

ECONOMIA  
CULTURAL  
E CRIATIVA:  
UMA  
PERSPECTIVA  
HISTÓRICA PARA  
COMPREENDER  
A FORMAÇÃO  
DO CAMPO NA  
CONTEMPORA-  
NEIDADE

[ ARTIGO ]

**Karina Poli**

*Universidade de São Paulo  
Escola de Comunicações e Artes*

**[ RESUMO ABSTRACT RESUMEN ]**

Proponho aqui apresentar uma contextualização histórica dos processos evolutivos das políticas culturais internacionais, principalmente no contexto europeu, tendo como objetivo identificar e reconhecer as dinâmicas, influências e tendências que configuraram o campo da Economia Cultural e Criativa na contemporaneidade. Procurarei demonstrar, nessa contextualização, as transformações das proposições de políticas culturais ao longo de quase 60 anos para compreender a posição dos agentes e o modo como a convergência entre Cultura, Criatividade e Inovação determinou as aproximações das dimensões políticas e econômicas com a cultura, bem como compreender o papel da academia na construção do debate e legitimação desse campo como um importante elemento para o desenvolvimento local.

**Palavras-chave:** Políticas Culturais. Economia Cultural e Criativa. Indústrias Criativas. Desenvolvimento Local.

I propose here to present a historical contextualization of the evolutionary processes of international cultural policies, mainly in the European context, with the objective of identifying and recognizing the dynamics, influences and tendencies that have shaped the Field of Cultural and Creative Economy in contemporary times. I will try to demonstrate, in this context, the transformations of the cultural policy propositions over almost 60 years to understand the position of the agents and the way in which the convergence between Culture, Creativity and Innovation determined the approximation of the political and economic dimension in the culture, as well as to understand the role of the academy in the construction of debate and legitimation of field as an important element for local development.

**Keywords:** Cultural Policy. Cultural and Creative Economy. Creative Industries. Local Development.

En el contexto europeo, con el objetivo de identificar y reconocer las dinámicas, influencias y tendencias que configuraron el Campo de la Economía Cultural y Creativa en la contemporaneidad, propongo aquí presentar una contextualización histórica de los procesos evolutivos de las políticas culturales internacionales, principalmente en el contexto europeo. Busqué demostrar, en esta contextualización, las transformaciones de las proposiciones de políticas culturales a lo largo de casi 60 años para comprender la posición de los agentes y el modo como la convergencia entre Cultura, Creatividad e Innovación determinó las aproximaciones de las dimensiones políticas y económicas con la cultura, así como comprender el papel de la academia en la construcción del debate y la legitimación del Campo como un importante elemento para el desarrollo local.

**Palabras clave:** Políticas Culturales. Economía Cultural y Creativa. Industrias Creativas. Desarrollo local.

## Introdução

---

Este trabalho compõe uma série de estudos que fazem parte da minha pesquisa de pós-doutorado, intitulada “A aglomeração e colaboração na economia cultural – comparações entre os centros criativos no Brasil e no Reino Unido”. Como recorte temporal tomei como base as políticas culturais entre os anos de 1960 até 2018 na Europa. Procurei demonstrar, nessa contextualização, as transformações das proposições de políticas culturais, ao longo de quase 60 anos, para compreender como os agentes se posicionaram durante a formação do campo da Economia Cultural e Criativa, e para analisar de que modo a convergência entre Cultura e Criatividade foi determinada pela aproximação dos campos político e econômico, bem como compreender como o campo acadêmico contribuiu para incentivar o debate e legitimar as relações entre Cultura, Criatividade e Inovação. Não pretendo neste artigo abordar todos os temas e especificidades que fazem parte deste contexto, e sim pontuar alguns acontecimentos para que seja possível compreender o processo de formação e consolidação do campo.

Para compreender o contexto da formação do campo da Economia Cultural e Criativa, usarei o texto *Culture 3.0 – Cultural Participation as a source of new forms of economic and social value*, de Pierre Luigi Sacco, Guido Ferrilli e Giorgio Tavano Blessi, três estudiosos da área que procuraram criar uma categorização das três fases das políticas culturais: a Cultura 1.0; a Cultura 2.0 e a Cultura 3.0. Inspirada neste trabalho, dividi o artigo em três partes. Cada parte do texto procura compreender,

ao longo das três fases, como as três perspectivas se constituíram historicamente. Na primeira parte do texto trabalhei com o período de 1960 até 2000. A fase da Cultura 1.0 é a mais longa e, dessa maneira, pode ser dividida em dois atos, considerando as transformações tecnológicas após 1980 e a internacionalização das políticas culturais. O primeiro ato é formado dentro da tradição clássica das artes, filosofia, ciência, em um contexto de políticas culturais que estabeleceu o valor público da arte e a ideia de democratização do acesso à cultura, e em meio a um contexto político em que a cultura se constituía também como uma plataforma por onde as vozes da resistência e da luta por identidades e minorias se colocavam coletivamente. No segundo ato, a ideia hegemônica de arte ocidental passou a disputar recursos com a cultura popular e de massa, impulsionada pelo incremento em investimento nas indústrias culturais, sobretudo na produção do audiovisual, e pelas discussões internacionais sobre livre mercado e propriedade intelectual. Após 1980 as instituições públicas desenharam programas estratégicos para reposicionar a Europa como centro produtor de cultura, incentivando a criação de programas regionais de recuperação do patrimônio histórico e desenvolvimento urbano para atração de fluxo turístico. A produção cultural não era compreendida como economicamente produtiva, colocava-se como instrumento para a construção de uma identidade nacional e para a recuperação de prestígio da região europeia. Países passam a defender a exceção cultural nos acordos de livre comércio como uma tentativa de equilíbrio e proteção do mercado cultural contra as forças hegemônicas norte-americanas. Da mesma forma, as agências multilaterais,

como a UNESCO, posicionaram-se com o discurso do desenvolvimento cultural e como interlocutoras na criação das políticas culturais no mundo.

Considerando-se todas as transformações com a Globalização e a Sociedade do Conhecimento, sobretudo após 1980, a exemplo da liberalização dos meios e estrutura das telecomunicações, a desindustrialização, a crise do desemprego estrutural e o aumento do mercado, é possível dizer que, neste período, constituiu-se um cenário perfeito para o conceito de empreendedorismo se colocar em diálogo com a criatividade e com a inovação para que protagonizassem o discurso do desenvolvimento, convergindo nas políticas culturais. Como foi identificado por Sacco, as mudanças nas concepções de políticas culturais não estabelecem uma relação cronológica direta com as transformações contextuais. Somente após os primeiros cinco anos do século XXI é que foi possível identificar a noção de Cultura 2.0 expressada nas políticas culturais. Na segunda parte deste artigo, procurei compreender como se deu a transformação para a Cultura 2.0 no período entre 2000 até 2014.

Na terceira parte procuro discutir a Cultura 3.0 como a fase que se inicia após 2014, identificando as tendências atuais do campo da Economia Cultural e Criativa. Procurei demonstrar como alguns acadêmicos apresentam a importância das comunidades e redes para a nova produção cultural e criativa, na geração de valor econômico e social e na construção de relações interdependentes entre vários setores internos e externos à Economia Cultural e Criativa, estabelecendo diálogos com diferentes instâncias políticas públi-

cas e agências de financiamento. Procurei, como esta pequena introdução, apresentar aos pesquisadores brasileiros referenciais e argumentos inéditos no país sobre novos paradigmas de política cultural, tendo como base a discussão dos processos históricos que determinaram seu desenvolvimento em âmbito internacional.

### **Cultura 1.0 – As bases das políticas culturais: Ato 1 (1960 até 1980) – O nascimento; Ato 2 (1980 até 2000) – a internacionalização**

---

Segundo o texto *Culture 3.0 – Cultural Participation as a source of new forms of economic and social value*, a Cultura 1.0 representa o período inicial das políticas culturais. As primeiras proposições de política cultural estavam pautadas, sobretudo, no patrocínio e subsídio públicos. Essas primeiras concepções sofreram a influência das bases originais do patrocínio, praticado pelos Antigos Impérios, na Idade Média e no Renascimento. O patrocínio enquanto iniciativa do estado ou individual privada fundamentava-se na relação de troca entre o artista e o patrono, por onde a aplicação de recursos financeiros em produções artísticas legitimava o valor simbólico da arte e do artista, bem como o poder político e social do incentivador (SACCO; FERRILLI; BLESSI, 2013).

A fase da Cultura 1.0 é a mais longa, abrangendo 40 anos da história das políticas culturais. Essa mesma fase pode ser dividida em dois atos: o ato 1, entre 1960 e 1980, e o ato 2, entre 1980 e 2000. Durante o primeiro ato, entre 1960 e 1980, as polí-

ticas culturais direcionavam-se à democratização do acesso à cultura e do subsídio público como forma de fomento à produção cultural. A distribuição dos recursos pautava-se na seleção de obras que representassem a produção artística nacional, com mecanismos de acesso muito limitados entre a produção cultural e as audiências. O patrocínio à arte, praticado pelos estados-nação modernos, assumiu uma função pública na construção da identidade nacional. Os estados passaram a compreender o papel simbólico da arte e da cultura, porém não a sua dimensão econômica, pois consideravam este um setor improdutivo (SACCO; FERRILLI; BLESSI, 2013).

A arte, reconhecida como uma expressão humana, passa a ser vista como um direito de todo cidadão (SACCO; FERRILLI; BLESSI, 2013). Os valores simbólicos da arte baseavam-se na distinção das qualidades estéticas, autenticidades, linguagens, em contraposição à cultura popular e à cultura de massas. Os artistas criticavam o utilitarismo e as racionalidades econômicas e se opunham à comercialização da cultura de massa. Por outro lado, a tecnologia ampliou e fortaleceu um mercado cultural de massas nas áreas de fotografia, cinema, música gravada, televisão, rádio, publicações, que estabeleciam acesso direto com as audiências, sobretudo após a segunda guerra mundial, entre 1960 e 1980. As políticas culturais originárias do ato 1 se constituíram sob o paradigma da democratização do acesso à arte e direcionavam a distribuição dos financiamentos públicos da arte para as artes clássicas e eruditas.

Os critérios para o fomento à arte baseavam-se em padrões legitimados pelas

tradicionais escolas artísticas de formação erudita. A arte se constituía parte de um campo de poder cujas relações com a educação e com a ciência salvaguardaram à cultura clássica ocidental um lugar de privilégio. No primeiro ato, a política cultural reconhece o valor intrínseco (qualidade, novidade/ inovação, unicidade, representação) da arte como justificativa para o investimento público. As primeiras discussões sobre os valores da cultura nas políticas culturais surgem no contexto das municipalidades francesas de esquerda, que questionavam os gastos do governo central alegando que as programações, os acervos dos museus não garantiam a audiência e não dialogavam com as referências e com a representação de mundo de grande parte daquela população (UFALINO, 2015). Os anos 1960 foram anos de bastantes transformações, principalmente no campo dos movimentos sociais/ culturais – de gênero, raça e sexualidade. Com a ebulição e a efervescência cultural dos anos 1960, passa-se a reivindicar uma ampliação do conceito de cultura e a necessidade de aproximação das políticas culturais com o universo cotidiano das pessoas. (MATELLART & MATELLART, 2003).

A forte influência dos movimentos das décadas de 1960 e 1970 consolidou as bases para a criação de uma política de identidade voltada para os direitos civis e sociais (YUDICE, 2006). Os movimentos das minorias (negros, mulheres, homossexuais), nos EUA, reivindicavam seus direitos civis e um lugar político coletivo, pautado nas identidades culturais. A revolta dos estudantes, em maio de 1968 na França, contestava o currículo escolar e a estrutura da formação universitária, contrapondo-se à ideia de cultura erudita hegemônica em favor da cultura popular

dos operários e camponeses. A identidade cultural se coloca como local de militância e ativismo na busca por direitos civis e sociais. Segundo Yudice, houve a formulação de uma alternativa cultural-política para as discussões sobre dominação, e a política de identidade tornou-se um meio para repensar acordos coletivos (YUDICE, 2006).

A dimensão econômica das políticas do primeiro ato da Cultura 1.0 restringia-se ao impacto dos financiamentos públicos no setor da arte. *Performing Arts: The Economic Dilemma – A Study of Problems Common to Theater, Opera, Music and Dance (Studies/Twentieth Century Fund)* foi a pesquisa desenvolvida por William Baumol e William Bowen em 1968 para analisar as decrescentes taxas de rentabilidade dos teatros tradicionais – sobretudo os do grande circuito da Broadway, muitos deles propriedades da Fundação Ford. Nessa pesquisa se concluiu pela existência da “doença dos custos” no setor das artes. Constatou-se uma crescente curva de custos variáveis: originada pelas necessidades de aportes tecnológicos (prédios, aparelhos) e pelos encargos de profissionais especializados (eletricistas, operadores etc). Por outro lado, a estrutura do setor, intensiva em trabalho, mostrava enormes dificuldades na promoção de ganhos de produtividade (MORAES 2008). Ou seja, as receitas geradas não cobriam os gastos de produção e manutenção, e os estudos de Baumol e Bowen foram fundamentais para justificar os subsídios públicos americanos no período entre 1960 e 1970.

As bases epistemológicas que fundamentaram as discussões sobre cultura, no plano das políticas culturais até 1980,

tiveram forte influência dos intelectuais franceses, alemães e britânicos. Por exemplo, Pierre Bourdieu e Michel Certeau, que deram suporte para fundamentar a existência de barreiras simbólicas no acesso à produção cultural oferecida pelo Estado. Já os estudos culturais de Raymond Williams, Thompson e Hoggard demonstram os interesses no consumo e na produção da classe operária na Inglaterra. Nos anos 1970, a teoria da dependência – leitura crítica e marxista dos processos de reprodução do subdesenvolvimento, visão estabelecida pela Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL) – ganha espaço no debate internacional, denunciando a troca desigual nas relações internacionais no que diz respeito à cultura e à comunicação. Na década de 1960, a Teoria Crítica empreendeu-se em uma forte tendência aos estudos sobre a Cultura de Massa com a colaboração de Marcuse e Habermas (MATTELART, 2003).

A partir de 1975, a escola teórica da Economia Política se encaminha para uma reflexão sobre a mudança do termo indústria cultural, entendido pela Escola de Frankfurt como uma dimensão única que anula o espaço do pensamento crítico, para o conceito de indústrias culturais, que apresenta diversas maneiras para entender o processo crescente de valorização das atividades culturais pelo capital. Essa proposta teórica surge no contexto histórico das políticas governamentais de democratização cultural, entre 1970 e 1980, e a ideia de o Estado defender a diversidade cultural confrontada com a lógica comercial de um mercado em via de internacionalização. (MATTELART, 2003).

Uma escola muito importante foi a Economia Política da Comunicação e da Cultura. Um de seus principais pesquisadores foi Bernard Miège, que desenvolveu uma obra analisando diferentes setores das indústrias culturais. Segundo Marchi (2011), o interesse pelas indústrias culturais aumentou na França nos anos de 1970 no momento em que os monopólios públicos sobre as comunicações eram confrontados pela iniciativa privada que se internacionalizava. Havia uma preocupação local com as transformações da cultura em um campo de produção de mercadorias e valorização do capital (MARCHI, 2011, p. 59)

O ato 2 da fase da Cultura 1.0 consiste no período entre 1980 e 2000 e refere-se ao momento da liberalização do comércio internacional, do desenvolvimento da tecnologia da informação, da popularização do computador pessoal, da privatização dos meios de comunicação de massa e das estruturas de telecomunicações, da desindustrialização, do desemprego estrutural, do consumismo, dos novos tipos de fluxos de trabalho e migrações e de outros fenômenos transacionais. Neste período a inovação tecnológica ampliou a abrangência do comércio e colocou os Estados Unidos na liderança dos mercados culturais globais. E é nesse momento que se reconhece a dimensão econômica das indústrias culturais, assim como a sua força hegemônica e influência simbólica junto às audiências de massa. Entre 1970 e 1990 os ganhos das indústrias culturais tomaram proporções antes nunca vistas. A importância desses mercados culturais para o PIB dos países desenvolvidos começou a despertar a atenção de tomadores de decisões políticas (SACCO; FERRILLI; BLESSI, 2013).

Ampliaram-se as ações governamentais de subsídio público para a cultura, a descentralização da administração e a criação de programas de incentivo para maior participação da iniciativa privada no investimento nas artes e na cultura. Dessa forma, a cultura passa a ter lugar garantido na agenda de instituições governamentais, agências multilaterais, bancos de desenvolvimento e organizações não-governamentais. Durante esse ato, diferentes políticas culturais foram concebidas a partir da ideia do desenvolvimento cultural. A ideia de desenvolvimento cultural não compreendia, nesse momento, o valor da cultura através de sua dimensão econômica, mas sim pelos seus impactos indiretos em outras atividades (como o turismo e a educação), conduzidos pela salvaguarda da herança cultural e das identidades nacionais. A Europa passa a entender as ações de políticas culturais como uma alternativa de se reposicionar como centro de produção cultural. Ações protecionistas, como cota de tela e subsídio público para produções culturais, visavam a ampliação do acesso e o fortalecimento do mercado cultural interno como formas de resistência aos grandes conglomerados de comunicação e entretenimento global (SACCO; FERRILLI; BLESSI, 2013)

Um marco nas políticas culturais internacionais foi quando o partido Socialista Francês elege François Mitterrand, que coloca como ministro da cultura Jack Lang. Com base na ideia do desenvolvimento cultural, ele consegue ampliar os fundos do Ministério da Cultura Francês e coloca a França à frente no cenário internacional das políticas culturais. Jack Lang, junto com a União Europeia e a UNESCO, propagaram o paradigma do

desenvolvimento cultural. E nesse movimento surge o programa *European Capital of Culture*, em 1985, para incentivar as cidades europeias a criarem ações de desenvolvimento urbano aliadas a ações de políticas culturais.

A França, apoiada por vários outros países, não concordava com a ideia americana de colocar a produção cultural diante das regras de livre comércio internacional. A exceção cultural foi o termo que surgiu como conceito no âmbito do Acordo Geral sobre Tarifas Aduaneiras e Comércio (GATT), em sua Rodada do Uruguai, de 1994, quando a França e os Estados Unidos divergiram quanto ao conceito dos bens das indústrias culturais. Alguns países defendiam que, além de bens comerciais, os bens culturais têm valor simbólico e geram propriedade intelectual. Solicitaram a exclusão dos bens e serviços audiovisuais das regras da Organização Mundial do Comércio (OMC). A exceção cultural permitiu alcançar um frágil consenso dentro da União Europeia sobre diversidade cultural, e a França esforçou-se para mudar o local do debate, da OMC para a UNESCO.

Uma das bases epistemológicas que contribuíram com as discussões sobre políticas culturais no segundo ato foi desenvolvida pela escola teórica dos Estudos Culturais. O conceito de multiculturalismo foi muito importante para a construção do discurso das políticas culturais do segundo ato. Para Hall (2013), estruturas e processos centrais das sociedades modernas sofreram alterações que abalaram os quadros de referência na concepção de identidade. As paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e na-

cionalidade fragmentaram-se. Segundo o autor, no mundo contemporâneo, o sujeito não tem mais uma identidade essencial, mas várias identidades, (trans)formadas continuamente em relação ao modo como é representado pelos sistemas culturais ao seu redor (HALL, 2013). Questões de identidade, alteridade, hibridismo e colonização fizeram parte das discussões sobre diversidade cultural que determinaram as fases da Cultura 2.0 e 3.0.

Um outro episódio político ocorrido no final da década de 1990 surge para transformar as políticas culturais e influenciar uma mudança paradigmática no entendimento da dimensão econômica da cultura. A criação do modelo inglês das políticas culturais para as indústrias criativas. Uma das principais mudanças da gestão de Tony Blair no governo do Reino Unido, em 1997, foi a criação do Departamento de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS). Sua gestão fecha o departamento de Patrimônio Histórico e reposiciona os programas do Art Council para criar um novo ministério e atuar nas áreas de Artes, Cultura, Esporte, Lazer, Mídia e Comunicação. Em 1998 o DCMS publicou o seu primeiro relatório, o *Creative Industries Mapping Document*<sup>1</sup>. Nesse documento, o governo apresentou a nova definição de indústria criativa que reestabeleceu um novo escopo das políticas culturais, inserindo setores como moda, desenvolvimento de games, arquitetura, publicidade, design, desenvolvimento de tecnologia da informação, artesanato, artes visuais, dança, performance musical

---

[1] Disponível em: <<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>>. Acesso em: 25 jul. 2017.



e teatral, patrimônio, museu, cinema, indústria fonográfica, rádio e TV. Apresentou também um conjunto de informações em relação ao PIB e à geração de empregos, o que revelou a importância econômica das indústrias criativas.

O novo escopo das políticas culturais fundamentou o projeto *Creative Britain*, conhecido como um projeto político que envolveu medidas de transformação urbana, incentivou a formação de empreendedores, investiu em arte contemporânea e em museus com o objetivo de ampliar e fortalecer as novas indústrias criativas e reposicionar a imagem do Reino Unido como centro de criatividade e inovação. Os paradigmas do desenvolvimento cultural e da economia criativa trouxeram outros parâmetros de valor para estabelecer os critérios de financiamento público à cultura: os valores instrumentais. O valor instrumental reconhece a dimensão econômica da cultura, refletida na relação com outros setores na geração de propriedade intelectual, emprego, fluxo turístico e requalificação urbana. Segundo Mommaas (2004), a dimensão produtiva e o potencial econômico da cultura foram baseados em seu uso instrumental principalmente - como estratégias de regeneração urbana.

Segundo Garcia (2014), as cenas artísticas dos mais diversos lugares fomentou a ocupação cultural de espaços, muitas vezes em desuso ou abandonados, devido à desindustrialização e ao deslocamento das indústrias para polos internacionais de mão de obra barata. Segundo a autora, esses movimentos de deslocamento e ocupação espacial, principalmente nos centros urbanos das grandes cidades eu-

ropeias, acontecem entre 1980 e 1990, quando aparecem projetos de políticas culturais com foco para o desenvolvimento urbano, como o *European Capital of Culture* (GARCIA, 2014). A convergência entre cultura e economia no contexto urbano foi acentuada desde o final da década de 1990 com a expansão das técnicas de marketing de cidades e sua transformação progressiva para estratégias de *city branding*, prática que revelou o valor institucional da cultura.

Na Cultura 2.0 aparecem novas relações entre a produção cultural e a geração de valor econômico dominada pela expansão do mercado. As mudanças contextuais dos primeiros anos das políticas culturais mostraram uma expansão do espectro da cultura nas políticas culturais, no entanto, a produção cultural ainda se encontrava em meio às barreiras de acesso à tecnologia (SACCO; FERRILLI; BLESSI, 2013).

### **A Cultura 2.0 - criatividade, cultura e inovação: o novo escopo das políticas culturais - 2000 até 2014**

---

A fase da Cultura 2.0 refere-se ao período 2000 a 2014, período de grande crescimento do mercado cultural e da ampliação das audiências. Fatores como o barateamento dos equipamentos de produção cultural, do computador pessoal e, mais recentemente, do smartphone redesenharam o contexto das indústrias culturais e, conseqüentemente, das políticas culturais desse período. Na fase da Cultura 2.0, os tradicionais subsídios públicos dividiram

lugar com ações de desenvolvimento urbano, incentivo a novos modelos de negócios, treinamento ao empreendedorismo e empregabilidade. Com a desindustrialização e os novos modelos de divisão do trabalho e a ampliação das redes de telecomunicação, a inovação assume um papel importante na agenda política internacional, e a criatividade passa a mediar sua conexão com a cultura nos discursos de políticas públicas. O empreendedorismo e a tecnologia da informação tornam-se elementos chave no discurso para o desenvolvimento em direção à sociedade do conhecimento.

Durante as primeiras décadas dos anos 2000, a discussão sobre os valores da cultura permeavam os debates sobre a criação de modelos que pudessem representar o ideal de cultura na diversidade e os processos de mensuração de seu valor público. A concepção de valor público da cultura, aliada às noções políticas de diversidade, trouxeram novos elementos para a discussão sobre os valores intrínsecos da cultura para grupos sociais e culturais e suas audiências. O valor instrumental social da cultura para o desenvolvimento aparece no debate político em 2003 no Reino Unido, com o lançamento do documento *The value of culture cannot be expressed only with statistics*, da consultoria Demos. A ideia de aproximar os benefícios que a arte e a cultura trazem para a educação, a qualidade de vida, o bem-estar, a saúde, a assistência social, o meio ambiente e o desenvolvimento urbano fortaleceu argumentos sobre os impactos e valores da cultura para a sociedade, justificando outros aspectos não econômicos sobre a importância das políticas públicas de artes e cultura para os estados nacionais e cidades. (HOLDEN, 2004).

Segundo O-Kyung Yoon (2010), o consumo cultural torna-se elemento de discussão sobre o valor intrínseco da cultura, sob o ponto de vista dos processos individuais e subjetivos de criação de significados afetivos, intangíveis e múltiplos na relação com o bem cultural. O novo discurso em torno do valor cultural intrínseco tentou relacionar as implicações conceituais da arte pela arte – de representação, de autenticidade, de unicidade – com o entendimento da diversidade nas identidades culturais representadas na segmentação das audiências (O-KYUNG YOON, 2010).

Durante a fase da Cultura 2.0 não foi criado nenhum paradigma novo de política cultural, no entanto, aparece um esforço, sobretudo das agências multilaterais, como UNESCO e UNCTAD, para convergir interesses na concepção de proposições de políticas nacionais e internacionais para a Economia Cultural e Criativa. Na Cultura 2.0, as negociações sobre a liberalização da comercialização internacional da produção cultural passaram fazer parte da agenda política da UNESCO, que assume a mediação dos acordos entre os países sobre a exceção cultural e publica a Declaração da Diversidade Cultural em 2005 (MARTÍNEZ, 2009).

Em meio ao amadurecimento das questões sobre exceção cultural, o discurso da UNESCO procura justificar as ações de subsídio público para proteger a produção nacional e oferecer uma força para equilíbrio do mercado cultural. As perspectivas da UNESCO foram se transformando para mediar os conflitos inerentes à diversidade cultural (linguagens, conteúdos, etnias, gêneros, classes sociais, acessos e igualdade social), entendida como um direito huma-

no e a força de equilíbrio para o desenvolvimento. A UNESCO<sup>2</sup> assume um papel político ao discutir a diversidade cultural no mercado cultural e, em 2013, publica o relatório *Creative Economy Report: Widening Local Development Pathways* para demonstrar a importância estratégica da Economia Cultural e Criativa. Questões sobre culturas populares, minorias, colonização, aculturação são temas presente nas discussões sobre a liberalização do comércio da produção cultural e aparecem no documento. Segundo Enrique Martínez, a UNESCO assume o papel de promover a pluralidade, procurando fomentar políticas que ampliem os acessos aos canais e meios de comunicação para conteúdos que representem a diversidade de linguagens e culturas de maneiras mais democráticas (MARTÍNEZ, 2009).

A principal mudança da Cultura 1.0 para a Cultura 2.0 foi a diminuição do subsídio público à produção e acesso à cultura e um aumento nas ações de fomento ao empreendedorismo sob uma ótica da empregabilidade (SACCO; FERRILLI; BLESSI, 2013). As políticas culturais da Cultura 2.0 deslocaram o centro de atenção das escalas nacionais e regionais para as escalas locais: as narrativas das identidades nacionais reconhecem as multiplicidades culturais inseridas nos espaços urbanos ou rurais. No início dos anos 2000, vimos a ampliação do uso de termos como *cidades criativas*, *indústrias criativas* e *classe criativa* nos documentos de políticas culturais, que evocam

a criatividade, inovação e cultura como recurso de desenvolvimento local. Em 2004, a UNESCO cria o projeto *Rede de Cidades Criativa* para promover o desenvolvimento social, econômico e cultural de países desenvolvidos e em desenvolvimento, reunindo cidades que identificaram a criatividade como um fator estratégico.

Em 2008, a crise econômica e financeira mundial provocou uma queda na demanda global, além de uma concentração de 12% no comércio internacional (UNCTAD, 2010). Contudo, as exportações mundiais de produtos e serviços culturais e criativos continuaram a crescer, alcançando \$ 592 bilhões em 2008 – mais que o dobro do volume em 2002 –, o que indicou uma taxa de crescimento anual de 14% durante seis anos consecutivos (UNCTAD, 2010). Em 2008, a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) lança o primeiro documento multiagência para propor modelos de mensuração dos resultados da Economia Cultural e Criativa. Em 2010, a UNCTAD lança o segundo documento mais abrangente, com parceria entre a UNESCO o programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), o Escritório das Nações Unidas para Cooperação Sul-Sul (UNOSSC) e a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI). O Relatório da UNCTAD compreende a Economia Cultural e Criativa como um setor econômico transversal, com um crescente e significativo impacto no comércio internacional.<sup>3</sup>

---

[2] CREATIVE ECONOMY REPORT WIDENING LOCAL DEVELOPMENT PATHWAYS. Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), for South-South Cooperation hosted by the United Nations Development Programme (UNDP).

---

[3] Reshaping cultural policies: a decade promoting the diversity of cultural expressions for development; summary. Publicado em 2015 pela Organização das Nações Unidas para a Educação a Ciência e a Cultura.

A alteração do termo “indústrias culturais” para o termo “indústrias criativas”, nas discussões acadêmicas sobre política cultural, foi recebida com críticas. Alguns críticos apontam o interesse de certos autores em esconder a ambígua contradição entre artes e negócios, para destacar os aspectos positivos de uma nova articulação entre criatividade, inovação e cultura, e apontam, sobretudo, críticas à nova setorização (GARNHAM, 2005). A perspectiva crítica à Economia Cultural e Criativa observa os modelos e agendas implementados, entendendo que estes escondem um posicionamento político neoliberal a serviço dos grandes capitais, deixando de observar as especificidades setoriais, culturais, locais. Esses autores críticos se fundamentam em teorias ligadas às áreas de artes e humanidades, como geografia humana, economia política da comunicação e da cultura, economia da cultura, estudos culturais, teoria crítica e teoria da cultura (PRATT, 2000; CUNNINGHAM, 2009; O’CONNOR, 2005; THROSBY, 2005; HESMONSDHALGH, 2006; GARNHAM, 2005; MARKUSEN, 2006; LEY, 2003; SCOTT, 2006).

Alguns trabalhos foram importantes na difusão de termos como *creative class*, *creative city*, *creative industries*, como, por exemplo, *The Rise of the Creative Class*, de Richard Florida (2001), *Creative industries: contracts between arts and commerce*, de Richard Caves (2000), *The Creative Economy How People make money from Ideas*, de John Howkins (2001), e *Creative city – A toolkit for the Urban Innovation*, de Landry (2000). A construção dos argumentos teóricos em favor dos novos termos nas políticas culturais se apoiou em teorias ligadas a competitividade e regionaliza-

ção, inovação, negócios, desenvolvimento urbano e econômico (FLORIDA, 2002; ASHEIM, 2007; CAVES, 2000; LANDRY, 2000). Alguns trabalhos sobre Economia Criativa se baseiam em estudos sobre Inovação e Competitividade, para observar a organização dos setores produtivos, destacando a formação de aglomerados ou *clusters* que reúnem os agentes das cadeias de produção em torno de um espaço geográfico. Entendem a competitividade como a capacidade de atração de investimentos, geração de inovação, empregos e desenvolvimento econômico. Usam referências de autores como Porter (1990), Marshall (1919), Lucas (1988), Storper (1997), Lundvall (1992) e Schumpeter (1934) para fundamentar os debates sobre criatividade, cultura e inovação (LAZZERETT; CAPONI; INNOCENTI, 2017).

Pratt (2004), Scott (1999) e Hesmondhalgh (2011) dialogaram criticamente com Florida, Howkins e Landry. Discutem sobre a gentrificação, sobre a precariedade do trabalho criativo como resultado da apropriação da cultura e das artes para defender uma política de privilégio ao capital financeiro e sua lógica econômica global. Markusen observa os estudos sobre os impactos culturais para a economia regional e descreve uma subestimação do potencial da cultura. Para Markusen (2006), os índices e modelos deixam de observar os trabalhadores autônomos e informais, seus processos produtivos e impactos locais (MARKUSEN, 2006).

Scott (1999) compreende a Economia Cultural e Criativa como o resultado das demandas que estão concentradas nas grandes cidades, cujas atividades culturais estão baseadas em diversas redes de

produtores que dependem dos complexos mercados locais e se organizam em torno dos *Milieus Criativos*, que são espaços importantes para os processos de inovação do campo criativo da economia da cultura (SCOTT, 1999). Hewison (2014) apresenta uma crítica à instrumentalização da cultura – especialmente no contexto inglês – e seus modelos de mensuração do valor da cultura e distribuição de recursos públicos. Para esse autor, tais instrumentos fazem com que os artistas, para conseguir fundos, busquem relacionar seus trabalhos artísticos a impactos sociais nas áreas de educação, saúde, assistência social, meio ambiente, diminuindo os espaços para trabalhos de linguagens artísticas experimentais e clássicas. A mensuração como instrumento de avaliação e controle do setor criativo, por parte do Estado, transferiu para os setores culturais tradicionais a preocupação de demonstrar os benefícios das artes e da cultura para desenvolvimento social e urbano (HEWISON, 2014).

O debate das políticas culturais nesse período refere-se à interposição entre políticas neoliberais de gerenciamento das ações públicas, políticas sociais de incentivo ao empreendedorismo e ao consumo cultural, aliadas a estratégias de desenvolvimento urbano e turismo. A literatura ilustrou uma divisão de pontos de vista com perspectivas teóricas diferentes acerca do conceito de desenvolvimento através da cultura. O valor instrumental social reposicionou o debate e apresentou um quadro multidimensional para os impactos das políticas culturais. Os valores intrínsecos e os valores instrumentais foram reformulados para dar conta de uma nova condução das políticas culturais com foco na relação entre criatividade, cultura e inovação.

## **A Cultura 3.0 – a fase contemporânea das políticas culturais – 2014 até 2018**

---

Segundo Sacco, Ferrilli e Blessi (2013), a Cultura 2.0 foi caracterizada por uma ampliação da dimensão dos mercados culturais e das audiências culturais, enquanto a Cultura 3.0 é caracterizada pela ampliação do acesso à experiência da produção cultural. A predominância dos mercados culturais está cada vez mais interligada pela difusão e expansão de comunidades culturais e pelas práticas produtivas de seus membros, que através de trocas medianas e não mediadas pelo dinheiro, criam mercados, diminuem as escalas de produção e a velocidade das conexões ao utilizarem as plataformas online (SACCO; FERRILLI; BLESSI, 2013). A marca da Cultura 3.0 é a transformação de audiências em praticantes da cultura e este fato vem desafiar os gestores na criação de novos instrumentos de medição dos impactos da cultura (SACCO; FERRILLI; BLESSI, 2013).

Esta fase, ainda em processo de formação na Europa, tende reconhecer o valor do engajamento e da participação ativa de agentes na produção e no consumo cultural. Neste caso, o valor da cultura pode estar representado na experiência do engajamento, na busca pelo sentido cultural, social, na formação de comunidades de trabalho de produção e consumo cultural. Os autores argumentam, que nos tempos atuais os critérios para a distribuição do financiamento à cultura, na Europa, têm apontado um conjunto de impactos que dialogam com diferentes áreas das políticas públicas, como: meio ambiente, assistência social, inovação,

*Soft Power*, bem estar, saúde, educação, desenvolvimento urbano entre outras dimensões que reconhecem o valor cultural (SACCO; FERRILLI; BLESSI, 2013).

No século XXI uma nova transição de era está impulsionando a relação entre criatividade, cultura e inovação na produção de conteúdos e conectividade digital (SACCO; FERRILLI; BLESSI, 2013). Segundo Sacco e sua equipe, os argumentos sobre os efeitos da cultura e da criatividade foram trabalhados de forma sistemática, sem um contexto conceitual bem definido, o que não ajudou para despertar atenção e convencer os formuladores de políticas. A chave do argumento está em mudar o foco dos resultados econômicos da atividade cultural para os comportamentos que causam os impactos em diferentes esferas sociais e econômicas, ou seja, entender os efeitos da cultura fora da esfera cultural, considerando as maneiras como o acesso cultural pode mudar o comportamento dos indivíduos (SACCO; FERRILLI; BLESSI, 2013).

Podemos considerar essa dinâmica comportamental como uma instância avançada da sociedade do conhecimento. A capacitação e a aquisição de habilidades não são meramente uma atividade individual, mas altamente social e dependem do ambiente social em que os indivíduos estão inseridos. O aspecto interessante da participação ativa é que os indivíduos não são simplesmente expostos a experiências culturais, mas são encorajados a explorar e personalizar as regras que os geram. (SACCO; FERRILLI; BLESSI, 2013). A aquisição de habilidades culturais motiva os indivíduos a desenvolver a capacidade de expressão, eleva o nível de atenção e

filtragem crítica em direção ao conteúdo recebido, estimula a disposição de transmitir novos conteúdos, abrindo caminhos para uma variedade de novas formas de inovação e cocriação (SACCO; FERRILLI; BLESSI, 2013). A participação cultural ativa, como apresenta Sacco, Ferrilli e Blessi, atua como motor do crescimento econômico endógeno em pequenas escalas locais e pode gerar consequências macroeconômicas indiretas, que não são insignificantes quando comparadas aos efeitos econômicos das indústrias culturais e criativas. Os autores destacam que na contemporaneidade as indústrias culturais e criativas não devem ser consideradas como um único setor, mas sim como a interseção entre vários setores por onde circula a produção simbólica (SACCO; FERRILLI; BLESSI, 2013).

Em meio a esse contexto, o Arts and Humanities Research Council (AHRC), no Reino Unido, desenvolveu um programa para estudar o valor de engajamento e a participação cultural. O documento *Understanding the value of arts & culture*<sup>4</sup> procura compreender o valor da arte e da cultura para indivíduos e sociedade. Entende-se o valor da cultura como aquele associado ao envolvimento das pessoas na troca de conhecimento, na produção e no consumo da arte e da cultura. O valor de engajamento como efeito da participação cultural ativa pode ser apreciado no envolvimento direto dos agentes na produção de conteúdo criativo; na aprendizagem individual e coletiva; nas práticas

---

[4] *Understanding the value of arts & culture*. Disponível em: <<https://ahrc.ukri.org/documents/publications/cultural-value-project-final-report/>>. Acesso em: 25 jul. 2017.

inovadoras transformadas em tecnologias sociais que promovem impactos nas esferas hiperlocais, locais e globais; nas formas de recepção, fruição e reprodução do conteúdo cultural. Valor econômico e social é produzido não apenas através da venda de produtos, serviços, mas também através da participação ativa e do engajamento dos agentes na produção cultural e nos processos individuais e coletivos de recepção e criação de significados afetivos, intangíveis e múltiplos. A cultura torna-se cada vez mais uma pré-condição para todos os processos de geração de valor. Segundo Sacco, a cultura não é mais um aspecto do uso do tempo livre, mas está entrenchada no tecido da vida cotidiana (SACCO; FERRILLI; BLESSI, 2013).

De acordo com Pratt (2008) e Graff (2016), na nova agenda para a Economia Cultural e Criativa, o dualismo entre consumir e produzir deve ser repensado e compreendido através de uma relação de codependência inerente ao processo de produção cultural e criativa (PRATT, 2008). Uma análise dos agentes criativos pode demonstrar as relações simbióticas entre as partes (produtor e consumidor) na consolidação da cadeia produtiva em diferentes setores e indústrias culturais e criativas (PRATT, 2008). O consumidor torna-se parte do processo produtivo, uma vez que o acesso ao conteúdo cultural perde seu passivo tradicional e se torna uma forma de apropriação criativa por parte dos usuários.

As diferentes cadeias produtivas da Economia Cultural e Criativa se constituem e se desconstituem de acordo com as redes, recursos e conexões entre os agentes de seu campo de produção e consumo.

São impulsionadas por projetos temporários, muitas vezes financiados com recursos públicos. Funcionam através de uma dinâmica contínua de produção e consumo cultural, onde os agentes se conectam, desconectam e circulam pelo campo em que atuam para a criação, prototipação, validação, lançamento, difusão, circulação, fruição e reprodução do bem cultural e criativo. A inovação está representada nas cadeias de produção de valor que facilitam a tradução e a implementação de novas ideias através da cooperação de uma miríade de atores sociais e econômicos (SACCO, 2011; GRAFF, 2016).

A Economia Cultural e Criativa é constituída principalmente de Pequenas e Médias Empresas (PME). As escalas e estruturas típicas das empresas na Economia Cultural e Criativa são muito menores que os padrões classificados na definição de PME: são microempresas, freelancers, empreendedores individuais e com grande índice de informalidade, sobretudo nos países em desenvolvimento (SHIACH; NAKANO; VIRANI; POLI, 2017). São nas microescalas, hiperlocais e locais, que o campo da produção da Economia Cultural e Criativa circunscreve sua prática. *Hubs criativos* são aglomerações urbanas que promovem a conexão entre empreendedores, micro, pequenas e médias empresas do setor criativo (VIRANI, 2014). É nesses espaços que ocorre a criação compartilhada de conhecimento. *Hubs criativos são encontrados como provedores de espaço de trabalho, coletivos de empreendedores e plataformas digitais de relacionamento, entre outros* (SHIACH; NAKANO; VIRANI; POLI, 2017).

Os *hubs criativos* são aglomerações urbanas de dimensão hiperlocal. Essa

dimensão reflete a escala das comunidades, que se interessam e se envolvem com as esferas locais e identidades culturais, criando demandas por informações e produtos, consolidando mercados específicos (COOK, GEELS & BAKKER, 2016). Segundo Damian Radcliffe, a ideia de hiperlocal vem associada a pequenas áreas ou comunidades, que criam mercados específicos para audiências menores e mais segmentadas, onde são produzidos, circulados e consumidos conteúdos de nicho (RADCLIFFE, 2012). É nessas escalas onde os agentes se encontram e se conectam para sistematizar dinâmicas de produção e recepção dos bens simbólicos, de troca e acesso aos capitais culturais, sociais e econômicos que estabelecem a lógica das estruturas dos espaços sociais da produção cultural e criativa.

A Cultura 3.0 passa a compreender, como parte do escopo das políticas culturais, o universo digital e seus impactos na economia, na política, na cultura e na sociedade. Plataformas digitais e mídias sociais transformam-se em instrumentos e meios de produção cultural (SACCO; FERRILLI; BLESSI, 2013). Na fase da Cultura 3.0, os efeitos indiretos – econômico e social – da participação ativa podem ser reconhecidos na transversalidade da cultura em programas para: inovação, bem-estar e sustentabilidade, coesão social, empreendedorismo, identidade local e economia do conhecimento. Nessa perspectiva, Sacco e sua equipe apontam a necessidade de um olhar interdisciplinar para compreender as interfaces entre economia, sociologia, medicina, meio ambiente, arte, tecnologia, educação, política, entre outros conhecimentos que demandam sua análise (SACCO; FERRILLI; BLESSI, 2013).

No âmbito das políticas culturais internacionais, segundo a UNESCO, os países em desenvolvimento ainda mantêm um distanciamento com relação à implementação de políticas de financiamento para toda a cadeia de valor cultural. Existe uma grande demanda por melhorias nas bases legislativas para a liberdade e a diversidade da mídia. A revolução tecnológica teve impactos na governança da mídia e das políticas culturais, bem como em todos os aspectos da cadeia de valor cultural, mas as implicações do ambiente digital, em rápida evolução, está transformando a configuração da Economia Cultural e Criativa para um modelo de rede, e poucos países têm uma estratégia para lidar com essas mudanças.

## Considerações finais

---

O campo da cultura, muito influenciado pela noção clássica da autonomia da arte, constituiu-se como um espaço social onde os sujeitos, muitas vezes alienados dos processos econômicos, mas fortalecidos por valores intrínsecos da arte, atribuíram à cultura um papel simbólico importante em termos institucionais e educacionais. A força da concepção da arte pela arte e do papel da cultura como plataforma e lugar de fala para as minorias colocou o campo em uma posição de resistência contra os processos hegemônicos do capital, sobretudo após o fortalecimento do neoliberalismo como ideologia político-econômica. As discussões sobre cultura erudita e popular, bem como aquelas sobre a hegemonia dos meios de comunicação de massa, foram trazidas para o



debate político por agentes tradicionalmente formados pelas ciências humanas.

Após os anos 1980, as políticas culturais, impulsionadas pela força das indústrias culturais norte-americanas, passaram a reconhecer o impacto das tecnologias nos meios de comunicação de massa e a força hegemônica desses meios como estratégia de posicionamento econômico. Com a criação do paradigma de política pública com base nas indústrias criativas, aparece a primeira tentativa de aproximação do campo da cultura com o campo da inovação e da criatividade. Em meio às consequências da Globalização e da liberalização do mercado, alguns discursos políticos atribuíram à criatividade, à inovação e ao empreendedorismo o papel de reconfigurar as estruturas sociais da nova economia do conhecimento.

Os discursos das políticas culturais, com o surgimento da ideia de diversidade cultural, encontraram na perspectiva das escalas locais a possibilidade de implementar projetos de impacto social. O campo da Economia Cultural e Criativa hoje se constitui através das práticas de seus agentes e de suas relações com as dimensões políticas e econômicas. Os agentes se organizam em comunidades e se envolvem em processos de criação de significados individuais e coletivos. A participação cultural ativa como valor do engajamento atua como motor do crescimento em pequenas escalas locais. A formação de redes, aglomerados e *hubs* fomenta a criação dos *Milieux Criativos* e de ambientes com oportunidades de trabalho e consumo. A discussão contemporânea sobre o papel da Economia Cultural e Criativa deve considerar as capacidades de produ-

ção criativa individual e coletiva e os tipos de conexões e relações que organizam as forças de trabalho que o constituem.

A Cultura 3.0 apresenta as atuais tendências do campo da Economia Cultural e criativa no contexto internacional. A importância das comunidades e redes na construção de relações interdependentes entre vários setores internos e externos é evidente se observarmos a organização de seus agentes e as diferentes formas de produzir e consumir conteúdo cultural e criativo. Os efeitos da participação ativa podem ser reconhecidos na transversalidade da cultura em programas de inovação, bem-estar, sustentabilidade, coesão social, empreendedorismo, identidade local e economia do conhecimento, mas, para isso, é necessário um olhar interdisciplinar para compreender as interfaces entre economia, sociologia, medicina, meio ambiente, arte, tecnologia, educação, política, entre outros conhecimentos que demandam uma real compreensão da cultura nas esferas sociais, políticas e econômicas do mundo contemporâneo. ■

[ **KARINA POLI** ]

Karina Poli é doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Atualmente desenvolve, na mesma instituição, pesquisa de pós-doutorado no departamento de Cinema, Rádio e Televisão, sob supervisão do Prof. Dr Eduardo Vicente, em esquema sanduíche com a Queen Mary University of London e apoio da FAPESP.  
E-mail: karinapolilc@gmail.com

## Referências

---

ASHEIM, Bjorn; HANSEN, Hogni Kalso. Knowledge bases, talents, and contexts: on the usefulness of the creative class approach in Sweden. **Economic Geography**, London, v. 85, n. 4, p. 425–442, Sept. 2009. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1944-8287.2009.01051.x>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

BAUMOL, W; BOWEN, W. **Performing arts: the economic dilemma - a study of problems common to theater, opera, music and dance** (Studies/Twentieth Century Fund) Cambridge: MIT Press, 1968.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. Tradução Sérgio Miceli, São Paulo: Editora Perspectiva, 2001.

CAVES, Richard Earl. **Creative industries**. Cambridge: Harvard University Press, 2000.

COOK, Claire; GEELS, Kathrin; BAKKER, Piet. **Hyperlocal Revenues in the UK and Europe - Mapping the road to sustainability and resilience**. Nesta: London, Jul. 2016.

CUNNINGHAM, Stuard. From cultural to creative industries: Theory, Industry and Policy Implications. **The Quartely Journal of Austrian Economics**, Cambridge, v. 102, n. 1, p. 54-65, Jan. 2009.

DE MARCHI, Leonardo. **Transformações estruturais da indústria fonográfica no Brasil, 1999-2009**: desestruturação do mercado de discos, novas mediações do comércio de fonogramas digitais e consequências para a diversidade cultural no mercado de música. 2011. 289 fl. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura). Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2011.

FLORIDA, Richard. **The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community**. New York: Basic Books, 2002.

GARCIA, Beatriz. Experience, Prospects for the Future Cultural Policy and Urban Regeneration. **Local Economy**, London, v. 19, n. 4, Feb. 2004. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0269094042000286828>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

GARNHAM, Nicholas. From cultural to creative industries. An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the united. **Kingdom International Journal of Cultural Policy**, London, v. 11, n. 1, 2005.

GIRARD, Augustin. **Cultural development: experiences and policies**. Paris: UNESCO, 1983.

GREFFE, Xavier. From culture to creativity and the creative economy: a new agenda for cultural economics, **City, Culture and Society**, Michigan, v. 7, n. 2, p. 71-74, June, 2016. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877916615300163>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

GRODACH, Carl.; O'CONNOR Justin.; Gibson, Chris. Manufacturing and cultural production: Towards a progressive policy agenda for the cultural economy. **City, Culture, and Society, Michigan, 20 Apr. 2017**. Disponível em: <<http://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/105055.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. São Paulo: Lamparina, 2013

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. Tradução: Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Edições Loyola, 1993.

HESMONDHALGH, David. **Cultural and creative industries**. The Sage Handbook of Cultural Analysis, 2007.

HEWISON, Robert. **Cultural capital: the rise and fall of creative Britain**. London: Verso, 2014.

HOLDEN, John. **Capturing cultural value how culture has become a tool of government policy**. Londres: DEMOS, 2004.

HOWKINS, John. **The creative economy: how people make money from ideas?** London: Penguin; Caves, 2000.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução Suzana Alexandria. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KEA EUROPEAN AFFAIRS, **The Economy of Culture in Europe**. Brussels: KEA, 2006.

LANDRY, Charles. **The creative city: a toolkit for urban innovators**. London: Earthscan, 2000.

LEY, David. Artistic, aestheticisation and the field of gentrifications. **Urban Studies**, Thousand Oaks, v. 40, n. 12, p. 2527-2544, Nov. 2003. Disponível em: <[https://tovarna.org/files0/active/2/6635-artists\\_aestheticisation\\_and\\_the.pdf](https://tovarna.org/files0/active/2/6635-artists_aestheticisation_and_the.pdf)>. Acesso em: 25 jul. 2018.

LAZZERETTI, Luciana; CAPONE, Francesco; INNOCENTI, Niccolò. Exploring the intellectual structure of creative economy research and local economic development: a cocitation analysis. **European Planning Studies**, London, v. 25, p. 1693-1713, Jun. 2017. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09654313.2017.1337728>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

MARTÍNEZ-SALANÓVA, Enrique. Medios de comunicación y encuentro de culturas: propuesta para la convivência. **Revista Comunicar**, Helva, v. 16, n. 32, p. 223-230, Mar. 2009. Disponível em: <<http://eprints.rclis.org/18107/1/26-salanova.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

MATELLART, Armand; MATTELLAR Miche. **A história da teoria da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003

MOMMAAS, Hans. Cultural clusters, and the post-industrial city: towards the remapping of urban cultural policy. **Urban Studies**, Glasgow, v. 41, n. 3, p. 507-532, Mar. 2004.

MORAES Julio Lucchesi. Economia da cultura: a tradição anglo-saxônica. **Yumpu**, Diepoldsau, Oct. 2009. Disponível em: <<https://www.yumpu.com/pt/document/view/12854192/economia-da-cultura-a-tradicao-anglo-saxonica-fipe>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

MARKUSEN, Ann. Urban development and the politics of a creative class: evidence from a study of artists. **Environment and Planning A**, London, v. 38, p. 1921-1940, Oct. 2006. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.461.9261&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

OAKLEY, Kate; O'BRIEN, Dave. Learning to labour unequally: understanding the relationship between cultural production, cultural consumption and inequality. **White Rose**, Sheffield; York, v. 22, n. 5, p. 471-486, Jan. 2016. Disponível em: <[http://eprints.whiterose.ac.uk/92581/3/Social\\_Identities\\_draft.pdf](http://eprints.whiterose.ac.uk/92581/3/Social_Identities_draft.pdf)>. Acesso em: 25 jul. 2018.

O-KYUNG YOON. **Intrinsic and instrumental rationales in UK cultural policy**: negotiating cultural values in the climate of neoliberalism. 2010. 271 f. Thesis (Doutoral Philosophy) - Philosophy Department of Loughborough University, London, 2010.

PRATT, Andy. Urban regeneration: case study of Hoxton, London. **Sage Journals**, London, May 2004. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0042098009103854>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

PRATT, Andy C. **Creative cities**: the cultural industries and the creative class. London: Wiley Online Library, 2008. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1468-0467.2008.00281.x>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

RADCLIFFE, Damian. **Here and now UK hyperlocal media today**. London: NESTA, 2012. Disponível em: <<https://www.nesta.org.uk/report/here-and-now-uk-hyperlocal-media-today/>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

SACCO, Pier Luigi. Culture 3.0: a new perspective for the EU 2014-2020 structural funds programming. **Inter Arts**, Barcelona, Apr. 2011. Disponível em: <<http://www.interarts.net/descargas/interarts2577.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

SACCO, Pier Luigi; FERILLI, Guido; BLESSI, Giorgio Tavano. Culture 3.0: cultural participation as a source of new forms of economic and social value creation: a european perspectiva. **Amos Lab**, Finland: June 2013. Disponível em: <<http://www.amoslab.fi/wp-content/uploads/2014/06/Pier-Luigio-Sacco.-Culture-3.0-JCE-circ.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

SACCO, Pier Luigi. **Culture 3.0**: the impact of culture on social and economic development, & how to measure it London: Creative Works, 2013. Disponível em: <<https://ec.europa.eu/assets/jrc/events/20131024-cci/20131024-cci-sacco.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

SHIACH Morag; NAKANO Davi; VIRANI Tarek; POLI, Karina. **Report on creative hubs and urban development goals (UK/Brazil)**. London: Creative Works, 2017. 53 p. Disponível em: <<https://qmro.qmul.ac.uk/xmlui/bitstream/handle/123456789/28705/Virani%20Creative%20Hubs%20and%20Urban%20Development%20Goals%20%28UK/Brazil%29%202017%20Published.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

SCOTT, Allen J. The cultural economic: Geography and creative Field, of Creativity. **Media, Culture and Society**, London, v. 21, p. 807-817, Nov. 1999.

TIMBERG, Scott. **Cultural crash the killing of the creative class**. Yale Print University, USA, 2015.

THROSBY, David. **Economics and culture**. The Quartely Journal of Austrian Economics, Cambridge, v. 6, n. 2, p. 103-106, summer, 2001.

URFALINO, Phillippe. **A invenção das políticas culturais**. São Paulo: SESC, 2015.

VIRANI, Tarek Elie. Re-articulating the creative hub concept as a model for business support in the local creative economy: the case of Mare Street in Hackney. **Creative Works**, London, n. 12, p. 1-27, Apr. 2015.

WENGER, E. **Communities of practice**: learning, meaning, and identity. New York: CUP, 1998.

YSAR, Yudhishthir Raj. **Creative economy report**: widening local development pathways. Paris: UNESCO, 2013.

YUDICE, George. **A conveniência da cultura**: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: UFMG, 2006.