



XIV SEUR – III Colóquio Cidade e Cidadania

EMPREENDIMENTOS CRIATIVOS NA CIDADE DE PORTO ALEGRE: considerações iniciais sobre as capacitações profissionais de seus gestores

Judite Sanson de Bem, UNILASALLE, judite.bem@unilasalle.edu.br
Margarete Panerai Araujo, UNILASALLE, margarete.araujo@unilasalle.edu.br
Moisés Waismann, UNILASALLE, moises.waismann@unilasalle.edu.br

Resumo

Indústria criativa é um termo cunhado em 1994, quando da publicação do Relatório Nação Criativa¹. Na Europa, este termo desponta quando autores e políticos procuravam estudar e evidenciar que atividades produtivas poderiam responder, mais rapidamente, aos desajustes econômicos e sociais, decorrentes da crise dos anos 1980. Os diferentes segmentos que compõem a indústria criativa demandam, de forma crescente, escolarização, formação devido à mesma capacitar à absorção de capacidade para criar, inventar, propor, pensar possibilidades alternativas. A gestão das empresas demanda formação profissional, possibilitando o aumento da produtividade. Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, é formada por 17 Regiões denominadas Orçamento Participativo e estes divididos em bairros os quais apresentavam mais de 20.000 estabelecimentos ou unidades criativas empresariais, em 2016. O objetivo geral deste artigo é verificar se os empresários dos diferentes segmentos criativos do município de Porto Alegre, divididos por região do Orçamento Participativo, apresentavam formação profissional para o exercício de suas atividades. O método utilizado foi qualitativo com uso de técnicas descritivas e bibliográficas, bem como o uso de dados estatísticos obtidos do material pesquisado para análise. Concluiu-se que os diferentes perfis dos gestores desta pesquisa estavam associados, entre outros: ao tipo de segmento em que seu negócio está inserido, que há atividades que deveriam apresentar um perfil mais arrojado em se tratando de escolarização, havendo muito potencial para se expandir. Percebeu-se, também, que os segmentos mais intensivos em tecnologia já apresentavam à época da pesquisa uma maior formação profissional de seus gestores.

Palavras chaves: Empreendimentos Criativos, Porto Alegre; Orçamento Participativo, Formação Profissional

Abstract

Creative industry is a coined term in 1994, when the Creative Nation Report was published. In Europe, this term emerges when authors and politicians sought to study and evidence that productive activities could respond more quickly to the economic and social imbalances resulting from the crisis of the 1980s. The different segments that make up the creative industry demand, schooling, training due to the same capacity to absorb the capacity to create, invent, propose, think alternative possibilities. The management of the companies demands professional formation, allowing the increase of productivity. Porto Alegre, capital of Rio Grande do Sul, is made up of 17 Regions called Participatory Budgeting and these are divided into neighborhoods with more than 20,000 establishments or business units in 2016. The general objective of this article is to verify if the entrepreneurs of the different creative segments of the municipality of Porto Alegre, divided by the Participatory Budget region, presented professional training to carry out their activities. The method used was qualitative with the use of descriptive and bibliographical techniques, as well as the use of statistical data obtained from the material researched for analysis. It was concluded that the different profiles of the managers of this research were associated, among others: to the type of segment in which their business is inserted, that there are activities that should present a more daring profile when it comes to schooling, having much potential to expand. It was also noticed that the most intensive segments of technology already had at the time of the research a greater professional formation of their managers.

Keywords: Creative Enterprises, Porto Alegre; Participatory budgeting, Professional qualification

¹ Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy. Office for the Arts, Canberra, Austrália, October 1994.



1. Introdução

De acordo com a Teoria do Capital Humano (TCH), os gastos com educação além de serem considerados como investimentos é um meio aumentar a qualificação da força de trabalho e da gestão das empresas, logo da produtividade dos fatores de produção. Assim, a formação dos empresários é um fator relevante no desempenho de suas atividades e nas possibilidades de permanecer no mercado.

No México, por exemplo, a formação dos gestores culturais ficou a cargo do Consejo Nacional para La Cultura y las Artes a través do Programa de Capacitación Cultural e “[...] dichos trabajos se optó por ofrecer diplomados, cursos y seminarios, para responder mejor a las demandas, a las posibilidades reales de los estudiantes y organizadores, y a los recursos económicos disponibles.” (BARBA, 2009, p. 3)

A preocupação, naquele país, por exemplo, visa atender as diferentes necessidades temáticas tendo sido integrada por um grupo de professores, “[...] para intercambiar experiencias y enriquecer las propuestas educativas.” (BARBA, 2009, p. 3)

O Brasil e seus estados também têm realizado esforços neste sentido, pois, como salientado anteriormente, a criatividade, a gestão das empresas e a formação caminham de mãos dadas.

No ano de 2016, de acordo com Pesquisa Mapeamento das Oportunidades e Tendências da Economia Criativa para a Cidade de Porto Alegre, apontava-se uma população estimada de 21.123 empresas relacionadas à indústria criativa (levando em consideração as quatorze áreas definidas na pesquisa), com Alvará/empresários os quais apresentavam diferentes formações de sua mão de obra.

O objetivo geral deste artigo é verificar se os empresários dos diferentes segmentos das indústrias criativas, nas regiões do Orçamento Participativo de Porto Alegre, apresentam capacitação profissional para o exercício destas atividades e se estes estão dispersos de forma simétrica na Cidade.

O presente artigo é organizado em sessões. A primeira refere-se a essa introdução, composta pelo referencial teórico. Posteriormente apresenta-se o método utilizado e a análise dos dados. Por último as conclusões e referências.

1.1. Indústrias criativas: breves reflexões conceituais

Indústria criativa é um termo cunhado na década de 1990 quando alguns autores e políticos procuravam estudar e evidenciar que atividades produtivas poderiam responder,



mais rapidamente, aos desajustes econômicos e sociais, decorrentes da crise dos anos 1980, momento em que, muitos países viram reduzir os níveis de produção e emprego, além de modificações crescentes nas formas de produção.

De acordo com Roodhouse (2009) em 1997 o governo trabalhista engajou-se no conceito de indústrias criativas, e seu contributo gerou dois relatórios no Reino Unido: os trabalhos do DCMS de 1998 e outro em 2001 com longa trajetória.

Em um artigo para o *Australian Institute of Arts* na Conferência Anual de Gestão, Brisbane, Austrália, 2002, Cunningham² afirmou que mais que uma discussão entre economia e cultura, havia sido instalada, à época, a temática do consumo cultural. O texto '*The London industrial Strategy: The Cultural Industries*', argumentava as oportunidades que existiam quanto ao emprego na produção cultural.

Tendo em conta os elevados níveis de desemprego na época, março de 1985, (mais de 400.000 pessoas estavam oficialmente desempregadas e havia mais de 120.000 pessoas que desejavam trabalhar em Londres), não é de estranhar que o papel das 'indústrias culturais' como um veículo de emprego dentro da economia de Londres foi reconhecido. (ROODHOUSE, 2009, p. 20).

O governo, por meio do Grupo de Trabalho das Indústrias Criativas, presidido por Chris Smith, definiu os limites das indústrias criativas. Assim, as atividades eram segundo o DCMS³ (1998):

- Aquelas que têm a sua origem na criatividade individual, habilidade e talento, e que têm um potencial de riqueza e criação de emprego, através da geração e exploração da propriedade intelectual;

- Os sub-setores das atividades industriais dentro dos quais essas atividades ocorrem, eram principalmente: publicidade, arquitetura, o mercado de arte e antiguidades, artesanato, design, designer de moda, filme, software interativo de entretenimento, música, as artes do espetáculo, publicação, software, televisão e rádio.

Para Cunningham (2002, p. 2), o termo "indústrias criativas" oferecia uma solução viável.

Nesse sentido, foi possível perceber que:

[...] indústrias Criativas é um termo que se adapta à paisagem política, cultural e tecnológica destes tempos. Incide sobre as verdades gêmeas que (i) o núcleo da cultura ainda é a criatividade, mas (ii) a criatividade é produzida, distribuída,

² CUNNINGHAM, Stuart D. From cultural to creative industries: Theory, industry, and policy implications. *Quarterly Journal of Media Research and Resources*. 2002. Disponível em: http://eprints.qut.edu.au/588/1/cunningham_from.pdf.

³ Department for Digital, Culture, Media & Sport (DCMS) - GOV.UK.



consumida e apreciada de forma bastante diferente nas sociedades pós-industriais.

Também no início dos anos 2000, John Howkins publicou “*The Creative Economy: How People make Money from Ideas*”. Com esta obra, sob uma perspectiva de economia de negócios, Howkins ampliou a definição para quatro grandes setores - direitos autorais, patentes, marcas comerciais e indústrias de design, e “[...] juntos, estes quatro grandes setores constituem os setores criativos e a economia criativa. [...] A economia criativa consiste nas transações contidas nesses produtos criativos” (HOWKINS, 2013, p. 17). O trabalho de Howkins foi considerado uma expansão da lista do DCMS, já que incluiu todos os setores baseados em patentes oriundos da pesquisa e desenvolvimento das engenharias, ciências e tecnologias.

Outros trabalhos também foram sendo desenvolvidos por organismos, como a UNCTAD⁴ e UNESCO⁵, à medida que permanecia não havendo um conceito único que pudesse ser utilizado por todos os países. Mesmo após 20 anos de ter sido cunhado o termo “indústrias criativas” este ainda varia de país para país.⁶

A abordagem da UNCTAD, para as indústrias criativas, ampliou o conceito de “criatividade”, passando-o de atividades que possuem um sólido componente artístico para “qualquer atividade econômica que produza produtos simbólicos intensamente dependentes da propriedade intelectual, visando o maior mercado possível” (UNCTAD, 2004, p. 4). A UNCTAD diferenciou as “atividades *upstream*” (atividades culturais tradicionais, tais como artes cênicas ou visuais) de “atividades *downstream*” (que possuem uma proximidade muito maior com o mercado, como publicidade, editoras ou atividades relacionadas à mídia). Este segundo grupo deriva seu valor comercial dos baixos custos de reprodução e fácil transferência para outros domínios econômicos. A partir dessa perspectiva, as indústrias culturais compõem um subconjunto das indústrias criativas. As indústrias criativas possuem um vasto escopo, lidando com a interação de diversos setores que variam de atividades consolidadas nos conhecimentos tradicionais e patrimônio cultural, tais como, artesanato e festividades culturais, a subgrupos mais tecnológicos e mais voltados à prestação de serviços, tais como audiovisuais e as novas mídias.

As indústrias criativas têm sido definidas em uma série de países como a criatividade 'tradicional' e artes cênicas (artes visuais, literatura, música, dança,

⁴ UNCTAD – Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento.

⁵ UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura.

⁶ Sua origem que é relativamente recente, tendo surgido na Austrália em 1994, com o lançamento do relatório Nação Criativa.



ópera, drama) e as indústrias culturais (cinema, rádio, televisão, gravação de som, edição, multimídia); (TOWSE, 2011, p.125).

A classificação da UNCTAD para indústrias criativas se dividiu em quatro grandes grupos: patrimônio, artes, mídia e criações funcionais. Assim, em essência, o termo “indústrias criativas” colocou em conjunto,

[...] as artes cênicas e criativas com as indústrias culturais, que incluem várias formas de publicidade, arquitetura, o mercado de arte e antiguidades, artesanato, design de moda, cinema, jogos, herança, serviços, museus e bibliotecas, a internet, edição, software, televisão e rádio, e vídeo (TOWSE, 2011, p. 125).

Logo, as indústrias criativas têm um caráter que desafia os modelos tradicionais de investigação em inovação de negócios e empreendedorismo. Elas giram em torno de colaborações empreendedoras heterodoxas, inovadoras e, muitas vezes, pelo qual um grande número de pequenas e microempresas se reúne para a realização de um único projeto, para em seguida, dissolver e formar novas parcerias para o próximo e novo projeto.

1.2 Escolarização, desempenho e produtividade, uma interconectividade

A qualificação da mão de obra é um dos fatores apontados, com mais frequência, pela literatura econômica como decisivo para incrementar a produtividade e a competitividade das empresas. À medida que a empresa dispõe de força de trabalho mais qualificada, tanto na produção quanto no exercício das atividades administrativas e financeiras, “[...] há uma redução dos custos de produção, a incorporação e o desenvolvimento de tecnologias mais modernas, a adoção de práticas ambientalmente responsáveis e de padrões mais eficientes de gestão.”(NASCIMENTO; GUSSO; MACIENTE, 2012, p. 1)

As mudanças no cenário nacional e, sobretudo, internacional, os movimentos cíclicos dos negócios, a abertura de novas frentes de atuação e negócios, cada vez mais demandantes de capacidade de inovação, além das dificuldades internas às organizações, colocam as empresas e seus gestores ante a uma série de desafios. Dentre estes, talvez, a maior necessidade seja, nestes novos tempos, encontrar recursos humanos de qualidade para aumentar a capacidade inovativa de seu sistema produtivo e, com isto, possibilitar que as empresas se tornem mais competitivas frente aos seus concorrentes.

Os autores, ainda mostram que

Ganhos de produtividade dependem de uma gama ampla e complexa de condições econômicas, tecnológicas e institucionais, entre as quais figura, por certo, a disponibilidade de recursos humanos com as necessárias competências. E estas precisam ser entendidas como atributos cognitivos, de habilidades físicas e motoras,



de qualificações técnicas – que incluem conhecimento tácito – e de relacionamento social e organizacional, para os quais contribuem, em parte importante, mas não exclusiva, os conhecimentos e padrões de sociabilização adquiridos na educação escolar. (NASCIMENTO; GUSSO; MACIENTE, 2012, p. 07)

Desta forma, há uma interconectividade evidente entre estas variáveis importantes no desempenho do dia-a-dia das empresas, sobretudo aquelas que fazem da criatividade seu maior insumo.

2. Metodologia

O artigo com base bibliográfica fez uso de dados coletados pela Prefeitura Municipal de Porto Alegre em trabalho realizado pelo Instituto Soleil de Pesquisa (INSPE) intitulado: Mapeamento das Oportunidades e Tendências da Economia Criativa para a Cidade de Porto Alegre.

Inicialmente o trabalho descreve conceitos, sessão 2 , posteriormente se utiliza dos dados provenientes dos questionários aplicados pela Pesquisa acima referida. Dos dados realizou-se um recorte, com informações realtivas à formação dos gestores dos empreendimentos criativos dos setores do Orçamento Participativo.

Conforme Lakatos e Marconi (1992), o pesquisador se dirige àqueles elementos que, pela função desempenhada, cargo ocupado, e/ou prestígio social, exercem as funções de líderes. Na coleta dos dados, foram utilizadas entrevistas com perguntas abrangentes, mas com direcionamentos específicos. De acordo com as descrições, o resultado submetido à análise, consistiu na definição dos registros.

3. Análises dos dados

Informações básicas sócio-econômicas de Porto Alegre e da divisão em regiões – os locais do orçamento participativo (quadro 1).

Quadro 1 - Regiões elencadas pelo Orçamento Participativo com os respectivos bairros.

Regiões do Orçamento Participativo	Bairros
Região 01 - Humaitá/Navegantes	Anchieta, Farrapos, Humaitá, Navegantes, São Geraldo
Região 02 – Noroeste	Boa Vista - Cristo Redentor - Higienópolis - Jardim Itú - Jardim Lindóia - Jardim São Pedro - Passo D'areia - Santa Maria Goretti - São João - São Sebastião - Vila Floresta - Vila Ipiranga
Região 03 – Leste	Bom Jesus - Chácara das Pedras - Jardim Carvalho - Jardim do Salso - Jardim Sabará - Morro Santana - Três Figueiras - Vila Jardim
Região 04 - Lomba do Pinheiro	Agronomia - Lomba do Pinheiro
Região 05 – Norte	Sarandi
Região 06 – Nordeste	Mário Quintana
Região 07 – Partenon	Cel. Aparício Borges - Partenon - Santo Antônio - São José - Vila João Pessoa
Região 08 – Restinga	Restinga



Regiões do Orçamento Participativo	Bairros
Região 09 – Glória	Belém Velho - Cascata - Glória
Região 10 – Cruzeiro	Medianeira - Santa Tereza
Região 11 – Cristal	Cristal
Região 12 - Centro-Sul	Camaquã - Campo Novo - Cavalhada - Nonoai - Teresópolis - Vila Nova
Região 13 - Extremo Sul	Belém Novo - Chapéu do Sol - Lageado - Lami - Ponta Grossa
Região 14 - Eixo Baltazar	Passo das Pedras - Rubem Berta
Região 15 – Sul	Espírito Santo - Guarujá - Hípica - Ipanema - Pedra Redonda - Serraria - Tristeza - Vila Assunção - Vila Conceição
Região 16 – Centro	Auxiliadora - Azenha - Bela Vista - Bom Fim - Centro Histórico - Cidade Baixa - Farroupilha - Floresta - Independência - Jardim Botânico - Menino Deus - Moinhos de Vento - Mont'Serrat - Petrópolis - Praia de Belas - Rio Branco - Santa Cecília - Santana
Região 17 – Ilhas	Arquipélago (Ilha das Flores, da Pintada, do Pavão e Ilha Grande dos Marinheiros)

Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados disponíveis em < <https://goo.gl/h9F8EW> >

No estudo sobre o Mapeamento das Oportunidades e Tendências da Economia Criativa para a Cidade de Porto Alegre, observou-se que alguns segmentos são mais representativos que os demais, entre o universo pesquisado: gastronomia, moda e artesanato são os mais representativos (56%), enquanto jogos digitais e cinema representavam um somatório de 2% sobre o total.

A Tabela 1 apresenta a distribuição dos segmentos pelas regiões do Orçamento Participativo (OP) em Porto Alegre, RS.

Tabela 1 - Distribuição, em percentual, dos segmentos das Indústrias Criativas pelas regiões do orçamento participativo no município do Porto Alegre em 2016.

	Arquitetura	Artes	Artesanato	Audiovisual	Cinema	Comunicação Digital	Desen. de Software	Design	Fotografia	Gastronomia	Jogos Digitais	Moda	Outros/ Variados	Produção Fonográfica	Turismo
Humaitá/Navegantes	5	3	16			5	5	5		38	3	8	8		3
Noroeste	9	7	7			9	6	6	5	29		15	3	1	2
Leste	9		15		6	6	12	3		18	3	26	3		
Lomba do Pinheiro			33				67								
Norte			12	4		8		19		27		27	4		
Nordeste			10												
Partenon	3	6	27	3	3	6	9	6	6	9	3	12	3		3
Restinga			67	33											
Glória			43			14		14					14		14
Cruzeiro			17						17	17		33		17	
Cristal		33	11			22		11	11			11			
Centro-Sul	5		15			1	8	1	5	23		15		5	5
Extremo Sul			25												75
Eixo Baltazar			10												
Sul	4	8	4			17		8	8	25	4	21			



	Arquitetura	Artes	Artesanato	Audiovisual	Cinema	Comunicação Digital	Desen. de Software	Design	Fotografia	Gastronomia	Jogos Digitais	Moda	Outros/ Variados	Produção Fonográfica	Turismo
Centro	6	1	8			4	4	9	2	31	1	17	3	3	2
Ilha			10												
Itinerante		4	64					7		14		7	4		
Total Geral	5	7	14		1	6	5	8	3	26	1	16	3	2	3

Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados disponíveis em INOVAPOA, INSPE, 2016.

Analisando a tabela 1, percebe-se que existem características importantes entre as diferentes Regiões:

a) As Ilhas apresentam uma concentração preocupante, sendo 100% no segmento artesanato, assim como Extremo Sul (artesanato e turismo – parte rural do município e seus caminhos rurais) e Lomba do Pinheiro (artesanato e desenvolvimento de software). A primeira conclusão é que alguns bairros mais afastados apresentam menor capacidade de diversificação e atividades com menor valor agregado;

b) Partenon, Leste e Nordeste, Humaitá/Navegantes ao contrário, são muito diversificados, mas com atividades que também tem pouco valor agregado, com excessão do cinema, design e comunicação, que exigem mais capital

c) Eixo Baltazar, eixo norte da cidade, intensa em população, 100% artesanato – aqui pode-se perceber os problemas da pesquisa, pois há uma grande

d) variedade de atividades que não só esta citada;

e) Centro ou a parte histórica da cidade, bastante diversificada, e com baixa participação individual dos segmentos.

Quanto à formação, na mesma área que seu empreendimento, a pesquisa revelou:

- 34% disseram que não;

- 3% disseram que estão estudando no momento;

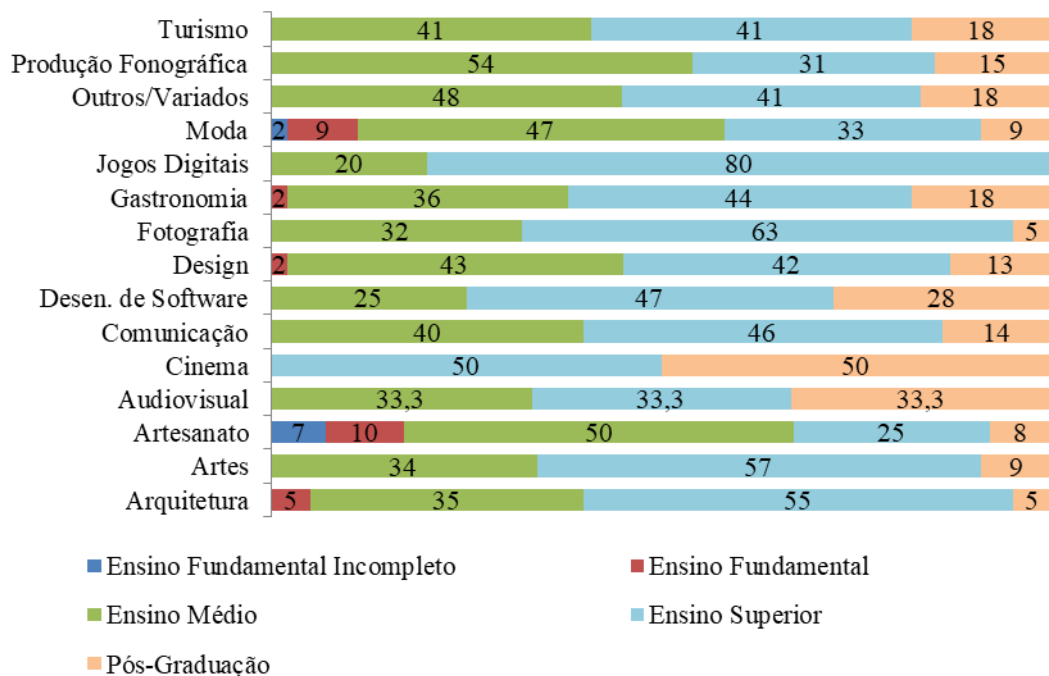
- 29% disseram ter a formação acadêmica na mesma área de seu negócio e;

- 34% disseram ter feito um curso de capacitação.

No que se refere à escolarização dos empreendedores, por segmento da economia criativa, a figura 1 mostra a disposição.



Figura 1 - Proporção, em percentual, da escolarização dos empreendedores por segmentos das Indústrias Criativas no município do Porto Alegre no ano de 2016.



Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados disponíveis em INOVAPOA, INSPE, 2016.

Dentre os diferentes segmentos, são os jogos digitais, cinema e o audiovisual aqueles que apresentaram gestores com maior nível de formação, devido a necessidade de conhecimento técnico na área de atuação. Em contraposição, ainda aparece na moda e no artesanato situações em que os mesmos não dispõem de ensino fundamental completo, o que torna o exercício das atividades passíveis de uma menor produtividade e, por vezes, maiores dificuldades para o exercício das ações administrativas, de prospecção de mercados, inovação de ofertas, entre outros.

Também há diferentes casos a serem considerados, como:

- Arquitetura ainda apresenta gestores com Ensino Médio Completo (35% dos entrevistados), assim como o Turismo (41%), Comunicação digital e impressa (40%), Design (43%);

- Cinema, artes e fotografia, apresentavam uma participação superior a 50% dos entrevistados com ensino superior completo;

- Segmentos que se esperavam apresentar uma maior participação na formação, com pós-graduação, como arquitetura e fotografia são praticamente inexpressíveis (5%).

Salienta-se, no entanto, que há uma crescente de segmentos com mão de obra



profissionalizada, entre os gestores entrevistados.

Conclusão

É crescente a preocupação dos municípios, como por exemplo Porto Alegre, na busca de atividades alternativas que possam propiciar fontes alternativas de geração de emprego e renda aos seus moradores, sem questionar o poder de inovação e empreendedorismo de seus cidadãos.

Partindo desta premissa, trabalhos têm sido realizados com o objetivo de mapear os empreendimentos existentes na área de economia criativa, pois, de acordo com estudos amplamente realizados nos países europeus e mais recentemente no Brasil, tem apontado como novas possibilidades de desenvolvimento para às regiões. Assim, Porto Alegre, mediante estudos mapeou uma ampla gama de atividades e empresas, regulares ou informais que contribuem enormemente para este novo espectro de atividades e dinamizam o PIB local.

Seus gestores, agentes centrais na condução dos negócios, estão cada vez mais preocupados com sua formação, pois percebem que a mesma possibilita a melhora na condução dos negócios, à medida que sua produtividade aumenta, ou mesmo devido a demanda desta para operar com equipamentos, com um público mais seletivo, maiores dificuldades em compreender o mercado, entre outros.

Entre as diferentes Regiões do Orçamento Participativo, que foram trabalhadas neste artigo, assim como nos segmentos estudados, percebeu-se que jogos digitais, cinema e audiovisual são os segmentos de maior formação da mão de obra dos gestores e estes estão concentrados nas Regiões, respectivamente (jogos digitais – Sul, Leste, Humaitá/Navegantes; cinema – Leste e Partenon; audiovisual – Norte e Partenon). Em contraposição aquelas atividades, segmentos que apresentaram menor formação de seus gestores estavam concentradas, em 2016: (artesanato – Ilhas; Nordeste e Restinga; moda - Cruzeiro, Norte e Leste, seguido um pouco mais de perto, pelo segmento do design nas Regiões do Norte, Glória e Centro-Sul; arquitetura – Leste e Nordeste; gastronomia – Humaitá/Navegantes, Centro, Sul, Norte, Nordeste) casos em que os gestores apresentavam entre ensino fundamental incompleto e fundamental completo. Para os anos de 2016 uma baixa qualificação.

Assim, conclui-se que os diferentes perfis dos gestores está associado, entre outros: ao tipo de segmento em que seu negócio está inserido, que há atividades que deveriam apresentar um perfil mais arrojado e que ainda apresentam muito potencial para se expandir,



que há a necessidade crescente em termos de formação profissional devido às exigências de mercado. Este demanda conhecimento, habilidades e discricionariedade, inovatividade e sobretudo produtividade crescente.

Regionalmente falando, parece, com os dados disponíveis pela pesquisa, que estes estão mais concentrados em algumas regiões de Porto Alegre, como Lomba do Pinheiro, Partenon e Leste, onde há a forte presença de Instituições de Ensino Superior fazendo frente parte do processo de incubação destes empreendimentos.

Referencial

BARBA, Alfonso Hernández. **Dilemas para los gestores culturales, una propuesta formativa con cinco ejes**. IV Seminário Políticas Culturais: Reflexões e Ações. Rio de Janeiro, Setembro de 2009. Fundação Casa de Rui Barbosa. Disponível em: http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/palestras/Políticas_Culturais/IV_Seminario_Reflexoes_e_acoes/FCRB_Dilemas_en_la_formacion_de_los_gestores_culturales.pdf. Acessado em: 03.03.2018.

CUNNINGHAM, Stuart D. From cultural to creative industries: Theory, industry, and policy implications. Media International Australia Incorporating Culture and Policy: **Quarterly Journal of Media Research and Resources**, 2002. Disponível em: http://eprints.qut.edu.au/588/1/cunningham_from.pdf. Acessado em: 25.10.2017.

HOWKINS, John. **Economia criativa: como ganhar dinheiro com idéias criativas**. São Paulo: M. Books do Brasil Editora LTDA. 2013.

INOVAPOA. Mapa das oportunidades e tendências da economia criativa para a cidade de porto alegre. Instituto Soleil de Pesquisa. Porto Alegre: PMPA, 2016.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1992.

NASCIMENTO, Paulo A. Meyer M.; GUSSO, Divonzir Arthur; MACIENTE, Aguinaldo Nogueira. **Breves notas sobre escassez de mão de obra, educação e produtividade do trabalho**. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/4113>. Acessado em: 05.01.2018.

ROODHOUSE, Simon. **The cultural industries: creative definitions, quantifications and practice**. 248p. Doctorate by Public Works. Middlesex University's Research. Disponível em: <http://eprints.mdx.ac.uk/6233/>. 2009. Acessado em: 12.08.2017.

TOWSE, Ruth. Creative industries. In TOWSE, Ruth(edited). **A Handbook of cultural economics**. 2ª ed. Cheltenham: UK, Northampton: MA, USA: Edward Elgar. 2011, p. 125-131.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). **Creative Industries and Development**. Document Td(xI)/BP/13). Genebra: Nações Unidas. Disponível em www.unctad.org/en/docs/tdxibpd13_en.pdf. Acessado em: 2.11.2017.: *Indústrias Criativas e o Desenvolvimento (Documento TD(XI)/BP/13 de junho de 2004)*