

## A distribuição espacial das indústrias criativas na Região Metropolitana de Porto Alegre no período 2006-2017<sup>1</sup>

### *The spatial distribution of creative industries in the Metropolitan Area of Porto Alegre in the period 2006-2017*

Dr<sup>a</sup>. Judite Sanson de Bem  
UNILASALLE  
Dr. Moisés Waismann  
UNILASALLE  
Dr<sup>a</sup>. Margarete Panerai Araújo  
UNILASALLE  
Cíntia San’Ana dos Santos  
UNILASALLE

**Resumo:** As indústrias criativas tendem se concentrar, principalmente, em torno de cidades de médio e grande porte, formando *clusters* ou aglomerações de produção. No entanto, esta distribuição não é equânime, ao longo do espaço, configurando áreas com diferentes densidades de atividades e características diversas, mais ou menos intensivas em capital, tanto do setor secundário ou terciário. O objetivo deste projeto ( em andamento) é mapear a distribuição espacial das indústrias criativas ao longo da Região Metropolitana (RM) de Porto Alegre, RS, no período de 2006 a 2017, analisando as possíveis forças que estão por trás destes agrupamentos de modo a fornecer uma primeira explicação empírica dos seus determinantes no que diz respeito às variáveis: emprego, número de estabelecimentos e renda. Metodologicamente as variáveis serão analisadas utilizando-se o Quociente Locacional(QI) de forma a estabelecer a dispersão das atividades criativas ao longo dos 34 municípios componentes da referida RM. Acredita-se que a diversidade destes agrupamentos, tanto de vínculos quanto de empresas criativas está relacionada à modificação de matriz produtiva da região e do deslocamento das empresas para regiões mais afastadas da capital, mas que guardam potencialidades para o exercício das atividades produtivas em discussão.

**Palavras-chave:** Espacialização, Indústrias criativas, Região Metropolitana de Porto Alegre, Brasil.

**Abstract:** The creative industries tend to concentrate, mainly, around medium and large cities, forming clusters or agglomerations of production. However, this distribution is not equitable, along the space, configuring areas with different densities of activities and diverse characteristics, more or less capital intensive, of the secondary or tertiary sector. The objective of this project is to map the spatial distribution of the creative industries along the Metropolitan Region (RM) of Porto Alegre, RS, from 2006 to 2017, analyzing the possible forces behind these groupings in order to provide a first explanation empirical analysis of its determinants with respect to the variables: employment, number of establishments and income. Methodologically the variables will be analyzed using the Locational Quotient (QI) in order to establish the dispersion of the creative activities along the 34 municipalities components of said MR. It is believed that the diversity of these groupings, both of links and of creative companies is related to the modification of the productive matrix of the region and the displacement of the companies to regions further away from the capital, but that hold potential for the productive activities under discussion.

**Keywords:** Spatial, Creative industries, Porto Alegre Metropolitan Region, Brazil.

---

<sup>1</sup> Financiamento – Universidade LaSalle – UNILASALLE. Agradecemos a Acadêmica Cíntia San’Ana dos Santos, bolsista de Iniciação Científica, pela colaboração na realização deste trabalho.

## Introdução

As chamadas indústrias criativas “[...] associadas às mudanças econômicas e sociais deslocaram o foco das atividades industriais para as atividades intensivas em conhecimento no setor de serviços” (BENDASSOLLI et al, 2009, p.11). Estas constatações e todas as decorrências, sobretudo a partir dos anos de 1980, têm origem na contradição e na percepção do que se designou “antigas tradições do trabalho industrial” e uma gama de atividades produtivas modernas, sobretudo na área de serviços, que começaram a ter maior abrangência a partir dos anos de 1970.

Na Europa, assim como no resto do mundo, após a crise do petróleo dos anos de 1970, houve uma desesperança com o aumento do desemprego. Neste momento há o surgimento de novos pensadores (econômicos e sociais) assim como gestores públicos, preocupados com as ações que pudessem reverter em empregos e comércio na economia, produção e demanda cultural. Percebendo estas possibilidades o poder público no Reino Unido investiu, pesadamente, e criou uma força tarefa, conhecida como Departamento de Cultura, Mídia e Esportes (DCMS) que mapeou o país e, nos anos de 1998 e em 2001, divulgou uma lista de atividades que poderiam dinamizar o país. Tais atividades foram nominadas nas mais diferentes áreas das “ indústrias criativas”

Na metade dos 2000, no Reino Unido, foi publicado um trabalho que traduzia a ampla dispersão destas atividades que uniam a produção, especialização e espacialização produtiva/cluster das indústrias criativas. Assim, lugares como London e Brighton tinham maior propriedade com fotografia, filme e vídeos, enquanto Bristol era especializada em Arquitetura, Vídeo, filme, fotografia, software, etc.

No Brasil, os estudos sobre indústria criativa iniciam com a publicação do estudo intitulado: Economia Criativa na Cidade de São Paulo: Diagnóstico e Potencialidade (FUNDAP, 2011) e os trabalhos e o banco de dados da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) de 2008 em diante. Posteriormente, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social ( BNDES), em 2009, publica um texto, no BNDES Setorial, em que coloca a cultura como estratégica ao desenvolvimento, “[...]demonstrando a sua relevância econômica e seu potencial de crescimento.” ( GORGULHO *et. al.* 2009, p. 299).

Os estudos da FIRJAN (2012) representaram um dos marcos sistemático de pesquisa da indústria criativa e retomaram os conceitos do DCMS do Reino Unido (1990), cujo primeiro

mapeamento objetivava demonstrar o potencial de geração de empregos e riquezas existente. Assim, este resgatou as bases metodológicas do DCMS (1998), de Florida (2002), bem como da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2008).

No Rio Grande do Sul, um estudo sobre a temática ocorreu em 2013, intitulado: Indústria criativa no Rio Grande do Sul: síntese teórica e evidências empíricas, publicado pela Fundação de Economia e Estatística (VALLIATI; WINK JR., 2013). Concomitantemente (2011/2012), no Corede Vale do Rio dos Sinos (CONSINOS) estava sendo desenvolvido um estudo, por Bem; Giacomini, visualizando as potencialidades da indústria criativa nesta região e as possibilidades de desenvolvimento dos segmentos envolvidos.

No entanto, mesmo com o crescimento no número de trabalhos sobre economia da cultura e economia criativa, no Brasil, as diferentes publicações e estudos não traziam/trazem o enfoque do que foi feito no Reino Unido, em trabalho de 2009, realizado pelo National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA), mapeando e dispondo todos os aglomerados produtivos criativos do país e as diferentes possibilidades de ações que poderiam a vir ocorrer, em termos de políticas públicas.

Nesse sentido, o trabalho ora proposto visa preencher esta lacuna, à medida que se debruçará sobre a configuração da distribuição espacial dos diferentes segmentos da Indústria Criativa, na Região Metropolitana de Porto Alegre (RMPA) entre os anos de 2006 a 2017 e os possíveis fatores que estão relacionados a esta disposição, ou seja, as tradicionais forças econômicas ou forças específicas destas indústrias.

Além disso, é importante identificar estes aglomerados e “[...]as forças criativas gerais e específicas relevantes para a localização de empresas criativas no mercado de trabalho local [...]”. Estas identificações podem auxiliar nas políticas públicas quanto ao “[...] incentivo ao crescimento industrial criativo em lugares específicos. Assim, uma compreensão clara de quais fatores impulsionam as decisões de localização de indústrias criativas individuais é muito relevante para a formulação de políticas [...]”. (SERRA, 2016, p. 25)

### **Qualificação do problema e objetivos do trabalho**

A cultura é uma parte da esfera da vida social das sociedades, permeando desde o vestuário aos meios de comunicação ao “[...] o desenho dos espaços urbanos, escritórios, meios de transporte e comunicação [...], o comércio eletrônico, entre outros” (FLEW, 2002, p. 2). A

criatividade não se limita as artes clássicas ou “nobres” ou às indústrias de mídia, mas cada vez mais em setores como o design, internet, novas mídias e, assim, resultando em vantagens competitivas das nações nos mercados globais. As indústrias criativas resultam, crescentemente, da P&D, permitindo “[...] uma maior flexibilidade na produção, tais como a produção de pequenos lotes, em vez de longos ciclos de produção”. Está também ligada a uma reflexividade crescente do consumo (FLEW, 2002, p. 3).

A discussão sobre as diferentes maneiras como as indústrias criativas têm sido definidas e a sua realocação no território não é recente na Europa. Ela data dos anos de 1980, primeiramente na Inglaterra e depois passando para a Itália, Espanha e outros. Seus reflexos como o desenvolvimento econômico, podem estar, entre outros, relacionadas a tendências:

Primeiro, está conectado ao desenvolvimento das indústrias culturais como um objeto de políticas públicas, bem como uma reconsideração crítica dos melhores meios pelos quais o desenvolvimento cultural pode ser apoiado através da política cultural. Em segundo lugar, a ascensão da economia baseada no conhecimento e debates sobre a relação entre informação, conhecimento e criatividade, forneceram um estímulo para o desenvolvimento de indústrias criativas. Em terceiro lugar, a mudança da indústria para os serviços, como o setor de emprego dominante, tem levantado questões importantes sobre a natureza do emprego no setor de serviços e do modelo da indústria de serviços. Finalmente, há uma discussão sobre o significado do desenvolvimento das indústrias criativas para o conceito cluster de desenvolvimento e políticas para promover o desenvolvimento das cidades e regiões criativas [...] (FLEW, 2002, p. 1-2).

No entanto, no Brasil, poucos trabalhos se debruçaram sobre os dados de emprego, renda, número de estabelecimentos, mas menos ainda objetivaram a discussão da *clusterização* ou localização espacial.

Assim o problema desta pesquisa se constitui: como se configura a distribuição e a concentração espacial das indústrias criativas, na Região Metropolitana (RM) de Porto Alegre, entre os anos de 2006 a 2017 e que fatores responderiam a estas concentrações ao longo do território?

Nesse sentido a justificativa da escolha do tema se deve ao fato que as indústrias criativas, têm um papel relevante na promoção de um ambiente inovador, estão associadas à nova economia, e, de acordo com Scott (1997), se o território é importante para o desenvolvimento das indústrias e atividades culturais, não será de estranhar que a sua grande maioria se desenvolva em meio urbano, enquanto outras sejam estritamente metropolitanas. É neste contexto que desejamos verificar se ocorre a mesma disposição na RMPA.

Segundo Tolila (2007, p. 33) estas indústrias,

Habilitam cidades a manter seus papéis como incubadoras de criatividade e inovação. Com o valor agregado que elas produzem e as capacidades em desing, branding, propaganda e marketing, setores culturais também elevam o potencial de contribuição para a habilidade das indústrias manufatureiras tradicionais na competição internacional. As indústrias culturais também nutrem criatividade e empreendimentos individuais na cidade e encorajam, em particular, o desenvolvimento e o crescimento de pequenos e médios negócios locais, dado que esses negócios têm baixos custos de implantação e estruturas flexíveis. Assim, essas indústrias exercem um importante papel ao batalhar contra o desemprego nas cidades e contribuir para o desenvolvimento da economia local.

Algumas análises em localização ou espacialização de indústrias criativas usam métodos tais como percentagens ou quocientes locacionais como unidades de análise. Independente do modelo adotado é importante testar que forças podem influenciar as decisões de localização da firma. Mais ainda, as decisões de localização também consideram a idéia de que os governos estão interessados em encorajar o crescimento industrial criativo em lugares específicos. Assim, uma compreensão desta disposição no território será muito relevante para a elaboração de políticas públicas (SERRA, 2016).

Porter enfoca a localização em função das vantagens competitivas existentes nas regiões.

As condições que sublinham a vantagem competitiva estão, na verdade, localizadas dentro de um país, embora em diferentes pontos para diferentes indústrias. As razões pelas quais uma determinada cidade ou região tem êxito numa determinada indústria são abrangidas pelas mesmas considerações existentes no diamante; por exemplo, a localização dos compradores mais sofisticados, a posse de mecanismos excepcionais de criação de fatores e uma base de abastecimento local bem desenvolvida. Desse modo é a combinação das condições nacionais com as condições intensamente locais que estimula a vantagem competitiva (PORTER, 1995, p. 152).

Em passagem de um texto clássico da Harvard Business Review (HBR) o autor salienta:

Os clusters surgem em um determinado local por razões históricas ou geográficas específicas que podem deixará de ter importância ao longo do tempo quando o próprio cluster torna-se poderoso e competitivo, auto-sustentável. Em clusters de sucesso, como Hollywood, Vale do Silício, Wall Street e Detroit, vários concorrentes, freqüentemente empurram, uns aos outros para melhorar produtos e processos. A presença de um grupo de empresas concorrentes contribui para a formação de novos fornecedores, o crescimento das empresas em áreas afins, a formação de programas de formação especializada, e o surgimento de centros tecnológicos de excelência em faculdades e universidades. Os aglomerados também oferecem aos recém-chegados acessos à experiência, conexões e infraestrutura que eles, por sua vez, podem aprender e explorar a sua própria vantagem econômica. ( PORTER, 1995, p. 57)

Em outra passagem o autor finaliza:

Se os locais (e os eventos da história) dão origem aos clusters, estes aglomerados impulsionam o desenvolvimento econômico. Eles criam novas capacidades, novas

empresas e novas indústrias. [...] Para trazer a teoria e comprová-la para o centro da cidade, é preciso primeiro identificar vantagens competitivas dos centros das cidades e das maneiras como as empresas internamente podem forjar as conexões com as economias urbanas e regionais circundantes (PORTER, 1995, p. 57).

Para Lazzeretti; Boix; Capone (2009, p.2) a importância dos estudos nesta área derivam:

Embora este tema seja realmente relevante [...] a investigação sobre os determinantes do agrupamento de indústrias criativas são poucos [...] e, em particular, as razões de sua concentração não são suficientemente investigados.

Já em estudos realizados por Serra (2016, p. 25), o autor salienta a existência de diferentes razões, em maior ou menor grau para a concentração de atividades (*clusterização*). Assim, há determinantes gerais, como economias externas (localização e urbanização). No entanto há autores que explicam a localização das empresas dependendo das características da firma. Abordagens tradicionais têm sido vistas como explicações parciais.

Uma análise teórica mostra a existência de outros determinantes que poderiam ajudar a explicar a tendência das indústrias criativas de se concentrarem no espaço. Nessa linha, a variedade de atividades e pessoas relacionadas, o patrimônio urbano e a classe criativa têm sido observados como fatores de atração das indústrias criativas (Florida, 2005; Sivitanidou, 1999; Van Oort et al., 2003; Lazzeretti et al., 2008; Lorenzen e Frederiksen, 2008). (SERRA, 2016, p.25)

Assim, seja em função da falta de estudos no Brasil e, sobretudo, na RMPA ou as diversidades que conduzem às hierarquizações de ofertas de espaços e produção culturais, a utilização do modelo de localização, via quociente locacional (Ql), também justifica a relevância deste Projeto, pois visa encontrar a concentração da espacialização produtiva e os possíveis motivos que levam as empresas a estarem nestes espaços.

### **Objetivo geral**

Analisar, mediante o uso do Quociente de localização (Ql), a espacialização dos diferentes segmentos da indústria criativa, identificando as possíveis causas desta localização na Região Metropolitana de Porto Alegre, no período de 2006 a 2017.

### **Metodologia a ser empregada**

Apresentam-se na seqüência os procedimentos metodológicos que nortearão este estudo.

**Quanto aos objetivos:** será exploratória em sua fase inicial e descritiva, posteriormente.

A pesquisa exploratória tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Conforme Gil (2010, p.43),

[...] pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis.

A pesquisa descritiva também será operacionalizada para viabilizar a realização dos objetivos do estudo. “A pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los” (CERVO; BERVIAN, 2002, p.66).

**Quanto aos procedimentos:** a pesquisa é de natureza bibliográfica e documental. Richardson (1999, p. 80) menciona que

[...] os estudos que empregam uma metodologia quantitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais.

Ressalta também que podem contribuir no processo de mudança de determinado grupo e possibilitar, em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos.

**Definição do universo:** A pesquisa será realizada na Região Metropolitana de Porto Alegre no período que se entende de 2006 a 2017.

**Análise dos dados:** Serão utilizados dados do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) e IBGE, objetivando a distribuição espacial das empresas dos diferentes setores criativos na RM de Porto Alegre. O conceito de indústrias criativas a ser adotado será o da UNCTAD, FIRJAN e do DCMS. Mediante o uso do QL serão obtidos indicadores de aglomeração no sentido de identificar a presença de um cluster criativo em uma dada região e entre as regiões, no período que se entende de 2006 a 2017. Assim:

- O número absoluto de empresas naquela localização e o quociente de localização medem o nível de especialização do sector em que se localizam em comparação com a média nacional. Este é um estudo que se caracteriza, no seu início, por ser exploratório visto que tem a intenção de proporcionar aos pesquisadores envolvidos uma maior familiaridade com o objeto pesquisado. Quanto ao Quociente de Localização (QL) este se caracteriza por ser um indicador padrão

utilizado para indicar aglomerações industriais em determinadas áreas escolhidas. Sua equação (1) é definida matematicamente como:

- $QL = (F_{cssoa}/F_{soa})/(F_{csgb}/F_{gb}) > 1$
- Para uma dada unidade geográfica nacional, no caso uma Região Metropolitana “[...] se o QL é maior do que 1 isto significa que a aglomeração é maior que a média nacional, o que indica especialização relativa naquele sector para aquela unidade de análise geográfica” (PROPRIS et al., 2009, p. 16).
- Posteriormente, partir-se-á para a análise das possíveis relações entre as variáveis escolhidas e a Região pesquisada. Para dar conta desta tarefa utiliza-se da ferramenta da estatística aplicada.
- Finalizando o trabalho, utilizar-se-á da revisão de literatura, na área da localização espacial/regional, para poder enumerar e interpretar os diferentes fatores/condições que estão presentes nesta Região e capacita a referida localização/concentração das atividades criativas.

No sentido de verificar as relações entre a localização espacial e a elaboração de um diagnóstico da Região Metropolitana de Porto Alegre, construíram-se cinco categorias de variáveis:

- A primeira a Demográfica, abrangendo a variável número de habitantes;
- A categoria Socioeconômica da conta das variáveis sobre o Perfil econômico (PIB) e PIB *per capita* (PIBpc);
- Número de empresas totais e dos diferentes segmentos criativos estudados;
- Número de empregados totais e diferentes segmentos criativos estudados;
- Remuneração Total e dos segmentos produtivos criativos.

No quadro 1 são apresentadas as variáveis selecionadas com as suas respectivas fontes de dados.

**Quadro 1 – Variáveis selecionadas e as fontes dos dados.**

Variáveis selecionadas	Fonte dos dados
Classificação dos segmentos da indústria criativa	UNCTAD e Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro ( FIRJAN)
Quantidade de vínculos por segmento produtivo	Ministério do Trabalho e Previdência Social (MTPS)
Quantidade total de vínculos	Ministério do Trabalho e Previdência Social (MTPS)
Quantidade de empresas por segmento produtivo	Ministério do Trabalho e Previdência Social (MTPS)
Quantidade total de empresas.	Ministério do Trabalho e Previdência Social (MTPS)
Remuneração média por segmento produtivo	Ministério do Trabalho e Previdência Social (MTPS)

Remuneração média total	Ministério do Trabalho e Previdência Social (MTPS)
Número de habitantes	Disponível na Pesquisa de Informações Básicas Municipais no sítio do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)
Perfil econômico	Apurada a partir da quantidade de organizações existentes distribuídas em nível da categoria Seção na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) disponível na Relação Anual de Informações Sociais (RAIS).
PIB <i>per capita</i>	Calculada com as informações da Pesquisa de Informações Básicas Municipais no sítio do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

Fonte: Elaborado pelo autor.

A interpretação de dados é o cerne da pesquisa embora sua importância, seja vista sob diferentes, aspectos nas diversas abordagens (FLICK, 2009).

O recorte do período 2006-2017 explica-se pelas características dos dados disponíveis no Ministério do Trabalho e Emprego - base de dados da RAIS e pela atualização de CNAES no ano de 2006 (limite inferior do período em estudo).

## Revisão de Literatura

As atividades criativas, assim como as demais atividades produtivas, estão dispersas nos diferentes espaços físicos, podendo estar relacionadas às características como dotação de recursos naturais, infraestrutura, capital humano, tecnologia, entre outros.

As razões para uma concentração geográfica de empresas podem ser várias: em primeiro lugar, as necessidades dos fabricantes de estar perto dos recursos dos quais dependem. A localização está, particularmente, relacionada às condições físicas (tais como clima, solo, minas, pedreiras, o acesso à terra ou água) e caracteriza a origem de muitos distritos ingleses como Staffordshire, Bedfordshire e Buckinghamshire. Em segundo lugar, "o patrocínio de um tribunal" que produz uma "demanda por bens especialmente de alta qualidade" [...]. Em terceiro lugar, a presença de uma cidade: 'quase todos os distritos industriais tem sido focado em uma ou mais grandes cidades [...]. [Mas] depois de algum tempo fábricas, requerem mais espaço do que foi facilmente obtida e cujos valores de terra tornam-se altos, tendem à periferia da cidade; e novas fábricas crescem cada vez mais em torno de distritos rurais e pequenas cidades' (MARSHALL, 1920, p. 285).

Desta forma, a proximidade geográfica transforma-se em uma fonte de externalidades que beneficia não apenas as empresas, individualmente, mas o setor. Essas externalidades, também conhecidas como "economias de aglomeração" são uma "[...] consequência de complementaridades entre empresas situadas no mesmo lugar (por exemplo, quando recorrem aos mesmos pólos especializados do trabalho, ou quando se utilizam dos transbordamentos de conhecimento entre eles)". (PROPRIS et al., 2009, p. 2).

Para Belussi; Caldari(2009, p.338)

Cada empresa, especializada em sua própria atividade e coordenadas com as outras empresas, é como um "organismo" cujas partes vitais (empregador e empregados) interagem continuamente uns com os outros.

A existência de um aglomerado ou *cluster* leva a "economias de urbanização", minimizando as desigualdades e os efeitos negativos entre regiões ou mesmo nas atividades ali instaladas. Elas podem ser positivas ao abrigar em seu território um cluster industrial ou de serviços. As mesmas autoras Fiorenza Belussi e Katia Caldari (2009, p. 354) teorizam que nem todos os trabalhos na área convergem: O distrito industrial "original" marshalliano “é caracterizado, principalmente, por alguns ‘*time-dependent*’ sociais e forças endógenas de crescimento econômico, onde uma atmosfera particular é reconhecida como a principal força produtiva”. Posteriormente, em trabalho de Sargent Florença nota-se que alguns aspectos importantes estão faltando (sem ênfase dada a 'atmosfera'; confusão entre localização e distrito e assim por diante). No entanto, a noção popular de cluster, segundo Porter (1990) baseia-se numa ampla e geográfica indeterminação funcional do que está sobre o controle da pesquisa. Porter define cluster “[...] como uma aglomeração geográfica de empresas do mesmo setor que colaboram e competem uns com os outros, e tem ligações com outros intervenientes no local (como as universidades)” (PROPRIS et al., 2009, p. 9). Um fator contributivo relevante, à existência destas aglomerações, diz respeito àqueles

[...] que ocorrem quando repercussões positivas têm lugar entre as empresas que operam em diferentes setores que estão localizados no mesmo lugar. Há evidências mostrando que indústrias criativas, também tendem a se agrupar em certos lugares, e se beneficiar da "aglomeração" e das “economias de urbanização” quando o fazem. (PROPRIS et al., 2009, p. 2)

Toda discussão de dispersão e formação de aglomerações territoriais faz sentido quando se trabalha com setores criativos os quais respondem por milhares de empregos e renda, exportações e geração de novos produtos e processos. A preocupação que desperta a cultura nas relações econômicas e vice-versa são as mais diversas possíveis, mas podem ser interpretadas de modo que,

A relação das indústrias criativas para a economia do conhecimento, indústrias culturais, e as indústrias do setor de serviços, é fundamental para compreender a dinâmica da nova economia. Como " novo crescimento" a economia identifica a inovação como a principal fonte de crescimento econômico [...], e como observado os processos de inovação tecnológica e econômica necessitam ser sustentada pela inovação social, cultural e institucional. (FLEW, 2002, p.8-9)

Assim, há diferentes ramos da cultura que produzem e oferecem bens e serviços colocados no mercado. Essas atividades estão elencadas no quadro 2. As indústrias criativas não apresentam uma definição única, mas há alguns consensos.

**Quadro 2 - Semelhanças e diferenças entre conceitos das indústrias na área da cultura**

	<b>Indústrias Criativas</b>	<b>Indústrias de Copyright</b>	<b>Indústrias de conteúdo</b>	<b>Indústrias culturais</b>	<b>Indústrias de conteúdo digital</b>
<b>Definição</b>	Caracterizadas amplamente pela natureza dos insumos de trabalho: “indivíduos criativos”	Definidas pela natureza das receitas e pela produção da indústria	Definidas pelo foco na produção industrial	Definidas em função do objeto cultural	Definidas pela combinação de tecnologia e pelo foco na produção da indústria
<b>Setores Envolvidos</b>	Propaganda, Arquitetura, Design, Software interativo, Filme e TV, Música, Publicações, Artes performáticas	Arte comercial, Artes criativas, Filmes e vídeos, Música, Publicação, Mídia de gravação, Software de processamento de dados	Música pré-gravada, Música gravada, Música de varejo, Broadcasting e filmes, Software, Serviços de multimídia	Museus e galerias, Artes visuais e artesanato, Educação de artes, Broadcasting e filmes, Música, Artes performáticas, Livrarias	Arte comercial, Filme e vídeo, Fotografia, Jogos eletrônicos, Mídia de gravação, Gravação de som, Sistemas de armazenamento e recuperação de informações

Fonte: Hartley, 2005, p.30

Esta divisão mostra que as atividades culturais são diversas tanto em significado socioeconômico para as diferentes regiões, quanto no campo do imaginário, do simbólico, dos valores e crenças. Sob o enfoque da economia da cultura e dos negócios, a cultura e a exploração de suas atividades têm sido vista como uma possibilidade de melhoria e diferenciação nas regiões com dificuldades de alavancar seu desenvolvimento. Muito mais, se bem exploradas as atividades geram efeitos em cadeia na sociedade, quer dizer, a produção de uma cerâmica e sua colocação no mercado gera um encadeamento *ex-ante*, sua produção, e *ex-post*, sua venda, uso de embalagem, novas encomendas por turistas, etc.

A UNCTAD (2008) propõe uma definição que entende as indústrias como uma cadeia, sendo composta de três grandes áreas. Em primeiro lugar, tem-se o que se denominou de núcleo da indústria que inclui os segmentos de Expressões Culturais, Artes Cênicas, Artes Visuais, Música, Filme & Vídeo, TV & Rádio, Mercado Editorial, Software & Computação, Arquitetura, Design, Moda e Publicidade. Assim o núcleo é composto, essencialmente, de serviços, que têm a atividade criativa como parte principal do processo produtivo. Em seguida, encontram-se as áreas

relacionadas, envolvendo segmentos de provisão direta de bens e serviços ao núcleo e compostos em grande parte por indústrias e empresas de serviços fornecedoras de materiais e elementos fundamentais para o funcionamento do núcleo. Finalmente, observou-se que a cadeia é composta de um terceiro grupo de atividades, de provisão de bens e serviços de forma mais indireta, chamada de atividades de apoio.

A localização destas atividades, nos diferentes espaços, gera efeitos: ao mesmo tempo em que podem propiciar um aumento de renda através de empregos elas podem ser um reflexo do grau de desenvolvimento desta região, ou seja, será muito improvável a existência de um museu, ou uma biblioteca em uma região com alto grau de analfabetismo. Do mesmo modo, para que haja a redução do analfabetismo é necessário que esta população tenha acesso aos meios que lhe propiciem uma melhor condição, como por exemplo, a existência de livros. As indústrias (entendidas como o conjunto de atividades que produzem um mesmo bem) se localizam em diferentes espaços geográficos por diferentes motivos, quais sejam: localização de mercados, custos de transportes, disponibilidade de fatores de produção, entre outros, o que torna as regiões diferentes.

Caracterizadas como um conjunto de aglomerações urbanas em torno da cidade grande, com a qual desenvolvem uma série de relações, as Regiões Metropolitanas (RM) constituem um sistema socioeconômico (AZEVEDO, 1967). A Constituição de 1967 abriu, no Brasil, a oportunidade de instituição das Regiões Metropolitanas. Assim, a Constituição em seu art. 157 §10 estabeleceu (HOTZ, 2000, s.p.):

A União, mediante lei complementar, poderá estabelecer regiões metropolitanas, constituídas por municípios que, independente de sua vinculação administrativa, integrem a mesma comunidade socioeconômica, visando à realização de serviços de interesse comum.

Ou mesmo,

Na esteira dos ditames constitucionais da década de 60, foram criadas as primeiras nove regiões metropolitanas do país: São Paulo, Belém, Belo Horizonte, Curitiba, Fortaleza, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro e Salvador, bem como regulamentado seu funcionamento (Leis Federais Complementares nº 14, de 8 de junho de 1973, e nº 27, de 3 de novembro de 1975, e a Lei Complementar Estadual nº 94, de 29 de maio de 1974) (HOTZ, 2000, s.p.).

A tabela 1 apresenta uma síntese de alguns indicadores que mostram alguns aspectos da região estudada neste trabalho.

**Tabela 1 – Informações socioeconômicas da Região Metropolitana de Porto Alegre.**

Município	Ranking IDHM	IDHM <sup>1</sup>	PIB <sup>2</sup>	População <sup>3</sup>
Alvorada	1934	0.699	1.543.762.00	204.750
Araricá	2462	0.679	76.747.00	5.195
Arroio dos Ratos	1969	0.698	125.157.00	14.132
Cachoeirinha	420	0.757	4.309.481.00	124.472
Campo Bom	648	0.745	1.481.069.00	63.339
Canoas	551	0.75	15.515.129.00	338.531
Capela de Santana	2870	0.661	106.262.00	12.323
Charqueadas	599	0.747	954.558.00	37.589
Dois Irmãos	695	0.743	736.300.00	29.528
Eldorado do Sul	1398	0.717	745.178.00	36.911
Estância Velha	420	0.757	780.898.00	45.500
Esteio	467	0.754	2.424.753.00	83.700
Glorinha	1486	0.714	230.504.00	7.364
Gravataí	876	0.736	7.304.668.00	269.022
Guaíba	1021	0.73	2.522.753.00	98.688
Igrejinha	1266	0.721	867.611.00	33.711
Ivoti	100	0.784	455.144.00	21.450
Montenegro	453	0.755	1.750.889.00	62.484
Nova Hartz	2199	0.689	493.103.00	19.620
Nova Santa Rita	1362	0.718	623.946.00	24.859
Novo Hamburgo	599	0.747	5.502.785.00	247.781
Parobé	1776	0.704	709.137.00	54.599
Portão	1514	0.713	719.750.00	33.212
Porto Alegre	28	0.805	45.506.017.00	1.467.816
Rolante	2224	0.688	295.936.00	20.479
Santo Antônio da Patrulha	1398	0.717	603.185.00	41.579
São Jerônimo	2028	0.696	347.049.00	23.263
São Leopoldo	795	0.739	4.193.003.00	225.520
São Sebastião do Cai	795	0.739	433.723.00	23.128
Sapiranga	1574	0.711	1.336.475.00	78.718
Sapucaia do Sul	1133	0.726	2.166.880.00	137.104
Taquara	1107	0.727	745.256.00	56.896
Triunfo	940	0.733	5.932.342.00	27.394
Viamão	1398	0.717	2.215.029.00	250.028

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de FEEDADOS.

Nota (1) Referente ao ano de 2013. (2) Referente ao ano de 2013. (3) Referente ao ano de 2011 em mil reais.

Na tabela 1 são observadas algumas informações socioeconômicas dos 34 municípios que compõe a Região Metropolitana de Porto Alegre. Sobre o IDHM verifica-se que Porto Alegre, a capital, ocupa a 28ª posição enquanto Ivoti, com população de 1,5% a da capital, estava entre os primeiros 100 IDHM dos municípios brasileiros. Em relação ao PIB, em 2013, Canoas, Gravataí e Porto Alegre representavam mais de 50% do somatório desta Região. De uma forma geral, este espaço é uma região heterogênea do ponto de vista socioeconômico.

De acordo com Alonso (2001, p. 255), desde os anos de 1990,

É nessa parte do Estado que estão localizadas as atividades mais modernas, que mantêm vínculos mais estreitos não só com o resto do País como também com o Exterior. É correto, pois, imaginar que as atividades econômicas e a população desse pequeno recorte territorial do RS seriam as primeiras a receber o impacto mais forte das transformações gostadas e impostas pelos países centrais.

Além disso, a RMPA tem experimentado, gradativamente, um avanço do setor terciário, frente a outras Regiões do Estado,

O avanço experimentado pelo comércio de mercadorias reforçou a centralidade não só da RMPA no Estado, mas também de alguns centros urbanos da região, cuja função comercial tem expressão que ultrapassa os limites regionais. São os casos de Porto Alegre e Canoas, que, além de aumentar a participação relativa no PIB comercial do RS, experimentaram profundas transformações mediante a generalização de grandes áreas de vendas e de novas formas de comercialização (hipermercados, shopping-centers, etc). Isso tudo confere a esses lugares aumento da capacidade de atrair consumidores de áreas circunvizinhas, especialmente àqueles de renda mais elevada. (ALONSO, 2001, p. 256-57).

Já na década de 2010, a RMPA apresenta-se mais complexa do que dizer que houve a sua desindustrialização: além das atividades produtivas estarem dispersas ao longo de seus 34 municípios, o setor serviços e o comércio emergiram com força, dentre eles aqueles ligados às atividades criativas.

De acordo com Soares e Fedozzi (2016, p. 182) a RMPA apresenta,

[...] duas “áreas de concentração de população” ou “redes urbanas” distintas – mas complementares - em seu território: a porção da RMPA polarizada diretamente por Porto Alegre (RMPA-POA) e o conjunto de cidades polarizadas por Novo Hamburgo e São Leopoldo (Vale dos Sinos ou RMPA-Vale). Indiscutivelmente, Novo Hamburgo constitui-se como um pólo econômico e urbano importante ao norte da RMPA, rivalizando, em alguns aspectos, com a metrópole Porto Alegre. Por outro lado, no período atual, outras centralidades importantes constituem-se na Região Metropolitana, especialmente Canoas e Gravataí.

Mas a desconcentração dos serviços, entre eles os criativos, tem acompanhado, também, as “[...] novas centralidades produzidas pelo capital comercial (associado aos capitais imobiliário e financeiro) como os *shopping centers* e as grandes superfícies comerciais (hipermercados, centros especializados) que agora se expandem pela região metropolitana [...]” ( SOARES, 2015, p.42)

Quanto à cultura, entendida por seu viés econômico, esta influencia as localidades e é influenciada pelo desenvolvimento socioeconômico desta. Logo, seja a cultura erudita ou de massa, ela tem o potencial de dinamizar o desenvolvimento econômico e social de uma sociedade através da geração de emprego e renda. No entanto este dinamismo, tanto no sentido ex-post com ex-ant são relevantes quando estamos falando de espacialização produtiva ou formação de cluster produtivo. Um exemplo da importância do emprego e do número de estabelecimentos da indústria criativa está na tabela 2.

**Tabela 2 - Número e variação de empregos e de estabelecimentos, das atividades Apoio, Relacionada e Núcleo no Rio Grande do Sul e no Brasil nos anos 2000 e 2010. (Base 100=2000)**

		Número de empregos			Número de estabelecimentos		
		2000	2010	Variação	2000	2010	Variação
Rio Grande do Sul	Apoio	77.386	144.418	187	10.689	17.052	160
	Relacionada	314.217	332.941	106	38.365	37.439	98
	Núcleo	123.464	96.099	78	16.918	9.903	59
Brasil	Apoio	1.356.562	2.804.828	207	111.764	193.080	173
	Relacionada	2.804.467	3.763.271	134	421.950	442.253	105
	Núcleo	2.184.169	1.644.769	75	189.937	128.834	68

Fonte: Bem, Giacomini, (2012).

Embora se verifique um aumento do número de empregos e estabelecimentos, o Rio Grande do Sul não se caracteriza por ser um Estado com um núcleo dinâmico da indústria criativa.

Quanto aos padrões de localização, podemos trabalhar com a localização de firmas e localização humana Backman; Nilsson(2018, p. 114):

- primeiramente podemos associar à localização ou às economias "marshallianas" que surgem entre empresas dentro da mesma indústria. As empresas “[...]podem se beneficiar do compartilhamento (por exemplo, de custos fixos, insumos e clientes), correspondência (por exemplo, de trabalhadores com habilidades relevantes) e aprendizagem devido ao conhecimento acumulação e spillovers espaciais [...]”;

- Outra vertente de estudos

[...] centra-se nas decisões de localização dos indivíduos, em vez de empresas e usa o conceito de facilidades urbanas para significar o tipo de externalidades de aglomeração que tornam as cidades lugares desejáveis para trabalhar e viver [...]. Estes estudos se foca, entre outros, nos atrativos dos trabalhadores criativos. Backman; Nilsson(2018, p. 114)

Nestes trabalhos são salientados as pessoas (trabalhadores criativos) ao invés das firmas. Estes têm preferências de localização em função dos diferentes tipos de facilidades ou atributos de qualidade de vida. A literatura ainda divide estas facilidades ou amenidades em naturais, históricas e culturais: (1) facilidades naturais (clima, características topográficas, rios, litoral, etc.), (2) históricas (infra-estrutura cultural de eras passadas em termos de monumentos, edifícios históricos e arquitetura) e (3) urbanas (restaurantes, teatros, lojas). Backman; Nilsson (2018, p. 115)

Para Scott (1997) há uma forte correlação entre o espaço urbano e as atividades culturais, pois as cidades têm desempenhado um lugar privilegiado como centro de atividades culturais e econômicas.

Entre os diferentes geógrafos, Storper (1997) salienta que é geralmente apontada às atividades culturais a tendência à concentração espacial (sobretudo na produção e no consumo) do que em outras situações. Também aponta que a progressiva globalização que se seguiu aos anos 1980/90 modificou as cadeias produtivas destes bens e serviços pelo território, seja regional ou internacional, mas se articulando com o conhecimento e a cultura local.

Desta forma estes diferentes fatores explicam, com maior ou menor intensidade, que a dispersão das indústrias criativas ao longo da RMPA está na razão direta tanto dos fatores “hard” do primeiro grupo de explicações quanto aos mais “soft”, ligados ao segundo conjunto.

## **Resultados e Discussões**

O trabalho ora apresentado está em fase de execução e/ou levantamento dos dados do Ministério do Trabalho e Emprego, salientado que até o momento somente os dados até 2016 foram divulgados. A parte relativa à revisão de literatura já está concluída. Esta encontra-se em parte, no texto acima exposto. Assim espera-se que ao final de 2019 o trabalho esteja concluído.

## **Referências**

ALONSO, José Antônio Fialho. Caracterização econômica da Região Metropolitana de Porto Alegre nos anos 90. **Indicadores Econômicos FEE**. Porto Alegre: FEE, V.29, n.1, p.253-293, jun. 2001. Disponível em: <https://revistas.fee.tche.br/index.php/indicadores/article/viewFile/1298/1666>. Acesso em: 25 de maio de 2018.

AZEVEDO, Eurico Andrade. Instituição de Regiões Metropolitanas no Brasil. **Revista Brasileira de Geografia**. Rio de Janeiro. V. 20. N.79/80. P. 121-200, julho/dez.1967.

BACKMAN, Mikaela; NILSSON, Pia Nilsson. The role of cultural heritage in attracting skilled Individuals. **Journal of Culture Economic**. (42) p. 111–138, 2018.

BELUSSI, Fiorenza; CALDARI, Katia. At the origin of the industrial district: Alfred Marshall and the Cambridge school. **Cambridge Journal of Economics**, v. 33, n. 2, p. 335 - 355, 2009.

BEM, Judite Sanson de; WAISMANN, Moisés. **Indústrias Criativas e desenvolvimento socioeconômico: uma análise entre as regiões metropolitanas brasileiras no período 2006-2013 utilizando-se da análise de clusters**. Canoas: UNILASALLE, 2017, 236p. ( Relatório de Pesquisa – Impresso)

BEM, Judite Sanson de; GIACOMINI, Nelci M. Richter. **Avaliação das áreas homogêneas e dos impactos econômicos da cultura e das indústrias culturais: estudo do Corede do Vale do rio dos sinos - Consinos no período de 2000 até 2011**. Canoas: CNPQ/UNILASALLE, 2012, 91p.( Relatório de Pesquisa – Impresso)

BENDASSOLLI, Francisco et. al. Compreendendo as indústrias criativas. In: WOOD JÚNIOR, Thomaz et al. (Org.). **Indústrias criativas no Brasil: cinema, TV, teatro, música, artesanato, software**. São Paulo: Atlas, 2009.

BOIX, Rafael et al. **The geography of creative industries in Europe: Comparing France, Great Britain, Italy and Spain**. 50th Anniversary European Congress of the Regional Science Association International – ERSA. "Sustainable Regional Growth and Development in the Creative Knowledge Economy". 19 - 23 August 2010 - Jonkoping, Sweden.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). **Relação Anual de Informações Sociais**. Disponível em: <<http://portal.mte.gov.br/portal-pdet/>>. Acesso em 18 de julho de 2015.

CERVO, Amado L. e BERVIAN, Pedro A. **Metodologia Científica**. 5ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

DEPARTMENT OF CULTURE, MEDIA AND SPORT (DCMS). **Mapping the Creative Industries**. London: DCMS, 1998. Disponível em: [http://www.culture.gov.uk/creative/creative\\_industries.html](http://www.culture.gov.uk/creative/creative_industries.html). Acesso em: 06.02.2016.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil**. Estudos para o Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro, Sistema FIRJAN – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro, Divisão de Estudos Econômicos, nº 2, maio de 2008.

\_\_\_\_\_. **Indústria Criativa- Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. 2012. Disponível em: [http://www.firjan.org.br/economicriativa/download/Analise\\_completa.pdf](http://www.firjan.org.br/economicriativa/download/Analise_completa.pdf) Acesso: 30 de março de 2017.

\_\_\_\_\_. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. 2014. Disponível em: <http://www.firjan.org.br/economicriativa/download/mapeamento-industria-criativa-2014.pdf> .

FLEW, Terry. **Beyond ad hocery: Defining Creative Industries.** The Second International Conference on Cultural Policy Research, Te Papa, Wellington, New Zealand, 23-26 January 2002. Queensland University of Technology. Paper presented to Cultural Sites, Cultural Theory, Cultural Policy. Disponível em: [http://eprints.qut.edu.au/256/1/Flew\\_beyond.pdf](http://eprints.qut.edu.au/256/1/Flew_beyond.pdf). Acesso em: 17 de fevereiro 2016.

FLICK, Uwe. **Desenho da pesquisa qualitativa.** Coleção Pesquisa Qualitativa (Coordenação de Uwe Flick). Porto Alegre: Bookman, Artmed, 2009.

FLORIDA, Richard. **The rise of the creative class.** New York: Basic Books, 2002.

FUNDAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO ADMINISTRATIVO (FUNDAP). **Economia Criativa na Cidade de São Paulo: Diagnóstico e Potencialidade.** 2011. Disponível em: <[http://novo.fundap.sp.gov.br/arquivos/PDF/Livro\\_Economia\\_Criativa\\_NOVO.pdf](http://novo.fundap.sp.gov.br/arquivos/PDF/Livro_Economia_Criativa_NOVO.pdf)> Acesso: 10 de abril de 2015.

FUNDAÇÃO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA DO RS. **FEEDADOS.** Unidades Geográficas. [http://www.fee.rs.gov.br/feedados/consulta/unidades\\_geo\\_rmpa.asp](http://www.fee.rs.gov.br/feedados/consulta/unidades_geo_rmpa.asp). Acesso em 28 de outubro de 2013.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GORGULHO, Luciane F. et al. A economia da cultura, o BNDES e o desenvolvimento sustentável. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 30, p. 299-355, set. 2009. Disponível em: [https://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/conhecim ento/bnset/set3007.pdf](https://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecim ento/bnset/set3007.pdf). Acesso em: 29 de maio de 2018.

HARTLEY, J (ed). **Creative Industries.** London: Blackwell Publishing, 2005.

HOTZ, Eduardo Fontes. **A organização metropolitana pós-constituição de 1988.** São Paulo Perspectiva. vol.14 n°.4 São Paulo Oct./Dec. 2000. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-88392000000400010](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-88392000000400010)>. Acesso em 14 de Outubro de 2013.

LAZZERETTI, Luciana; BOIX Rafael; CAPONE Francesco. Do Creative Industries Cluster? Mapping Creative Local Production Systems in Italy and Spain. **Industry & Innovation**, Vol. 15, Issue 5, p. 549 – 567, 2008.

LAZZERETTI, Luciana; BOIX, Rafael; CAPONE, Francesco. **Determinants of clustering of creative industries.** Paper presented at the Summer Conference 2009 on Copenhagen Business School. DENMARK, June 17 - 19 de 2009. Artigo obtido da autora, por correio eletrônico. Dez. 2015

MARSHALL, Alfred. **Principles of Economics.** 8th edn. London, Macmillan and Co. 1920. Disponível em: <http://oll.libertyfund.org/titles/1676>. Acesso em: 10 de dezembro de 2015.

PORTER, Michael E. The Competitive Advantage of the Inner City. **Harvard Business Review**. MAY-JUNE 1995. p. 55-71. Disponível em: [http://www.icic.org/ee\\_uploads/pdf/2\\_-\\_Competitive\\_Advantage\\_of\\_the\\_Inner\\_City.pdf](http://www.icic.org/ee_uploads/pdf/2_-_Competitive_Advantage_of_the_Inner_City.pdf). Acesso em: 10 de janeiro de 2016

- PROPRIS, L. DE et. al. **The geography of creativity**. London, UK: NESTA, 2009.
- RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- SCOTT, Allen J. **The Cultural Economy of Cities**. Oxford, MA.: Joint Editors and Blackwell Publishers Ltd., 1997. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/1468-2427.00075>. Acesso em: 08 de maio de 2018.
- SERRA, Daniel Sánchez. Location determinants of creative industries' firms in Spain. **Investigaciones Regionales. Journal of Regional Research**. (34), p. 23-48, 2016.
- SOARES, Paulo Roberto Rodrigues; FEDOZZI, Luciano Joel. Porto Alegre e sua região metropolitana no contexto das contradições da metropolização brasileira contemporânea. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 18, no 42, mai/ago 2016, p. 162-197. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/soc/v18n42/1517-4522-soc-18-42-00162.pdf>. Acesso em: 08 de maio de 2018.
- SOARES, Paulo Roberto Rodrigues. A Região Metropolitana de Porto Alegre nos (des)caminhos da metropolização brasileira. In: FEDOZZI, Luciano; SOARES, Paulo Roberto Rodrigues(eds.). **Porto Alegre: transformações na ordem urbana**. Rio de Janeiro: Letra Capital/Observatório das Metrôpoles, 2015, pp. 42-72. Disponível em: [http://www.observatoriodasmetropoles.net/new/images/abook\\_file/serie\\_ordemurbana\\_portoallegre.pdf](http://www.observatoriodasmetropoles.net/new/images/abook_file/serie_ordemurbana_portoallegre.pdf). Acesso em: 08 de maio de 2018.
- STORPER, Michael. **The regional world: territorial development in a global economy**. New York: The Guilford Press, 1997. Disponível em: [https://www.amazon.com/Regional-World-Territorial-Development-Perspectives/dp/1572303158#reader\\_1572303158](https://www.amazon.com/Regional-World-Territorial-Development-Perspectives/dp/1572303158#reader_1572303158). Acesso em: 19 de junho de 2018.
- UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT ( UNCTAD). **Creative Economy. Report 2008**. Geneva; New York: UNCTAD; UNDP, 2008, p. 9-16. Disponível em: [http://unctad.org/es/Docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://unctad.org/es/Docs/ditc20082cer_en.pdf). Acesso em: 09 de janeiro de 2014.
- TOLILA, P. **Cultura e Economia: problemas, hipóteses e pistas**. São Paulo: Itaú cultura/Editora Iluminuras, 2007.
- VALLIATI, L.; WINK JR., M. V. **Indústria criativa no Rio Grande do Sul: síntese teórica e evidências empíricas**. Porto Alegre: FEE, 2013.
- VALLIATI, L.; WINK JR., M. V. Um estudo sobre localização e participação no VAB das atividades ligadas à Indústria Criativa dentro do Comércio e Indústria de Transformação no Rio Grande do Sul (2007–2010). **Indicadores Econômicos FEE**, Porto Alegre, v. 41, n. 1, p. 119-133, 2013a.