estadunidenses (AMERICANS FOR THE ARTS, 2013, 2015) e ingleses (DCMS, 1998) trabalham com definições específicas do que seriam, em cada realidade, os setores criativos. Eles se diferenciam, fundamentalmente, pela abrangência setorial, sendo o modelo estadunidense mais restrito<sup>1</sup>. O modelo inglês é um dos mais influentes internacionalmente, tendo sido desenvolvido no âmbito do Departamento de Cultura, Mídia e Esportes do governo britânico (DCMS), órgão que nasceu em substituição ao Departamento do Patrimônio Nacional e que passou a liderar a política de estímulo aos setores criativos (O’CONNOR, 2010).

O DCMS realiza, desde 1998, esforços sistemáticos para definir o que é a economia criativa, e quais são seus impactos sobre o conjunto das atividades econômicas do Reino Unido (DCMS, 1998, 2001, 2016). A definição padrão utilizada para os setores abrangidos no rótulo geral de economia criativa enfatiza dois elementos-chave: a manifestação do poder criativo dos indivíduos, e a capacidade de gerar direitos de propriedade intelectual. Mais especificamente, são consideradas criativas “[...] aquelas indústrias que têm sua origem na criatividade individual, habilidade e talento e que têm um potencial de riqueza e de criação de emprego através da geração e exploração da propriedade intelectual” (DCMS, 2001, p. 5, tradução nossa).

Esse conceito geral foi a base para a escolha de um conjunto de setores, os quais passaram a ser objeto de estimação periódica em termos de geração de renda – valor adicionado –, emprego e exportações. Apesar da estabilidade na definição ao longo dos anos, bem como na escolha derivada de setores específicos, o DCMS passou a trabalhar, desde 2014, com a determinação dos setores específicos e das ocupações criativas a partir do estabelecimento de um índice de “intensidade cria-

---

(1) Nos termos definidos pela própria American for the Arts, sua classificação setorial é tida como conservadora, ou seja: “Temos tido uma abordagem conservadora para a definição das Indústrias Criativas, concentrando-se exclusivamente em empresas envolvidas na produção ou distribuição das artes. Para os fins deste estudo, as Indústrias Criativas são compostas por empresas com arte como foco central que vão desde museus sem fins lucrativos, criação de sinfonias e cenas para filmes com fim lucrativos, arquitetura e empresas de publicidade. Temos nos mantido contra abrangências demasiadas do setor através da exclusão de indústrias, tais como programação de computadores e de investigação científica, ambos criativos, mas não focados nas artes” (AMERICAN FOR THE ARTS, 2015, tradução nossa).

tiva”.<sup>2</sup> Este é definido pela proporção de trabalhadores que, de fato, se dedicam às atividades criativas em um dado setor.

Os modelos desenvolvidos em órgãos internacionais partem da percepção de que a formulação, execução e avaliação de políticas públicas nas áreas da cultura e criatividade dependem, de forma crucial, da existência de informações estatísticas padronizadas (UNCTAD, 2010, p. 73). Tais instituições multilaterais têm mandatos claramente estabelecidos e trabalham com modelos que refletem suas preocupações específicas. São eles o modelo da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), que se fundamenta a partir da definição do que são setores culturais, em linha com os modelos de círculos concêntrico; o modelo da Organização Internacional do Direito de Propriedade (Wipo – World Intellectual Property Organization), que enfatiza setores geradores em direitos de propriedade; e o modelo da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (Unctad – United Nations Conference on Trade and Development), que busca, a partir da identificação de um núcleo de setores criativos, estimar a importância destes no comércio global de bens e serviços. Em comum, respeitando as especificidades de suas metodologias, tais instituições se preocupam em gerar informações padronizadas e passíveis de comparação em nível global.

102

O modelo da Unctad (2010) assume que a forma mais eficiente de estabelecer parâmetros de comparação internacionais confiáveis é por meio da análise dos fluxos de comércio. A mensuração dos impactos econômicos das atividades, tradicionalmente associadas à esfera cultural e, mais recentemente, à esfera da criatividade, foi se tornando uma necessidade imperativa para os formuladores das políticas governamentais. A sociedade em um sentido amplo, e órgãos oficiais de controle das despesas governamentais, de forma mais específica, demandam evidências de que os recursos públicos alocados naquelas áreas apresentam retornos justificáveis. Afinal, tais fundos poderiam estar indo para outras áreas igualmente importantes, como saúde, educação etc.

Historicamente, observa-se uma tensão entre os agentes envolvidos nas áreas da cultura e da criatividade e os formuladores de políticas públicas, no sentido de que os primeiros tendem a perceber suas atividades como tendo valores intrínsecos não necessariamente passíveis de justificativas econômicas para sua validação (UNCTAD, 2010); ao passo que os segundos devem disputar os recursos públicos com outras áreas, bem como justificar sua utilização. Dessa tensão resultou, dentre outras coisas, a ausência de práticas sistemáticas de avaliação da eficiência na alocação de recursos.

---

(2) Essa inovação foi inspirada pelo trabalho de Bakhshi, Freeman e Higgs (2013).

As medidas usuais para estimar os impactos econômicos das diversas atividades se baseiam em estimativas de valor adicionado, tendo-se por referência estruturas econômicas relativamente consolidadas. Assim, por exemplo, bens de consumo finais tradicionais (alimentos, calçados, roupas, eletrônicos de consumo etc.), bens intermediários (insumos químicos, aço, cimento, etc.), bens de capital (máquinas, equipamentos diversos etc.) e serviços também tradicionais (transporte, telecomunicações, fornecimento de energia e água, serviços financeiros etc.) possuem métricas de mensuração em termos de unidades físicas e de respectivos valores monetários, que envolvem processos de compra e venda, e que são devidamente reportados às autoridades governamentais – especialmente para fins de tributação, tanto em transações domésticas, como internacionais. Já os setores criativos emergem como novidades em termos de modelos de negócio, padrões de produção, consumo e distribuição, valores sociais e culturais envolvidos (UNCTAD, 2010).

Em virtualmente todos os modelos aqui resenhados, há a manifestação explícita da necessidade de construir tais evidências como forma de garantir legitimidade aos processos de alocação de recursos públicos para finalidades específicas de fomento às atividades culturais e/ou a setores criativos. Por isso mesmo, e após rever e comparar sua concepção com a de outras instituições multilaterais e órgãos governamentais nacionais, como Unesco, DCMS, Wipo, dentre outras, a Unctad (2010) chegou ao modelo sintetizado no Quadro 2.

Quadro 2. Modelo da Unctad – Estatísticas de Comércio para Setores Criativos (continua)

SETORES CRIATIVOS - BENS E SERVIÇOS DOS SETORES CRIATIVOS	
DOMÍNIO	SUBGRUPO
Patrimônio Histórico	Artesanato
	Serviços Pessoais, culturais e recreacionais
Artes	Bens de artes performáticas
	Bens de artes visuais
Mídia	Bens de editoração
	Bens visuais
	Serviços relacionados ao setor visual
Criação Funcional	Bens do setor de design
	Bens da nova mídia
	Serviços de publicidade e de pesquisas de opinião
	Serviços de arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos
	Serviços pessoais, culturais e recreacionais

Quadro 2. Modelo da Unctad – Estatísticas de Comércio para Setores Criativos<sup>3</sup>

SETORES RELACIONADOS – BENS E SERVIÇOS COMPUTACIONAIS	
DOMÍNIO	SUBGRUPO
Artes	Bens relacionados às artes performáticas
	Bens relacionados às artes visuais
Mídia	Bens relacionados do setor de editoração
	Bens relacionados do setor audiovisual
Criação Funcional	Bens relacionados do setor de Design
	Bens relacionados às novas mídias
	Serviços de computação e informática
Royalties e Receitas de Licenciamento	

Fonte: Unctad (2010).

Outra importante contribuição metodológica, cujo alcance geográfico se circunscreve a alguns países ibero-americanos,<sup>4</sup> é a do Convênio Andres Bello que, em parceria com instituições nacionais e regionais – como o Banco Interamericano de Desenvolvimento e a Agência Espanhola de Cooperação Internacional –, tem desenvolvido esforços para a construção de contas satélites da cultura.<sup>5</sup>

Em um dos mais ambiciosos e extensivos esforços de mensuração dos impactos econômicos e sociais dos setores culturais e criativos, a Unesco (2015) avaliou 11 setores em cinco continentes com ênfase na geração de rendas (ou invés do valor adicionado) e emprego. Para medir as rendas, em dólares de 2013, foram utilizadas estimativas de receitas geradas a partir de dois tipos de relações: entre empresas (*business to business* ou B2B) e entre estas e os consumidores finais (*business to final consumer* ou B2C). Além do mais, avaliaram-se as licenças pagas para a utilização de recursos audiovisuais (rádio e televisão) e os valores de varejo (em impostos indiretos), incluindo as vendas informais – consideradas como sendo aquelas que cursam por canais informais de distribuição. Com respeito ao

(3) Para o comércio de bens, a Unctad (2010) utiliza dados da Comtrade (sistema harmonizado, HS 2002, 211 códigos); para serviços, os dados do Fundo Monetário Internacional (BPM5 e códigos Ebops), considerando os serviços de propaganda, pesquisas de mercado e de opinião, serviços técnicos e de engenharia, serviços pessoais e de pesquisa e desenvolvimento, serviços culturais e de lazer. Os dados de setores relacionados e de receitas de *royalties* e de licenciamentos são apresentados como sendo complementares.

(4) A metodologia das Contas Satélites da Cultura já foi aplicada com resultados estimados na Argentina, Chile, Costa Rica, Colômbia, Espanha, México e Uruguai. Ademais, Bolívia, Equador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá, Paraguai, Peru e República Dominicana estão em fase de construção de suas estimativas (CAB, 2016).

(5) Detalhes e evidências em Buitrago Restrepo e Duque Márquez (2013) e IADB (2013).

emprego, foram utilizados os critérios da Organização Internacional do Trabalho (ILO – International Labor Organization), que definem a ocupação como sendo “todas as pessoas ... que durante um período breve especificado, qualquer semana ou dia, foram caracterizadas nas seguintes categorias: emprego remunerado e emprego autônomo...”, o que garantiu incluir criadores, autores, artistas, empregos não permanentes e permanentes.

As metodologias descritas até aqui foram desenvolvidas com o propósito central de mensurar impactos econômicos dos setores culturais e criativos. A ausência de definições comuns e amplamente aceitas sobre os setores que devem ser incluídos (ou não) nesse amplo campo de atividades gera diferentes métricas e, por decorrência, estimativas diversas sobre a participação daqueles setores na geração de renda, emprego, exportações, dentre outros agregados. A próxima seção apresenta a mensuração do comércio internacional da economia criativa.

## A MENSURAÇÃO DO COMÉRCIO EXTERIOR DE BENS E SERVIÇOS DA ECONOMIA CRIATIVA DA ECONOMIA BRASILEIRA

105

O objetivo desta seção é analisar o desempenho do comércio exterior brasileiro dos setores culturais e criativos<sup>6</sup> no período 2003-2014. Um determinante fundamental desse desempenho foi a dinâmica da economia internacional, que foi marcada por duas fases bem distintas. A primeira, que se estendeu de 2003 a 2007, caracterizou-se por altas taxas de crescimento tanto da economia como do comércio mundial e foi interrompida pela eclosão da crise financeira global de 2008. A segunda, de 2009-2014, apresentou um baixo dinamismo econômico e uma forte desaceleração desse comércio, em função da grande recessão<sup>7</sup> que sucedeu a essa crise.

Assim, antes de nos debruçarmos sobre a experiência brasileira, apresentamos as principais tendências do comércio mundial de bens e serviços dos SCC e a posição relativa do Brasil nesse comércio. As informações foram extraídas da base de dados da Unctad (UnctadStat), que desenvolveu uma metodologia própria para classificar as exportações e importações desse setor (UNCTAD, 2010). No caso do

---

(6) A Unctad (2010) prioriza a expressão “setores criativos”. Aqui, utilizamos as terminologias “setores criativos” e “setores culturais e criativos” (UNESCO, 2015) como equivalentes, ainda que o recorte setorial seja aquele utilizado pela Unctad.

(7) Sobre o desempenho do comércio internacional nessas duas fases, ver IMF (2008, 2013); Unctad (2008, 2013) e WTO (2008, 2013).

comércio de bens, elas estão disponíveis para o período 2003-2012 e do comércio de serviços para 2003-2011.

Na sequência, o comércio exterior brasileiro dos setores criativos será analisado. No caso dos serviços, as informações também são provenientes da UnctadStat e estão disponíveis para o período 2003-2012. Já no âmbito do comércio de bens, foi possível estender a análise até 2014 a partir da aplicação da metodologia da Unctad aos dados da Comtrade, uma base mundial de comércio de bens que não inclui o comércio de serviços.<sup>8</sup> Com isso, também foi possível obter os dados por regiões de origem e destino das exportações e importações e checar as informações da UnctadStat para o período 2003-2012. As duas séries não são idênticas, mas apresentam diferenças não significativas, sendo assim consistentes. Dessa forma, essa nova base de dados calculada a partir das estatísticas da Comtrade permitiu a realização de uma análise mais detalhada e atualizada sobre o comércio exterior de bens dos setores criativos, a qual é essencial para a elaboração de políticas de estímulo às exportações desses setores.

## PANORAMA GERAL: MUNDO E BRASIL

Assim como o comércio mundial, o comércio exterior dos setores culturais e criativos pode ser desagregado em dois segmentos: de bens e de serviços. O objetivo desta seção é, em primeiro lugar, analisar o desempenho das exportações dos setores criativos e dos seus segmentos nos períodos para os quais há informação disponível (2003-2011 ou 2003 e 2012).<sup>9</sup> Em segundo, detalhar a posição relativa do Brasil nessas exportações.

As exportações totais dos setores criativos passaram de US\$ 321 bilhões em 2003 para US\$ 746 bilhões em 2011, um avanço de 133%, percentual próximo aos 144% do comércio mundial de bens e serviços. Embora os dois segmentos tenham registrado altas taxas de crescimento e, assim, contribuído para esse resultado, o desempenho dos serviços dos setores criativos foi mais favorável por dois critérios. Por um lado, seu ritmo de expansão foi superior

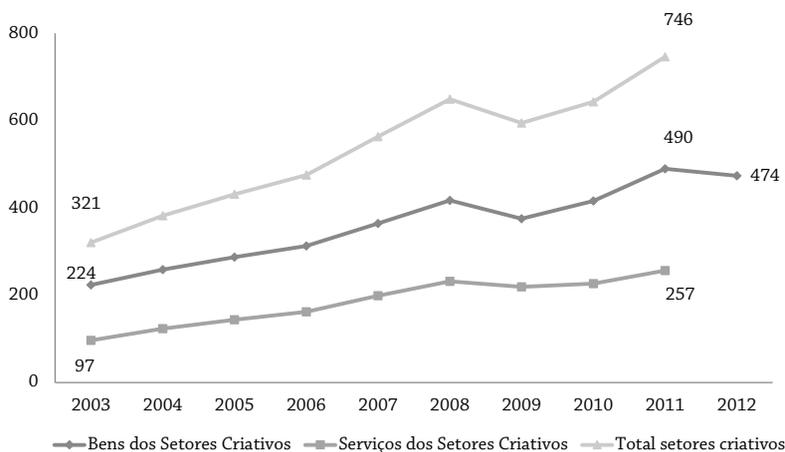
---

(8) A Comtrade é uma base mundial de comércio. Para calcular as séries de exportação e importação dos bens dos setores criativos foi utilizada a mesma classificação utilizada pela base da Unctad (HS a 6 dígitos). Já as estatísticas das exportações e importações de serviços da UnctadStat foram extraídas de uma base de dados do Fundo Monetário Internacional que não está disponível para consulta do público.

(9) Como no agregado as exportações e importações dos setores criativos são praticamente iguais (sendo as eventuais divergências decorrentes de erros e omissões), a análise será realizada somente para as exportações.

àquele das exportações de bens desses setores (165% contra 119%). Por outro lado, as exportações de serviços dos setores criativos foram mais dinâmicas que o total mundial de serviços (165% contra 133%, uma diferença de 32 pontos percentuais – p.p), enquanto no caso do segmento de bens o resultado foi o oposto (119% contra 142% no mesmo período e 112% contra 144% entre 2003 e 2012) (Gráfico 1).

Gráfico 1 – Exportações dos setores criativos (US\$ milhões)

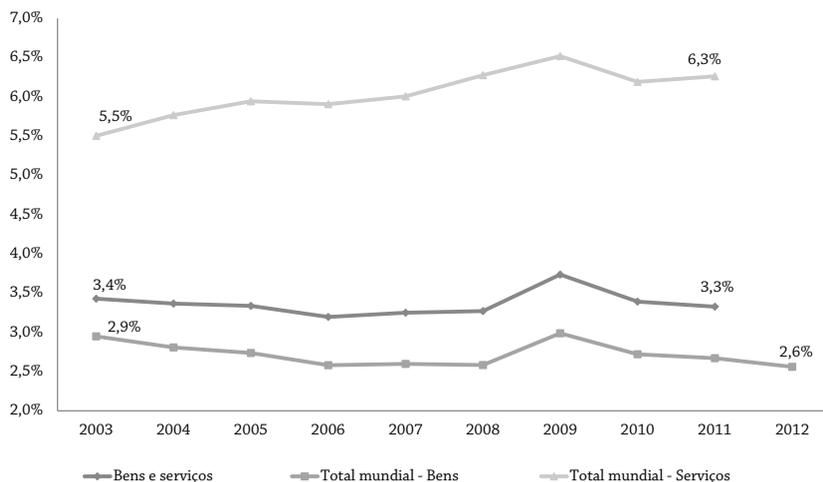


Fonte: Elaboração própria a partir de Unctad (2016).

Essa diferença de dinamismo resultou no aumento da participação relativa dos serviços no total das exportações dos setores criativos, que passou de 30,2% em 2003 para 34,4% em 2011, um aumento de 4,2 p.p. Consequentemente, esse indicador recuou na mesma intensidade no segmento de bens, que respondia por 65,2% do total em 2011. A posição de liderança das exportações de bens não é uma especificidade dos setores criativos, sendo também observada no total das exportações mundiais. Nesse caso, o peso relativo dos bens no desempenho exportador é bem maior do que nos setores criativos e se manteve praticamente constante ao longo do período em tela, no patamar de 81% (contra 18% no caso dos serviços). A participação relativa dos serviços dos setores criativos nas exportações mundiais de serviços passou de 5,5% em 2003 para 6,3% em 2011. Contudo, esse aumento (de 0,8 p.p.) não foi suficiente para alterar o peso

dos setores criativos no total das exportações mundiais, que se manteve praticamente estável (3,4% em 2003 e 3,3% em 2011). Isso porque, simultaneamente, as exportações de bens desses setores perderam participação. Embora esse movimento tenha sido menos intenso (somente 0,3 p.p), ele foi suficiente para neutralizar o avanço dos serviços já que o segmento de bens responde por mais de 60% do total das exportações dos setores criativos, conforme o Gráfico 2.

Gráfico 2. Participação % dos setores criativos no total mundial



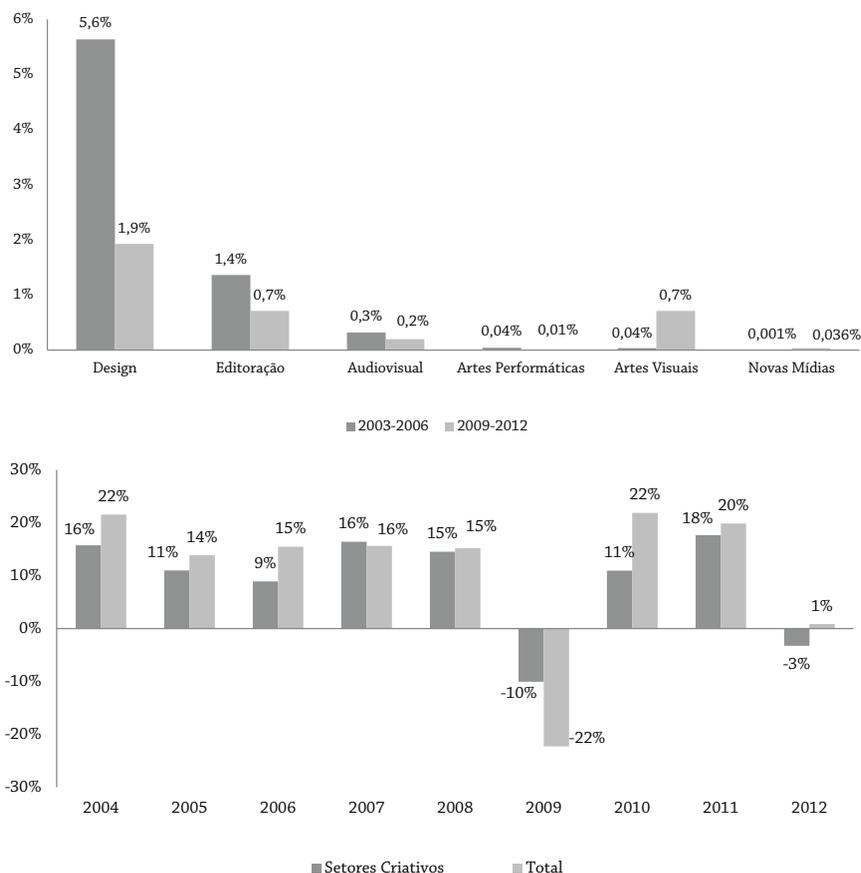
Fonte: Elaboração própria a partir de Unctad (2016).

Além desse panorama geral, é importante lançar um olhar sobre o desempenho das exportações dos dois segmentos considerados (bens e serviços). Duas dimensões serão analisadas: (i) o desempenho ao longo do período em tela; e (ii) a composição setorial com base na metodologia da Unctad, que desagrega o comércio de bens e serviços em subsetores. No caso das exportações de bens dos setores criativos, o desempenho no acumulado de 2003 a 2012 (aumento de 112% contra 144% do total de bens – ver Gráfico 1) encobre diferenças importantes tanto anuais como nos triênios considerados: 2003-05; 2006-08; 2010-2012 (o ano de 2009 foi excluído por ser “um ponto fora da curva” devido ao impacto da crise financeira e econômica global no comércio mundial – ver Gráfico 3a). Também foi calculado o resultado do biênio 2010-11 para possibilitar a comparação com o segmento de serviços.

No primeiro triênio (2003-05), essas exportações avançaram 28,5%, enquanto o total mundial aumentou mais do que 100%, puxado pelas altas taxas de

crescimento das exportações de commodities. Já no triênio seguinte (2006-08), o desempenho dos setores criativos equipara-se ao registrado no total mundial. O *boom* da economia internacional, sob as lideranças da China e dos Estados Unidos, impulsionou o comércio mundial nos mais diversos segmentos. Nesse contexto, os setores criativos foram estimulados a inovar diante das novas oportunidades de negócios, o que se reflete no maior dinamismo das suas exportações: seu ritmo anual de crescimento passa de 9% em 2006 para o patamar de 15/16% em 2007 e 2008.<sup>10</sup>

Gráfico 3. Exportações dos bens dos setores criativos: taxas de crescimento anuais



Fonte: Elaboração própria a partir de Unctad (2016).

(10) Sobre as principais tendências do comércio mundial no período analisado, ver WTO (2008, 2013), IMF (2008, 2013), e Unctad (2008, 2013).

No que se refere à composição setorial (Gráfico 3b), a base de dados da Unctad divide as exportações (e importações) dos bens dos setores criativos em sete subsetores: audiovisual, artesanato, artes performáticas, artes visuais, *design*, editoração e novas mídias. Considerando o desempenho exportador no acumulado de 2003 a 2012, o subsetor líder foi o de novas mídias, com uma taxa de crescimento superior a 330%. Em seguida, os destaques foram os subsetores de audiovisual e *design* que avançaram, respectivamente, 197,2% e 133%, percentuais estes superiores a 100% e ao total (118,9%). Os demais subsetores apresentaram ritmo de expansão menor que o total, mas bastante heterogêneo: artes visuais e artes performáticas na faixa de 80-90%, artesanato no patamar de 67% e editoração na última posição, com uma variação positiva de somente 27,6. Assim, o dinamismo dos subsetores de bens foi bastante heterogêneo no período em tela.

Nesse contexto, a participação do Brasil nas exportações dos setores criativos aumentou de 0,8% em 2003 para 1,3% em 2011. Esse avanço de 0,5 p.p decorreu, exclusivamente, do desempenho do segmento de serviços, cujo peso no total mundial passou de 1,7% para 3,3% no mesmo período (+1,6 p.p). Já no segmento de bens, o peso das exportações brasileiras, além de menor no início do período (somente 0,3%) recuou ligeiramente entre 2003 e 2011 (para 0,2%) (ver gráfico 4a).

Gráfico 4. Participação % dos setores criativos no total mundial

(continua)

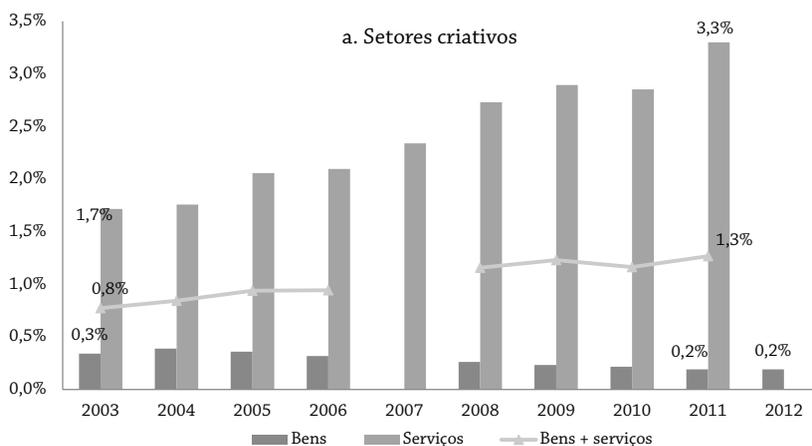
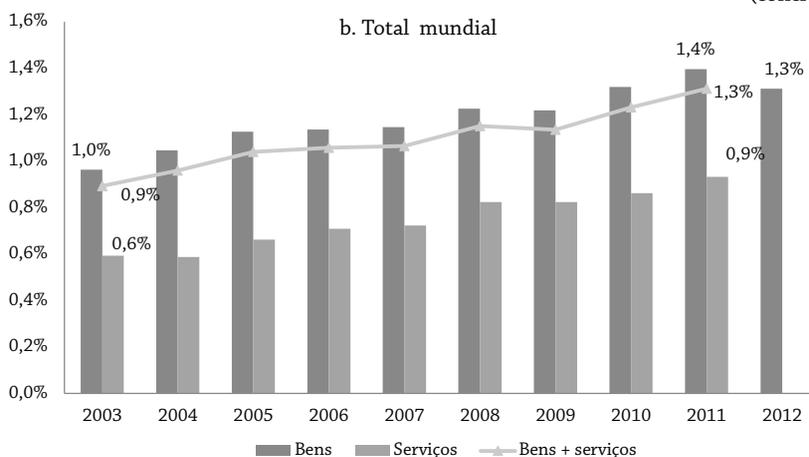


Gráfico 4. Participação % dos setores criativos no total mundial

(conclusão)



Fonte: Elaboração própria a partir de Unctad (2016) e Comtrade (2016).

Quando se comparam esses resultados com os observados para o total das exportações brasileiras, o desempenho do total (bens e serviços) é semelhante: a posição relativa do Brasil passou de 0,9% para 1,3% entre 2003 e 2011. Todavia, ao contrário dos setores criativos, a participação das exportações de bens no total mundial, além de bem maior do que no caso dos serviços, avançou de 1,0% para 1,4% no mesmo período, em função, sobretudo, do crescimento do valor das vendas externas de *commodities*.<sup>11</sup> O segmento de serviços também aumentou sua participação no total mundial, mas a partir de um patamar mais baixo e numa intensidade um pouco menor (de 0,6% para 0,9%, alta de 0,3 p.p).

As informações sobre a posição relativa do Brasil nas exportações dos setores criativos revelaram aspectos importantes, que contribuem para a elaboração de políticas setoriais de estímulo a esses setores. O segmento de serviços é o destaque desde o início da série e aumenta ainda mais sua participação relativa ao longo do período (ver Gráfico 2). Já no total mundial, o segmento de bens responde pela maior parte das exportações dos setores criativos (assim como no caso do total das exportações – ver Gráfico 4). Ou seja, aparentemente, o Brasil estaria “remando contracorrente”.

Do ponto de vista da análise mais geral sobre o desempenho dos setores criativos, cabe observar que os mesmos foram responsáveis por uma parcela de-

(11) No período em tela, houve dois *booms* de preços das *commodities* (2003-jul/2008 e 2009 a 2011) associados a uma combinação de fatores, dentre os quais a sagaz demanda chinesa, que também impulsionou as quantidades exportadas pelo Brasil. Sobre o desempenho das exportações brasileiras nesse período, ver Marçal e Novais (2009) e Cunha, Lélis e Bichara (2012).

crescente do total das exportações de bens do país no período em análise: sua participação recuou de 1,1% em 2003 para 0,3% em 2012. Movimento inverso foi verificado nas importações de bens de setores criativos: sua participação no total aumentou, no período em tela, de 0,8% para 1,2%. Conseqüentemente, a partir de 2007, o segmento de bens dos setores criativos passou a contribuir negativamente para o saldo comercial do país (ver Tabela 1).

No que diz respeito aos serviços de setores criativos, uma trajetória contrária se verifica: a participação das suas exportações no total das exportações de serviços do país aumentou no período em tela (de 16,4% para 25,9%), ao passo que a participação do segmento no total de importações de serviços diminuiu (de 11,5 para 9,5%). Isso quer dizer que os serviços dos setores criativos atuaram (a não ser nos anos de 2003 e 2010, quando ocorreram discretos déficits) no sentido de reduzir o déficit histórico da balança comercial de serviços do país. Esse resultado indica a importância do reforço de políticas que aprofundem essa tendência positiva.

Tabela 1. Saldo comercial total e dos setores criativos (US\$ milhões)

	BENS		SERVIÇOS		BENS E SERVIÇOS	
	TOTAL	SET. CRIATIVOS	TOTAL	SET. CRIATIVOS	TOTAL	SET. CRIATIVOS
2003	24.794	395	-4.931	-55	19.863	340
2004	33.641	524	-4.678	131	28.963	655
2005	44.703	386	-8.309	415	36.394	801
2006	46.457	91	-9.640	565	36.816	656
2007	40.032	-14	-13.219	847	26.813	833
2008	24.836	-719	-16.690	1.471	8.146	752
2009	25.290	-744	-19.245	1.036	6.044	291
2010	20.147	-1.215	-30.835	-304	-10.688	-1.520
2011	29.793	-1.869	-37.932	1.017	-8.139	-852
2012	19.395	-1.941	-41.042	2.616	-21.647	676

Fonte: Elaboração própria a partir de Unctad (2016), Comtrade (2016) e Banco Central do Brasil (2016).

As exportações brasileiras de bens e serviços criativos cresceram 347% no período 2003-2012. A evolução pode ser dividida em três momentos: crescimento de 2003 a 2008, da ordem de 200%; ligeira queda (-1 %) no biênio seguinte; e retomada da trajetória de alta de 2010 a 2012 (+50%). O motor dessa evolução foram as exportações de serviços – as de bens mantiveram-se praticamente estáveis durante o período, com um avanço de apenas 4% no período.

Chama a atenção, ainda, o predomínio do segmento de serviços no total das exportações desses setores no caso do Brasil, em contraste com o que ocorre com as exportações mundiais, em que o segmento de bens respondia em 2012 por cerca de 65% do total. Para complementar essas verificações, na sequência analisaremos, de forma mais detalhada, o comércio brasileiro de bens e serviços dos setores criativos.

## O COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO DE BENS E SERVIÇOS DOS SETORES CRIATIVOS

O saldo comercial de bens dos setores criativos tem sido persistente e crescentemente negativo desde 2008, especialmente em razão do incremento das importações, observado desde 2005 (ver Gráfico 09). A partir de 2007, o saldo positivo observado nos anos anteriores converteu-se em negativo e seguiu em trajetória de crescente deterioração até 2014. Como mostram Baltar e Prates (2014), a partir de 2007, o comércio exterior de bens manufaturados tornou-se deficitário, e o superávit comercial passou a se ancorar, exclusivamente, na balança de bens primários e intensivos em recursos naturais. No período que sucedeu à crise financeira global, a divergência no desempenho desses dois grupos de bens acentuou-se, com o aumento do resultado deficitário em bens manufaturados e a ampliação do saldo positivo em primários e intensivos em recursos naturais. O resultado do saldo comercial da chamada indústria criativa, nesse sentido, é paradigmático.

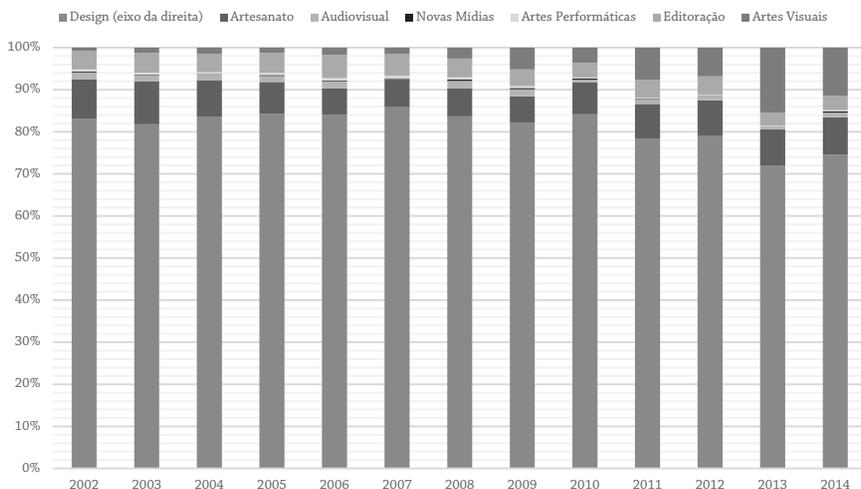
No total do período estudado, as exportações brasileiras de bens de setores criativos cresceram cerca de 31%. Artes visuais foram a categoria que apresentou maior crescimento no período de 2002 a 2014 (+1782%), o que se explica, em parte, pelo valor inicial muito baixo. O segundo segmento foram novas mídias (79%), em linha com o que se observou no comércio mundial de bens. O terceiro segmento por esse critério foi artesanato (25%), e o quarto, *design* (18%). Em contrapartida, nos segmentos de artes performáticas e audiovisual, o valor exportado recuou no período (-25% e -13%, respectivamente).

Observa-se que a participação do segmento de *design* no total das exportações da indústria criativa, crescente até 2007, iniciou a partir de então um movimento de queda até 2014, que resultou numa redução de cerca de 12 p.p. entre esses dois anos. No entanto, esse segmento manteve sua posição de liderança nas exportações de bens dos setores criativos, à maneira do que se observa nas exportações mundiais de bens do setor.<sup>12</sup> As artes visuais foram o segmento cuja participação mais aumentou no período (cerca de 10 p.p.),<sup>13</sup> seguida de artesanato (+2 p.p.) (ver Gráfico 5).

(12) No comércio mundial, no entanto, o predomínio é menor, ficando a participação do *design* no total das exportações de bens dos setores criativos em torno de 60%.

(13) Mais de 80% das exportações desse segmento correspondem a desenhos, pinturas e esculturas.

Gráfico 5. Exportações de bens da indústria criativa por segmento – Brasil, 2002-2014 (%)



Fonte: Elaboração própria a partir de Comtrade (2016).

Por sua importância no total das exportações dos bens criativos, vale a pena discriminar o segmento de *design* em suas diversas categorias. As duas categorias mais importantes são *design* de interiores e joias, que somam aproximadamente 90% do total das exportações desse segmento ao longo do período, sendo o de *design* de interiores<sup>14</sup> o mais importante.

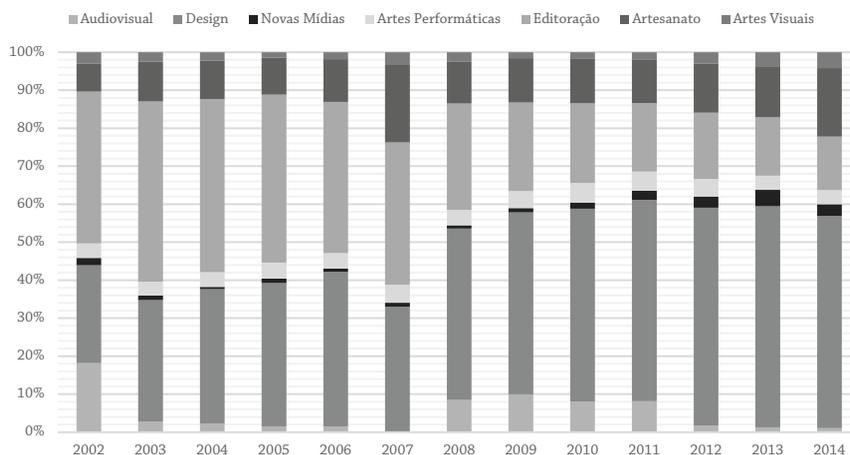
114

No tocante às importações de bens da indústria criativa, observa-se, de 2002 a 2011, um crescimento importante, movimento interrompido apenas em 2009 e retomado até 2011. De 2011 a 2014, as importações dos bens dos setores criativos atingem patamar estável, da ordem de US\$ 2,8 bilhões. No total do período, seu crescimento foi de cerca de 440%. O movimento que mais chama a atenção no período é o crescimento das importações de produtos de *design*, de US\$ 132 milhões para US\$ 1.552 milhões (+ 1070%) e de artesanato, de US\$ 37 para US\$ 502 milhões (+1232%). Vale observar que em todos os segmentos da indústria criativa as importações aumentaram – com exceção do setor de audiovisual, em que o aumento observado de 2008 a 2011 foi revertido nos últimos anos da série. No que tange às mudanças de distribuição das importações dos bens da indústria criativa (ver Gráfico 6) no período em análise, dois movimentos se fazem notar: o aumento da participação dos segmentos de editoração (+7,4 p.p.), *design* (+6,2 p.p.) e artesanato (+3,2 p.p.); e, de outro lado, a queda acentuada da participação do segmento audiovisual (-15,3 p.p.).

(14) No ano de 2014, cerca de 75% do total de importações do *design* de interiores dizia respeito à categoria “móveis de madeira”. Somando-os aos “móveis de metal”, chega-se a quase 80% do total das importações da categoria.

Vale observar que em todos os segmentos da indústria criativa as importações aumentaram – com exceção do setor de audiovisual, em que o aumento observado de 2008 a 2011 foi revertido nos últimos anos da série. No que tange às mudanças de distribuição das importações dos bens da indústria criativa (ver Gráfico 6) no período em análise, dois movimentos se fazem notar: o aumento da participação dos segmentos de editoração (+7,4 p.p.), *design* (+6,2 p.p.) e artesanato (+3,2 p.p.); e, de outro lado, a queda acentuada da participação do segmento audiovisual (-15,3 p.p.).

Gráfico 6. Importações de bens da indústria criativa por segmento (%)



Fonte: Elaboração própria a partir de Comtrade (2016).

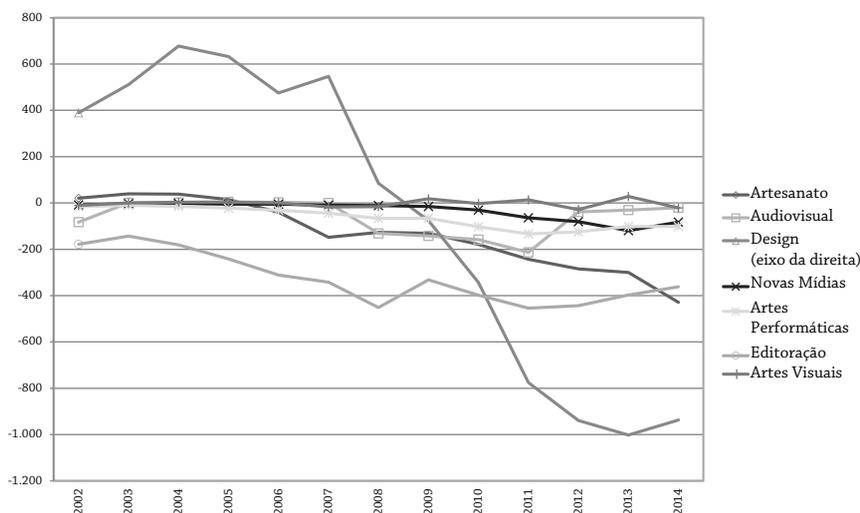
O segmento *design* também exibe a maior participação nas importações da indústria criativa desde 2008 (quando ultrapassou a participação da editoração). Assim, vale a pena observar a evolução das importações dessa categoria, discriminando-a em seus diversos componentes. As importações de artigos de moda apresentam acentuado crescimento no período – mantido mesmo nos anos finais da série (2012 a 2014) em que os dois outros itens de maior importância – *design* de interiores e brinquedos – apresentaram queda em suas importações.

A composição das importações do segmento de *design* é mais diversificada que a das exportações, em que predomina largamente a categoria de *design* de interiores. Nas importações, a categoria que predomina é a de moda, com 47,5% das importações do segmento de *design* em 2014, seguida de brinquedos (22,8%) e *design* de interiores (22,7%).

O Gráfico 7 traz o saldo comercial dos bens da indústria criativa por segmento. Salta aos olhos a evolução catastrófica do segmento de *design*, que passa de

um superávit de US\$ 680 milhões em 2004, ano de melhor desempenho da série, para um déficit de US\$ 1 bilhão em 2014. O segundo pior desempenho foi do segmento de artesanato, que de um superávit de US\$ 20 milhões passou a um déficit de US\$ 429 milhões, seguido do de editoração, em que se observou um aprofundamento significativo do déficit, de US\$ 178 milhões para US\$ 362 milhões. O único segmento que exibiu melhoria de desempenho foi o audiovisual, em que o déficit de US\$ 82 milhões converteu-se em um superávit de US\$ 62 milhões.

Gráfico 7. Saldo comercial de bens da indústria criativa por segmento (US\$ milhões)



Fonte: Elaboração própria a partir de Comtrade (2016).

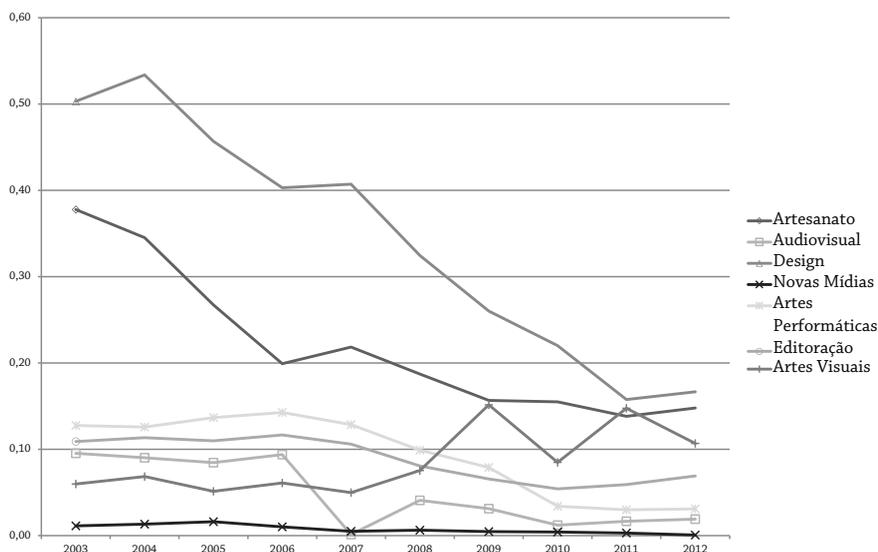
Com relação ao destino das exportações, é possível discriminar duas fases distintas: de 2002 a 2004, crescem as exportações para todos os destinos – com destaque para Nafta e União Europeia. A partir de então, inicia-se uma trajetória de queda das exportações para a União Europeia (somente interrompida por um breve período entre 2006 e 2008) e, até 2010, também para o Nafta. Por outro lado, desde 2002, as exportações para o Mercosul, Aladi e resto do mundo aumentam – embora com ritmo menos acentuado a partir de 2008/2009. Como resultado dessa evolução, observa-se uma desconcentração dos destinos das exportações da indústria criativa; no início do período, em 2002, Nafta e União Europeia representavam conjuntamente 80% do total (Nafta, 45%, e União Europeia, 35%); em 2014, essa participação cai para 51% (respectivamente 26% e 25%, quedas de 18

p.p. e 11 p.p.), enquanto aumentam as participações da Aladi (+12,4 p.p.), do Mercosul (+8,4 p.p.) e resto do mundo (+7,7 p.p.). Essa evolução vai ao encontro das conclusões do Relatório de Economia Criativa 2010 da Unctad (UNCTAD, 2010), de que o comércio Sul-Sul tem sido importante para o incremento do setor, e de que, no desenho de políticas públicas, essa cooperação deveria ser aprimorada.

Na evolução das importações dos bens de setores criativos por origem, ganha destaque no período em tela o crescimento das importações advindas da China (crescimento de nada menos que 1945% no período). Assim, ao que tudo indica, o *boom* das importações nas categorias de moda e de brinquedo decorre da invasão de produtos chineses (cujo conteúdo criativo não deve ser relevante). Outras regiões que tiveram crescimento expressivo foram o resto do mundo (+720%) e Ásia menos China (+350%). Em contrapartida, diminuíram as importações advindas da Aladi (-60%) e do Mercosul (-12,6%). O reflexo desse crescimento das importações advindas da China foi um enorme aumento da sua participação como país de origem das importações da indústria criativa no período em análise: de 16,4% no início do período para 62% em 2014. Somando-se os demais países da Ásia, a região alcança uma participação de 70% no final do período. A região que mais perde participação é o Nafta, com queda de 30 p.p., seguida da União Europeia (-6,5 p.p.) e Aladi (-5,8 p.p.).

Para finalizar a análise do comércio exterior dos bens de setores criativos no Brasil, vale observar a evolução do índice de vantagens relativas reveladas (IVCR) da indústria criativa por segmento. Em todos os segmentos, o ICVR é inferior a 1 ao longo de todo o período – ou seja, o país não se encontra relativamente especializado na exportação desses produtos, revelando, assim, por esse indicador, uma desvantagem comparativa (ver Gráfico 8). Chama a atenção, ainda, a piora desse índice no período de 2003 a 2012, principalmente nos segmentos de *design* (0,5 a 0,17) e artesanato (0,38 a 0,15). O único segmento em que se observa uma melhora deste indicador é o audiovisual (0,06 a 0,11).

Gráfico 8. Índice de vantagens relativas reveladas da indústria criativa, por segmento – Brasil, 2003-2012

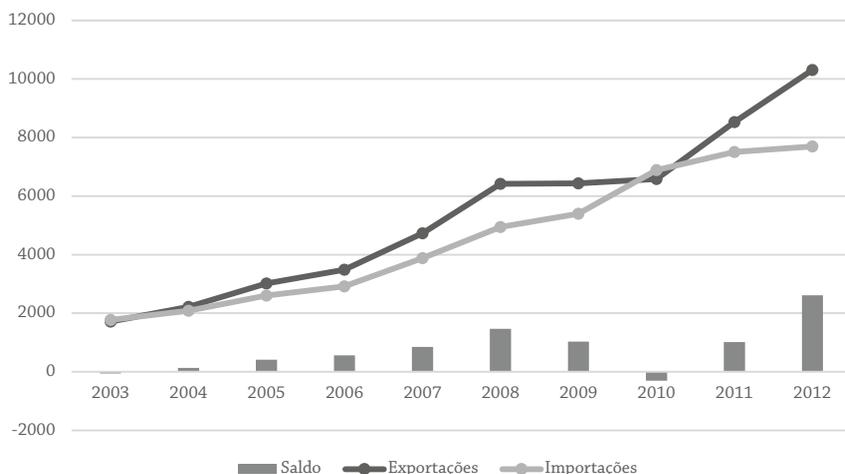


Fonte: Elaboração própria a partir de Comtrade (2016).

Ao contrário do que se verifica no comércio de bens, o saldo da balança de serviços dos setores criativos é positivo no período em análise – com exceção dos anos de 2003 e 2010, em que se observaram discretos déficits. Esse resultado decorre do maior ritmo de crescimento das exportações desses serviços relativamente ao registrado pelas importações de 2003 a 2008. De 2008 a 2010, as exportações mantiveram-se estáveis, mas num patamar superior ao das importações (salvo em 2010). Finalmente, nos últimos dois anos disponíveis para essa série, 2011 e 2012, o ritmo de aumento das exportações voltou a superar o das importações (ver Gráfico 9).

No total do período, as exportações de serviços dos setores criativos cresceram 500%. Por terem partido de uma base muito fraca, os segmentos de pesquisa e desenvolvimento (P&D) e propaganda, pesquisa de mercado e opinião são os que apresentaram taxas de crescimento mais elevadas (1427% e 591%, respectivamente). No entanto, o aumento das exportações do segmento arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos, de 493%, foi o que mais contribuiu positivamente, em valor, para o desempenho das exportações dos serviços dos setores criativos devido à sua maior participação no total.

Gráfico 9. Exportações, Importações e saldo de serviços criativos – Brasil, 2003-2012 (US\$ Milhões)



Fonte: Elaboração própria a partir de Comtrade (2016).

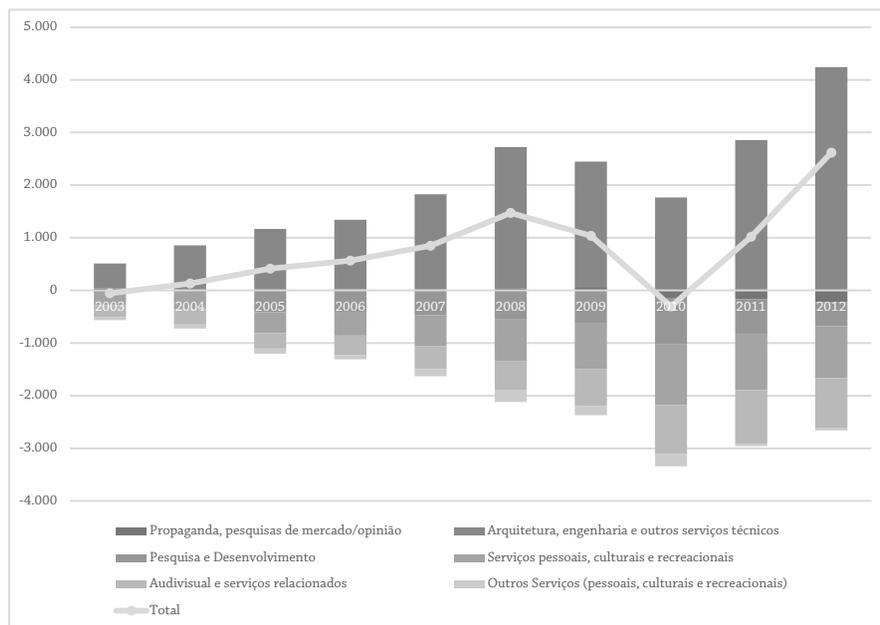
Assim, chega-se a 2012 com uma participação do segmento arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos de 87% no total das exportações de serviços dos setores criativos, seguidos do segmento propaganda, pesquisa de mercado e opinião (6,8%) e P&D (5,6%). Essa distribuição espelha a que se verifica em âmbito mundial, em que também se observa o predomínio do segmento de arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos, seguida de P&D e de propaganda, pesquisa de mercado e opinião. No entanto, no caso das exportações mundiais desses serviços, a pauta é muito mais equilibrada do que a verificada no Brasil, ou seja, é menos concentrada em uma única categoria.

As importações de serviços dos setores criativos também cresceram significativamente no período em análise, em torno de 334%. Por partir de uma base baixa em 2003, a categoria propaganda, engenharia e outros serviços técnicos foi a que apresentou maior ritmo de expansão no período (1.377%), seguida de arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos (354%). Em termos de valor, o último segmento, cujas importações passam de US\$ 472 milhões para US\$ 4,2 bilhões, em um movimento ininterrupto, também é o que mais pesa no total das importações desses serviços.

O segundo segmento com maior valor de importações é serviços pessoais, culturais e recreativos (embora com queda em 2011 e 2012), seguido de propaganda, engenharia e outros serviços técnicos e de audiovisual e serviços relacionados. Como consequência dessa evolução, em 2012 verifica-se o predomínio de arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos (61% do total de importações

de serviços criativos), enquanto os três outros segmentos seguintes respondem, cada um, por 13% do total. O saldo comercial dos serviços dos setores criativos, como já mencionado, é positivo na maior parte do período (Gráfico 10).

Gráfico 10. Saldo comercial de serviços criativos – Brasil, 2003-2012 (US\$ Milhões)



Fonte: Elaboração própria a partir de Comtrade (2016).

Quando são discriminados os saldos por segmento, fica claro que esse resultado é inteiramente explicado pelo segmento de arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos, cujo saldo é suficiente não só para compensar, mas para sobrepujar o déficit de todos os demais segmentos em quase todo o período. Em 2012, os maiores déficits foram dos segmentos de serviços pessoais, culturais e recreacionais (-US\$ 991 milhões), audiovisual e serviços relacionados (-US\$ 952 milhões), e P&D (-US\$ 457 milhões).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente capítulo buscou estimar os impactos econômicos dos setores culturais e criativos, com ênfase para o caso do Brasil e na dimensão atinente ao comércio internacional. Partiu-se da discussão sobre metodologias de mensuração do impacto econômico desses setores. Constatou-se haver importante heterogeneidade no tratamento metodológico dos SCC, o que limita a construção de métricas comparáveis em termos internacionais. Vale dizer que emerge da análise das metodologias mais utilizadas (seção 2) um importante *trade-off* entre a atenção às especificidades de um país – características de sua economia, particularmente dos setores culturais e/ou criativos; importância relativa atribuída pelos formuladores e executores das políticas públicas para aqueles setores – e a capacidade de padronização e, portanto, de comparabilidade internacional dos dados produzidos. Quanto mais específica é a metodologia empregada, menos compatível com comparações internacionais ela se presta.

Observou-se, também, a existência de tensão entre abrangência e foco. Quanto mais restrito o foco conceitual que define aqueles setores, menor o escopo econômico a ser analisado. Quase por definição isto diminui relativamente a importância do fenômeno em tela, quando se busca verificar o peso dos setores culturais e/ou criativos na geração de renda, emprego, exportações, etc. Por outro lado, quanto mais abrangente o conceito utilizado, maior o impacto relativo dos setores incluídos no conjunto da atividade econômica; porém, isto reduz a precisão com que, de fato, se está mensurando a importância da cultura e da criatividade, o que limita a possibilidade de se construir políticas públicas voltadas ao seu fortalecimento.

Com tal ponto de partida, as metodologias foram apresentadas, a partir dos seus marcos conceituais e propósitos, e comparadas as evidências empíricas derivadas. Na seção 3, optou-se para aprofundar a análise por meio dos dados de comércio internacional, disponibilizados pela Unctad, e atualizados aqui. Mais especificamente, apresentou-se o desempenho do comércio exterior brasileiro dos setores culturais e criativos no período 2003-2014. Um determinante fundamental desse desempenho foi a dinâmica da economia internacional, que foi marcada por duas fases bem distintas. A primeira, que se estendeu de 2003 a 2007, caracterizou-se por altas taxas de crescimento, tanto da renda, quanto do comércio mundial, e foi interrompida pela eclosão da crise financeira global de 2008. A segunda, de 2009-2014, apresentou um baixo dinamismo econômico e uma forte desaceleração desse comércio, em função da grande recessão que sucedeu a essa crise.

Foram destacadas as principais tendências do comércio mundial de bens e serviços dos SCC e a posição relativa do Brasil nesse comércio. As informações foram extraídas da base de dados da Unctad (UnctadStat), que desenvolveu uma metodo-

logia própria para classificar as exportações e importações desse setor. No caso do comércio de bens, elas estão disponíveis para o período 2003-2012 e do comércio de serviços para 2003-2011. No âmbito do comércio de bens, foi possível estender a análise até 2014 a partir da aplicação da metodologia da Unctad aos dados da Comtrade, uma base mundial de comércio de bens, que não inclui o comércio de serviços. Com isso, também foi possível obter os dados por regiões de origem e destino das exportações e importações e checar as informações da UnctadStat para o período 2003-2012. As duas séries não são idênticas, mas apresentam diferenças não significativas, ou seja, são consistentes. Essa nova base de dados calculada a partir das estatísticas da Comtrade permitiu a realização de uma análise mais detalhada e atualizada sobre o comércio exterior de bens dos setores criativos.

Nossos resultados permitem avançar, ainda que de forma sintética, na reflexão sobre a formulação de políticas setoriais de estímulo aos setores criativos. Essas políticas podem e devem ser abrangentes, envolvendo iniciativas de diferentes órgãos do governo, dentre os quais os Ministérios da Cultura e da Indústria, Desenvolvimento e Comércio Exterior, a Apex, a Finep, e o BNDES.

No segmento de bens, o desenho de uma política de comércio exterior que busque a redução do seu déficit deve centrar seus esforços no segmento de *design*, tanto por seu peso no total como por seu desempenho recente (queda das exportações e crescimento acentuado de importações). O segmento de artesanato parece ser promissor em termos de potencial exportador, embora o aumento recente de suas exportações tenha sido acompanhado por um movimento *pari passu* das importações. Também devem ser foco de atenção os segmentos de artes visuais (cujo maior dinamismo no período pós-crise resultou no aumento da sua participação no total) e de novas mídias – que, embora ainda tenha uma pequena participação nas exportações brasileiras dos setores criativos e tenha ampliado seu déficit no período analisado, foi o mais dinâmico em âmbito mundial no período analisado.

No que se refere ao destino das exportações, a atual diversificação é positiva, mas o Brasil deveria centrar esforços na intensificação do comércio Sul-Sul, como sugere a Unctad (2010). Já no caso das importações, há uma marcante e crescente predominância de produtos chineses, o que sugere a importância de estudos mais detalhados sobre a composição dessas importações, que podem auxiliar na formulação de iniciativas de defesa comercial.

Já no segmento de serviços dos setores criativos, as iniciativas devem se voltar não somente para a categoria de arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos (que respondiam por 87% do total em 2012 e eram a única categoria responsável pelo superávit do comércio desses serviços), mas também para propaganda, pesquisa de mercado/opinião e P&D, que apesar de ainda pouco expressivos na pauta exportadora brasileira (6,8% e 5,6%, respectivamente), exibiram elevado dinamismo em âmbito mundial no período estudado.

A eficácia dessas políticas, contudo, depende tanto do patamar dos preços macroeconômicos (sobretudo da taxa de câmbio, mas também da taxa de juros e de salários) como da evolução da demanda externa, que é reflexo do desempenho dos mercados de destino das exportações brasileiras.

## REFERÊNCIAS

AMERICANS FOR THE ARTS. 2013 **Annual Report**. Washington, DC: 2013. Disponível em: <<http://annualreport.artsusa.org/>>. Acesso em: 1 jul. 2015.

\_\_\_\_\_. **Creative Industries: Business & Employment in the Arts**. Washington, DC, 2015. Disponível em: <[http://www.americansforthearts.org/sites/default/files/pdf/2015/by\\_program/reports\\_and\\_data/research\\_studies\\_and\\_publications/creative\\_industries/2015\\_United\\_States.pdf/](http://www.americansforthearts.org/sites/default/files/pdf/2015/by_program/reports_and_data/research_studies_and_publications/creative_industries/2015_United_States.pdf/)>. Acesso em: 1 jul. 2015.

BAKHSI, H.; FREEMAN, A.; HIGGS, P. **'A Dynamic Mapping of the UK's [S.I.]: 2013..** Disponível em: <[https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/a\\_dynamic\\_mapping\\_of\\_the\\_creative\\_industries.pdf](https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/a_dynamic_mapping_of_the_creative_industries.pdf)>. Acesso em 3 abr. 2015.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Indicadores econômicos consolidados**. Página web. 2016. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/pec/Indeco/Port/indeco.asp>>. Acesso em 10 abr. 2016.

BALTAR, C. T.; PRATES, D. M. O Desempenho das Exportações Brasileiras e Chinesas após a Crise de 2008-2009. **Boletim NEIT**, v. 41, p. 5, 2014.

BUITRAGO RESTREPO, F.; DUQUE MÁRQUEZ, I. **La Economía Naranja: Una oportunidad infinita**. Washington, DC: Banco Interamericano de Desarrollo, 2013.

CAB – CONVÊNIO ANDRÉS BELLO. **Cuenta Satélite de Cultura**. Disponível em: <[http://convenioandresbello.org/cuenta\\_satelite/](http://convenioandresbello.org/cuenta_satelite/)>. Acesso em 15 fev. 2016.

COMTRADE – United Nations Commodity Trade Statistics Database. **Banco de dados**. 2016. Disponível em: <<http://comtrade.un.org/>>. Acesso em 10 abr. 2016.

CUNHA, A. M.; LÉLIS, M. C.; BICHARA, J. O Brasil no Espelho da China: Tendências para o Período Pós-Crise Financeira Global. **Revista de Economia Contemporânea**. Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 208-236, 2012.

DCMS (1998). **Creative Industries Mapping Documents 1998**. London: Department of Culture, Media & Sports, 1998. Disponível em: <<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>>. Acesso em: 5 mai. 2015.

\_\_\_\_\_. (2001). **Creative Industries Mapping Documents 2001**. London: Department of Culture, Media & Sports, 2001. Disponível em: <<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>>. Acesso em: 5 mai. 2015.

\_\_\_\_\_. (2016). **Creative Industries Economic Estimates**: January. London: Department of Culture, Media & Sports, 2016. <[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/494927/Creative\\_Industries\\_Economic\\_Estimates\\_-\\_January\\_2016.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/494927/Creative_Industries_Economic_Estimates_-_January_2016.pdf)>. Acesso em: 11 fev. 2016.

ESSnet-CULTURE. **European Statistical System Network on Culture**: Final Report. Luxemburg: EUROSTAT; ESSnet-CULTURE, 2012.

FLEW, T. **The Creative Industries**: culture and policy. SAGE Publications, 2012.

MARÇAL, E; NOVAIS, L. F. O Desempenho do Comércio Exterior Brasileiro por Intensidade Tecnológica entre 2000 e 2008. In: BIASOTO JR., G.; NOVAIS, L. F.; FREITAS, M. C. P. (Orgs.) **Panorama das Economias Internacional e Brasileira**: Dinâmica e Impactos da Crise Global. São Paulo: Fundap, 2009. p. 256-258.

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

\_\_\_\_\_. Modeling the cultural industries. **International Journal of Cultural Policy**, v. 14, n. 3, p. 217-232, 2008.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). **Trade and Development Report**. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2008. Disponível em: <<http://unctad.org/en/pages/PublicationArchive.aspx?publicationid=2155>>. Acesso em 5 abr. 2015.

UNCTAD. **Creative Economic Report 2010**. Creative Economy: A Feasible Development Option. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2010.

\_\_\_\_\_. **Trade and Development Report**. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2013. Disponível em: <http://www.unctad.org>. Acesso em: 3 abr. 2015.

\_\_\_\_\_. **UNCTADSTAT: data center**. 2016. Disponível em: <<http://unctadstat.unctad.org/EN/>>. Acesso em 10 abr. 2016.

UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO) **Understanding Creative Industries Cultural**: statistics for public-policy making. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2006.

\_\_\_\_\_. **Creative Economy Report 2013**. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2013.

\_\_\_\_\_. **Cultural times - The first global map of cultural and creative industries**, December. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2015.

UNITED NATIONS INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION (UNIDO). **Competitive Industrial Performance Report 2012/2013**. Vienna: United Nations Industrial Development Organization, 2013.

\_\_\_\_\_. **Industrial Development Report 2016. The Role of Technology and Innovation in Inclusive and Sustainable Industrial Development**. Vienna: United Nations Industrial Development Organization, 2015.

WORLD TRADE ORGANIZATION (WTO). **World Trade Report 2008**. Geneva: WTO, 2008.

\_\_\_\_\_. **World Trade Report 2013**: Factors shaping the future of world trade. Geneva: WTO, 2013.

\_\_\_\_\_. **World Trade Report 2014**: Trade and development: recent trends and the role of the WTO. Geneva: WTO, 2014.