



# XIV Encontro Nacional da ANPUR

23 a 27 · maio · 2011 · Rio de Janeiro

---

XIV ENCONTRO NACIONAL DA ANPUR  
Maio de 2011  
Rio de Janeiro - RJ - Brasil

---

AGLOMERAÇÕES PRODUTIVAS DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS E O TERRITÓRIO  
PRODUTIVO DA ECONOMIA CRIATIVA

**João Luiz de Figueiredo Silva** (ESPM e PUC) - joao.silva@espm.br

*Doutor em Geografia, Economista e Geógrafo. Professor da ESPM, onde desenvolve pesquisas sobre Economia da Cultura e Geografia Econômica das Indústrias Culturais; professor do Departamento de Geografia da PUC-Rio; e pesquisador do GeTERJ (PUC-Rio).*

## Introdução

As indústrias culturais<sup>2</sup> estão se configurando em algumas das mais dinâmicas atividades produtivas do mundo. No entanto, se, por um lado, o peso da produção de bens e serviços culturais é crescente no total da economia, por outro, a descoberta desse objeto de estudo é recente no Brasil, e existem muitas lacunas a serem preenchidas. Primeiramente, durante muito tempo, as pesquisas que analisavam a produção de bens culturais, especialmente o cinema e a televisão, centravam seu eixo de análise na argumentação de que a indústria cultural<sup>3</sup> não produzia nada com valor artístico e sua principal função era a de garantir a alienação do povo frente às questões realmente relevantes. Somente a partir da década de 90 começaram a surgir alguns trabalhos, no Brasil, centrados no estudo da dimensão produtiva, com o objetivo de analisar a economia da cultura e seu potencial de geração de emprego e renda. Contudo foram marcados por grande economicismo, ou seja, apresentavam-se números que revelavam a importância da produção de bens e serviços culturais na economia e que, portanto, essas atividades deveriam ser alvos de políticas públicas para o seu fortalecimento.

Seguindo-se aos economistas, vieram alguns historiadores, jornalistas, sociólogos e engenheiros que, em comum, apresentavam a vontade de analisar o mercado da produção de bens e serviços culturais no país. Os geógrafos brasileiros, por sua vez, não têm demonstrado, aqui no Brasil, o mesmo desejo demonstrado pelos dos Estados Unidos e da Europa em contribuir para o debate. A ausência da análise geográfica sequer é sentida por alguns pesquisadores do assunto, conforme se evidencia no trabalho de Leite (2005), no qual o autor recupera a trajetória da indústria cinematográfica brasileira e indica que seu trabalho irá se valer de “conceitos e categorias de diferentes áreas do conhecimento, tais como sociologia, economia e antropologia”, pois “tais opções levam a uma visão global e total da trajetória da indústria cinematográfica no país” (LEITE, 2005, p. 15). O fato de o autor negar a participação da geografia em sua análise, muito provavelmente, não reflete uma opção feita por ele, mas aponta a carência de trabalhos geográficos sobre o tema. Porém, qual seria o tratamento geográfico a ser aplicado na análise das indústrias culturais? Em outras palavras, qual é a importância da geografia para se compreender o desenvolvimento dessas atividades produtivas?

Se acreditarmos que as indústrias culturais, ou outra atividade produtiva qualquer, podem ser desenvolvidas em qualquer lugar do planeta, obtendo os mesmos resultados, então a geografia não importa. Se interpretarmos o espaço geográfico como um meio isotrópico, onde se alocam os recursos, então a geografia nada tem a acrescentar ao debate. Isto seria, como critica Doreen Massey, acreditar no “espaço como pura extensão, uma questão de coordenadas xy” (MASSEY, 2008, p. 139). Por outro lado, se pensarmos que o espaço é construído ao longo dos tempos e, por isso, torna-se condição para o futuro (SANTOS,

2004), se pensarmos esse processo como resultante de interações (MASSEY, 2008) entre os indivíduos de distintas escalas, com o propósito de resolverem seus problemas, se reconhecermos que essas interações variam de lugar para lugar (NORTH, 1990), uma vez que as culturas não são as mesmas, perceberemos que o espaço geográfico está muito longe de ser homogêneo ou um meio isotrópico. Na verdade, mais do que reconhecer essa diferenciação espacial, Massey (1984) aponta que ele deve ser compreendido como parte importante da explicação:

“Distribuições espaciais e diferenciação geográfica podem ser resultado de processos sociais, mas também afetam como esses processos funcionam. ‘A espacialidade’ não é apenas produto; é também parte da explicação. Não é importante apenas para os geógrafos reconhecer as causas sociais das configurações espaciais que eles estudam; é também importante para aqueles em outras ciências sociais levar em conta o fato de que os processos que eles estudam são construídos, reproduzidos e modificados em um modo que necessariamente envolve distância, movimento e diferenciação espacial” (MASSEY, 1984, p. 4).

Dessa forma, se a geografia é importante para a compreensão do desenvolvimento da vida humana e de suas atividades econômicas, como podemos revelar seus efeitos sobre as indústrias culturais?

Foi, portanto, da vontade de responder às questões acima que nasceu este artigo, cujo objeto de estudo é a geografia econômica das indústrias culturais, que desde a década de 90 do século passado vem crescendo em importância nos Estados Unidos e na Europa. De modo geral, as pesquisas visam a discutir a interdependência entre a produção destes tipos de bens e serviços com o espaço, sobretudo o das metrópoles, onde a existência de economias de aglomeração favorece a concentração de firmas e pessoas envolvidas com tais atividades produtivas. Verifica-se, nesses estudos, a existência de territórios produtivos da economia criativa no interior das principais metrópoles do mundo, as quais se apresentam como fonte de recursos para as atividades integrantes da economia da cultura, como a produção cinematográfica, fonográfica, ou editorial, entre outras<sup>4</sup>.

Os territórios produtivos da economia criativa, em linhas gerais, possuem em seus limites grande variedade de trabalhadores criativos e especializados, que atendem as demandas das distintas firmas envolvidas direta ou indiretamente no processo produtivo de bens e serviços culturais. Além disso, os territórios produtivos são caracterizados por uma estrutura institucional que produz incentivos para a interação econômica entre os diversos atores produtivos, na medida em que as regras formais e as convenções construídas pela

sociedade ao longo do tempo providenciam uma base estável e confiável necessária à interação.

As cidades que, através do processo de formação sócio-espacial, construíram um território produtivo da economia criativa em seu interior, tendem a concentrar as atividades produtoras de bens e serviços culturais, as quais se materializam na paisagem na forma de aglomerações de firmas e mão-de-obra especializada. Assim, essas cidades frequentemente assumem a posição de centro de produção cultural em diversos setores que se inter-relacionam, como o cinema, a moda, o editorial e assim por diante. As firmas localizadas nas aglomerações produtivas de bens e serviços culturais encontram no território produtivo da economia criativa as suas principais fontes de competitividade, as quais foram, e continuam sendo, construídas territorialmente.

Entretanto, embora a relação entre as atividades produtivas e o território seja recorrente na economia moderna, o questionamento sobre sua validade no âmbito da economia da cultura ainda é recente e rara. Portanto o principal objetivo do artigo é discutir a relação entre as atividades produtivas da economia da cultura e o território produtivo, de modo a evidenciar o processo pelo qual o território produtivo da economia criativa se constitui nas fontes de crescimento das aglomerações produtivas das indústrias culturais que se localizam em seu interior.

Para tanto, apresentaremos na próxima seção a tendência das indústrias culturais em se materializar na paisagem das metrópoles na forma de aglomerações de firmas especializadas e de mão-de-obra qualificada, que se constitui, por sua vez, em uma importante evidência acerca da relevância territorial para o dinamismo das indústrias culturais. Na seqüência discutiremos como o território produtivo da economia criativa se configura nas fontes de crescimento para as aglomerações produtivas das indústrias culturais e depois apresentaremos nossas considerações finais.

### **As aglomerações produtivas das indústrias culturais**

A partir da década de 70 do século passado, pesquisadores interessados em investigar a crise do fordismo e seus desdobramentos econômicos, sociais e espaciais se aproximaram da Geografia, uma vez que os estudos sobre a crescente relação entre as atividades produtivas e o território se tornaram recorrentes. Nesse sentido, a disciplina Geografia Econômica se valorizou e atualmente conta com um grande número de pesquisadores, linhas de pesquisa e publicações, no Brasil e no Mundo.

De modo geral, o conceito de território é trabalhado em uma perspectiva economicista<sup>5</sup>, segundo a qual ele, através de suas redes técnicas (competências objetivas), redes sociais (competências subjetivas) e redes institucionais, é responsável pela localização da atividade econômica, mais especificamente pelo nível de competitividade das firmas. Dessa forma,

uma atividade é territorializada quando sua efetivação depende da localização, de recursos inexistentes em muitos outros espaços e/ou que não podem ser facilmente criados ou imitados pelos locais que não os possuem (STORPER, 1994).

A nossa opção em trabalhar com o conceito de território produtivo esta em consonância com a perspectiva acima, uma vez que reconhecemos o papel crucial desempenhado pelos recursos territoriais específicos, nele existentes, para o nível de competitividade das firmas. A capacidade, portanto, das firmas serem mais competitivas depende fundamentalmente da localização geográfica no interior desses territórios produtivos, onde os recursos mais importantes se constituem em bens públicos, como a força de trabalho (saber-fazer), as capacidades de aprendizagem e de inovação, assim como as relações, estruturadas pelo ambiente institucional, entre os atores produtivos locais.

Se, por um lado, a geografia econômica se consolidou como importante campo de pesquisa, por outro, pouca atenção foi destinada à relação entre as atividades produtivas de bens e serviços culturais e o território.

Todavia a verificação da tendência das indústrias culturais em se materializar na paisagem das metrópoles na forma de aglomerações de firmas especializadas e de mão-de-obra qualificada se constituiu, por sua vez, em uma importante evidência acerca da relevância territorial para o dinamismo das indústrias culturais.

“A geografia da cultura, assim como a geografia da atividade econômica, é tencionada através de um campo de força de relações globais e locais, com a produção da cultura tendendo a ser cada vez mais concentrada em um privilegiado grupo de aglomerações localizadas de firmas e trabalhadores, enquanto os produtos finais são lançados em redes de consumos cada vez mais extensas espacialmente” (SCOTT, 2000, p. 4).

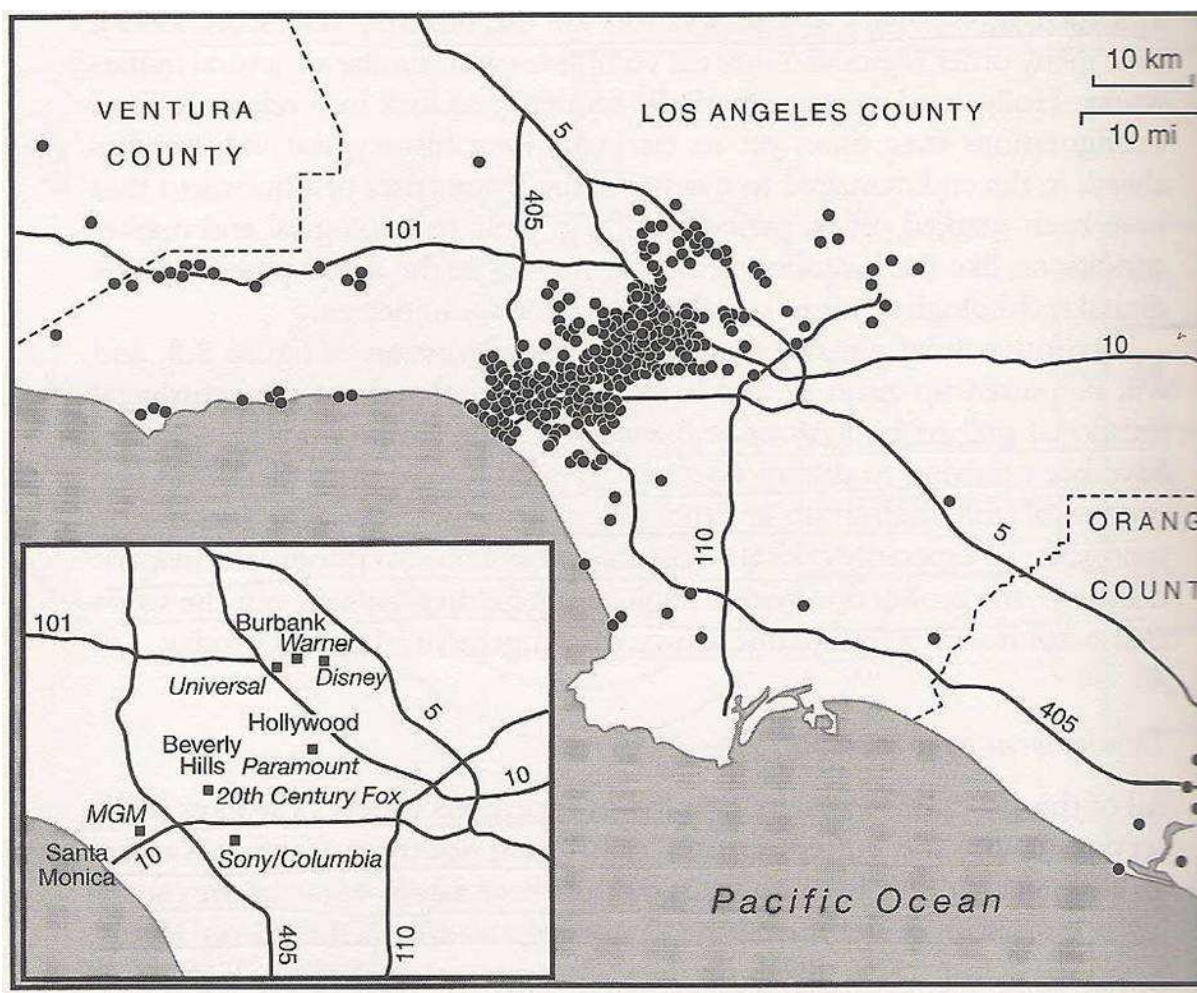
Os lugares privilegiados, apontados acima, são as cidades que ocupam os maiores níveis na hierarquia urbana, pois, de acordo com Scott (2005), a grande expansão da produção cultural comercial que ocorreu nas últimas décadas se concentrou nessas cidades, as quais se constituem nos sítios de diversas indústrias criativas como roupa, música, arquitetura, publicidade, artes gráficas e filmes. As indústrias de produtos culturais são, dessa forma, atraídas para os grandes centros urbanos e as de maior sucesso se localizam em cidades globais, as quais oferecem “economias aglomerantes e recursos extremamente inovadores” (SASSEN, 1998, p. 89).

Dentro da área metropolitana, essas firmas se localizam muito proximamente, cujo padrão de localização se caracteriza por uma densa aglomeração central de produtores especializados rodeados por firmas mais dispersas, às vezes fora da área central. Os

mapas que se seguem, comprovam a tendência de aglomeração para as produtoras cinematográficas em Los Angeles e Rio de Janeiro<sup>6</sup>.

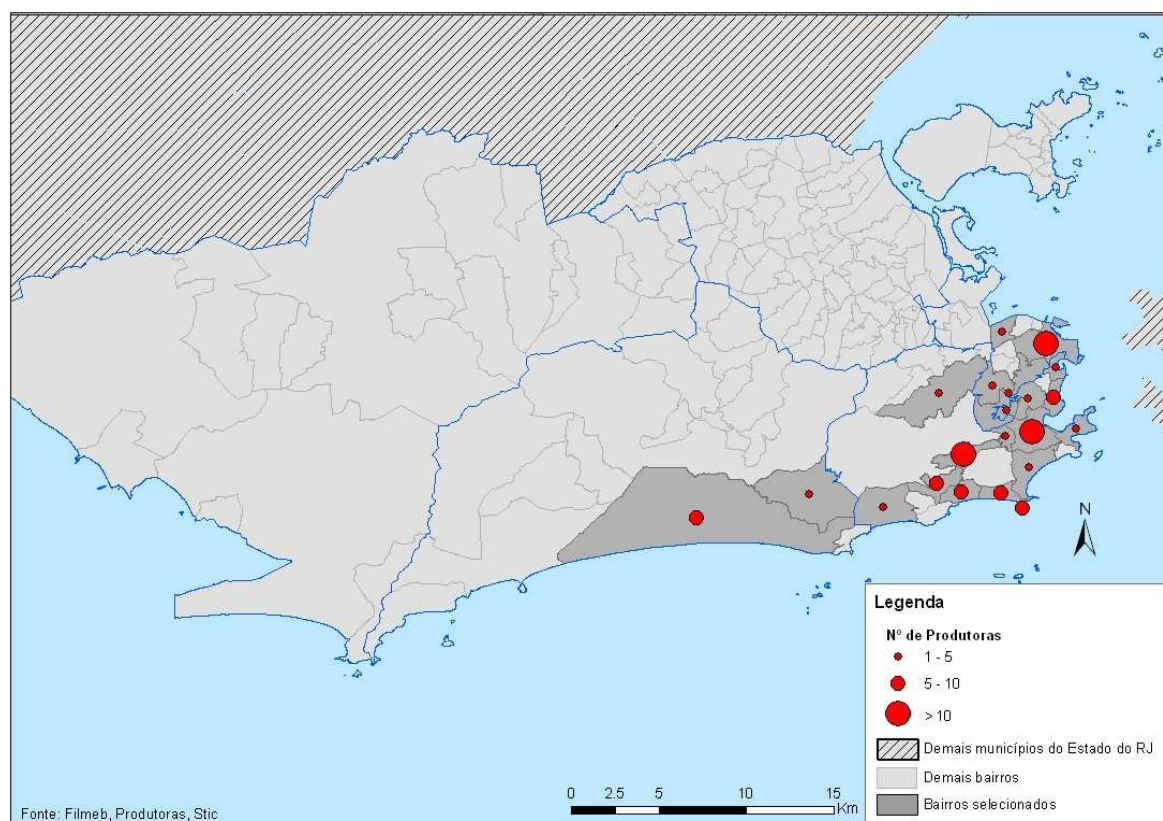
Essa tendência de aglomeração se deve ao fato de que cada unidade de produção se prende a uma rede de interações, da qual sua sobrevivência é dependente. Em suma, as firmas possuem incentivos em se aglomerar dentro da metrópole, pois a proximidade potencializa a possibilidade de se obter economias de aglomeração e um ciclo virtuoso de crescimento. Pela aglomeração, as firmas economizam nas ligações espaciais, alcançam as vantagens do mercado de trabalho concentrado, se inserem nos fluxos de informação e de inovação que são existentes em qualquer lugar onde diferentes produtores complementares se congregam (SCOTT, 2005).

Mapa da aglomeração de produtoras cinematográficas em Los Angeles



Fonte: SCOTT, 2005, p. 90.

## Mapa da aglomeração de produtoras cinematográficas no Rio de Janeiro



**Fonte:** SILVA, 2009, p. 110.

Nesse sentido, as cidades estão se tornando o principal *locus* de produção de bens e serviços culturais, sobretudo as que ocupam os maiores níveis dentro da hierarquia urbana. Em outras palavras, as diversas indústrias culturais tendem a se materializar na paisagem das metrópoles na forma de aglomerações espaciais de firmas especializadas e mão-de-obra qualificada. Assim, ao mesmo tempo em que as indústrias culturais são capazes de contribuir para a evolução das cidades, estas, por sua vez, desempenham papel crucial na reprodução social dos sistemas econômicos e são elementos essenciais na formação de vantagens competitivas, as quais são construídas territorialmente.

No Brasil, é evidente a primazia das metrópoles de São Paulo e do Rio de Janeiro na produção de bens e serviços culturais, assim como ocorre com Los Angeles e Nova York nos Estados Unidos, de acordo com a descrição de Scott (2000). De fato, mesmo com o avanço dos meios de transporte e de telecomunicações, as metrópoles continuam a desempenhar papel central na produção destes bens e serviços culturais e tendem a concentrá-los ainda mais, sobretudo se o conteúdo do produto for intensivo em criatividade, inovação, conhecimento e valores estéticos e simbólicos. Ou seja, a dispersão das atividades produtivas de bens e serviços culturais pode ocorrer em etapas da cadeia produtiva que sejam mais padronizadas e que exijam menos habilidades dos trabalhadores.

Em contrapartida, as atividades de alto nível resistirão à dispersão, pois dependem das externalidades positivas geradas pela aglomeração espacial.

Os trabalhos de Storper e Christopherson (1987) e de Scott (2005) sobre a indústria cinematográfica de Hollywood e de Silva (2009) sobre a indústria cinematográfica do Rio de Janeiro apontam que a crescente desverticalização e flexibilização da produção contribuíram para reforçar a concentração espacial dessa atividade econômica, pois as interações entre as firmas precisam ser constantemente programadas. Da mesma forma, Menger (1993) elucida que a concentração de artistas em Paris, que se conectam e interagem em rede, permite, além da economia de apoio mútuo, o estabelecimento das condições de equilíbrio entre a necessidade de preservar sua originalidade, as necessidades de informação sobre o trabalho dos outros e a aspiração de uma validação do trabalho individual no contexto da concorrência de mercado. Nesse sentido, para Scott (2005), a economia cultural mundial evolui para um padrão locacional de múltiplas aglomerações enraizadas nas grandes regiões metropolitanas do globo.

“Aglomerações espaciais de produtores na moderna economia cultural não são suscetíveis a se dissolverem, pelo menos em um futuro previsível. A previsão extremada de uma dispersão global das já formalizadas aglomerações produtivas em pontos locacionais isolados espalhados em todo não está perto de se realizar.

(...) a economia cultural moderna está evoluindo para um padrão locacional constituído de múltiplas aglomerações com diferentes tamanhos e força mercantil enraizada em um mosaico global de grandes regiões metropolitanas. Não importa quão limitada ou de longo alcance seja esta tendência, ela certamente implicará em algumas incursões na força de mercado de Hollywood e no crescimento de pelo menos um pequeno número de sítios alternativos de produção audiovisual com alcance global” (SCOTT, 2005, p. 174).

Assim, cada vez mais o espaço da produção de bens e serviços culturais deixa de ser o da grande empresa verticalizada e passa a ser o do território, desenhado por suas redes sociais, técnicas e institucionais. Para Cocco (mimeo), o processo de reestruturação produtiva, tanto nas indústrias culturais como em outros setores de atividade econômica, implica na constituição de um território produtivo dentro dos limites metropolitanos, que ao mesmo tempo em que é conseqüência do dinamismo econômico, é também fonte de recursos para as diversas firmas que nele se localizam. Vale ressaltar, como já fizemos anteriormente, que não existe a formação de um território produtivo de uma determinada



indústria cultural, mas sim da economia criativa, que se apresenta como fonte de recursos para as distintas indústrias culturais e tradicionais.

Assim, é do desenvolvimento dos territórios produtivos da economia criativa localizados dentro dos limites metropolitanos que emerge a geografia econômica das indústrias culturais, cujo padrão espacial verificado é o de aglomerações de firmas e trabalhadores no interior das cidades que ocupam o topo da hierarquia urbana.

### **As aglomerações produtivas das indústrias culturais e o território produtivo da economia criativa**

As características essenciais de qualquer aglomeração industrial são traduzidas, primeiramente, por uma densa concentração de unidades produtivas em um local, e, em seguida, pela existência de forte interdependência funcional e externalidades que ligam essas unidades em um conjunto (SCOTT, 2005). A origem das externalidades reside na rede interfirmas, no mercado local de trabalho e nos efeitos de aprendizado que são comumente encontrados nas aglomerações, sendo potencializadas pela infra-estrutura física e institucional existente. Dessa forma, a aglomeração tende a gerar fontes de benefícios na forma de efeitos de retorno positivo que suportam as vantagens competitivas de cada unidade produtiva, as quais podem ser compreendidas na perspectiva territorial, ou seja, vantagens territorialmente construídas.

Nesse âmbito, segundo Scott (2005), emergem duas questões: a primeira seria quando e como uma simples aglomeração de unidades produtivas em algum lugar começa a manifestar sinais de uma dinâmica de desenvolvimento endógeno? E a segunda, como esse local assume a hegemonia produtiva, às vezes por longo período de tempo? As respostas às questões podem ser expressas através de um sistema de causalidade, segundo o qual se estabelece uma sequência de eventos capazes de explicar a aglomeração, assim como por uma análise de fatores locais, cuja ênfase é posta sobre os atributos físicos e recursos humanos e naturais de uma localidade que permitam compreender o enraizamento da aglomeração.

Embora essas perspectivas sejam importantes e funcionais, a análise sistêmica proposta por Arthur (1990) é interessante, apesar de inquietante. A inquietação desta perspectiva origina-se na nossa dificuldade em rompermos com a estrutura de pensamento positivista, segundo a qual as relações mecanicistas de causalidade são capazes de tudo explicar e, até mesmo, prever. Segundo o autor, muitas trajetórias de hegemonia produtiva, tanto para a empresa, como para um território, podem ter sido iniciadas pelo acaso, e no entanto, ao se prenderem a resultados estruturados sistematicamente e interdependentes, reduzem o caráter randômico e passam a se retro-alimentar positivamente. Essa perspectiva caminha na direção contrária da tradição teórica dos retornos decrescentes na economia e tem duas

importantes consequências, sendo a possibilidade de múltiplos pontos de equilíbrio a primeira delas, e a não-linearidade do processo, a segunda. Em suma, não há garantias de que a situação do sistema seja a melhor possível (em termos de eficiência), bem como, se o sistema fosse repetido inúmeras vezes, poder-se-iam obter inúmeros resultados.

Logo, o importante não é o início da aglomeração ou forma como se originou, mas o processo pelo qual o sistema produtivo passa a se retro-alimentar positivamente, determinando, assim, um padrão de concentração espacial de uma dada atividade produtiva, conforme nos explica Arthur (1990):

“Suponha que as firmas entrem em uma indústria uma de cada vez e escolham suas localizações de modo a maximizar o lucro. A preferência geográfica de cada firma (os benefícios intrínsecos que ela ganha por estar em uma determinada região) varia; a oportunidade determina a preferência da próxima firma a entrar na indústria. Também suponha, no entanto, que os lucros das firmas aumentam no caso delas estarem próximas das outras (seus fornecedores ou clientes). A primeira firma a entrar na indústria escolhe uma localização baseada apenas na preferência geográfica. A segunda firma decide baseada em uma preferência modificada pelos benefícios ganhos por se localizar perto da primeira. A terceira firma é influenciada pelas posições das duas primeiras, e assim por diante. Se uma localização atrai pela sorte mais firmas do que outras localizações nas fases iniciais dessa evolução, a probabilidade de que ela atrairá mais firmas aumenta. A concentração industrial torna-se auto-reforçável” (ARTHUR, 1990, p. 95).

Não importa se as primeiras decisões locacionais tomadas foram acertadas em termos de fatores existentes ou se foram eventos randômicos. O fato é que, a cada nova unidade no sistema, a escolha fica progressivamente menos randômica e a probabilidade de que a nova unidade escolha uma localidade já escolhida é função das economias de aglomeração existentes em tal localidade. Por sua vez, essas economias de aglomeração se relacionam ao número de unidades já existentes e das interações entre elas. Além disso, na medida em que a aglomeração se desenvolve e o saber-fazer se dissemina entre os habitantes locais, aumentam-se as chances de que queiram desempenhar atividades ligadas ao sistema produtivo territorializado, ampliando ainda mais o número de unidades produtivas.

Resumidamente, há uma tendência de que, no longo prazo, o padrão locacional se prenda a uma estrutura dominada por uma aglomeração em função da sua retro-alimentação, porém, no início, todas as localidades têm a mesma chance de vir a ser a aglomeração dominante

(SCOTT, 2005). Assim, por essa perspectiva, pode-se estabelecer uma lógica temporal e espacial das aglomerações.

“Mesmo que essa abordagem reduza o processo concreto da aglomeração a uma caixa preta probabilística, ela tem o mérito de proporcionar uma noção de uma lógica evolutiva no tempo e no espaço. Nesta base, aliás, é possível teoricamente identificar três grandes fases no desenvolvimento de qualquer aglomeração industrial. A primeira fase consiste em uma primeira distribuição geográfica das unidades de produção ao longo da paisagem, possivelmente de forma aleatória, possivelmente como resultado de condições geográficas pré-existentes. A segunda e mais importante fase se inicia quando uma localização em particular começa a tomar a frente das outras e a formar a incipiente aglomeração. Estes eventos podem mais uma vez ser resultados de processos puramente aleatórios, ou podem resultar de alguma conjuntura peculiar na lógica de desenvolvimento da aglomeração (...) A terceira fase pode ser identificada (...) como a que a aglomeração, construída sobre suas vantagens competitivas, amplia e consolida seu alcance no mercado, enquanto as outras localizações entram em um período de estagnação ou decadência comparativamente” (SCOTT, 2005, p. 16).

Segundo essa perspectiva evolutiva das aglomerações, a segunda fase se constitui na mais importante por ser o período quando ocorre uma ruptura ou uma bifurcação na trajetória da indústria, que a partir daí passa a se aglomerar em uma dada localidade. As fases não possuem duração pré-determinada e seus resultados não são estáticos, podendo ocorrer novas rupturas ou bifurcações.

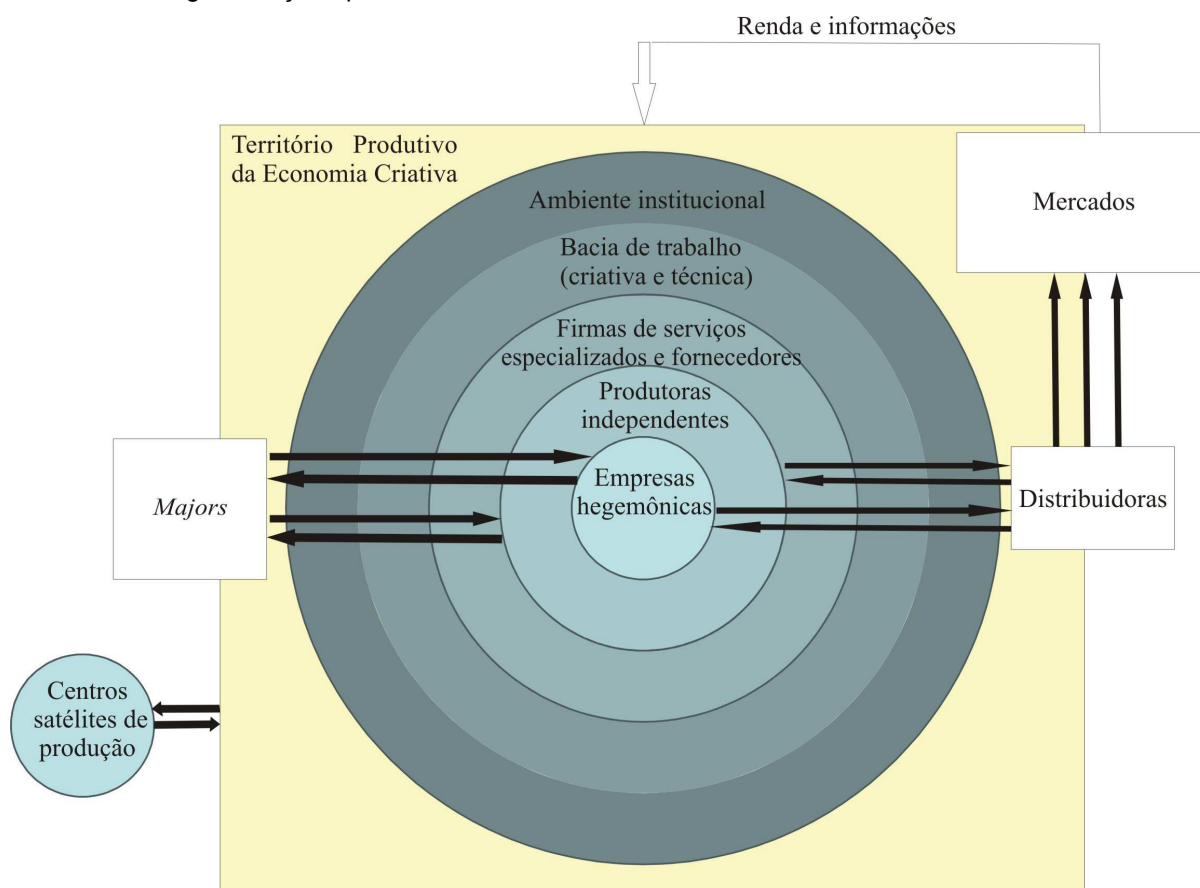
Indubitavelmente, essa abordagem evolucionista satisfaz na compreensão de que os retornos crescentes são determinantes para a consolidação hegemônica de uma aglomeração sobre as outras, no entanto podemos avançar um pouco mais na busca pelos mecanismos que determinam a evolução da aglomeração. Ou seja, depois de sua origem, seja pelo motivo que tiver sido, como podemos compreender a sua trajetória evolutiva? Se os retornos crescentes são os determinantes para a trajetória da aglomeração, quais fatores determinam existência de diferentes taxas de retornos crescentes entre as aglomerações? Por que uma aglomeração obtém taxa de retornos crescentes superior às demais? Tais questões nos direcionam para o principal objetivo deste artigo, que é discutir a relação entre as atividades produtivas da economia da cultura e o território, de modo a evidenciar o processo pelo qual o território produtivo da economia criativa se constitui nas fontes de

crescimento das aglomerações produtivas das indústrias culturais que se localizam em seu interior.

Em outras palavras, o caminho para compreender a trajetória de uma determinada aglomeração produtiva de uma indústria cultural específica implica em considerarmos que as aglomerações produtivas se inserem em uma estrutura maior, onde se localizam outras aglomerações produtivas, estando todas interconectadas. Apenas as grandes metrópoles conseguem engendrar a formação dessas estruturas, as quais podem ser apreendidas como territórios produtivos da economia criativa, os quais se configuram em fontes de recursos para as aglomerações, ao mesmo tempo em que são alimentados por elas.

Nesse sentido, procuramos sintetizar as relações internas e externas a um determinado território produtivo da economia criativa promovidas por uma de suas aglomerações produtivas das indústrias culturais figura abaixo<sup>7</sup>.

Esquema das relações internas e externas ao território produtivo da economia criativa promovidas por uma de suas aglomerações produtivas das indústrias culturais.



**Fonte:** Elaborado pelo autor, baseado em Scott e Leriche (2005) e Scott (2005).

Esse esquema foi fortemente baseado em outros propostos por Scott e Leriche (2005) e Scott (2005), que, por sua vez, derivam da teoria contemporânea acerca do

desenvolvimento regional e, por esse motivo, permite-nos discutir a territorialização da atividade produtiva a partir das economias de aglomeração e dos efeitos de proximidade. Naturalmente, adequamos a proposta dos referidos autores à nossa realidade e, além disso, optamos em nossa versão por trabalhar com o conceito de território produtivo, em vez de meio geográfico, como o fazem Scott e Leriche (2005) e Scott (2005). Além disso, outro esclarecimento importante, antes de passarmos efetivamente para a análise do esquema, é de que as estruturas que estão parcialmente inseridas no território produtivo da economia criativa representam um padrão espacial de firmas que podem se localizar em outras cidades, além dos mercados que, por motivos óbvios, não se restringem ao local de produção.

No coração do sistema produtivo se encontram as empresas hegemônicas, normalmente grandes corporações, que se associam a distintas produtoras para a concretização de um projeto, cuja elaboração demanda uma série de serviços especializados, desde a concepção inicial até a viabilização do consumo. O processo produtivo se realiza, portanto, a partir das redes de interações entre todas essas partes envolvidas, ratificando mais uma vez a desverticalização da produção. Ainda assim, vale enfatizar que muitas dessas corporações mantêm suas capacidades de verticalizar a produção, como é o caso da Globo Filmes que opta por se associar a diversos projetos, porém assume integralmente a consecução de outros.

As produtoras independentes ora se associam a empresa hegemônica, ora realizam projetos em parcerias com outras também independentes. No entanto, adotam estratégia extremamente desverticalizada de produção e, portanto, recorrem intensamente ao círculo subsequente do esquema, que corresponde às diversas firmas de serviços especializados e fornecedores de insumos para a concretização do projeto.

Quanto maior for a densidade das firmas localizadas no terceiro círculo do esquema, as quais atendem desde as demandas por serviços e insumos mais simples às mais complexas, maior será a capacidade de realização de um projeto (filme, álbum, show, peça de teatro etc) a partir dos recursos próprios de um determinado território produtivo da economia criativa de uma metrópole. Por outro lado, quanto menor for tal densidade, maior será a necessidade das produtoras em buscar os recursos necessários a produção em outras cidades, ou mais especificamente, em outros territórios produtivos da economia criativa.

Esses três primeiros círculos em associação com as grandes distribuidoras, sediadas ou não na metrópole, representam uma série de redes produtivas sobrepostas em diversos níveis de desverticalização. No caso do Brasil, a proximidade entre as metrópoles do Rio de Janeiro e São Paulo permite a associação entre as firmas localizadas nos dois principais

territórios produtivos da economia criativa do Brasil, assim como acesso aos recursos existentes em cada um deles.

Outros dois círculos que definem o complexo produtivo são a bacia de trabalho (criativa e técnica) e o ambiente institucional, os quais, segundo Scott e Leriche (2005), configuram-se nas principais fontes dos rendimentos crescentes e das vantagens competitivas de um complexo produtivo local.

O primeiro destes corresponde a um grande número de indivíduos diferenciados de acordo com suas habilidades, sensibilidades e técnicas, os quais podem se subdividir em um grupo de trabalhadores criativos demandado pela atividade produtiva, e por outro daqueles mais técnicos que oferecem suporte necessário à produção. Essa bacia é constantemente renovada pelos diversos cursos de ensino e profissionalização existentes dentro dos limites metropolitanos, conforme evidenciamos em Silva (2009) quando pesquisamos informações sobre as vagas para alguns cursos da economia criativa oferecidas nos vestibulares de algumas das principais universidades do Rio de Janeiro<sup>8</sup>. Revelou-se naquele momento a crescente oferta do número de vagas, assim como na variedade dos cursos, sendo que para a UERJ e UFF as vagas para cursos relacionados a economia criativa representavam pouco menos de 10% do total de seus vestibulares; para a UFRJ e UNI-RIO a fatia destinada superava os 15%; na PUC alcançava 33% e na ESPM e no SENAI-CETIQT aproximava-se dos 70%.

A crescente participação desses cursos no total de vagas oferecidas nessas universidades é um dos fatores que corroboram a importância e o desenvolvimento da economia criativa carioca. Além desses cursos, destacam-se também algumas adaptações promovidas em cursos tradicionais, como o de Administração, pela qual algumas universidades se propõem a formar profissionais capazes de administrar e gerenciar empresas que operam dentro da economia criativa. Poder-se-ia ainda acrescentar os números dos diversos cursos livres relacionados a economia criativa espalhados pela metrópole, como teatro, música, cinema, dança, artes visuais etc.

Outra forma de alimentação da bacia de trabalho é a atração exercida sobre profissionais externos, os quais são captados pelo campo magnético da aglomeração produtiva e do território produtivo, promovendo uma imigração qualificada, seja de artistas, trabalhadores criativos ou técnicos.

O ambiente institucional é o responsável pela difusão da confiança necessária às interações entre os agentes produtivos, sendo constituído por uma série de organizações representativas de trabalhadores e de firmas, assim como de agências nacionais e órgãos públicos municipais e estaduais responsáveis pela legislação, fomento e planos para o desenvolvimento das atividades culturais. A trajetória de desenvolvimento do sistema produtivo como um todo depende fundamentalmente da estabilidade de regras, normas e

confiança geradas nesse ambiente institucional. Uma vez que já reconhecemos a organização desverticalizada das indústrias culturais, implicando em grande número de interações entre os diversos agentes de produção, o ambiente institucional é, das estruturas presentes no esquema do território produtivo, a mais importante, pois determina o comportamento e o desenvolvimento de todas as outras.

As firmas, por exemplo, encontram no ambiente institucional os incentivos ou os desincentivos para se desverticalizarem. Em outras palavras, essa estrutura emite os sinais de como as interações ocorrem dentro de um determinado complexo produtivo e, naturalmente, quanto mais estabilidade e confiança houver nas interações, maiores serão os incentivos à desverticalização da produção. Conseqüentemente, um ambiente institucional que propicia a confiança necessária para a interação entre os agentes produtivos engendra um processo de territorialização dos conhecimentos e das habilidades, ou do saber-fazer em um termo mais amplo. Isso ocorre porque, nesses territórios, os elos do processo produtivo não estão dentro das firmas, mas sim na sua própria base territorial, a qual se sustenta pelo ambiente institucional. Nessa perspectiva, Storper (1997) aponta a necessidade de uma nova visão acerca das políticas públicas e afirma que não basta apenas garantir a infraestrutura física e técnica (aeroportos, rodovias, portos, teleportos etc.), pois os sistemas de normas, regras e convenções, por estimularem as interações, tornaram-se, apesar de menos visíveis, bens públicos de suma importância.

O conceito de território produtivo, que emerge a partir das relações descritas acima, rompe com visões tradicionais que interpretam o território como uma base física de alocação de recursos, para reconhecê-lo como o verdadeiro espaço da produção, “uma trama de relações sociais que estabelece regras, aumenta a confiança existentes entre os agentes e valoriza o ambiente em que estes atuam” (IGLIORI, 2001, p. 70).

O território produtivo da economia criativa, com suas peculiaridades geográficas e históricas, emerge em parte pelos processos descritos e representados pelos círculos do esquema, os quais estão imbricados dentro dele (SCOTT e LERICHE, 2005). No entanto, ao mesmo tempo em que se alimenta de tudo isso, ele se oferece como fonte de recursos para as diversas indústrias da cultura. Assim, enquanto por um lado a aglomeração produtiva de uma determinada indústria cultural fortalece o desenvolvimento do território produtivo da economia criativa, ela se prende a este pelas sinergias decorrentes da proximidade de outras indústrias da cultura e criativas.

Desta maneira, a competitividade das firmas passa a estar enraizada no território. Ou seja, a capacidade delas serem competitivas tem origem em suas bases locais. “Por sua vez, é essa característica que afirma o ‘local’ como o espaço de redes sociais, técnicas e institucionais qualificado pela existência de **bens de capital de acesso público**: um território produtivo” (COCCO, mimeo, p. 4).

Coelho (2001) reforça que a evolução de um território e a formação no seu interior desses bens públicos de produção é um processo social que se acumula no tempo, uma vez que as especificidades territoriais são construídas historicamente. Assim, os diversos territórios produtivos que emergem nas distintas metrópoles pelo mundo não são produtos do tempo presente, mas traduzem o acúmulo de tempos.

Nessa perspectiva, Massey (1984) utiliza uma metáfora geológica, segundo a qual o território se estrutura a partir da sedimentação de camadas impostas sucessivamente ao longo de anos de novos investimentos, novos aprendizados, novas atividades etc. Essas camadas não são apenas econômicas, mas também culturais, ideológicas e políticas. Criticamente, reconhecemos que a dinâmica social de um território não se produz pela imposição de camadas, pois a imagem de camadas sedimentares sugere não haver interpenetração de uma camada na outra. No entanto, a metáfora citada nos revela que o presente é condição para o futuro, assim como foi construído pelo passado. Os arranjos sociais, técnicos e institucionais do território são construídos e evoluem ao longo do tempo, sendo o arranjo presente elemento vital para a trajetória de desenvolvimento futura.

Fora dos limites de um dado território produtivo da economia criativa, existem outros centros de produção, os quais podem operar de várias formas quanto às possibilidades de interação com as aglomerações produtivas localizadas no território produtivo da economia criativa.

Primeiramente, há um importante fluxo de interações de fora para dentro em busca de parcerias com as firmas hegemônicas, com as independentes, com as firmas de serviços especializados e demais fornecedores e com as distribuidoras. Além disso, há a possibilidade de contratação dos diversos profissionais criativos e técnicos.

O outro sentido possível do fluxo de interações externas é de dentro para fora, sendo que neste caso ocorre pela busca de cenários e paisagens; por alguns serviços e insumos específicos e pela redução de custos de produção. O primeiro caso deriva da necessidade de atender alguma demanda criativa que não se viabiliza na paisagem da própria metrópole, são casos de filmes produzidos no interior do país ou em alguma outra cidade que ambientará a história; a segunda possibilidade advém da necessidade de recursos específicos de alguma atividade produtiva inexistente na metrópole; e finalmente a última ocorrência é fruto da procura dos produtores por incentivos fiscais oferecidos por governos municipais e estaduais. Em nenhum caso há fuga da força criativa, que permanece concentrada dentro do território produtivo da economia criativa em questão.

O último ponto a explicar do esquema é a distribuição e a comercialização dos bens e serviços culturais, que fica a cargo das distribuidoras. Nesse ponto reside a maior fraqueza das indústrias culturais brasileiras, uma vez que a maior fatia de controle dessa etapa da indústria está nos braços das multinacionais.



A descrição do esquema apresentado acima nos permitiu compreender como uma determinada aglomeração produtiva das indústrias culturais se alimenta dos recursos oferecidos pelo território produtivo da economia criativa onde se circunscreve. Toda a explicação alude às externalidades positivas inerentes à aglomeração, as quais são alimentadas e potencializadas pelo território produtivo, que assim reforça e territorializa as vantagens competitivas. Estas, por sua vez, podem ser reconhecidas pelos retornos crescentes de escala e escopo e pelas economias de aglomeração.

### **Considerações finais**

As indústrias culturais se localizam preferencialmente no interior das grandes metrópoles do mundo, formando densas aglomerações de firmas e trabalhadores especializados, que se unem pelas fortes interdependências funcionais e externalidades. Na realidade, essas aglomerações fincam suas raízes nos territórios produtivos da economia criativa existentes nessas metrópoles, de onde obtém os recursos territoriais específicos cruciais às suas respectivas trajetórias de desenvolvimento.

Os territórios produtivos da economia criativa são as fontes de competitividade para as firmas através da qualificação e diversificação da sua bacia de trabalho, a qual atende todas as demandas criativas e técnicas do processo produtivo, e do seu ambiente institucional, que provê uma estrutura confiável e incentivadora das interações entre os diversos agentes produtivos. Nesse sentido, engendra-se um processo de retro-alimentação, uma vez que a oferta desses recursos atrai as firmas e os trabalhadores que, assim, reforçam o desenvolvimento da aglomeração e do território produtivo, potencializando a geração das economias de aglomeração e dos efeitos da proximidade. Dessa forma, o desenvolvimento das firmas, das aglomerações produtivas das indústrias culturais, do território produtivo da economia criativa e da economia metropolitana estão diretamente associados entre si, relacionando-se de maneira simbiótica.

A grande desverticalização das indústrias culturais e a incerteza inerente à atividade (tanto para as firmas, como para os trabalhadores) reforçam o processo de aglomeração nos territórios produtivos, onde estão os elos do processo produtivo e, mais importante que tudo, onde o conhecimento e os incentivos às interações se constituem em bens públicos. Portanto, as fontes de crescimento do próprio território produtivo são a bacia de trabalho e o seu ambiente institucional (SCOTT e LERICHE, 2005), nos quais se originam a sustentabilidade e a criação das vantagens competitivas territorializadas. Em outras palavras, as redes de firmas e trabalhadores, o mercado de trabalho local e seus efeitos de aprendizagem são as origens das economias de aglomeração. O ambiente institucional é a estrutura que incentiva, ou não, as interações entre os agentes produtivos.

O reconhecimento de que as fontes de crescimento dos territórios produtivos se encontram nas suas bacias de trabalho e nos seus ambientes institucionais indica um novo caminho para as políticas públicas destinadas a promover o desenvolvimento econômico, as quais devem visar à mobilização produtiva do território. Isto é, políticas que reforcem o desenvolvimento dos recursos territoriais específicos, os quais se configuram nas vantagens competitivas, territorialmente construídas, que as empresas desejam e precisam acessar.

Os dois principais alvos dessa nova geração heterodoxa de políticas em prol do desenvolvimento econômico são a bacia de trabalho criativo e o ambiente institucional. Isso implica em reconhecer que os principais elementos da produtividade, da inovação e, por conseqüência, da competição são a capacidade cognitiva, criativa e as interações entre os agentes envolvidos em todo o processo produtivo. A empresa deixa de ser o grande objeto de ação do Estado, que passa a atuar sobre o sistema produtivo localizado em uma base territorial específica, visando a fortalecer os recursos específicos necessários ao desenvolvimento de todo o complexo produtivo local. A partir disso, a trajetória da aglomeração e do território produtivo tendem a se retro-alimentar positivamente através das economias de aglomeração e da valorização dos efeitos de proximidade, pois o adensamento das relações sociais, intelectuais e culturais é mais importante que os custos inerentes à localização metropolitana.

### **Referências bibliográficas**

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massa. In: LIMA, Luiz Costa (org.). **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

ARTHUR, Brian. Positive feedbacks in the economy. In: **Scientific American**. v. 262(2). Estados Unidos. p. 92-99, 1990.

COCCO, Giuseppe. **A mobilização dos territórios produtivos**. Mimeo.

COELHO, Franklin. Desenvolvimento local e construção social: o território como sujeito. IN: SILVEIRA, Caio M. e COSTA REIS, Liliane. **Desenvolvimento local: dinâmicas e estratégias**. Rio de Janeiro: Rede DLIS, 2001.

COELHO, Teixeira. **O que é a indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1980.

HOWKINS, John. **The creative economy: how people are making money from ideas**. Londres: Penguin Press, 2001.

IGLIORI, Danilo Camargo. **Economia de clusters industriais e desenvolvimento**. São Paulo: Iglu: FAPESP, 2001.

LEITE, Sidney Ferreira. **Cinema brasileiro: das origens à retomada**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2005.

- MASSEY, Doreen. Geography matters. IN: MASSEY, Doreen e ALLEN, John (orgs.) **Geography matters! A reader**. Cambridge: Cambridge University Press, 1984. p. 1-11.
- MASSEY, Doreen. **Pelo espaço: uma nova política da espacialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.
- MENGER, Pierre-Michel. L'hégémonie parisienne: économie et politique de la gravitation artistique. IN: **Annales ESC**. nº 6, novembro-dezembro, 1993. p. 1555-1600.
- NORTH, Douglas. **Institutions, institutional change and economic performance**. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
- SANTOS, Milton. **Pensando o espaço do homem**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.
- SASSEN, Saskia. **As cidades na economia mundial**. São Paulo: Nobel, 1998.
- SCOTT, Allen J. **The cultural economy of cities**. Londres: Sage, 2000.
- SCOTT, Allen J. **On Hollywood: the place, the industry**. Nova Jersey: Princeton University Press, 2005.
- SCOTT, Allen J. e LERICHE, Frédéric. Les resorts géographiques de l'économie culturelle: du local au mondial. IN: **L'espace géographique**. nº 2005-3, p. 207-222, 2005.
- SILVA, João Luiz de Figueiredo. **Gravando no Rio! A indústria do cinema e a metrópole do Rio de Janeiro**. 162f. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade federal do Rio de Janeiro, 2009.
- STORPER, Michael. Territorialização numa economia global: possibilidades de desenvolvimento tecnológico, comercial e regional em economias subdesenvolvidas. IN: LAVINAS, Lena; CARLEIAL, Liana Maria da Frota e NABUCO, Maria Regina (orgs.) **Integração, região e regionalismo**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1994.
- STORPER, Michael. **The regional world: territorial development in a global economy**. Nova York: Guilford, 1997.
- STORPER, Michael e CHRISTOPHERSON, Susan. Flexible specialization and regional industrial agglomerations: the case of the U. S. motion-picture industry. IN: **Annals of the American Geographers**. 77, p. 260-82, 1987.
- THROSBY, David. **Economics and culture**. Nova York: Cambridge University Press, 2001.
- VELTZ, Pierre. **Mundialización, ciudades y territorios: la economía de archipiélago**. Barcelona: Ariel, 1999.

---

<sup>1</sup> O artigo é um desdobramento de parte da tese de doutorado intitulada "Gravando no Rio! A indústria do cinema e a metrópole do Rio de Janeiro", defendida pelo autor no PPGG-UFRJ. O autor contou com bolsa do CPNPq durante a pesquisa.

<sup>2</sup> Dentro das limitações do artigo, utilizaremos o termo *indústrias culturais* como forma de alusão ao conjunto de atividades relacionadas diretamente com a criação, a fabricação, a distribuição e a comercialização de bens e serviços culturais. Visando a um maior enquadramento dessa definição, Throsby (2001) sugere três condições para que as atividades possam ser classificadas como culturais. Elas devem possuir alguma forma de criatividade em suas produções; gerar ou comunicar

---

conteúdos simbólicos; e seus produtos devem poder adquirir algum tipo de propriedade intelectual. Para uma revisão do conceitual da fundação da economia da cultura, ver Silva (2009).

<sup>3</sup> Como afirma Coelho (1980), o grande debate sobre a indústria cultural gira ao redor da ética. Ou seja, se os seus produtos são bons ou maus para o homem, adequados ou não ao desenvolvimento das potencialidades e projetos humanos. Em função disso, quando utilizarmos a expressão “indústria cultural” não estaremos nos remetendo à definição proposta pela Escola de Frankfurt, posto que o artigo não se propõe a questionar o teor artístico da indústria de produção de bens e serviços culturais e, tampouco, entraremos no debate ético dessa atividade econômica. Para aprofundamento sobre o debate da indústria cultural proposto pela Escola de Frankfurt, ver Coelho (1980) e o clássico texto de Adorno e Horkheimer (2002).

<sup>4</sup> Como as atividades produtivas da economia da cultura se inserem em um campo maior, que é a economia criativa, a bacia de mão-de-obra existente nesses territórios produtivos da economia criativa atende as demandas de firmas dos mais distintos setores produtivos da economia da cultura e da economia de bens tradicionais.

<sup>5</sup> Apesar de ser um conceito central à geografia, o território tem tradição em várias outras áreas de estudo como a ciência política, sociologia, biologia, economia, antropologia e psicologia. Portanto, da mesma forma que são várias as áreas do conhecimento que se interessam pelo estudo do território, são várias as concepções existentes desse conceito. Haesbaert (2004) agrupa essas concepções em quatro vertentes básicas: 1) política ou jurídico-política, na qual o território é visto como um espaço delimitado e controlado onde se exerce um determinado poder, na maioria dos casos, relacionado ao Estado; 2) cultural ou simbólico-cultural, que interpreta o território como produto da apropriação/valorização simbólica de um grupo em relação ao espaço vivido; 3) econômica, que enfatiza a dimensão espacial das relações econômicas, sendo o território visto como fonte de recursos e/ou incorporado no embate entre classes sociais e na relação capital-trabalho; e 4) natural, na qual o território é uma noção baseada nas relações entre sociedade e natureza. Nesse sentido, o autor enfatiza a importância de se estabelecer a linha teórica que será empregada ao conceito, sem que isso imponha a conceituação à problemática, mas que revele a diferenciação do conceito frente às questões priorizadas.

<sup>6</sup> A pesquisa para a feitura dos mapas foi realizada pelo autor e a sua construção foi executada pelo geógrafo João Grand Junior.

<sup>7</sup> Esse esquema não possui nenhuma relação com a representação espacial de Von Thunen.

<sup>8</sup> Adotamos como critério para o levantamento, as indústrias criativas elencadas por Howkins (2001).