

# Distinção Conceitual na Formulação de Políticas Públicas de Cultura e Economia Criativa

José Ricardo Vitória<sup>1</sup>

## Resumo

Este ensaio tem por objetivo discutir a importância da distinção dos conceitos de cultura e economia criativa no processo de formulação de políticas públicas para ambos os setores. Para isso, foi feita uma revisão de literatura dos conceitos de cultura e economia criativa bem como da forma pela qual as políticas públicas desses setores têm sido conduzidas. Posteriormente, é proposto um modelo conceitual para evidenciar os pontos de interseções e divergências de ambos os campos. Ao final, defende-se a ideia de que, embora tenham suas interseções, cultura e economia criativa são conceitos e setores substancialmente diferentes e por isso necessitam de políticas públicas específicas, mesmo quando trabalhadas de forma intersetorial.

**Palavras-chave:** Conceito; Cultura; Economia Criativa; Políticas Públicas.

## Introdução

Estando em processo de construção, a economia criativa enseja um extenso debate sobre sua própria essência conceitual e a abrangência dos setores, sub-setores, atividades e os fluxos que a integram. Ainda, há que se debater suas interações com outros conceitos como os de economia da cultura, indústrias culturais e indústrias criativas, além de outros conceitos menos utilizados tais como indústrias baseadas no copyright, ou economia cognitivo-cultural. “São conceitos em acirrada disputa, com diferentes conotações políticas e ideológicas a depender

---

<sup>1</sup> Pós-doutor em Gestão e Produção Cultural. Doutor, Mestre e Bacharel em Administração pela Universidade Federal de Viçosa (UFV). Autor dos livros: Políticas públicas de cultura e Proezas: proezas, prosas, poesias.

do interlocutor que os utiliza, com muitas vozes ao redor do mundo reivindicando autenticidade e legitimidade para o seu conceito” (ACCO, 2016, p. 157). No âmbito científico, a grande discussão se dá, principalmente, sobre os conceitos de indústrias culturais e de indústrias criativas. Todavia, a literatura acadêmica sobre indústrias criativas é recente, tendo surgido como conceito na década de 1990, enquanto as indústrias culturais já vêm sendo discutidas desde o final dos anos de 1960 (BENDASSOLLI *et al.*, 2009).

Por sua vez, o termo cultura, que provém do latim *cultus*, tinha em seu sentido inicial o de cultivar a terra. Posteriormente, acrescentou-se o sentido de cultivar o espírito humano e as faculdades intelectuais do homem. Com o passar dos anos, sua definição foi evoluindo, sendo associada desde as formas de expressão do ser humano, passando pela civilização e pelo progresso, até o sentido das produções artísticas e intelectuais (BOSI, 2008; BOURDIEU, 2007; CHAUI, 2006; CRESPI, 1997; EAGLETON, 2005; LARAIA, 2006).

Não obstante, os segmentos da cultura e da economia criativa têm suscitado questionamentos e confusões conceituais, o que pode gerar duplicidade de interesses, comprometendo as formulações de suas respectivas políticas públicas, que, na maioria das vezes, são conduzidas pelos mesmos órgãos e/ou instituições. E isso pode ser agravado, a depender de quem esteja à frente de tais políticas.

Nesse sentido, este ensaio tem por objetivo discutir a importância da distinção dos conceitos de cultura e economia criativa no processo de formulação de políticas públicas para ambos os setores. Isso pois, embora tenham sido trabalhadas juntas, e muitas vezes de maneira equivocada, principalmente no Brasil, acredita-se que, mesmo tendo suas interseções, a cultura e a economia criativa são conceitos distintos que abarcam uma série de fatores distintos.

Essa distinção se torna importante ao se destacar a influência que o entendimento conceitual de determinado segmento tem sobre a formulação de suas políticas públicas – neste caso, os conceitos de cultura e economia criativa. Em termos práticos, tal entendimento ajudará os formuladores das políticas de cultura e economia criativa a se orientarem sobre quais ações são de competência de cada setor, e quando elas devem ser trabalhadas de forma conjunta ou separadamente.

## Particularidades Conceituais entre Cultura e Economia Criativa

### Cultura

O termo cultura tem uma série de definições que evocam múltiplas disciplinas e interesses. É estudado em áreas como antropologia, história, geografia, comunicação, sociologia, economia, administração, entre outras. O próprio desenvolvimento histórico do termo faz com que ele tenha vários conceitos que podem até ser contraditórios a depender da área e do enfoque a ele dado. Nesse sentido, a cultura é um dos principais conceitos das ciências humanas, com a Antropologia se destacando como uma ciência que gira quase que somente em torno desse conceito (CANEDO, 2009).

Para Eagleton (2005), as culturas são construídas a partir de uma relação contínua com o trabalho e a natureza. Isso pois, por meio da cultura, a natureza sempre se renova, sendo que ela própria produz os meios para sua transcendência. Assim, etimologicamente, “cultura” remete ao crescimento espontâneo, como em “cultivo agrícola”, e, portanto, cultural é aquilo que é mutável, formado por um material autônomo, dotado de certa obstinação advinda da natureza (EAGLETON, 2005).

De acordo com Crespi (1997), o termo, que se iniciou como sendo “culto” o indivíduo que, assimilando os conhecimentos e valores socialmente transmitidos, consegue traduzi-los em qualidades pessoais, foi sucessivamente alargado, em sentido metafórico, até à cultura do espírito. Assim, a gênese do conceito de cultura em termos científicos tem, por um lado, a transformação do significado de cultura, ocorrida no século XVIII, de formação do espírito para conjunto objetivo de representações, modelos de comportamento, regras e valores enquanto patrimônio comum realizado ao longo da evolução histórica, e, por outro lado, a nova consciência que vem a distinguir-se do carácter histórico – ligado às diversas configurações culturais, conforme o tipo de sociedade e as diferentes épocas (CRESPI, 1997, p. 16). Desse modo, a cultura se caracteriza como uma divisão do próprio indivíduo, apontando para duas direções distintas: aquilo que se cultiva e se refina ou aquilo de que se constitui a matéria-prima para esse refinamento (EAGLETON, 2005).

“Cultura” é ainda um conceito que envolve regras, promovendo a interação entre o que é regulável e o que não é. Portanto, a ideia de cultura envolve a dualidade do determinismo orgânico e da autonomia do espírito, rejeitando o

naturalismo e o idealismo. Desse modo, é um termo descritivo e analítico, que compreende uma tensão entre fazer e ser feito, racionalidade e espontaneidade. Cultura alude ao contraste político entre evolução (“orgânica” e “espontânea”) e revolução (artificial e forçada), sugerindo como se poderia ir além dessa antítese batida ao combinar crescimento e cálculo, liberdade e necessidade, à ideia de um projeto consciente e um excedente não planeável (EAGLETON, 2005).

No Iluminismo, a cultura passa a ser percebida como um conjunto de práticas artísticas, científicas, filosóficas etc., sendo utilizada como medida para avaliar o quanto uma sociedade é civilizada, permitindo a suposta existência de uma hierarquização dos valores de cada indivíduo ou classe na sociedade. Assim, a cultura passa a ser associada ao progresso: “avalia-se o progresso de uma civilização pela sua cultura e avalia-se a cultura pelo progresso que traz a uma civilização” (CHAUÍ, 2006, p. 130).

De acordo com Bourdieu (2007), diferentes das ideologias carismáticas onde os gostos, em matéria de cultura legítima, são considerados um dom da natureza, as observações científicas mostram que as necessidades culturais são o produto da educação que precisam ser cultivadas. Com isso, aquelas pessoas, famílias e comunidades que têm melhores condições econômicas possuem mais condições de consumirem e usufruírem os bens culturais, tanto quanto cultivar em seus sucessores novas necessidades culturais. Já as menos afortunadas não possuem o suficiente para cultivar algo a mais nos seus descendentes, restando-lhes apenas aquilo que lhes foi oferecido anteriormente.

Para Chauí (1996), é possível compreender a cultura como algo próprio do ser humano, sendo o conjunto de atividades e costumes humanos que tem ligação com o meio em que ele vive. Assim, é importante perceber a pluralidade cultural de cada sociedade.

Nesse sentido, Crespi (1997) argumenta que gradualmente vai aumentando a consciência de que os conceitos utilizados na representação e interpretação da realidade dependem da diversidade dos lugares, bem como as práticas de vida, que são resultado dos costumes historicamente estabelecidos e dos hábitos, que à primeira vista eram extravagantes, poderão surgir como aceitáveis se tiver em conta o ambiente social no qual encontraram a sua origem. Assim, a cultura está condicionada à própria contingência e normalmente se apresenta sob um conjunto multifacetado, diversificado e heterogêneo de modelos de comportamento, rituais, códigos, leis, representações e valores que constituem, em cada situação social específica, um conjunto de recursos, ou ferramentas (CRESPI, 1997).

Edward Burnett Tylor (1832-1917) foi o primeiro a formular o conceito de cultura do ponto de vista antropológico em 1871, e desde então esse é um dos conceitos mais difundidos por enfatizar o caráter de aprendizado da cultura em oposição à ideia de transmissão biológica: cultura, “tomando em seu amplo sentido etnográfico, é este todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade” (*apud* LARAIA, 2006, p. 25; CRESPI, 1997, p. 13).

Outro sentido muito frequentemente atribuído à palavra cultura e que costuma ser usado nos mercados de arte e de entretenimento, nas instituições educativas, nos meios de comunicação e na esfera do poder público (ministérios e secretarias de cultura) é aquele que a define como produção artística e intelectual. Isso traz a ideia de todas as expressões específicas que designam conceitos de produção intelectual de determinados grupos sociais (cultura, popular, erudita, massa) (CUNHA, 2003; SILVA e SILVA, 2006).

Segundo Bosi (2008), a palavra cultura tem uma conotação que remete ao passado, exprimindo a ideia de memória transmitida pelos conhecimentos e valores de uma geração para outra, de uma instituição para outra, de um país para outro, subsistindo sempre a ideia de algo que já foi estabelecido em um passado – que pode ser um passado próximo ou um passado remoto. Contudo, a cultura também carrega uma ideia de futuro, com seu significado original sendo, rigorosamente, “aquilo que deve ser cultivado” (BOSI, 2008). Nesse sentido, entendendo que a cultura está sempre progredindo, é preciso mais que apenas herdar as riquezas materiais, tecnológicas e intelectuais do passado, pois a cultura está sempre em fase de desvios, de mutação, de transcendência. Contemporaneamente, cada vez mais nos preocupamos em criar projetos de cultura e menos nos atemos à rigidez das fórmulas. Para além dessa criação, os nossos ideais democráticos exigem uma socialização do conhecimento. “Não só cavar na matéria em si da cultura, mas também estendê-la na linha da comunicação, na linha da socialização; e fazer com que este bem seja repartido, distribuído, da maneira mais justa e mais ampla possível, o que é próprio da sociedade democrática” (BOSI, 2008, p. 3).

## **Economia Criativa**

Do outro lado de nossa análise, a economia criativa é um setor da economia que utiliza ideias e conhecimentos do conceito da criatividade dos seres humanos como principal fator de produção. Ela tem como base as ideias que são novas, únicas e inovadoras. Assim, esse conceito econômico prioriza a criatividade, as ideias

e o conhecimento dos recursos humanos (BROUILLETTE, 2020; CHOLLISNI *et al.*, 2022; FLORIDA, 2002).

Economia de acordo com a linguagem é derivada do grego *oikosyang*, que significa família ou lar, e *nomos*, que significa regras ou regulamentos. Nesse sentido, de acordo com termos econômicos, é a gestão doméstica, ou regras domésticas, aplicada à gestão dos recursos. Sendo assim, a economia é um campo das ciências sociais que discute e estuda as atividades humanas diretamente relacionadas à distribuição, ao consumo e à produção de bens e serviços. Assim, a economia criativa é um novo conceito econômico que combina informação e criatividade, contando com ideias e conhecimento dos recursos humanos como fator de produção (CHOLLISNI *et al.*, 2022).

A economia criativa 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 e, por isso, desconcerta os modelos econômicos tradicionais, pois seus novos modelos de negócio ainda se encontram em construção, carecendo de marcos legais e de bases conceituais consentâneas com os novos tempos. (BRASIL, 2011a, p. 24)

Nesse sentido, é preciso antes de tudo entender o papel da criatividade que compõe a economia criativa. A criatividade é o processo mental de uma pessoa ao trazer novas ideias. Então, ao tratarmos da economia criativa, ela é incluída não só como elemento de criação, mas também como fator de propulsão. A criatividade que existe na economia geralmente tem como objetivo aumentar a renda e a produção econômica. Os objetos dessa economia geralmente estão na forma de bens ou serviços criativos resultantes da inovação e do pensamento humano, por isso essa economia é chamada de economia criativa (CHOLLISNI *et al.*, 2022).

O avanço tecnológico também tem um papel fundamental na economia criativa. A facilidade de acesso que você pode obter dos avanços tecnológicos pode ajudar essa economia a avançar. Se usada corretamente, a tecnologia pode reduzir as dificuldades e problemas encontrados nesse processo econômico. Assim, o avanço tecnológico é tanto produto da criatividade humana quanto propulsor dessa criatividade (CHOLLISNI *et al.*, 2022).

Um outro pilar que sustenta a economia criativa é o trabalho humano, sendo o seu principal fator impulsionador. Se a força de trabalho, tais como os recursos humanos, for adequada e qualificada, então a economia será gerida e também funcionará bem, pois garantirá um melhor desenvolvimento e facilidade

de acesso à comunicação, mídia social, design, vídeos, jogos, bem como aos demais elementos e setores das indústrias criativas (CHOLLISNI *et al.*, 2022).

Não obstante, por estar em processo de construção, a economia criativa ainda acarreta dúvidas sobre os conceitos a ela relacionados e sobre quais setores são abarcados por ela, gerando também muitas discussões (ACCO, 2016; MOORE, 2014). Ela engloba os conceitos de indústria cultural e de indústria criativa, além de ser transversal a setores como o turismo, as indústrias de copyright e do conhecimento.

No meio acadêmico, o pioneirismo do assunto é creditado ao professor de Economia da Universidade de Harvard, Richard Caves, que no ano 2000 lançou o livro *Creative industries: contracts between art and commerce* (CAVES, 2000; ALMEIDA; TEIXEIRA; LUFT, 2014). Posteriormente, a discussão sobre o tema foi ampliada por Howkins (2001) e Florida (2002). O primeiro “agregou ao método britânico uma visão empresarial baseada nos conceitos de propriedade intelectual, na qual marcas, patentes e direitos autorais forneciam os princípios para a transformação da criatividade em produto”. Já o segundo “analisou os profissionais que trabalhavam com processos criativos, os quais ele denominou classe criativa, apontando características sociais e seu potencial de contribuição para o desenvolvimento” (ALMEIDA *et al.*, 2014, p. 28).

Inicialmente, o termo “indústria cultural” pautava-se numa abordagem que criticava a massificação e comercialização das artes e da cultura. Com o tempo, o termo, que teve sua origem associada aos filósofos da Escola de Frankfurt, espalhou-se e modificou-se para “indústrias culturais” durante os anos de 1960 (2006, BOURDIEU, 2007; HORKHEIMER; ADORNO, 2006). O termo “indústrias culturais” foi ganhando novas conotações, podendo ser entendido como “bens e serviços culturais que são produzidos e reproduzidos, sendo disseminados por critérios industriais e comerciais, ou seja, em série, e aplicados a uma estratégia de economia, em vez de perseguir um propósito de desenvolvimento cultural” (ANVERRE *et al.*, 1982, p. 21 – tradução nossa). Não obstante, essa discussão ainda tem gerado controvérsias e resistências tanto entre os artistas quanto entre os estudiosos devido à introdução do capital nas artes e na cultura, principalmente por aqueles que não desejam que estas sejam mercantilizadas.

A passagem do termo “indústrias culturais” para o termo “indústrias criativas” aponta para uma nova tentativa de articulação dos domínios da arte e da cultura com a tecnologia e os negócios, mas buscando salientar os aspectos positivos dessa configuração ao supor que as novas tecnologias de distribuição abririam caminho para maneiras alternativas de fazer com que o produto cultural

chegue ao consumidor final (BENDASSOLLI *et al.*, 2009). Os principais pontos de convergência dos dois conceitos incluem o fato de que todos mencionam o caráter imaterial dos bens culturais, sua intangibilidade, seu caráter simbólico e sua dependência de redes sociais para adquirir valor. Os pontos de divergência referem-se à forma como cada um desses conceitos pode se relacionar com as “políticas públicas, com a possível missão humanista e política da cultura e da arte, com o papel do consumidor e com a cultura e seus aspectos de consumo, entretenimento, lazer e estilo de vida” (BENDASSOLLI *et al.*, 2009, p.19).

Considerando as indústrias criativas como subsetores do campo maior que é o da economia criativa, Howkins (2001) e seus seguidores analisam como os grupos das indústrias criativas, juntos, formam a economia criativa. Florida (2002) aborda as indústrias criativas a partir de um grupo de ocupações, ou campos de atividades, para discutir a principal ideia de sua obra, o conceito de “classe criativa”. As indústrias criativas podem ainda ser entendidas, de acordo com Landry (2012), como um movimento urbano holístico que captura diferentes tipos de campos relacionados ao desenvolvimento, podendo ser associado ao conceito de “cidade criativa”. Potts (2011) oferece uma nova maneira de ver as artes, a cultura e as indústrias criativas a partir da perspectiva da economia evolutiva das indústrias criativas. Ele argumenta que, embora tenham relevante contribuição na economia, as indústrias criativas não geram valor econômico primário, porém são importantes e significativas no processo evolutivo devido ao seu papel na facilitação e coordenação das mudanças econômicas. A United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) e as demais agências vinculadas à ONU abordam a economia criativa de forma política estratégica, ressaltando sua importância para o desenvolvimento sustentável (MADEIRA, 2014).

Anteriormente, ao apresentar 18 diferentes definições de indústrias criativas, Potts (2008) afirma que elas mostram um problema genuíno de definição, de tal forma que os conjuntos de atividades econômicas que são por elas abrangidas têm múltiplas interpretações, que podem levar a distintas implicações. Nesse sentido, é preciso haver uma definição para tornar as análises mais objetivas e menos subjetivas. Então, esse autor propõe que a partir dos estudos das indústrias culturais e criativas surja a ciência cultural, que é o estudo conjunto de economia, cultura e complexidade (POTTS, 2008).

Um ponto que não pode ser negado é que a criatividade, a inovação e o conhecimento são fundamentais, principalmente nos novos moldes que a economia global vem ganhando, em que é visível a passagem de foco das grandes indústrias produtivas para a economia do conhecimento, bem como “dos

investimentos massivos em máquinas e grandes fábricas industriais aos investimentos na formação de inteligências, institutos de P&D e em centros de inovação; em síntese, do mundo do capital material ao mundo do capital intelectual e criativo” (ACCO, 2016, p. 150).

Apresentado dessa perspectiva, o crescimento econômico no século XXI ocorrerá, cada vez mais, com base na combinação criativa de informações e conhecimentos convertidos em fórmulas, patentes, softwares, designs, modelos de negócio, metodologias, imagens e outras formas de bens e serviços intangíveis, e menos em decorrência da manipulação física de matérias-primas para a produção de bens tangíveis. Por estarem essencialmente vinculados ao conhecimento, ao estoque ampliável e recombinável de ideias e à criação/ inovação como “fatores” de produção se não inesgotáveis pelo menos potencialmente ampliáveis e renováveis, os produtos e os serviços associados à economia do conhecimento são menos propensos aos efeitos da lei dos rendimentos decrescentes que perseguem a economia convencional (ACCO, 2016, p. 150).

Até o momento, apresentamos dois conceitos aqui trabalhados e que abarcam mais uma grande variedade de conceitos. Não obstante, antes de prosseguir em nossa análise, vamos entender de modo geral como que vêm sendo observados alguns trabalhos acadêmicos que se debruçaram sobre as políticas públicas desses setores a fim de compreendê-las. Alguns desses trabalhos já tecem determinados apontamentos sobre as implicações de se trabalhar as políticas públicas dos setores de cultura e economia criativa de forma conjunta ou separadamente e até mesmo da importância do entendimento dos seus conceitos.

## **Políticas Públicas de Cultura e Economia Criativa**

Por políticas públicas podemos entender o posicionamento, ativo ou passivo, ao enfrentar os problemas coletivamente relevantes nas diferentes áreas e setores da esfera pública. De forma mais ativamente relevante, são os processos políticos aplicados pelos agentes públicos e formalmente expressos, sendo traduzidos em programas de ação governamental, editais, regulamentos, leis, ordens e medidas regulatórias dentre outros (FREY, 2009; LANE, 2000; SECCHI, 2010; TEIXEIRA, 2002). Esses processos englobam todo o caminho que vai da descoberta de um problema, passa pela escolha de resolvê-lo, ou não, até chegar ao estágio de avaliação, no qual, a depender de seus objetivos, é decidido continuar ou finalizar um programa. Isso tudo envolve uma série de indivíduos e grupos com interesses, na maioria das vezes, conflitantes (COCHRAN; MALONE, 2005; FISCHER; MILLER; SIDNEY, 2007).

Nesse contexto, podemos entender por política pública de cultura o apoio institucional para a criatividade estética que fornece uma ponte entre a arte e os modos de vida coletivos. Assim, os governos, sindicatos, faculdades, movimentos sociais, grupos comunitários, fundações e empresas ajudam, financiam, controlam, promovem, ensinam e avaliam a cultura. Isso depende do objetivo que cada uma dessas instituições tem e como elas veem na cultura uma forma de atingi-lo (MYLLER, 2010).

Isso pode ser feito por meio de tribunais que permitem o erotismo, sob o argumento de que são obras de arte; currículos que exigem que os alunos estudem textos, porque são edificantes; comissões de filmes que patrocinam roteiros para refletir a identidade nacional; ou fundações que financiam a cultura comunitária das minorias como meio de complementar a cultura dominante. Por sua vez, esses critérios podem derivar, respectivamente, da doutrina jurídica, da educação para a cidadania, dos objetivos do turismo ou dos desejos filantrópicos. (MYLLER, 2010, p. 1, tradução nossa)

Lima, Ortellado e Souza (2013) propuseram uma tipologia das modalidades de intervenção do Estado no campo da cultura com o intuito de sistematizar e classificar as políticas públicas de cultura de acordo com seus objetivos específicos. Segundo os autores, as políticas culturais modernas podem ser classificadas numa “tipologia de três grandes gerações de políticas públicas na área da cultura: uma geração de formação da identidade e preservação do patrimônio, outra de intervenção e regulação econômica e uma última de produção e difusão cultural” (LIMA; ORTELLADO; SOUZA, 2013, p. 9). Tendo contestações e ressignificações ao longo do tempo, no seu desenvolvimento histórico, essas foram as formas pelas quais os Estados nacionais assumiram as políticas culturais.

Em contrapartida, historicamente, a economia criativa desenvolveu-se como política econômica para países desenvolvidos que buscavam ser mais competitivos no cenário internacional por meio da “produção de bens e serviços ancorados na produção artística e no recurso às novas Tecnologias de Informação e Comunicação” (MACHADO, 2016, p. 57). Nesse contexto, o termo economia criativa surge em discursos com intensa conotação política (SEMENSATO, 2013; MOORE, 2014). O termo teve sua origem em 1994 na Austrália a partir do projeto Creative Nation, daí derivando também o termo indústrias criativas. Contudo, ele ganhou força e foi popularizado mundialmente pelo Reino Unido a partir de 1997, no governo de Tony Blair, depois que o Department for Digital, Culture, Media and Sport (DCMS) publicou o primeiro mapeamento do que eles chamaram de indústrias criativas (*Creative industries mapping document*) (REIS, 2012;

MOORE, 2014). Desde então, a economia criativa passou a ser pautada nas agendas políticas e acadêmicas da maioria dos países (BOCCELLA; SALERNO, 2016; LEITÃO, 2016). A economia criativa tem ganhado cada vez mais destaque tanto entre os decisores políticos quanto no meio acadêmico, especialmente pelo entendimento que esse campo tem na economia e no bem-estar social, local e global (BOCCELLA; SALERNO, 2016; MOORE, 2014; SUNG, 2015).

O setor da economia criativa tem ganhado destaque pelo seu expressivo papel na economia mundial, que “já responde por 7% do PIB mundial e pode crescer entre 10% e 20% nos próximos anos, conforme projeções da Organização Internacional do Trabalho (OIT). Estima-se que o faturamento global já ultrapassou os US\$ 500 bilhões” (BERLATO, 2022).

Não obstante, ao falarmos de políticas de economia criativa, é quase impossível não pensar nas políticas públicas de cultura, uma vez que elas sempre estiveram ligadas. Desde a criação do termo, as políticas de economia criativa vêm sendo, em sua maioria, formuladas juntamente com as de cultura, por vezes, de forma complementar, por outras, buscando substituir o modelo até então existente. Isso, baseando-se na ideia de que, por meio das indústrias culturais e criativas, os investimentos em cultura podem gerar crescimento econômico (RINDZEVICIUTE; SYENSSON; TOMSON, 2016).

Para Hesmondhalgh e Pratt (2005), o processo de resignificação e expansão do conceito de indústrias culturais contribuiu para moldar as novas políticas culturais, assim como parte das indústrias culturais surgiram como resultado de mudanças nas políticas de cultura. Tal fato gerou controvérsias sobre as formas de subsídios às artes assim como sobre a formação dos serviços públicos nas demais áreas da cultura. Isso foi impulsionado, sobretudo, pelo discurso de que as indústrias culturais e criativas podem ser regenerativas para as economias locais e nacionais.

Dessa forma, a partir do início dos anos de 1980, ficou cada vez mais difícil para os formuladores de políticas culturais ignorarem as crescentes indústrias culturais. Todavia, a partir da inserção das indústrias culturais nas políticas de cultura, muito pouco foi feito de fato para a política cultural. O que normalmente vinha ocorrendo era a inclusão de “marketing de local, estimulando uma abordagem mais empreendedora das artes e da cultura, incentivando a inovação e a criatividade, encontrando um novo uso para prédios antigos e locais abandonados e estimulando a diversidade cultural e a democracia” (HESMONDHALGH; PRATT, 2005, p. 6 - tradução nossa) e, até mesmo, incorporando outros elementos de lazer e entretenimento.

Garnham (2005) já defendia que a grande reivindicação e a inclusão das indústrias culturais e criativas nas políticas culturais se dão pelo fato de que essas indústrias “são o novo setor de crescimento da economia, nacional e globalmente, e, portanto, em um cenário de declínio no setor manufatureiro, são a principal fonte de crescimento futuro do emprego e ganhos com exportações” (GARNHAM, 2005, p. 25 – tradução nossa). Esse autor ainda argumenta que só é possível entender o uso e o impacto político do termo “indústrias criativas” dentro do contexto mais amplo da política da sociedade da informação. Serve como um objetivo retórico específico no discurso político, que muitas vezes disfarça as contradições reais e as fraquezas empíricas das análises teóricas. Isso, porém, ajuda a mobilizar uma coalizão de interesses díspares e, muitas vezes, potencialmente antagonísticos em torno de dado impulso político.

Muitas vezes, as políticas culturais passaram a ser assumidamente chamadas de políticas das indústrias criativas. Parte da ascensão das indústrias criativas como uma ideia política não foi apenas sintoma de mudanças estruturais nas sociedades pós-industriais, mas, sobretudo, resultado das atividades estratégicas de gestores culturais, formuladores de políticas e, especialmente, consultores. Tal crescimento tem sido a principal atração, por serem seus retornos econômicos de fácil mensuração e comparação, enquanto outros ganhos da cultura não podem ser facilmente mensurados (HESMONDHALGH; PRATT, 2005; PRINCE, 2014). Esse fato fez com que as políticas culturais ganhassem a “aceitação entre os conservadores neoliberais e a esquerda pós-moderna de que a mercantilização da cultura não era algo que pudesse mais ser ‘sustentada’ por meio de subsídios artísticos e outras formas tradicionais de política cultural” (HESMONDHALGH; PRATT, 2005, p. 7 – tradução nossa). Isso, em um contexto em que a política era julgada, principalmente, em termos de suas recompensas fiscais.

Alguns autores já vêm discutindo os prós e os contras, práticos e conceituais, da inclusão das indústrias culturais e criativas nas políticas culturais (CUNNINGHAM, 2002; GARNHAM, 2005; GALLOWAY; DUNLOP, 2007; HESMONDHALGH; PRATT, 2005). Para Cunningham (2002), a inclusão das indústrias culturais e criativas na política cultural e a divergência de conteúdo entre elas causam dificuldades consideráveis para o setor cultural, uma vez que, em termos de definição, não há nada especificamente “cultural” nas “indústrias criativas” além do elo comum da criatividade. Para Galloway e Dunlop (2007, p. 28), um dos agravantes dessa junção é que, apesar de as indústrias culturais poderem ser definidas como aquelas que geram significado simbólico, as definições oficiais das indústrias criativas não fazem referência ao significado

simbólico e podem envolver qualquer tipo de atividade criativa. O que se percebe é, cada vez mais, uma redução no investimento em cultura e artes, valorizando-se apenas os ganhos econômicos e menosprezando-se os outros ganhos e valores que a cultura oferece à sociedade – valores cultural, social e estético (BELFIORE, 2018).

Segundo Galloway e Dunlop (2007, p. 28), é importante que as políticas públicas ofereçam apoio à cultura. Para que isso aconteça, é necessário que os acadêmicos e os formuladores de políticas tomem algumas providências, tais como esclarecer a confusão que envolve a terminologia e as definições de cultural e criativo e reconhecer que a criatividade cultural é distinta de outros tipos de criatividade, sendo algo além do que apenas mais um ativo da economia do conhecimento. Compreender esses pontos é essencial se o desejo for reconhecer e desenvolver os aspectos distintos do setor cultural (GALLOWAY; DUNLOP, 2007, p. 28 – tradução nossa).

Ainda assim, mesmo que as indústrias criativas tenham sido apontadas por alguns acadêmicos como manifestação perturbadora da governança neoliberal, resultando em condições cada vez mais precárias de trabalho cultural, durante as duas últimas décadas essas indústrias tornaram-se fortemente estabelecidas como um conceito político em todo o mundo (RINDZEVICIUTE; SYENSSON; TOMSON, 2016).

Mangset (2018) defende que as políticas culturais vêm constantemente falhando em atingir seus principais objetivos. Isso poderá levar as políticas públicas de cultura a uma crise de legitimação, acarretando em reestruturações ou, até mesmo, substituições dos modelos dessas políticas. O que pode vir a dar ainda mais espaço para as políticas de economia criativa.

Bakhshi e Cunningham (2016) sugerem a separação entre as políticas culturais e as políticas para as indústrias. Para esses autores, a fusão da cultura com as indústrias criativas prejudicou tanto a política cultural quanto a política das indústrias criativas no Reino Unido; por isso, propuseram a separação consciente desses setores. Segundo eles, essa dissociação reposicionaria as indústrias criativas dentro de seu espaço legítimo, que é a política econômica, facilitando o surgimento de políticas culturais mais sólidas.

Nós sugerimos que a confusão entre cultura e indústrias criativas desde 1997 prejudicou tanto a política cultural quanto a política das indústrias criativas no Reino Unido. Propomos que uma definição oficial do setor cultural e a produção de estatísticas governamentais para dar suporte a tal definição ajudarão a esclarecer a política das indústrias criativas e criarão

uma oportunidade muito necessária para revisitar o escopo e a natureza da política cultural. (BAKHSI; CUNNINGHAM, 2016, p. 3, tradução nossa)

Segundo Maccari e Montiel (2012), o desenvolvimento é inseparável da cultura, e para que se tenha um desenvolvimento sustentável, como já foi apontado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) (2007), a cultura deve ser posta no centro de todas as políticas de desenvolvimento, com aquelas que excluem o componente cultural como critério para sua concepção tendendo ao fracasso. Nesse sentido, Sen e Kliksber (2007) salientam que os ganhos com os gastos em cultura não podem ser medidos apenas por meio do tangível. O “lucro” obtido a partir desses gastos deve ser avaliado em função de outros critérios, que vão além da noção econômica. Logo, pode-se compreender a complexidade de atuar nesse campo.

Hartley (2016) considera a arte como uma propriedade pública focada em questões de cidadania e liberdade, ao passo que a arte como negócio é de domínio privado, algo orientado ao consumo e à satisfação de necessidades específicas dos consumidores. Shorthose (2004) adverte que, no âmbito das indústrias criativas, a cultura vem sendo tratada quase exclusivamente por uma lógica econômico-comercial, considerada unidimensional e reducionista. Dessa forma, a própria condição de aproximação entre artes e negócios é, por si só, ambígua e sujeita a críticas (BENDASSOLLI *et al.*, 2009). Os estudos analisados por Bendassolli *et al.* (2009) apontam que, para alguns analistas, as artes e a cultura não devem ser regidas pela lógica do mercado. Primeiramente porque as características do mercado da cultura não permitem que a cultura seja capaz de atender às demandas do mercado, e, em segundo lugar, porque a cultura visa a um objetivo maior do que a satisfação de necessidades de negócios. “Deriva dessa perspectiva uma posição favorável à intervenção do Estado e à regulação do acesso a determinados bens culturais” (BENDASSOLLI *et al.*, 2009, p. 16).

Após essa exposição, na próxima sessão buscaremos, por meio de um modelo conceitual, discutir alguns elementos que tornam a distinção dos conceitos de cultura e economia criativa tão importantes no momento das discussões das políticas públicas para ambos os setores.

## **A Importância da Distinção de Conceitos na Formulação de Políticas Públicas de Cultura e Economia Criativa**

Quando falamos de políticas públicas para Cultura e Economia Criativa, logo pensamos nas suas interseções e em como elas podem ser atreladas, até

mesmo considerando a forma pela qual elas foram conduzidas de maneira conjunta desde o surgimento do termo economia criativa, como vimos acima. E isso é válido quando os programas e políticas beneficiam ambos os setores. O que não pode é confundir seus conceitos – de maneira proposital ou não – e estabelecer políticas com objetivos sobrepostos, nas quais um setor é contemplado e o outro fica totalmente desamparado.

Uma das premissas para o sucesso da implementação de uma política pública decorre da clareza dos objetivos no seu processo de formulação, pois é imprescindível que os implementadores compreendam perfeitamente a política e saibam exatamente o que se espera dela (LIMA; D'ASCENZI, 2013). Por isso, para a formulação de políticas públicas de cultura e de economia criativa, é preciso deixar bem claro o conceito por trás de cada termo bem como o universo de atuação de cada um, para que não ocorram duplicidades de sentidos e de objetivos, evitando que um setor fique desassistido em benefício do outro.

Embora o uso dos termos economia criativa e indústrias criativas tenha crescido exponencialmente, suas implicações muitas vezes causam confusão, tanto entre os decisores políticos quanto no público em geral (MOORE, 2014). Ao considerar a formulação de políticas públicas de cultura e economia criativa, é preciso ter clara a existência de várias abordagens sobre o tema. Desse modo, quando formos trabalhar a economia criativa como foco de políticas públicas, é preciso ter as definições e parâmetros claros “do que são” e “quais são” as indústrias que compõem essa economia criativa, principalmente caso seja desejável fazer avaliações e comparações em diferentes localidades (POTTS, 2008).

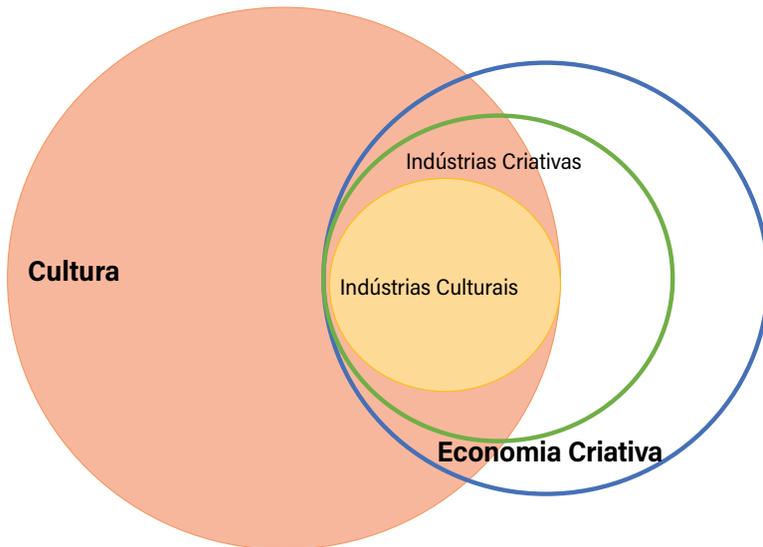
Do mesmo modo, em se tratando de políticas públicas e programas no campo da cultura, primeiramente deve-se procurar delimitar o universo em que esses irão atuar. Cultura remete a um conceito amplo, e essa delimitação ajudaria a não chamar para si problemas que dizem respeito a outros setores do governo. A função da elaboração de políticas públicas na área de cultura deve ser a de garantir plenas condições de desenvolvimento da mesma. O Estado não deve ser um produtor de cultura, mas pode e deve ter a função de democratizar as áreas de produção, distribuição e fruição, já que cultura é um dos fatores de desenvolvimento (CALABRE, 2007).

Posto isso, ressaltamos a necessidade de evidenciar as peculiaridades conceituais entre cultura e economia criativa e discutir as implicações em se conceber as políticas públicas de cultura e economia criativa de forma conjunta sem entender os conceitos e como isso pode afetar ambos os setores. Independentemente de serem concebidas de forma setorial ou intersetorial, acredita-se que as políticas

públicas de cultura e economia criativa são mais bem desenvolvidas quando se tem clareza do conceito e dos setores em que cada uma atuará.

Para melhor visualizar o que está sendo tratado, apresentamos o modelo conceitual na figura 1, na qual são ilustradas as interseções existentes entre os setores da cultura e da economia criativa.

**Figura 1 – Modelo Conceitual: Interseções entre Cultura e Economia Criativa**



Fonte: Elaborado pelo autor

No modelo teórico apresentado, bem como o que foi exposto anteriormente ao longo deste trabalho, podemos entender que a economia criativa engloba as indústrias culturais e criativas, além de outros campos que são transversais, tais como economia da cultura e economia criativa. Já a cultura envolve as indústrias culturais, parte das indústrias criativas e faz interseções em outros campos correlacionados à economia criativa. Entretanto, existe uma parte da economia criativa que não está ligada ao campo cultural, mas que ainda tem a criatividade como fonte primordial, assim como a parte da cultura tem seus entrecortes com a economia criativa, mas existe um grande campo que não está correlacionado à economia criativa.

Ainda se supõe, baseado nos conceitos apresentados, que a abrangência da cultura é bem maior que a economia criativa. Assim como sugerido no Plano

Nacional de Cultura, o setor cultura deve se empenhar em desenvolver não somente a parte econômica da cultura, mas principalmente as dimensões simbólicas e cidadã, tão importantes para o desenvolvimento humano, que vai além do desenvolvimento econômico. Nesse sentido, a dimensão simbólica adota uma abordagem antropológica abrangente, na qual se retoma “o sentido original da palavra cultura e se propõe a ‘cultivar’ as infinitas possibilidades de criação simbólica expressas em modos de vida, motivações, crenças religiosas, valores, práticas, rituais e identidades” (BRASIL, 2011b, p. 11). Já a dimensão cidadã propõe democratizar o acesso aos direitos culturais, traduzido “por meio do estímulo à criação artística, democratização das condições de produção, oferta de formação, expansão dos meios de difusão, ampliação das possibilidades de fruição, intensificação das capacidades de preservação do patrimônio e estabelecimento da livre circulação de valores culturais, respeitando-se os direitos autorais e conexos e os direitos de acesso e levando-se em conta os novos meios e modelos de difusão e fruição cultural” (BRASIL, 2011b, p. 11).

Não obstante, a economia geral, juntamente com todos os setores econômicos, é fundamental para o desenvolvimento das nações. Isso traz um peso ao campo da economia criativa, principalmente por ser um setor econômico que vem crescendo acima da média com relação aos demais setores. Identificar os campos abrangidos pela economia criativa, e quais são as indústrias culturais e criativas por ela abrangidas, faz com que se destinem os recursos corretos para o desenvolvimento econômico. Do mesmo modo, identificar os pontos de interseção com a dimensão econômica da cultura não deve ser desprezado. Isso posto, ela prevê que, por meio da inserção de um contexto de valorização da democratização e da diversidade, “a cultura também deve ser vista e aproveitada como fonte de oportunidades de geração de ocupações produtivas e de renda e, como tal, protegida e promovida pelos meios ao alcance do Estado” (BRASIL, 2011b, p. 12).

Como podemos perceber, a criatividade é um elemento fundamental tanto para os setores envolvidos pelo conceito de cultura quanto para os que estão inclusos na economia criativa. Ambos os setores têm como matéria-prima e como resultado a criação de algo novo, aquela ideia de futuro, de cultivo do novo. Contudo, nem toda essa criatividade está relacionada ao desenvolvimento cultural. Em alguns casos, na economia criativa, a criatividade que é valorizada é apenas aquela que gera valores e retornos econômicos. Boa parte dela está no desenvolvimento de produtos e serviços que vão gerar valor agregado à economia. Nesse sentido, a criatividade deve ser trabalhada para o desenvolvimento da economia como parte dos setores econômicos. Já a criatividade do campo cultural,

principalmente aquela que é expressa por meio da arte, talvez não tenha um grande valor diretamente econômico. No entanto, tem impactos sociais, simbólicos, ambientais que, inclusive, podem gerar impactos positivos na economia.

Quando falamos da cultura como memória, como cultivo daquilo que já existiu, e que muitas vezes não existe mais, o fator da criatividade se torna mínimo. Nesse sentido, a cultura se volta principalmente para a preservação, incluindo as diferentes histórias e diferentes costumes dos seres humanos. Mesmo quando a memória é rentável, como, por exemplo, alguns museus, e por isso faz parte da economia da cultura, ou das indústrias culturais, ela merece uma atenção diferente daquela criatividade voltada para o mercado.

Ao retomarmos o modelo e baseados no que foi apresentado anteriormente, temos uma série de elementos que poderiam ser trabalhados de forma intersetorial. O que poderia, inclusive, ser benéfico para ambos os setores. Porém, o que temos visto é que a união dos setores tem deixado uns mais desassistidos que outros, visto que o que vem ocorrendo em alguns lugares é a tentativa da substituição das políticas públicas de cultura pelas de economia criativa. Isso dá um caráter de supervalorização da dimensão econômica da cultura, o que gera uma desvalorização das outras dimensões que são intrínsecas à cultural. Por isso, não importa se as políticas públicas de cultura e economia criativa são trabalhadas juntas ou separadas, é necessário entender, e deixar claro nos documentos que as conduzem, do que se trata, do que estamos falando. É preciso que os conceitos e definições estejam bem claros, e que os setores envolvidos estejam bem delineados.

A partir do exposto acima, podemos entender que, embora tenham suas interseções, Cultura e Economia Criativa são substancialmente diferentes e, por isso, necessitam de políticas públicas específicas, mesmo quando trabalhadas de forma intersetorial.

Todavia, embora este trabalho tenha discutido algumas das implicações das distinções conceituais, ainda são necessários mais trabalhos, principalmente empíricos, que retomem e complementem esta discussão, pois estamos vivendo numa sociedade que necessita entender os conceitos. Porque as notícias falsas (*fake news*) são usadas para ludibriar e justificar coisas injustificáveis, os conceitos estão sendo distorcidos, e até mesmo modificados, para justificar uma ideologia e desacreditar a ciência. Nesse sentido, a clareza dos conceitos, principalmente na formulação de políticas públicas, é fundamental.

## Referências

- ACCO, M. *No limiar do novo: desafios para o financiamento da economia criativa no Brasil*. In: Por um Brasil criativo: significados, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira. LEITÃO, Cláudia; MACHADO, Ana F. (Orgs.). Belo Horizonte: Código Editora, 2016.
- ALMEIDA, A.; TEIXEIRA, R. M.; LUFT, M. C. M. S. *Mapeando a produção científica sobre Economia Criativa em periódicos nacionais e internacionais de 2000 a 2013*. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, v. 8, n. 4, p. 23-47, 2014.
- ANVERRE, A. et al. *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*. México, 1982.
- BAKHSI, H.; CUNNINGHAM, S. *Cultural policy in the time of the creative industries*. [S. l.]: National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA), 2016.
- BELFIORE, E. *Whose cultural value? Representation, power and creative industries*. International Journal of Cultural Policy, 2018.
- BENDASSOLLI, F.; JÚNIOR, T. W.; KIRSCHBAUM, C.; CUNHA, M. P. *Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades*. RAE – Revista de Administração de Empresas, v. 49, n. 1, p. 10-18, 2009.
- BERLATO, G. *Brasil tem muito a crescer na nova economia pela força do perfil criativo dos brasileiros*. Trendsce. 2022. Disponível em: <https://www.trendsce.com.br/2022/06/15/brasil-tem-muito-a-crescer-na-nova-economia-pela-forca-do-perfil-criativo-dos-brasileiros/>. Acesso em: 05 jul. 2022.
- BOCCCELLA, N.; SALERNO, I. *Creative economy, cultural industries and local development*. Procedia-Social and Behavioral Sciences, v. 223, p. 291-296, 2016.
- BOSI, A. *A Origem da palavra CULTURA*. 2008. Liter&Art Brasil. Disponível em: <https://pandugiha.wordpress.com/2008/11/24/alfredo-bosi-a-origem-da-palavra-cultura/>. Acesso em: 05 ago. 2024.
- BOURDIEU, P. *A distinção crítica social do julgamento*. Edusp, 2007.
- BRASIL. MINISTÉRIO DA CULTURA. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014*. 2011a. Disponível em: <https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Plano-da-Secretaria-da-Economia-Criativa.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2022.

- \_\_\_\_\_. MINISTÉRIO DA CULTURA. *Plano Nacional de Cultura*. 2011b. Disponível em: [http://www.cultura.gov.br/documents/10883/13075/METAS\\_PNC\\_final.pdf/682b8507-e451-4a44-8a4e-f9c30587e6e7](http://www.cultura.gov.br/documents/10883/13075/METAS_PNC_final.pdf/682b8507-e451-4a44-8a4e-f9c30587e6e7). Acesso em: 22 abr. 2014.
- BROUILLETTE, S. *Literature and the creative economy*. Stanford University Press, 2020
- CALABRE, L. *Políticas Culturais no Brasil: balanço e perspectivas*. In: III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, Salvador, 2007. Disponível em: <https://www.cult.ufba.br/enecult2007/LiaCalabre.pdf>. Acesso em: 05 ago. 2024.
- CANEDO, D. “Cultura é o quê?” - reflexões sobre o conceito de cultura e a atuação dos poderes públicos. In: Encontro De Estudos Multidisciplinares em Cultura. Salvador: maio, 2009. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19353.pdf>. Acesso em: 26 out. 2013.
- CAVES, R. *Creative industries*. Harvard: Harvard University Press, 2000.
- CHAUÍ, M. *Conformismo e resistência - aspectos da cultura popular no Brasil*. 6ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- \_\_\_\_\_. *Cidadania cultural: o direito à cultura*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.
- CHOLLISNI, A., SYAHRANI, S., SHADY, A., ANAS, M. *The concept of creative economy development-strengthening post COVID-19 pandemic in Indonesia*. *Linguistics and Culture Review* 6 (2022): 413-426.
- COCHRAN, C. L.; MALONE, E. F. *Public policy: perspectives and choices*. [S. l.]: Lynne Rienner, 2005.
- CUNHA, N. *Dicionário Sesc: a linguagem da cultura*. São Paulo: Perspectiva / Sesc São Paulo, 2003.
- CUNNINGHAM, S. *From cultural to creative industries: theory, industry and policy implications*. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*, v. 102, n. 1, p. 54-65, fev. 2002.
- CRESPI, F. *Manual de sociologia da cultura*. Tradução: Teresa Antunes Cardoso. 1ª ed. Lisboa: Editorial Estampa Ltda., 1997.
- EAGLETON, T. *A ideia de cultura*. Unesp, 2005.
- FLORIDA, R. *The rise of the creative class*. New York: Basic Books, 2002.

- FISCHER, F.; MILLER, G. J.; SIDNEY, M. S. (ed.). *Handbook of public policy analysis: theory, politics, and methods*. [S. l.]: CRC Press, 2007.
- FREY, K. *Políticas públicas: um debate conceitual e reflexões referentes à prática da análise de políticas públicas no Brasil*. Planejamento e Políticas Públicas. Nº 21. Brasília: IPEA, p. 211-259, 2009.
- GALLOWAY, S.; DUNLOP, S. *A critique of definitions of the cultural and creative industries in public policy*. International Journal of Cultural Policy, v. 13, n. 1, p. 17-31, fev. 2007.
- GARNHAM, N. *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, v. 11, n. 1, p. 15-29, mar. 2005.
- HARTLEY, J. *Semiose urbana: indústrias criativas e choque de sistemas*. Parágrafo – Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM, v. 4, n. 1, p. 71-89, 2016.
- HESMONDHALGH, D.; PRATT, A. C. *Cultural industries and cultural policy*. International Journal of Cultural Policy, v. 11, n. 1, p. 1-3, mar. 2005.
- HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W. *The culture industry: enlightenment as mass deception*. Media and Cultural Studies: Keywords, p. 41-72, 2006.
- HOWKINS, J. *The creative economy: how people make money from ideas*. London: Allen Lane, 2001.
- LANDRY, C. *The creative city: a toolkit for urban innovators*. [S. l.]: Earthscan, 2012.
- LANE, J. *The public sector: concepts, models and approaches*. New York: Sage Publications, 2000.
- LARAIA, R. de B. *Cultura: um conceito antropológico*. 19ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- LIMA, L. L.; D'ASCENZI, L. *Implementação de políticas públicas*. Revista de Sociologia e Política, v. 21, n. 48, p. 101, 2013.
- LIMA, L.; ORTELLADO, P.; SOUZA, V. *O que são as políticas culturais? Uma revisão crítica das modalidades de atuação do Estado no campo da cultura*. Anais. Seminário Internacional de Políticas Culturais, v. 4, p. 1-17, 2013.
- MACCARI, B.; MONTIEL, P. *Gestión cultural para el desarrollo: nociones, políticas y experiencias en America Latina*. Argentina: Ariel, 248p, 2012.
- MACHADO, A. F. *Economia da Cultura e economia criativa: consensos e dissensos*. Por um Brasil Criativo: Significados, Desafios e Perspectivas da Economia

- Criativa Brasileira. LEITÃO, Cláudia; MACHADO, Ana F. (Orgs.) . Belo Horizonte: Código Editora, 2016.
- MADEIRA, M. G. *Economia criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira*. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2014.
- MANGSET, P. *The end of cultural policy?* International Journal of Cultural Policy, 2018.
- MOORE, L. *Cultural and creative industries concept – A historical perspective*. Procedia-Social and Behavioral Sciences, v. 110, p. 738-746, 2014.
- POTTS, J. *Creative industries & cultural science: a definitional odyssey*. Cultural Science Journal, v. 1, n. 1, 2008.
- POTTS, J. *Creative industries and economic evolution*. Cheltenham. UK: Edward Elgar, 2011.
- PRINCE, R. *Consultants and the global assemblage of culture and creativity*. Transactions of the Institute of British Geographers, v. 39, n. 1, p. 90-101, jan. 2014.
- REIS, A. C. F. *Cidades criativas*. São Paulo: Garimpo de Soluções, 170p, 2012.
- RINDZEVICIUTE, E.; SVENSSON, J.; TOMPSON, K. *The international transfer of creative industries as a policy idea*. International Journal of Cultural Policy, v. 22, n. 4, p. 594-610, ago. 2016.
- SECCHI, L. *Políticas públicas: conceitos, esquemas de análise, casos práticos*. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
- SEMENSATO, C. A. G. *Problematizações acerca do conceito “economia criativa” e da sua inserção na sociedade da informação*. Anais. IV Seminário Internacional Políticas Culturais. Rio de Janeiro – Brasil, 2013.
- SEN, A.; KLIKSBERG, B. *As pessoas em primeiro lugar: a ética do desenvolvimento e os problemas do mundo globalizado*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- SILVA, K. V.; SILVA, M. H. *Dicionário de conceitos históricos*. São Paulo: Contexto, 2006.
- SHORTHOSE, J. *A more critical view of the creative industries: production, consumption and resistance*. Capital & Class, n. 84, p. 1-9, 2004.
- SUNG, T. K. *The creative economy in global competition*. Technological Forecasting & Social Change, p. 89-91, 2015.

TEIXEIRA, E. C. *O papel das políticas públicas no desenvolvimento local e na transformação da realidade*. Políticas Públicas - O Papel das Políticas Públicas. 2002.

UNESCO. *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*. Evaluation Handbook: Internal Oversight Service Evaluation Section, 2007.