

Fernanda Bocorny  
Messias  
Elimar Pinheiro do  
Nascimento  
Caio Frederico e Silva

*a*

## ECONOMIA CRIATIVA NA ARENA DA SUSTENTABILIDADE

pós- | I

### RESUMO

Este artigo tem como objetivo contribuir para o debate da economia criativa (EC) no contexto da sustentabilidade, uma associação pouco explícita que se encontra desde os primeiros escritos. O faz por meio da identificação de inter-relações entre termos utilizados na literatura para definir EC (classe criativa, cidade criativa, educação criativa, cultura, economia(s) e indústrias culturais e criativas) e oito dimensões da sustentabilidade (ambiental, social, econômica, cultural, tecnológica, ética, territorial e política), onde os termos encontram outro sentido. Conclui-se que a estreita relação entre o paradigma criativo e o sustentável é uma consequência, mais do que uma intenção primeira, da proclamada quebra de paradigma nos modelos de desenvolvimento moderno do século XX.

### PALAVRAS-CHAVE

Desenvolvimento sustentável. Economia de intangíveis. Cidades criativas. Classe criativa. Indústria cultural e criativa.



[HTTP://DX.DOI.ORG/10.11606/ISSN.2317-2762.POSFAU.2020.161954](http://dx.doi.org/10.11606/ISSN.2317-2762.POSFAU.2020.161954)

Pós, Rev. Programa Pós-Grad. Arquit. Urban. FAUUSP. São Paulo, v. 27, n. 50, e161954, 2020.

## CREATIVE ECONOMY IN THE REALM OF SUSTAINABILITY

### ABSTRACT

This article aims to contribute to the debate of the creative economy in the context of sustainability, a not so explicit association found on the early writings on this topic. The interrelationships between the terms used in the literature to define creative economy (creative class, creative city, creative education, culture, economics and cultural and creative sciences) and eight dimensions of sustainability (environmental, social, economic, cultural, technological, ethical, territorial and political) are identified, in which the terms present another meaning. We conclude that a relationship between the creative and sustainable paradigms is a consequence, rather than a first intention, of the proclaimed paradigm to break away from the twentieth century models of development.

### KEYWORDS

Sustainable development. Intangible economies. Creative cities. Creative class. Cultural and creative industry.

## INTRODUÇÃO

A associação da economia criativa (EC) com a sustentabilidade, expressa na noção de desenvolvimento sustentável, está presente desde os primeiros escritos que buscaram defini-la (Quadro 1). Porém havia dúvida se o discurso que associava os dois paradigmas era algo ocasional ou substantivo. Entre as primeiras pistas está o consenso de que o “*complexo híbrido*” (UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION, 2013, p. 26) da aliança entre criatividade e cultura na EC é uma fonte poderosa de inovações. No século XXI, especialmente no meio urbano, as novas plataformas tecnológicas oferecem novas formas de acesso e de atuação no mercado e impulsionam os setores culturais e criativos. Essas formas sublinham tendências nas cadeias de produção e consumo em que a percepção do valor simbólico (intangível) prevalece sobre o material (tangível).

Os modelos de negócios típicos da EC contrastam com as estruturas e organizações econômicas convencionais da era industrial, ao passo que na sociedade, cada vez mais portadora de trabalho imaterial, suas inovações propiciam perspectivas de justiça, equidade e inclusão. Tipicamente urbanos, seus impactos na economia são marcados pelo alto potencial de giro de capital, de ocupação e de postos de trabalho e ao reduzirem a pressão por recursos naturais e investimentos iniciais.

As interpretações conceituais da EC ainda provocam debates (Quadro 1), bem como são inúmeras as classificações das indústrias (setores) criativas (Quadro 4). Na literatura, repetem-se termos para definir EC – classe criativa, cidade criativa, educação criativa, cultura, tecnologia, economia(s) e indústrias (setores) culturais e criativas. Este artigo tem como objetivo contribuir com o debate ao explorar a inter-relação desses termos com oito dimensões da sustentabilidade – ambiental, social, econômica, cultural, tecnológica, ética, territorial e política.

Conclui-se que a estreita relação entre os termos da EC são mais uma consequência dos debates na arena da sustentabilidade do que sua intenção primeira. A análise subsidia a noção de que o discurso que associa os dois paradigmas decorre das discussões sobre a finitude dos recursos naturais e da valorização da cultura iniciadas no século XX. Impulsionadas pela tecnologia, se articula o novo paradigma econômico em torno da criatividade, que se expande no século XXI.

## ORIGENS E NATUREZA DA ECONOMIA CRIATIVA

O resgate cultural dos povos aborígenes da Austrália, iniciado nos 1970, posteriormente inspirou a formulação da primeira política de EC, o *Creative Nation: commonwealth cultural policy* (AUSTRÁLIA, 1994). Um importante subsídio a sua formulação foi *The arts economy: 1968-1998*, o primeiro estudo de fôlego para mensuração e mapeamento das indústrias culturais (AUSTRÁLIA, 1994; MADEIRA, 2014).

Considerado à frente do seu tempo, o *Creative Nation* reposicionou os setores culturais para o centro da economia e reconheceu a produção cultural aborígene como um diferencial australiano. Essa política cultural abordou a produção cultural em sentido amplo e como capital econômico, e apresentou-se claramente articulada com outras, como as de educação, direitos autorais, incentivos à exportação e benefícios fiscais. Apesar de não nomear explicitamente indústria criativa ou EC, o *Creative Nation* inaugurou o paradigma da cultura e da criatividade como ativos econômicos, assim como expandiu o conceito de cultura ao incluir entre seus setores televisão, rádio, mídias, patrimônio histórico, cinema, cultura tradicional e turismo cultural (AUSTRÁLIA, 1994).

Furtado (1978) se encontra entre as primeiras e principais referências acerca da cultura e da criatividade como fatores inerentes à concepção contemporânea de desenvolvimento econômico e social. Ele, Touraine (1969) e Bell (1974), sob óticas próprias, distinguiram os primeiros sinais do que, posteriormente, analistas (Garofoli, 1987; Kumar, 1997; Harvey, 1995) identificaram como a emergência de novos paradigmas capitalistas de produção econômica pós-industrial, os relacionando a uma nova internacionalização do capital (MADEIRA, 2014; VEIGA, 2008).

O início da ocupação urbana criativa remonta os anos 1980/1990, quando crises sucessivas dos modelos de desenvolvimento modernos conduziam os debates sobre sustentabilidade. O *movimento das cidades criativas* é marcado pela ocupação e revitalização de antigos bairros em zonas centrais de cidades industriais pela classe artística (LANDRY, 2013; VEIGA, 2008).

Na virada dos anos 2000, o paradigma criativo rapidamente se expande em face dos seus benefícios econômicos diretos em ocupação de pessoal e participação na economia, sob a atenção de governos em todo o mundo. Dentre as diversas conceituações de EC na literatura (Quadro 1), Santos-Duisenberg reconhece que “*certas mudanças de ordem econômica, tecnológica, social e cultural [da virada do século XX para o século XXI] transformaram a sociedade contemporânea de forma irreversível*” (BRASIL, 2011, p. 76). Reis (2008) reflete sobre as questões sociais e econômicas e a mudança de paradigma na relação economia, cultura e tecnologia a serviço da criatividade. Leitão (2012), por sua vez, centra o conceito da EC na sustentabilidade social. O Plano da Secretaria de Economia Criativa (BRASIL, 2012) reconhece a EC como economia do intangível, associada à economia de recursos naturais. O consenso é sua vinculação original com a cultura, que dá novo fôlego às indústrias culturais e amplia a percepção da economia da cultura ao agregar setores dinâmicos de alta tecnologia na EC. A inclusão social (ou produtiva), o reconhecimento do valor econômico da cultura e os ativos intelectuais e tecnológicos são recorrentes nas definições (Quadro 1).

Economia Criativa	Referências
Economia criativa seria uma abordagem holística e multidisciplinar, lidando com a interface entre economia, cultura e tecnologia, centrada na predominância de produtos e serviços com conteúdo criativo, valor cultural e objetivos de mercado, resultante de uma mudança gradual de paradigma.	Santos-Duisenberg (In: REIS, 2008)
Economia criativa abrange além das indústrias criativas, o impacto de seus bens e serviços em outros setores e processos da economia e as conexões que se estabelecem entre eles.	Hartley (2005)
"Trata-se de uma nova denominação que vem se afirmando no discurso dos profissionais envolvidos com a área cultural no Brasil – administradores públicos, produtores, gestores, entre outros – em substituição àquilo que se convencionou chamar de indústria cultural."	Machado (2007, p.83)
"As atividades, bens e serviços culturais possuem dupla natureza, tanto econômica quanto cultural, uma vez que são portadores de identidades, valores e significados, não devendo, portanto, ser tratados como se tivessem valor meramente comercial".	Declaração do Milênio ONU (2000)
"Diferentemente da economia tradicional 'taylorista', a EC se caracteriza pela abundância e não pela escassez, pela sustentabilidade social e não pela exploração de recursos naturais e humanos, pela inclusão produtiva e não pela marginalização de indivíduos e comunidades."	Leitão (2011 In: Plano da SEC, p.14)
"A EC é, portanto, a economia do intangível, do simbólico. Ela se alimenta dos talentos criativos, que se organizam individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos. Por se caracterizar pela abundância e não pela escassez, a nova economia possui dinâmica própria."	Plano da SEC (p.24)
"Se convencionou chamar EC aquelas manifestações humanas ligadas à arte em suas diferentes modalidades, seja ela do ponto de vista da criação artística em si, como pintura, escultura e artes cênicas, seja na forma de atividades criativas com viés de mercado, como design e publicidade."	Caiado (Coord) (2011, p. 11)
"EC é o ciclo que engloba a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam a criatividade, o ativo intelectual e o conhecimento como principais recursos produtivos". São atividades econômicas que partem da combinação de criatividade com técnicas e/ou tecnologias, agregando valor ao ativo intelectual. Ela associa o talento a objetivos econômicos. E, ao mesmo tempo, ativo cultural e produto ou serviço comercializável e incorpora elementos tangíveis e intangíveis dotados de valor simbólico.	Caiado (Coord) (2011, p. 15)
"A capacidade da EC de gerar novos produtos e serviços "transborda" para atividades inovadoras em outras empresas e organizações dentro e fora do setor, gerando encadeamentos nas cadeias produtivas, potencializando inovações em outros setores."	EC na cidade de SP (p. 140)
<u>Economia Criativa</u> , que além das indústrias criativas considera o impacto dos seus bens e serviços em outros setores e processos da economia, e as conexões que se estabelecem entre eles. É <u>EC como estratégia de desenvolvimento</u> , com duas abordagens complementares: <u>A primeira tem por base o reconhecimento da criatividade</u> , portanto do capital humano, para o fomento de uma integração de objetivos sociais, culturais e econômicos, diante de um modelo de desenvolvimento global pós-industrial excludente, portanto insustentável. Nesse antigo paradigma a diversidade cultural e as culturas em geral podem ser vistas como obstáculos ao desenvolvimento, em vez de nutrientes de criatividade e de resolução dos entraves sociais e econômicos. [...] A segunda abordagem aponta como as mudanças econômicas e em especial as novas tecnologias alteram os elos de conexão entre a cultura (das artes ao entretenimento) e a economia, abrindo um leque de oportunidades econômicas baseadas em empreendimentos criativos.	As duas óticas de Reis (2008 p.25-28)

pós- 5

Quadro 1 – Conceitos da economia criativa na visão de diferentes autores  
Fonte: Messias (2017, p. 178).

Estudiosos contemporâneos (HARTLEY, 2005; REIS, 2008; 2011; TEPPER, 2002; VENTURELLI, 2000) são unânimes em reconhecer uma confluência de fatores (fragilidade dos modelos econômicos de desenvolvimento – para a inclusão e a sustentabilidade –, globalização, novas mídias e conhecimento como principal ativo econômico) que impulsionou novas dinâmicas sociais, culturais e econômicas. Pela vinculação da EC aos setores públicos e sem fins lucrativos e informais, há um rearranjo nos domínios econômicos, cujo valor se volta às fontes originais da cultura e ao conhecimento (UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION, 2013). O diálogo sobre a importância do resgate cultural como ativo da EC é capaz de promover transformações profundas nas relações que regem a economia e a sociedade local no mundo globalizado “em termos de valores, preferências pessoais, estilos de vida e de trabalho, e perfil de consumo” (BENDASSOLLI; WOOD; KIRSCHBAUM, 2009, p. 11). Apontada como um paradigma pós-industrial neste novo ciclo econômico em que a criatividade é “recurso básico, diferencial e imprescindível” (REIS, 2008, p. 18), a EC se mostra uma alternativa de desenvolvimento sustentável que responde aos limites do crescimento anunciados no século XX.

### OS TERMOS QUE DEFINEM A ECONOMIA CRIATIVA

Nos limites difusos de conceitos da EC, encontram-se recorrentemente na literatura termos utilizados para defini-la. Quatro deles se referem à confluência, na EC, de quatro tendências econômicas do final do século XX associadas à desmaterialização da economia: as economias do conhecimento, da experiência, da cultura e a compartilhada ou colaborativa.

Além das novas economias, os autores também utilizam outros termos inter-relacionados entre si para *conceituar* a EC, os quais a caracterizam no território, por serem tipicamente urbanos: indústrias culturais e criativas; *clusters* e *hubs* criativos; cidades criativas; classe criativa; e educação criativa.

### As novas economias e a economia criativa

Os novos termos econômicos herdados pela EC têm em comum a maior percepção de valor de intangíveis sobre tangíveis, a grande ocupação de pessoas – tantos em postos de trabalho como entretenimento –, as inovações nas relações de trabalho e pela expansão à medida que a tecnologia se populariza.

O termo *economia do conhecimento* enfatiza o trinômio tecnologia, qualidade e geração de direitos de propriedade associado ao trabalho intelectual. Começa a se estabelecer nos 1990 e se consolida pelo crescente valor do conhecimento, da informação, da inteligência artificial e das redes na economia. Provocou uma readequação nos modos de produção e consumo material, que perdeu a vez de objeto central de consumo e passa a ser um meio, e não o fim produtivo (NASCIMENTO, 2012; REIS; URANI, 2011).

O termo *economia da experiência* combina a desmaterialização do consumo com a promoção da relação do ser humano com seu meio ambiente, privilegiando-se o valor do acesso e da experiência, em vez da propriedade. Seu

escopo agrega o entretenimento relacionado à cultura, ao lazer, ao turismo e ao esporte. O talento, a tecnologia e os processos colaborativos são aqui eleitos os principais fatores de produção e a chegada da internet, um marco a novas formas de acessos a bens e serviços culturais (MADEIRA, 2014; REIS; URANI, 2011).

O termo *economia da cultura* tem origem nos teóricos da Escola de Frankfurt (1930/40), que relacionaram pela primeira vez cultura e economia. Desde então desenvolveu-se uma visão sistêmica e ampla no entendimento da cultura, percebida como valor único e intangível para o desenvolvimento e as mudanças e “*la economía en sí misma*” como uma de suas partes (UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION, 2013, p. 24). Movimentos, trocas e relações nas cadeias produtivas e de consumo de bens e serviços culturais são guiados por normas culturais e predileções, que interconectam identidades e mundos reais (OLIVEIRA; ARAUJO; SILVA, 2013; UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION, 2013).

*compreende [...] os setores do capitalismo moderno que atendem às demandas do consumidor por diversão, ornamentação, autoafirmação, ostentação social e outras de grande valor simbólico (em lugar de um propósito puramente utilitarista). As economias urbanas e regionais atuais contêm um importante componente de economia cultural.* (UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION, 2013, p. 24).

pós- 7

O termo *economia compartilhada ou colaborativa* multiplica o acesso à produção, ao trabalho e à comercialização por meio de práticas mais colaborativas que competitivas. Tem como característica principal agregar pessoas com interesses comuns e diferentes conhecimentos, talentos ou habilidades em torno de projetos que permitem outras moedas de troca além do meio circulante. Os bens de produção e de capital têm custos compartilhados, as relações privilegiam a colaboração (contrastando com o modelo hierárquico da economia industrial) e as plataformas interativas e meios virtuais potencializam a comunicação. São modelos de negócios tipicamente urbanos, do tipo *coworking* ou coletivos; e financiamento coletivo, do tipo *crowdfunding*, que se pautam pela criatividade, inovação e uso intensivo de tecnologias. A predominância de serviços na EC favorece as práticas colaborativas e outras trocas intangíveis, muitas vezes incalculáveis em ganhos sociais, ambientais, urbanos, culturais ou éticos. A colaboração é um princípio da natureza que é igualmente necessário à sustentabilidade (MADEIRA, 2016; MESSIAS, 2017; REIS; URANI, 2011).

### **Indústrias culturais e criativas**

O termo *indústrias culturais* foi cunhado pela Escola de Frankfurt (1930/40), com reiteradas críticas à relação entre economia e cultura. A expressão ganha novo fôlego quando se articula o termo *indústrias criativas*, nos 1990, relacionado aos fenômenos da economia do conhecimento e da desmaterialização da economia (ARAÚJO, 2010; BENDASSOLLI; WOOD; KIRSCHBAUM, 2009; UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION, 2013).

Quadro 2 – Definições das indústrias criativas na visão de diversos autores  
 Fonte: Messias (2017, p. 193).

Indústrias Criativas – definições	Referências
“Atividades que têm a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual [...] As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais).”	DCMS (1998, p.5)
“A ideia de indústrias criativas busca descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com as indústrias culturais (escala de massa), no contexto de novas tecnologias midiáticas (TICs) e no escopo de uma nova economia do conhecimento, tendo em vista seu uso por parte de novos consumidores cidadãos interativos.”	Hartley (2005, p. 5)
“Em minha perspectiva, é mais coerente restringir o termo ‘indústria criativa’ a uma indústria onde o trabalho intelectual é preponderante e onde o resultado alcançado é a propriedade intelectual.”	Howkins (2005, p.119)
“[Indústrias criativas] produzem bens e serviços que utilizam imagens, textos e símbolos como meio. São indústrias guiadas por um regime de propriedade intelectual e [...] empurram a fronteira tecnológica das novas tecnologias da informação. Em geral, existe uma espécie de acordo que as indústrias criativas têm um <i>copyright</i> , um <i>corção</i> , que seria composto de música, audiovisual, multimídia, <i>software</i> , <i>broadcasting</i> e todos os processos de editoria em geral. No entanto, a coisa curiosa é que a fronteira das indústrias criativas não é nítida. As pessoas utilizam o termo como sinônimo de indústrias de conteúdo, mas o que se vê cada vez mais é que uma grande gama de processos, produtos e serviços que são baseados na criatividade, mas que têm as suas origens em coisas muito mais tradicionais, como o <i>craft</i> , folclore ou artesanato, estão cada vez mais utilizando tecnologias de <i>management</i> , de informática para se transformarem em bens, produtos e serviços de grande distribuição.”	Jaguaribe (2006)
“As indústrias criativas são formadas a partir da convergência entre as indústrias de mídia e informação e o setor cultural e das artes, tornando-se uma importante (e contestada) arena de desenvolvimento nas sociedades baseadas no conhecimento [...] operando em importantes dimensões contemporâneas da produção e do consumo cultural [...] o setor das indústrias criativas apresenta uma grande variedade de atividades que, no entanto, possuem seu núcleo na criatividade.”	Jeffcutt (2000, p. 123-124)
“As atividades das indústrias criativas podem ser localizadas em um <i>continuum</i> que vai desde aquelas atividades totalmente dependentes do ato de levar o conteúdo à audiência (a maior parte das apresentações ao vivo e exibições, incluindo festivais) que tendem a ser trabalho-intensivas e, em geral, subsidiadas, até aquelas atividades informacionais orientadas mais comercialmente, baseadas na reprodução de conteúdo original e sua transmissão a audiências (em geral, distantes) (publicação, música gravada, filme, <i>broadcasting</i> , nova mídia).”	Comford e Charles (2001, p. 17)
“Indústrias criativas são entendidas como um conjunto de setores econômicos específicos, cuja seleção é variável segundo a região ou país, conforme seu impacto econômico potencial na geração de riqueza, trabalho, arrecadação tributária e divisas de exportações.”	Reis (2008, p.24)
Conceito de Indústrias Criativas é usado para representar um <i>cluster</i> de atividades que têm criatividade como um componente essencial, estão diretamente inseridas no processo industrial e sujeitas à proteção de direitos autorais. São “os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e capital intelectual como insumos primários.”	IX Unctad (2004)
“os setores criativos são aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social [...] aqueles cujas atividades produtivas têm como insumos principais a criatividade e o conhecimento, [...] aqueles cuja geração de valor econômico se dá basicamente em função da exploração da propriedade intelectual expressa uma percepção bastante restritiva, posto que a propriedade intelectual não corresponde a um elemento obrigatório nem definidor único de valor dos bens e serviços criativos. [...] vão além dos setores denominados como tipicamente culturais, ligados à produção artístico-cultural (música, dança, teatro, ópera, circo, pintura, fotografia, cinema), compreendendo outras expressões ou atividades relacionadas às novas mídias, à indústria de conteúdos, ao <i>design</i> , à arquitetura entre outros.”	Plano da SEC (2012, p.22)
“podem-se agrupar as características das indústrias criativas em três grandes blocos: o primeiro bloco refere-se a uma forma de produção que tem a criatividade como recurso-chave, que valoriza a arte pela arte, que fomenta o uso intensivo de novas tecnologias de informação e de comunicação, fazendo uso extensivo de equipes polivalentes; o segundo bloco abrange os contornos específicos dos produtos gerados, tais como a variedade infinita, a diferenciação vertical e a perenidade; e o terceiro bloco representa uma forma particular de consumo, que possui caráter cultural e apresenta grande instabilidade na demanda.	Bendasolli et al (2009, p.13)
“The term cultural industries refers to industries which combine the creation, production and commercialization of creative contents which are intangible and cultural in nature. The contents are typically protected by copyright and they can take the form of a good or a service. Cultural industries generally include printing, publishing and multimedia, audiovisual, phonographic and cinematographic productions as well as crafts and design. The term creative industries encompasses a broader range of activities which include the cultural industries plus all cultural or artistic production, whether live or produced as an individual unit. The creative industries are those in which the product or service contains a substantial element of artistic or creative <i>apport</i> and include activities such as architecture and advertising.”	Unesco (2006, p.3)
“os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam a criatividade e o capital intelectual como seus insumos primários. Elas compreendem um conjunto de atividades baseadas no conhecimento, que produzem bens tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado”	Unctad (2008, p.4)
[Indústrias culturais] se hacia referencia a formas de producción y consumo cultural que tenían un elemento <i>expressivo</i> , o simbólico en su núcleo” [...] El término industrias creativas se aplica a un conjunto productivo mucho más amplio, incluyendo los bienes y servicios que producen las industrias culturales, así como aquellas que dependen de la innovación, incluyendo muchos tipos de investigación y desarrollo de <i>software</i> .	ONU (2013, p.20)

DCMS (1998 e 2005*) e Howkins (2001)	X Unctad (2010)	Mod. Textos Simbólicos	Modelo Circulos Concêntricos (2001)	Modelo do OMPI (2003)	Modelo do Instituto de Estatística da Unesco	Modelo de Americanus for the Arts
1.Arquitetura	1 Serviços criativos: arquitetônico, publicidade, cultural e recreativo, pesquisa e desenvolvimento (P&D) criativo, outros serviços criativos digitais.	1 Publicidade	1 Arquitetura	1 Arquitetura	1 Arquitetura	1 Arquitetura
2.Publicidade	2 Design: interiores, gráfico, moda, joalheria, brinquedos;	2 Artes cênicas	2 Publicidade	2 Publicidade	2 Publicidade	2 Publicidade
3.Design	3 Artes visuais: pinturas, esculturas, fotografia e anti-mídias;	3 Moda	3 Design	3 Design	3 Design	3 Design
4.Artes e ambigüidades	4 Expressões culturais tradicionais: artesanato, festivais e celebrações;	4 Cinema	4 Artes Visuais	4 Artes gráficas e visuais	4 Artes visuais, artesanato	4 Artes Visuais
5.Artesanato	5 Moda expressa item 2	5 TV e Rádio	5 Moda	5 Moda	5 Festivais	
6.Moda	6 Audiovisuais: filmes, televisão, rádio e demais radiodifusões.	6 Indústria editorial	6 Cinema	6 Cinema e vídeo		
7.Cinema e vídeo	7 Editoriais e mídias impressas: livros, imprensa e outras publicações;	7 Rádio no item 7	7 TV e Rádio	7 Cinema e vídeo	6 Cinema e vídeo	5 Cinema
8.TV	8 Artes cênicas: música ao vivo, teatro, dança, ópera, circo, teatro de fantoches, etc.	8 Música	8 Indústria editorial	8 TV e Rádio	7 <i>Hardware</i> audiovisual	6 TV e Rádio
9.Editoriação e publicações	9 Novas mídias: arqueológico, punção, cultural e recreativo, pesquisa e desenvolvimento (P&D) criativo, outros serviços criativos digitais	9 Música	9 Artes Cênicas	9 Indústria editorial	8 TV e Rádio	7 Indústria editorial
10.Artes cênicas	10 Música ao vivo expresso item 8	10 Música	10 Rádio no item 7	10 Indústria de papel	9 Indústria editorial	10 Equip. de impressão
11.Rádio	11 Locais culturais: sítios arqueológicos, museus, bibliotecas, exposições, etc.	11 Música	11 Videogames e jogos de computador	11 Artes Cênicas	11 Artes Cênicas	11 Artes Cênicas
12 Software de lazer	12 Brinquedos expresso item 2	12 Música	12 Música	12 Rádio expresso item 8	12 Rádio expresso item 8	12 Rádio no item 0
13 Música	13 Novas mídias no item 10	13 Música	13 Gravação de áudio	13 Música	13 Instrumentos musicais	10 Música
14 Museus (2005)	14 Expr.culturais tradicionais expresso no item 4	13 Música	14 Museus e bibliotecas	14 Estudos de Criação	14 Equipamentos de som	
15 Galerias (2005)	15 P&D criativo expresso item 10	13 Música	15 Serviços de patrimônio	15 Instrumentos Musicais	10 Museus, galerias e bibliotecas	11 Museus, 2001, 02, 03
16 Brinquedos e jogos (Howkins, 2001)	17 Fotografia expresso item 4	13 Música		16 Jogos		
17 Software (SW) (2005)		13 Música		17 Software	14 Software (SW)	
18 Tradições culturais (2005)		13 Música		18 Produtos eletrônicos de consumo		
19 P&D (Howkins, 2001)		13 Música		19 Fotografia, equip. fotográficos	15 Fotografia (distinto de Artes Visuais no item 4)	
		13 Música		20 Unidades de Gestão Coletiva	16 Meios de Comunicação	12 Escolas de arte e ofícios
		13 Música		21. Oportunidades Domésticas		13. Zoológicos expresso no item 11
<b>SETORES CLASSIFICADOS EM APENAS UM DOS MODELOS:</b>						
		13. Esportes	16 Literatura			

Quadro 3 – Comparação entre os modelos internacionais de classificação das indústrias criativas  
Fonte: Messias (2017, p. 196).

A desmaterialização da economia encontra quatro relações com as *indústrias culturais e criativas* na literatura: 1) a centralidade da criatividade, com certa tendência à comoditização pela geração de direitos de propriedade intelectual (PI); 2) a cultura, cujo valor atribuído ao consumo é mais simbólico que material; 3) a “*convergência entre artes, negócios e tecnologia*”, pressuposto da Escola de Frankfurt ainda aceito para a indústria cultural; e 4) as indústrias criativas, que transformam esses significados em valor econômico, por meio da PI. Outros três elementos as aproximam da sustentabilidade: a) predominância de insumos imateriais – criatividade, cultura, tecnologia, conhecimento e informação; b) valor na produção simbólica, com “*uso extensivo de equipes polivalentes*”; e c) consumo, cujo valor é mais simbólico que material (BENDASSOLLI; WOOD; KIRSCHBAUM, 2009).

Embora permaneça vivo o debate em torno do que sejam indústrias criativas e de quais setores as compõe (Quadros 2 e 3), predominam as indústrias criativas como pioneiras no trabalho conjunto de criatividade e inovação, elementos-chave da economia.

O Quadro 4 reúne as 16 indústrias criativas mais citadas nas classificações internacionais (Quadro 3), em que se apresentam sob diferentes associações entre si. Artes é a que mais varia o escopo, em geral é associada às artes gráficas ou visuais. Nenhuma classificação considerada o turismo, embora diretamente beneficiado pelo desempenho dos demais setores e citado na literatura desde o *Creative Nation* (AUSTRÁLIA, 1994) e no Plano da Secretaria de Economia Criativa (BRASIL, 2011).

Quadro 4 – 16 setores criativos mais citados  
Fonte: Messias (2017).

ARQUITETURA	DESIGN
PUBLICIDADE	MODA
INDÚSTRIA EDITORIAL	ARTESANATO (ARTES)
RÁDIO	CINEMA E VÍDEO
MÚSICA (INCLUSIVE AO VIVO)	TV
ARTES CÊNICAS	ARTES (DIVERSAS)
MUSEUS E GALERIAS	SOFTWARE E/OU NOVAS MÍDIAS
SOFTWARES DE LAZER	JOGOS ELETRÔNICOS

O que essencialmente distingue as indústrias culturais das criativas (e a economia cultural da EC) é o reconhecimento de setores de alta tecnologia, além dos de cultura, como indústrias criativas (Quadros 3 e 4).

### Clusters e hubs *criativos*

Os termos *clusters* e *hubs* criativos são para ambientes que concentram indústrias culturais e criativas – um edifício, uma rua ou um bairro. Os *clusters* criativos diferem do conceito industrial cunhado por Porter (1998) por serem locais de residência e trabalho, onde profissionais da cultura, da criatividade e da tecnologia (a classe criativa) vivem, trabalham e transitam.

Os primeiros desses ambientes marcam os novos significados que foram transferidos pela classe artística a antigos bairros industriais e comerciais em zonas urbanas centrais, nos primeiros sinais de fragilidade da economia

industrial (1980/90). Os *Hubs* são onde se desenvolvem, produzem e/ou comercializam as produções mais sofisticadas da EC, geralmente especializados em algum setor (LANDRY, 2011; REIS; URANI, 2011; UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION, 2013).

### Cidades criativas

O termo *cidades criativas*, *per se*, evidencia o meio urbano como o principal *locus* da EC, justamente onde é gerada a maior poluição e consumida a quase totalidade dos recursos naturais extraídos. O termo dialoga conceitualmente com os de cidade inteligente, cidade saudável, *smart city* e resiliência urbana, ou cidade autossuficiente, onde se produzem alimentos, energia e zero resíduo. Na cidade criativa se cultiva o ambiente criativo, áreas verdes, o usufruto cultural e o respeito às diferenças. Concentram grande número de representantes da classe criativa, que a fazem dinâmica, interessante e cada vez mais sustentável. Cidades que investem em políticas de turismo, meio ambiente, planejamento urbano sustentável, patrimônio cultural – material e imaterial –, educação criativa e fomento cultural; onde múltiplas conexões e o acesso à tecnologia favorecem transações, negócios inovadores e modelos de governança participativos *top-down* e *bottom-up* no longo prazo (LERNER, 2011; LETAIFA, 2015; MESSIAS, 2017).

O tema das cidades criativas ganhou fôlego e visibilidade internacional pelas experiências bem-sucedidas de cidades que identificaram a criatividade como fator estratégico para seu desenvolvimento. Com efeito, em 2004, a Unesco articulou a Rede de Cidades Criativas (*Unesco Creative Cities Network – UCCN*), cujo objetivo é promover a cooperação ativa entre as cidades-membro e levar a criatividade para o coração de seus planos de desenvolvimento local. Cada cidade-membro da UCCN ingressa numa das sete categorias que melhor expressa sua criatividade: 1) artesanato e artes folclóricas; 2) artes midiáticas; 3) cinema; 4) *design*; 5) gastronomia; 6) literatura; e 7) música. Em 2017, passaram a 180 as cidades-membro da UCCN, presentes em 72 países. Há oito cidades-membro da UCCN no Brasil: Curitiba e Brasília, de *design*; Santos (SP), de cinema; Belém, Paraty (RJ) e Florianópolis, de gastronomia; João Pessoa, de artesanato e artes folclóricas; e Salvador, de música (UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION, 2017).

Os efeitos das mudanças, rupturas e inovações pelo uso da criatividade são mais perceptíveis nas cidades, onde se adensam atividades humanas. Trata-se de uma oportunidade, a reconhecida criatividade brasileira, no país que mais se urbanizou na América Latina no século XX, quando a população brasileira passou de rural (28% em 1920) para urbana (85% em 2010) (Tabela 1). A

Tabela 1 – Evolução da população rural, urbana e total (em milhões) – Brasil 1920-2010

Fonte: Messias (2017, p. 199). Censos demográficos – IBGE

Ano	População Rural		População Urbana		Total
1920	23	82%	5	18%	28
1940	28	68%	13	32%	41
1950	33	63%	19	37%	52
1960	38	54%	32	46%	70
1970	41	44%	52	56%	93
1980	38	32%	81	68%	119
1990	35	24%	111	76%	148
2000	30	18%	140	82%	170
2010	28	15%	162	85%	192

expectativa é que mais de 90% da população brasileira viva em cidades, em 2030 (BRASIL, 2015).

### Classe criativa

O termo *classe criativa* foi cunhado por Florida (2011), que a reconhece como o principal motor da EC e da cidade criativa, o capital humano que as diferencia. A classe criativa reúne profissionais de diferentes áreas, da alta tecnologia, entre os mais bem remunerados do mercado, a artesãos e representantes da cultura popular. Predomina na literatura que os trabalhadores dessa classe são mais bem remunerados que a média, algo questionado em publicações recentes, precisamente pela variação dos ganhos entre os setores (BENDASSOLLI; BORGES-ANDRADE, 2011; FLORIDA, 2002; LANDRY, 2013; UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION, 2013).

Atribuem à classe criativa processos e modos disruptivos de trabalho e negociação; inovações sociais, econômicas e ambientais; e o condão de migrar o valor do capital humano da mão de obra em série para o diferencial criativo. De maioria jovem, até 40 anos, são protagonistas em políticas públicas e em soluções para uma sociedade pós-moderna, predominantemente urbana e globalizada. Empregam-se, também, em setores tradicionais da economia, em que são os responsáveis, em grande medida, por inovações na produção e em estratégias de mercado (BENDASSOLLI; BORGES-ANDRADE, 2011; OLIVEIRA; ARAUJO; SILVA, 2013).

No Reino Unido, especialmente, e na Argentina, a alta qualificação dos recursos humanos caracteriza a classe criativa. Artopoulos (2012) sublinha a formação de recursos humanos como um diferencial argentino para a EC em relação a outros países da América Latina. O Reino Unido adotou o termo *creative intensities*, para indústrias ou atividades com grande quantidade de postos de trabalho criativos, as *creative occupations*. O número de profissionais da classe criativa é percebido no Reino Unido como vantagem comparativa, para a qual há vasta literatura direcionada a atrair investimentos e recursos humanos estrangeiros qualificados (ARTOPOULOS, 2012; UK TRADE & INVESTMENT, 2014; NESTA, 2013).

No Brasil, encontram-se diferentes formas de caracterizar a classe criativa: tempo de formação, remuneração, cargos, ocupação principal ou secundária, quantidade de horas dedicadas ao trabalho criativo, dedicação exclusiva ou parcial, entre outros. Corroborando com a literatura internacional, os trabalhadores da classe criativa brasileira têm mais tempo de estudo formal e, em média, são mais bem remunerados. O que mais os distingue de outras classes profissionais do país é que costumam ter maiores envolvimento e satisfações pessoais e permanecer menos tempo vinculados a um mesmo trabalho (BENDASSOLLI; BORGES-ANDRADE, 2011; OLIVEIRA; ARAUJO; SILVA, 2013).

## Educação criativa e formação cultural

Os termos *educação criativa e formação cultural*, indissociáveis da dimensão cultural, marcam o crescente reconhecimento pelo mercado do valor econômico da cultura, da tecnologia e dos ativos do conhecimento e da criatividade ao profissional do século XXI. Talentos criativos e habilidades interpessoais são parte das mudanças que desafiam o modelo educacional influenciado pelo Fordismo (1914). Nos países em desenvolvimento, a despeito da riqueza cultural e do potencial criativo, a herança colonial ainda perpetua modelos, em grande medida precários, de educação em série da era industrial (BRITISH COUNCIL, 2016; HARVEY, 1993; MESSIAS, 2017; REIS; URANI, 2011).

## A ECONOMIA CRIATIVA NA ARENA DA SUSTENTABILIDADE

O objetivo, aqui, é contribuir para o debate da EC no contexto da sustentabilidade, uma associação pouco explícita que se encontra desde seus primeiros escritos. Contudo uma inter-relação se revela a partir da análise de possíveis diálogos entre os termos usados para definir EC e oito dimensões da sustentabilidade, aqui consideradas: econômica, social, cultural, ambiental, territorial, tecnológica, político-institucional e ética.

A *dimensão econômica* da sustentabilidade se fundamenta na produção de intangíveis e no consumo de valor simbólico, ancorados nos ativos da criatividade, cultura e tecnologia que foram herdados pela EC das novas economias na virada do século XXI (REIS; URANI, 2011). A desmaterialização da economia qualifica os setores culturais e criativos nessa dimensão da sustentabilidade, assim como os altos potenciais de giro de capital e de postos de trabalho em suas cadeias produtivas.

A preponderância da tecnologia como vetor de expansão e ativo central nas definições de EC e nas classificações das indústrias criativas (Quadros 1 a 4) marca a dimensão tecnológica da sustentabilidade. No século XXI, especialmente no meio urbano, as plataformas tecnológicas serviram para impulsionar setores culturais e criativos em novas formas de acesso e atuação no mercado. Observa-se (Quadros 3 e 4) que o reconhecimento de setores de alta tecnologia como indústrias criativas é o que principalmente diferencia a EC da economia da cultura, e as indústrias criativas das culturais (MESSIAS, 2017).

Na gênese da EC está a *dimensão cultural* que, no âmbito das Nações Unidas, ingressa na arena da sustentabilidade a partir de Barcelona, em 2004<sup>1</sup>, e foi definitivamente incorporada aos documentos da ONU a partir da Rio+20 (2012) (ONU, 2013; UCLG, 2011).

*O documento final da Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável (Rio+20), [...] “O futuro que queremos”, e o Exame Ministerial Anual do ECOSOC de 2013, reconhecendo assim a importância da cultura e da diversidade cultural para um desenvolvimento sustentável [...]. A contribuição da cultura [...] se traduz em um desenvolvimento social e econômico inclusivo, assim como em sustentabilidade do meio ambiente, de paz e segurança. [...] o potencial*

<sup>1</sup> A cultura como dimensão da sustentabilidade na agenda da Organização das Nações Unidas (ONU) advém da Unidade de Cidades e Governos Locais Unidos da Unesco (UCLG), em evento de construção da Agenda 21 para a Cultura, em Barcelona, em 2004. O *Culture: fourth pillar of sustainable development* (UNITED CITIES AND LOCAL GOVERNMENTS, 2011) baseia-se no entendimento de que somente as dimensões social, ambiental e econômica não refletem as complexas relações e demandas da sociedade pós-industrial e reconhece a criatividade, o conhecimento, a diversidade e a beleza bases irrefutáveis no diálogo pela paz e o progresso, e valores intrínsecos às liberdades e ao desenvolvimento humano (MESSIAS, 2017).

*da cultura como motor de desenvolvimento vem sendo demonstrado [...], provando que existe um setor produtivo valioso, forte e considerável, formado por atividades e recursos culturais e criativos.* (UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION, 2013, p. 10, tradução nossa).

A cultura como dimensão da sustentabilidade impacta tanto nas escolhas de consumo (usufruto em lugar da propriedade) quanto nas especificidades culturais de cada localidade (NASCIMENTO, 2012). Tem relação direta com as dimensões social e ética, que demandam uma nova cultura, precisamente nas mudanças no padrão de consumo e nas novas relações de trabalho, sociais, econômicas e éticas com o meio ambiente, a nossa e as outras espécies.

Nos termos *educação criativa* e *formação cultural* evidencia-se a relação da EC com a *dimensão cultural* da sustentabilidade, assim como os indissociáveis termos *economia da cultura* e *indústrias culturais e criativas*. Duxbury e Jeannotte (2011) associam, ao desenvolvimento urbano e local, quatro conceitos centrais presentes na relação entre cultura e sustentabilidade: 1) cultura como capital; 2) cultura como processo e modo de vida, que interage com o meio ambiente; 3) cultura como elemento central na ligação de valores subjacentes à sustentabilidade (ou insustentabilidade); e 4) cultura como expressão criativa, que fornece *insights* acerca das preocupações ambientais e de sustentabilidade. Enumeram, ainda, uma quinta perspectiva, que inter-relaciona as outras quatro: a expressão conceitual das relações culturais interdependentes das redes para a adaptação às mudanças complexas do meio ambiente humano e da ecologia humana (DUXBURY; JEANNOTTE, 2011, p. 3).

*A cultura também [...] dota as pessoas de capacidades para se apropriarem de seus próprios processos de desenvolvimento. Quando um enfoque centrado nas pessoas e nos lugares se integra nos programas de desenvolvimento e as iniciativas de consolidação de paz [...] levam em conta o contexto cultural, incluindo valores diversos, condições, recursos, capacidades e limitações locais, pode se dar uma mudança duradoura e transformadora.* (UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION, 2013, p. 9, tradução nossa).

A *dimensão social* da sustentabilidade na EC se revela em sua associação à classe multiprofissional, do termo *classe criativa*, e nas mudanças nas relações de trabalho das novas economias. Refere-se a uma combinação de protagonismos, individuais e coletivos, que inova em negócios e novos postos de trabalho e rompe com os paradigmas tradicionais de hierarquia e da produção seriada da era industrial.

O meio ambiente urbano se evidencia no termo *idades criativas* como a *dimensão ambiental* da EC. Nessas cidades, encontram-se, entre outros, a classe criativa, as novas economias de base intangível, as reformulações sobre a educação formal e as manifestações da cultura.

Os termos *clusters* e *hubs* criativos relacionam-se, aqui, à *dimensão territorial*, caracterizada pela reconfiguração de antigas estruturas ou novas configurações urbanas e edificações provocadas por atores sociais. Novos significados são transferidos a esses espaços pela classe criativa e impactam no aspecto da paisagem, na relação da população com o ambiente, na economia e na política das cidades (SANTOS, 2011, p. 15).

[...] compreender de um lado as transformações que estão se dando, o impacto dessas transformações no espaço que nos compete estudar, mas também como as transformações feitas no espaço vão contribuir para que uma dada política possa ser possível, para que uma dada economia possa ser possível, para que uma dada sociedade possa ser possível, para que uma dada cultura seja possível, para que uma dada moral seja possível.

Indissociável da sustentabilidade, a *dimensão ética* é pressuposta na inter-relação entre as demais, como se observa nas relações sociais, econômicas e produtivas nas novas economias. Casos exemplares na literatura são o ingresso no mercado de arte contemporânea da produção aborígine australiana, nos fins dos anos 1990, e as classificações das indústrias criativas (Quadro 3). O Código Comercial de Conduta da Arte Indígena Australiana (Australia Council, 2010) é resultado da compreensão de que os benefícios auferidos na comercialização deveriam ser compartilhados com os povos originais (MADEIRA, 2014). Dentre as indústrias criativas, apenas a classificação do *Americans for the Arts* inclui jardins zoológicos (CREATIVE INDUSTRIES, 2017; UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION, 2013, p. 22), entretenimento humano que pressupõe manutenção de animais em cativeiro, um conflito ético na arena da sustentabilidade.

Na *dimensão política-institucional*, por fim, os imperativos da originalidade e criatividade na EC, que bebem nas fontes da cultura e se expandem com a tecnologia, sublinham o desafio de políticas multissetoriais. Presente desde o *Creative Nation* (AUSTRÁLIA, 1994), a ação política multissetorial e a centralidade de uma governança participativa pautam as políticas de EC. O *Creative Australia* (2013), a nova política cultural australiana, amplia ainda mais a percepção de sua antecessora, articulando a quebra setorial de atuação nas instâncias governamentais, em diferentes níveis.

## CONCLUSÃO

O paradigma da EC evolui em direção à sustentabilidade a partir dos anos 1980, quando as discussões sobre desenvolvimento sustentável, sob a liderança da ONU, coincidem com mudanças locais, efeito da ocupação urbana pela classe criativa de áreas industriais centrais.

A associação da EC com a sustentabilidade, de forma incipiente, encontra-se desde os primeiros escritos. A análise dos termos utilizados na literatura para definir EC (classe criativa, cidade criativa, educação criativa, cultura, economia(s) e indústrias culturais e criativas) substanciam outro sentido quando relacionados às dimensões da sustentabilidade. Observa-se que, direta ou indiretamente, as oito dimensões da sustentabilidade aqui consideradas (econômica, ambiental, social, cultural, tecnológica, territorial, ética e político-institucional) já eram notáveis nas origens da EC, no *Creative Nation: commonwealth cultural policy*.

A análise da inter-relação entre essas dimensões da sustentabilidade e esses termos utilizados para definir EC permite algumas conclusões. Primeiro, que o paradigma da EC se caracteriza como uma nova economia essencialmente

urbana, evidenciada no termo cidade criativa. Notabiliza-se como uma alternativa econômica em franca expansão nas cidades, espaço onde o desafio da sustentabilidade cresce na medida em que a população se torna urbana. Reforçam a noção de uma economia urbana a entrada da cultura na arena da sustentabilidade no âmbito da ONU, por demanda dos governos locais, e a criação da Rede das Cidades Criativas da Unesco, em 2004.

Segundo, do núcleo de 16 setores mais citados em classificações internacionais (Quadro 4), depreende-se, na ótica da sustentabilidade, que o reconhecimento de setores de alta tecnologia como indústrias criativas é a principal diferença conceitual entre EC e economia da cultura.

Terceiro, pela relação entre a desmaterialização da economia e a ênfase na produção de intangíveis e no consumo de valor simbólico. A equação de produção e consumo na EC não se limita exclusivamente à disponibilidade de recursos naturais.

Quarto, que os novos rumos delineados ao profissional do século XXI incluem a criatividade como fator diferencial, já sublinhada como vantagem comparativa por países que investem na atração da classe criativa. A criatividade é um nicho humanizado do mercado que, ao menos por enquanto, não pode ser substituída pela tecnologia.

Por fim, conclui-se que a EC, assim como a sustentabilidade, é uma consequência da proclamada quebra de paradigma nos modelos modernos de desenvolvimento. A análise da estreita relação entre os termos da EC e as dimensões da sustentabilidade subsidia a noção de que o paradigma criativo foi motivado pelas discussões na arena da sustentabilidade.

## REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Bráulio Santos Rabelo. O conceito da aura, de Walter Benjamin, e a indústria cultural. *PÓS: Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP*, São Paulo, n. 28, p. 120-143, 2010. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2317-2762.v0i28p120-143>.
- ARTOPOULOS, Alejandro. Desarrollo 2.0: el desafío de las industrias creativas. In: SECRETARIA DE CULTURA DE LA PRESIDENCIA E LA NACIÓN. *En la ruta digital: cultura, convergencia tecnológica y acceso*. Buenos Aires, 2012. p. 135-146.
- AUSTRÁLIA. *Creative Nation: commonwealth cultural policy*. Ovolo Nishi: Austrália Department of Communications and the Arts, 1994. 120 p.
- BENDASSOLLI, Pedro Fernando; BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo. Significado do trabalho nas indústrias criativas. *RAE: Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 1, n. 59, p. 143-159, 2011. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902011000200003>.
- BENDASSOLLI, Pedro Fernando, WOOD, Thomaz Jr., KIRSCHBAUM, Charles, CUNHA, Miguel Pina. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. *RAE: Revista de Administração de Empresas*. São Paulo, v. 49, n. 1, p. 10-18. 2009. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902009000100003>.
- BRASIL. Ministério da Cultura. *Plano nacional de economia criativa: políticas, diretrizes e ações – 2011 a 2014*. 2. ed. Brasília, DF, 2012.
- BRASIL. *Sustentabilidade urbana: impactos do desenvolvimento econômico e suas consequências sobre o processo de urbanização e países emergentes*. Brasília, DF: Ministério do Meio Ambiente, 2015. (Textos para as discussões da Rio+20/2012, v. 3).

- BRITISH COUNCIL. *Lado B: resumen de la investigación sobre capacidades en el sector cultural. Examinando las deficiencias y escasez de capacidades sectoriales en Colombia*. Bogotá: British Council, 2016.
- CREATIVE industries. *Americans for the Arts*, Washington, DC, 2017. Disponível em: <http://bit.ly/33S1wcl>. Acesso em: 5 jun. 2017.
- DUXBURY, Nancy; JEANNOTTE, Sharon. Introduction: culture and sustainable communities. *Culture and Local Governance*, Ottawa, v. 3, n. 1-2, p. 1-10, 2011.
- FLORIDA, Richard. *A ascensão da classe criativa e seu papel na transformação do trabalho, lazer, comunidade e cotidiano*. Tradução: Ana Luiza Lopes. Porto Alegre: L&PM, 2011.
- HARTLEY, John (ed.). *Creative industries*. London: Blackwell, 2005. 432 p.
- HARVEY, David. O fordismo. In: HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 1993. p. 121-134.
- LANDRY, Charles. Cidade criativa: a história de um conceito. In: REIS, Ana Carla; KAGEYAMA, Peter (org.). *Cidades criativas: perspectivas*. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 6-15.
- LANDRY, Charles. *Origens e futuros da cidade criativa*. São Paulo: Sesi, 2013. 96 p.
- LEITÃO, Claudia. A criatividade e diversidade cultural brasileiras como recursos para um novo desenvolvimento. In: MINISTÉRIO DA CULTURA. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações – 2011 a 2014*. Brasília, DF, 2011. Não paginado.
- LERNER, Jaime. Qualquer cidade pode ser criativa. In: REIS, Ana Carla; KAGEYAMA, Peter (org.). *Cidades criativas: perspectivas*. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 38-43.
- LETAIFA, Soumaya B. How to strategize smart cities: revealing the Smart model. *Journal of Business Research*, Amsterdam, v. 68, n. 7, p. 1414-1419, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.024>.
- MADEIRA, Mariana G. *Economia criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira*. Brasília, DF: Fundação Alexandre de Gusmão, 2014. 324 p.
- MESSIAS, Fernanda B. *O pentagrama da sustentabilidade na visão da economia criativa: um estudo da economia criativa na Austrália, Reino Unido, Argentina, Colômbia e Brasil*. 2017. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável) – Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2017.
- NASCIMENTO, Elimar Pinheiro. Trajetória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico. *Estudos Avançados*, São Paulo, v. 26, n. 74. p. 51-64, 2012. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40142012000100005>
- NESTA. *A Dynamic mapping of the UK'S creative industries*. London: Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation, 2013. 79 p.
- OLIVEIRA, João Maria; ARAUJO, Bruno Cesar; SILVA, Leandro Valério. *Panorama da Economia Criativa no Brasil*. Rio de Janeiro: IPEA, 2013. 54 p. (Texto para discussão 1880).
- PORTER, Michael. Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, Brighton, reprint number, p. 77-90, nov./dec. 1998. Disponível em: <http://bit.ly/2wSkkNW>. Acesso em: 13 mar. 2020.
- REIS, Ana Carla. *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 267 p.
- REIS, Ana Carla; URANI, André. Cidades criativas: perspectivas brasileiras. In: REIS, Ana Carla; KAGEYAMA, Peter (org.). *Cidades criativas: perspectivas*. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 30-37.
- SANTOS, Milton. Geografia e planejamento: o uso do território – Geopolítica. *Tempo, Técnica, Território*, Brasília, DF, v. 2, n. 2, p. 1-49, 2011. DOI: <https://doi.org/10.26512/ciga.v2i2.15414>.
- TEPPER, S. Creative assets and the changing economy. *The Journal of Arts Management, Law and Society*, Abingdon, v. 32, n. 2, p. 159-268, 2002.
- UK TRADE & INVESTMENT. *UK Creative Industries: international strategy. Driving global growth for the UK creative industries*. London: Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2014.
- UNITED CITIES AND LOCAL GOVERNMENTS. *Culture: fourth pillar of sustainable development*. Barcelona: UCLG, 2011. Barcelona. 8 p.

UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION. *Creative Economy Report 2013*. Widening Local Development Pathways. New York, 2013. 190 p. Special Edition.

UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION. About. *Creative Cities Network*, Paris, 2017.

VEIGA, José Eli. *Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI*. 3. ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

VENTURELLI, Shalini. *From the information economy to the creative economy: moving culture to the center of international public policy*. Washington, DC: Center for Arts and Culture, 2000.

### **Nota dos Autores**

Este trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) – Código de Financiamento 001.

### **Nota do Editor**

Data de submissão: 05/09/2019

Aprovação: 20/11/2019

Revisão: Tikinet

---

### **Fernanda Bocorny Messias**

Universidade de Brasília. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Campus Universitário Darcy Ribeiro, Asa Norte, s/n – 70842-970 – Brasília – DF  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1260-1757>  
fernanda.messias@aluno.unb.br

### **Elimar Pinheiro do Nascimento**

Universidade de Brasília. Centro de Desenvolvimento Sustentável. Campus Universitário Darcy Ribeiro, Asa Norte, s/n – 70279-400 – Brasília – DF  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8514-2117>  
elimarcds@gmail.com

### **Caio Frederico e Silva**

Universidade de Brasília. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Campus Universitário Darcy Ribeiro, Asa Norte, s/n – 70842-970 – Brasília – DF  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8910-1841>  
caiofreds@gmail.com