



Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural  
ISSN: 1695-7121  
info@pasosonline.org  
Universidad de La Laguna  
España

## A Economia Criativa em organizações intensivas em símbolos – uma análise da Rede MS de Pontos de Cultura

**Pereira de Castro Pacheco, Adriano; Benini, Elcio Gustavo**

A Economia Criativa em organizações intensivas em símbolos – uma análise da Rede MS de Pontos de Cultura

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 16, núm. 2, 2018

Universidad de La Laguna, España

**Disponível em:** <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88165994006>

**DOI:** <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.025>



**Este trabalho está sob uma** Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-Não Derivada 4.0 Internacional.



## A Economia Criativa em organizações intensivas em símbolos – uma análise da Rede MS de Pontos de Cultura

The Creative Economy in symbol#intensive organizations – an analysis of the Culture Points MS Network

*Adriano Pereira de Castro Pacheco*

*Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil*

adrianopcastro@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.025>

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88165994006>

*Elcio Gustavo Benini*

*Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil*

elciobenini@yahoo.com.br

Recepção: 12 Abril 2017

Aprovação: 13 Julho 2017

### RESUMO:

A Economia Criativa tem sido apresentada como a estratégia de desenvolvimento mais significativa da última década. A referida economia, intensiva em criatividade, caracteriza-se pela produção de bens e serviços simbólicos e artísticos cujo consumo apoia-se no patrimônio cultural e natural da localidade onde é prospectada. Objetivando caracterizar este cenário em organizações intensivas em símbolos, o presente artigo lançou mão da análise de conteúdo para identificar o avanço dessa nova agenda socioeconômica junto à Rede MS de Pontos de Cultura. Os resultados mostram que os Pontos podem figurar nichos produtivos com potencialidades reais no fortalecimento da Economia Criativa do estado uma vez que as organizações investigadas atuam em diferentes setores e lançam mão da contribuição do Turismo para escoar sua produção, incentivando relações que fortalecem a dinâmica econômica de ambos os setores.

**PALAVRAS-CHAVE:** Economia Criativa, Pontos de Cultura, Turismo Criativo, Inovação, Sustentabilidade, Diversidade Cultural.

### ABSTRACT:

The Creative Economy has been presented as the most significant development strategy in the last decade. The referred economy, intensive in creativity, is characterized by the production of symbolic and artistic goods and services, whose consumption relies on cultural and natural heritage of the locality where it is prospected. In order to characterize this scenario in symbol#intensive organizations, this article used content analysis to identify the advancement of this new socioeconomic agenda with Culture Points MS Network. The results show that the Points may appear productive niches with real potential in strengthen# ing the state's Creative Economy seeing that the investigated organizations acts in different sectors of the Creative Economy and use the Tourism contribution to drain their production, encouraging relationships that strengthen the economic dynamics of both sectors.

**KEYWORDS:** Creative economy, Culture points, Creative tourism, Innovation, Sustainability, Cultural diversity.

## 1. INTRODUÇÃO

A Economia Criativa (EC) despontou na última década como a transição mais significativa dos modelos para o desenvolvimento econômico mundial. Em caráter introdutório, o termo Economia Criativa compreende setores cuja origem da geração de valor econômico está na criatividade, no conhecimento e no talento individual e coletivo que possuem potencial para criação de riqueza e empregos por meio da geração e exploração de ativos criativos, à exemplo da propriedade intelectual e direitos autorais (Unctad, 2010; Reis, 2008; Hartley, 2005; Howkins, 2001; Caves, 2000;).

O quadro referencial da EC teve sua análise intensificada no início dos anos 2000, dado sua dimensão e potencial estratégico (Howkins, 2001). A EC pode ser mensurada de duas formas: na dimensão sectorial e na dimensão ocupacional. Esta última recebeu notável contribuição de Richard Florida (2011), que cunhou



o termo “classes criativas” para se referir ao grupo de ocupações profissionais, científicas e artísticas, cuja principal característica é utilizar a criatividade em suas atividades produtivas.

Outro conceito relacionado a EC refere-se à expressão “indústrias criativas”, que está associada aos movimentos ocorridos a partir dos anos 1990, especialmente na Austrália e Reino Unido <sup>1</sup>, que tratou de categorizar os setores que viriam a constituir a EC daqueles países. Posteriormente, Landry (2011) introduziu o conceito de “cidades criativas” para se referir aos complexos urbanos dotados de recursos culturais que, por meio da criatividade, criam condições de estímulo à geração de conhecimento e de novas experiências no território de prospecção, marcados notadamente pela inovação e diversidade sociocultural.

No contexto Brasil, o conceito de EC teve seu estabelecimento como objeto de estudo intensificado em meados dos anos 2000 e tem sido compreendido como conjunto de atividades econômicas que dependem do conteúdo simbólico – nele incluído a criatividade como fator mais expressivo para a produção de bens e serviços, guardando estreita relação com aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com a tecnologia e propriedade intelectual (Oliveira, Araujo & Silva, 2013).

Mais especificamente, o marco teórico-institucional de reconhecimento da EC no cenário brasileiro, deu-se em razão do esforço de pactuação de uma política pública para o setor: o Plano da Secretaria de Economia Criativa <sup>2</sup>, encabeçado pela extinta Secretaria da Economia Criativa (SEC), vinculada ao Ministério da Cultura do Brasil.

Para a SEC, 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” (Brasil, 2012: 24). Paralelamente, a noção de simbologia adotada no presente estudo refere-se a um sistema de signos distintivos que constituem-se da identidade e especificidades culturais e naturais de um determinado território (Lawrence & Phillips, 2002).

O Plano da SEC ousou enfrentar # para além do desafio conceitual # a delimitação, identificação e categorização dos setores que seriam considerados fundamentais para que a política pública em questão pudesse ser adequadamente desenvolvida e hábil à análise de mensuração proposta à realidade brasileira. A tabela 1 apresenta os setores da EC organizados em categorias culturais:



TABELA 1  
Escopo dos setores criativos – Ministério da Cultura 2011

Categorias Culturais	Setores
No campo do Patrimônio	a) Patrimônio Material
	b) Patrimônio Imaterial
	c) Arquivos
	d) Museus
No campo das Expressões Culturais	e) Artesanato
	f) Culturas Populares
	g) Culturas Indígenas
	h) Culturas Afro-brasileiras
	i) Artes Visuais
	j) Arte Digital
No campo das Artes de Espetáculo	k) Dança
	l) Música
	m) Circo
	n) Teatro
No campo do Audiovisual/ do Livro, da Leitura e da Literatura	o) Cinema e Vídeo
	p) Publicações e mídias impressas
No campo das Criações Culturais e Funcionais	q) Moda
	r) Design
	s) Arquitetura

Fonte: Adaptado do Plano da Secretaria de Economia Criativa (2012).

No âmbito da SEC, a expressão “indústria criativa” foi adaptada numa perspectiva de inclusão de características pertinentes ao território brasileiro em suas múltiplas dimensões, passando a ser vista como “setores criativos”. Assim, a adaptação proposta # setores criativos # é adotada como representante “dos diversos conjuntos de empreendimentos que atuam no campo da Economia Criativa” (Brasil, 2012: 23).

A EC lançou luz às inúmeras possibilidades para o estabelecimento de um novo modelo de desenvolvimento socioeconômico que têm na criatividade, na simbologia e no intangível os ativos da produção de valor não apenas econômico, mas social e cultural. E, ainda, ampliou as possibilidade de se adensar os estudos na promoção do desenvolvimento local inclusivo e sustentável, considerando a imensidão da riqueza territorial e simbólica do país.

A EC possibilitou, ainda, que novos estudos de desenvolvimento local fossem colocados em perspectiva, o que permitiu a ampliação do marco epistemológico da economia em suas possíveis inúmeras relações de cooperação, à exemplo do Turismo Criativo (Unesco, 2013) De tal sorte, a partir de uma construção interpretativista, torna-se oportuno intensificar os estudos dessas relações à luz de uma agenda estratégica para o desenvolvimento de ambos os setores.

Nesse sentido, objetivando adensar o entendimento da EC – em sua perspectiva transdisciplinar # este trabalho traz, no campo introdutório, os postulados seminais relacionados ao universo discursivo da EC. Em seguida, apresenta um quadro teórico dos fundamentos que sustentam a existência da EC à luz dos estudos sobre Inovação, Sustentabilidade e Diversidade Cultural. Adiante, para fins metodológicos, organiza as dimensões de análise que formam o constructo multidimensional da EC adotado neste trabalho. Por fim, descreve e organiza os resultados a partir das ações realizadas no interior do Pontos de Cultura investigados, apresentando, em seguida, notas conclusivas à luz das discussões teórico#metodológicas propostas na pesquisa.



## 2. OS PILARES ESTRATÉGICOS DA ECONOMIA CRIATIVA: INOVAÇÃO, SUSTENTABILIDADE E DIVERSIDADE CULTURAL

A EC difere-se amplamente da economia capitalista – intensiva em capital – porquanto esta apoia-se em características notadamente ligadas à concorrência, à competitividade, à acumulação e concentração de riqueza em detrimento da exploração de recursos humanos, naturais etc. Adicionalmente, a economia intensiva em capital tem seus produtos/serviços consumidos materialmente em função de sua utilidade, enquanto os produtos/serviços da EC são consumidos simbolicamente, por seu significado (Lawrence & Phillips, 2002).

A gênese desse novo processo, incita-nos a compreender as tendências e contornos de uma EC representativa para o contexto Brasil e que promova efetivamente mecanismos de desenvolvimento local, não apenas econômico, mas cultural e social; a partir de seu elemento nuclear: o ativo criativo em sua dimensão simbólica e intangível.

Para o enredo teórico em curso, insta mencionar os pressupostos do Turismo Criativo # cujo desenvolvimento relaciona-se simbioticamente com a EC #, apresentado inicialmente por Richards e Raymond (2000), visto como uma ampliação do Turismo Cultural, caracterizado, dentre outros, pela produção e consumo de produtos/serviços criativos, decorrentes de conhecimento especializado (inovação, produtos e novas experiências, desenvolvimento de aptidões etc.) e, ainda, baseado no capital criativo da localidade, em constante desenvolvimento.

De tal sorte, conforme demonstrado ao longo do trabalho, as ações realizadas no interior dos Pontos de Cultura, em organizações de base comunitária, se valem do patrimônio cultural e natural locais, em associação aos demais ativos simbólicos do território, a exemplo do pantanal sul-mato-grossense (Unesco, 2000), além de influenciar o segmento turístico a partir de uma abordagem intensiva em criatividade.

Lançadas, assim, as bases para o entendimento da EC e considerando a complexidade que tece seu entendimento (Morin, 2011) é seminal estabelecermos aqui os transbordamentos, relacionamentos e interações multiconceituais que cercam seu fundamento: a inovação, a sustentabilidade e a diversidade cultural. Analogamente ao trabalho estabelecido por Stuart Hart (2004, 2005), a EC também compartilha de motivadores globais (aumento populacional, pobreza, desigualdade social, poluição, revoluções, etc.) que a levaram a ser entendida em um constructo multidimensional estratégico para responder aos motivadores aludidos. Uma resposta à crise estrutural da economia intensiva em capital.

Sob essa constatação, entender o cenário no qual a EC avança como um modelo favorecedor do desenvolvimento sustentável # a partir de organizações que empreendem ações em diferentes setores da Indústria Criativa # tem sido tarefa recorrente na discussão de novas estratégias para o desenvolvimento econômico mundial.

Nas bases de seu constructo multidimensional, a EC apresenta uma relação inextrincável entre criatividade e inovação. Uma abordagem mais adequada dessa relação requer, antes, um entendimento do que é inovação. Para isso, Schumpeter (1961) lançou luz sobre o tema ao abordar uma espécie de “destruição criadora/criativa”. Em sua teoria, o capitalismo se autodestruiria – puramente por razões econômicas – de modo a responder à novas possibilidades de (re)significação, (re)vitalização. Sobre essa necessidade de autodestruição dos engendramentos capitalistas pode-se dizer que “o impulso fundamental que põe e mantém em funcionamento a máquina capitalista procede dos novos bens de consumo, dos novos métodos de produção ou transporte, dos novos mercados e das novas formas de organização industrial criadas pela empresa capitalista” (Schumpeter, 1961: 109).

O entendimento dessa relação também esboça contornos da “economia do conhecimento”. Florida (2011: 44), ao discutir a contribuição teórica de Peter Drucker, sustenta que “conhecimento e informação são ferramentas e materiais para a criatividade. A inovação, tanto na forma de um novo artefato tecnológico quanto de um novo modelo de negócios, é seu produto”. Logo, recursos naturais e a interação com novas



formas de conhecimento dariam o mote do desenvolvimento econômico que estaria por vir, solapando o imperativo dado aos meios de produção tradicionais.

Assim, a relação entre inovação e criatividade assenta-se sobre o paradigma necessidade#inventividade, produzido pelo capitalismo global e colocado à favor do desenvolvimento tecnológico desde então. A inovação – como manifestação da criatividade dos indivíduos – está imbricadamente associada ao progresso técnico. Este, por sua vez, é fruto da capacidade do homem para inovar, inventar. Essa possibilidade é crucial para o entendimento do conceito de desenvolvimento apresentado nas teorias sobre desenvolvimento do notável e ex#ministro da cultura brasileira, Celso Furtado: “o desenvolvimento é sempre tributário de uma atividade criadora” (Furtado, 1978: 47).

A narrativa schumpeteriana observou, também, que o capitalismo estaria constantemente se renovando, criativamente (Schumpeter, 1961). Essa observação foi levada à efeito nos postulados de Furtado que, embora insistisse em associar a inovação a conceitos maiores, não deixou de anotar que “comumente, a criatividade humana tem sido canalizada para a inovação técnica” (Albuquerque, 2013: 157). Nessa importante vinculação entre a inovação e sua utilização em favor do progresso técnico:

A elaboração de Celso Furtado define o espaço do progresso técnico e da inovação técnica como uma esfera bastante delimitada da criatividade humana e, por isso, contribui para um diálogo com a elaboração neoschumpeteriana, na medida em que essa elaboração de certa forma restringe-se a este aspecto específico da criatividade humana (Albuquerque, 2013: 168).

A inovação, assim, está associada à criatividade humana. Essa criatividade é apresentada por Celso Furtado, na obra “Criatividade e Dependência” como estruturante de nossa evolução social<sup>3</sup>, uma demonstração da inventividade humana (Albuquerque, 2013).

O fenômeno da inovação teve seu marco de reconhecimento seminal no interior do Manual de Oslo, da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), cujos esforços para compreender sua amplitude setorial deu origem aos tipos principais de inovação: inovação de marketing, inovação organizacional, inovação de produto e inovação de processo (OCDE, 1997). Resumidamente, a OCDE apresentou as inovações dos tipos organizacional e de marketing como:

As inovações organizacionais referem-se à implementação de novos métodos organizacionais, tais como mudanças em práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas da empresa. As inovações de marketing envolvem a implementação de novos métodos de marketing, incluindo mudanças no design do produto e na embalagem, na promoção do produto e sua colocação, e em métodos de estabelecimento de preços de bens e de serviços (OCDE, 1997: 23).

Por sua vez, as inovações tecnológicas do tipo produto e processo – embora envoltas de interpretações e características difusas nas diferentes literaturas – têm, no Manual de Oslo, as seguintes definições:

Uma inovação de produto é a introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no que concerne a suas características ou usos previstos. Incluem-se melhoramentos significativos em especificações técnicas, componentes e materiais, softwares incorporados, facilidade de uso ou outras características funcionais (OCDE, 1997: 57).

E:

Uma inovação de processo é a implementação de um método de produção ou distribuição novo ou significativamente melhorado. Incluem-se mudanças significativas em técnicas, equipamentos e/ou softwares (OCDE, 1997: 58).

Orbitando nesse arcabouço, pode-se falar, ainda, da inovação radical (Tellis, Prabhu & Chandy, 2009) – baseada no modelo de cultura corporativa das empresas; e inovação disruptiva – associada ao processo de destruição criativa como estratégia de reposicionamento de mercado e sustentabilidade das organizações (Hart, 2005).

Apesar de não serem conceitualmente iguais, tampouco intercambiáveis, a presença de algum tipo de inovação é observada com clareza por alguns autores em algumas das Indústria Criativas. Stoneman (2010) postula que existem altas taxas de *soft innovation* em alguns segmentos da indústria, como as ligadas à



música, livros, artes, jogos, filmes, moda e vídeo. A Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento # Unctad, por sua vez, reconhece que “as estratégias para a economia criativa exigem políticas combinadas para induzir a criatividade e a inovação, bem como para ajudar os criadores a atingir mercados globais, e para esses fins as ferramentas TIC são essenciais” (Unctad, 2010: 194)

Existe, ainda, uma profícua discussão em curso sobre a relação criatividade e P&D. O debate acerca da possibilidade da pesquisa e desenvolvimento integrar ou não os setores das Indústrias Criativas recai na abordagem de que “criatividade e conhecimento são incorporados em criações científicas, da mesma forma que nas criações artísticas” (Oliveira *et al.*, 2013: 19). Contudo, no Brasil, as principais literaturas e estudos têm contemplado o setor de P&D na mensuração da EC.

De interesse seminal para o presente trabalho, importa estabelecer o conceito de inovação territorial, considerada um sistema dinâmico de reprodução fundado em inovações constantes, resultante de relações de protagonismo entre os atores públicos e privados de uma determinada região/território (Fernandez, 2004). Esse tipo de inovação é responsável por atribuir valor ao processo produtivo#criativo (da produção à fruição), tendo como principal característica a constituição de redes locais de cooperação, como, por exemplo, as Redes de Pontos de Cultura.

Outra relação imbricada no interior da EC se assenta no conceito da sustentabilidade. Trata-se, neste ponto, de prover um alinhamento entre os postulados da EC e a dimensão de alcance de um novo desenvolvimento apoiado no pilar da sustentabilidade. Importante, assim, clarificar a perspectiva de sustentabilidade com a qual dialoga estrategicamente a EC.

Embora não tenhamos aqui o objetivo de travar um esforço representativo sobre o que é o desenvolvimento sustentável, basta#nos compreendê-lo como aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem suas próprias necessidades (Brundtland, 1991). Sob esse imperativo, a noção de sustentabilidade – embora multiconceitual – ganha importância estratégica.

Ainda em referência, a sustentabilidade pode ser expressa em cinco dimensões: ecológica, espacial, cultural, social e econômica (Sachs, 1993). A ecológica refere-se à conservação da própria natureza (dos ecossistemas); a espacial considera a ocupação planejada do espaço, na construção da territorialidade; a cultural faz menção à preservação e respeito às tradições culturais; a social, por sua vez, reporta ao equilíbrio social em termos econômicos e políticos; e, finalmente, a econômica, que visa garantir a viabilidade econômica do desenvolvimento.

De igual modo, o paradigma que se apresenta emergencial trata da abordagem de valoração interdisciplinar que considere e articule as diferentes formas de sustentabilidade:

a integração das várias abordagens significa a emergência de um novo paradigma transdisciplinar de valoração, no qual se leva em consideração os objetivos de sustentabilidade ecológica, justiça distributiva e eficiência econômica, condizente com os princípios e com a visão pré-analítica da economia ecológica. Nesse novo paradigma, as contribuições das ciências sociais (economia, principalmente) e das ciências naturais (ecologia e biologia, principalmente) são combinadas na tentativa de construção de modelos econômico#ecológicos. O objetivo, em última instância, é proporcionar uma visão holística de tratamento dos ecossistemas e seus serviços, bem como considerar os vários efeitos de feedback existentes entre ecossistemas e sistemas econômicos (Romeiro & Maia, 2011: 11).

Novamente, à luz da complexidade que tece o entendimento da EC, urge a necessidade de reconhecer um ecossistema que se incumba de organizar a estrutura sob a qual se assentam as economias de transição atuais, bem como, as várias dimensões de seu desenvolvimento (Fernandes, 2012). E, nessa nova plataforma de desenvolvimento, a Unctad (2010: 26) introduziu discussões acerca de uma sustentabilidade cultural: “processo de desenvolvimento que mantém todos os tipos de ativos culturais desde os idiomas das minorias e rituais tradicionais até trabalhos artísticos, artefatos e prédios e locais patrimoniais”.

A EC brasileira tem, por sua vez, a partir do Plano da Secretaria da Economia Criativa – do Ministério da Cultura#, endossado uma estrutura que considera não apenas a criatividade, mas, também, a



inovação, a diversidade cultural e a sustentabilidade como elemento indissociável e funcional das atividades desenvolvidas pelas organizações dos setores criativos. Sob esse prisma, o lócus que permite afirmar que sustentabilidade está diretamente relacionada às economias de transição, como a criativa, está no vislumbamento de sua permanente contribuição para o desenvolvimento econômico mundial, incluindo e equitativo. Hart e Milsten (2004) apresentam a sustentabilidade como ativo desse desenvolvimento:

A ideia de sustentabilidade vem sendo representada pela elevação de expectativas em relação ao desempenho social e ambiental. A sustentabilidade global tem sido definida como a habilidade para “satisfazer as necessidades do presente sem comprometer a habilidade das futuras gerações para satisfazerem suas necessidades”. Similarmente, o desenvolvimento sustentável “é um processo para se alcançar o desenvolvimento humano (...) de uma maneira inclusiva, interligada, igualitária, prudente e segura” (Hart & Milsten, 2004: 2).

Para os autores, os desafios globais associados à sustentabilidade, considerados sob a ótica dos negócios de cada organização, podem ajudar a identificar estratégias e práticas que contribuam para um mundo mais sustentável e, simultaneamente, que sejam direcionadas a geração de valor econômico. Premissa essa que, por sua vez, torna-se um importante vetor constituinte da EC, diferenciando-a da economia tradicional.

Dessa forma, as relações que compreendem a sustentabilidade, turismo e EC mostram-se significativas, uma vez que as populações das localidades, o poder público e demais organizações possuem papel singular na manutenção e gestão de seus ativos naturais e simbólicos, sobretudo, na salvaguarda do patrimônio cultural material e imaterial, em estrita observância e respeito às práticas das comunidades (Dias, 2008).

Em uma abordagem holística, práticas globais reconheceram o Turismo Criativo como uma ferramenta capaz de criar relações mais fortes e significativas entre objetivos econômicos, sociais, culturais e ambientais (Raymond, 2007). Acertadamente, Richards (2001) postula que o Turismo Criativo possui vantagem em relação ao turismo tradicional, porquanto criatividade seja um processo que lança mão de recursos/ativos criativos – que são infinitos por natureza –, preservando demais recursos/ativos findáveis e não-renováveis, à exemplo da exploração do patrimônio natural.

Prosseguindo, inovação e sustentabilidade são grandezas estratégicas afeitas à EC. Porém, o são também das organizações do sistema capitalista. O espaço é, então, de disputa, de tensão. O desafio que está posto às organizações que lançam mão do ativo criativo em sua produção reside na tarefa de conciliar os pilares supracitados como instrumentos de criação de valor, inclusão e desenvolvimento. Desempenhar atividades econômicas com foco na geração de riqueza e, ao mesmo tempo, assegurar a preservação de atividades socioambientais no âmbito das organizações ainda configura-se um grande desafio.

Ademais, a caracterização dos produtos e processos decorrentes da EC, por seu teor ligado à sustentabilidade, apresenta aspectos de novidade ao mercado. Novidade essa capaz de estimular novas formas de produção. Apesar da capacidade de disrupção, apresentada por Hart (2005), reside o fenômeno da inovação, capaz de promover reposicionamento de mercado, redução de custos e riscos.

A literatura internacional e nacional tem demonstrado que a adesão a um modelo de criação de valor apoiado no pilar da sustentabilidade, fundamenta-se na criação de valor sustentável focado na dimensão da legitimidade e reputação da organização, a partir da colaboração e gestão compartilhada de recursos – resíduos, tecnologias entre outros –, incluindo ações conjuntas realizadas em parceria com organizações não-governamentais de preservação ambiental (Hart & Milsten, 2004). Isso porque, existe um constructo multidimensional que promove a interação dessas grandezas estratégicas e em disputa no mercado onde operam todas as economias, incluindo a criativa (Soares, 1996).

Por fim, a relação que no presente estudo ganha maior expressão: a EC e a diversidade cultural. A Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural (2002) mostrou categoricamente a relação entre diversidade cultural e criatividade:

Toda criação tem suas origens nas tradições culturais, porém se desenvolve plenamente em contato com outras. Essa é a razão pela qual o patrimônio, em todas suas formas, deve ser preservado, valorizado e transmitido às gerações futuras como



testemunho da experiência e das aspirações humanas, a fim de nutrir a criatividade em toda sua diversidade e estabelecer um verdadeiro diálogo entre as culturas (Unesco, 2002: 4).

Aparentemente não há, no cenário da literatura global, fato que leve a EC a desconsiderar a relação umbilical com a diversidade cultural. Pode-se dizer, ainda, que ambas coexistem no mesmo espaço. A diversidade cultural é defendida como fator de desenvolvimento e é reafirmada em todo momento como patrimônio comum da humanidade (Unesco, 2005). Ou seja, a diversidade cultural:

se manifesta na originalidade e na pluralidade de identidades que caracterizam os grupos e as sociedades que compõem a humanidade. Fonte de intercâmbios, de inovação e de criatividade, a diversidade cultural é, para o gênero humano, tão necessária como a diversidade biológica para a natureza. Nesse sentido, constitui o patrimônio comum da humanidade e deve ser reconhecida e consolidada em benefício das gerações presentes e futuras (Unesco, 2005: 3).

Em debate mais ampliado e consolidado, a Convenção da Unesco para a proteção e promoção da Diversidade das Expressões Culturais (2005) consensou:

“Diversidade cultural” refere-se à multiplicidade de formas pelas quais as culturas dos grupos e sociedades encontram sua expressão. Tais expressões são transmitidas entre e dentro dos grupos e sociedades. A diversidade cultural se manifesta não apenas nas variadas formas pelas quais se expressa, se enriquece e se transmite o patrimônio cultural da humanidade mediante a variedade das expressões culturais, mas também através dos diversos modos de criação, produção, difusão, distribuição e fruição das expressões culturais, quaisquer que sejam os meios e tecnologias empregados (Unesco, 2005: 4).

A evolução que se produziu, desde a Convenção de Haia para a Proteção dos Bens Culturais (1954), até à Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial (2003), passando pela Convenção das Medidas a Adotar para Proibir e Impedir a Importação; Exportação e Transferência da Propriedade Ilícita de Bens Culturais (1970); a Convenção para a Proteção do Patrimônio Mundial Cultural e Natural (1972) e a Convenção sobre a Proteção do Patrimônio Cultural Subaquático (2001), revela um esforço recorrente dos organismos internacionais em ampliar o debate sobre patrimônio cultural que, frequentemente, se entende como incluindo não somente as expressões materiais das diferentes culturas do mundo, mas também as manifestações intangíveis, aí compreendidas as tradições orais, as artes do espetáculo e o saber tradicional (Unesco, 2009).

Não obstante, essa evolução reflete um duplo movimento: um conduz ao reconhecimento de um patrimônio comum que a comunidade internacional deve salvaguardar como expressão de uma herança comum; o outro leva ao reconhecimento das características próprias das culturas que, embora flutuantes e transitórias por natureza, devem valorizar-se e reconhecer-se como tais (Haque, 1999; Unesco, 2009).

Não é atual o reconhecimento da grandeza estratégica – diversidade cultural – como aquela capaz de gerar riqueza em escala, local, regional ou global (Yúdice, 2002). Essa diversidade pode contribuir, ainda, no desenvolvimento e diversificação do Turismo Criativo, considerando que o setores presentes na EC valem-se, comumente, do *trade* turístico local para incluir seus produtos no circuito econômico de geração de riqueza (Raymond, 2007).

A diversidade cultural tem, há muito tempo, ocupado lugar de destaque no papel do Estado, em protegê-la. Tanto nas políticas públicas como nas esferas administrativas de decisão a temática suscita incansáveis propostas de integração e alinhamento com aspectos de natureza econômica. No próprio Ministério da Cultura brasileiro chegou a existir uma secretaria intitulada Identidade e Diversidade Cultural (Rubim, 2007).

O ex-ministro da cultura, Gilberto Gil, notabilizou-se, dentre outras coisas, por levar em seus discursos a importância da diversidade cultural brasileira como pilar estratégico da dimensão econômica:

São fundamentais o respeito, a valorização e o convívio harmonioso das diferentes identidades culturais existentes dentro dos territórios nacionais (...) podemos e devemos reconhecer e valorizar as nossas diferenças culturais, como fator para a coexistência harmoniosa das várias formas possíveis de brasilidade (Gil, 2005: 07).



Contextualizando o debate de inflexão política entre diversidade cultural e EC é permitido inferir que as culturas tradicionais indígenas, afrodescendentes e de populações migrantes – em suas múltiplas manifestações – são, por exemplo, integrantes do patrimônio cultural de uma nação, cujas identidades produzem diálogo glocal na estrutura de surgimento e desenvolvimento da EC. Essas riquezas do patrimônio cultural são, no contexto Brasil, abundantes, exponenciais.

E pela imensidão de suas riquezas naturais e culturais, o Turismo Criativo, ao contrário do turismo de massa e mercantilizado, vale-se da diversidade cultural da localidade para potencializar a oferta de bens e serviços que tem no conhecimento, na experiência e na simbologia o mote da geração de negócios inclusivos, com distribuição equitativa de emprego e renda (Grefe, 2013).

### 3. METODOLOGIA

Para a pesquisa foi feito um levantamento descritivo de atuação e dos principais projetos/ações desenvolvidos nos Pontos de Cultura da Rede MS. As categorias eleitas para análise e respectivo detalhamento recaíram sobre (Figura 1): a dimensão setorial da EC em que os Pontos de Cultura investigados atuam, considerando os setores criativos propostos no Plano da SEC; a organização do ciclo criativo (processo de criação, produção, distribuição/difusão e consumo/fruição), considerando as ações desenvolvidas em relação a produção de bens e serviços simbólico#criativos; e os canais de distribuição/fruição, que interagem ou podem contribuir com o turismo local.



FIGURA 1  
Dimensões de análise da EC

Fonte: elaborado pelos autores

Ou seja, considerando ser a EC um constructo multidimensional complexo, a Figura 1 organiza as principais variáveis/categorias de análise a partir do ativo criativo introjetado de valor simbólico#intangível, insumo nuclear para produção de bens e serviços criativos. Esses bens e serviços estão, por sua vez, inseridos em, ao menos, um dos setores criativos presentes nas cinco categorias culturais, consoante definido pela SEC. Por sua vez, o ciclo da EC (criação, produção, distribuição e consumo) deve observar em, ao menos uma de suas fases, os princípios norteadores fundados nos pressupostos teóricos supraditos acerca da Diversidade Cultural, Sustentabilidade e da Inovação, bem como, as relações de cooperação com o turismo local.

Para caracterizar esse constructo, realizou-se uma análise de conteúdo (Bardin, 2011) cujo *corpus* constitui-se de estudos documentais, além das principais publicações – relatórios, reportagens, livros # que contextualizam as organizações sem fins lucrativos chanceladas como Pontos de Cultura e, ainda, a base vivencial dos pesquisadores nos estudos organizacionais dessa natureza, que permitiu lançar algumas notas conclusivas visando responder às questões aludidas na introdução deste trabalho e, ainda, apresentar outros resultados que circunscrevem a EC prospectada em espaços de base comunitária e suas correlações com a economia do turismo para o desenvolvimento local.

### 4. A REDE MS DE PONTOS DE CULTURA: A PROSPECÇÃO DA CRIATIVIDADE EM ESPAÇOS INTENSIVOS EM SÍMBOLOS

O estado de Mato Grosso do Sul, situado na região centro#sul do país, possui implantados 30 Pontos de Cultura que integram a rede estadual, gerida pela Fundação Estadual de Cultura; 15 Pontos que integram a rede municipal, geridos pela Prefeitura Municipal de Campo Grande e 9 (nove) Pontos que foram conveniados diretamente com o Ministério da Cultura, além de 2 pontos de cultura, responsáveis em articular as ações junto aos demais pontos, conforme Anuário Cultura em Números (2009).



Implantados, os Pontos de Cultura revelam a pluralidade de linguagens, expressões e ações de natureza cultural que propõem uma estreita aproximação com a temática transversal da educação, meio ambiente, tecnologia, patrimônio material e imaterial, juventude, saúde e outros.

Além disso, a implantação da rede de Pontos de Cultura em diferentes municípios do estado representou uma importante intervenção dos princípios estratégicos da EC nos espaços ocupados, mesmo antes da intensificação de seus estudos, na medida em que suscitou um estímulo à sociedade para apropriação coletiva dos meios de produção local, valorizando sua identidade e tradição, dentro de uma gestão democratizada, autônoma e colaborativa. Emancipada de um essencialismo liberal que transfere à sociedade civil responsabilidades até então do Estado, agora minimizado em suas funções, a sociedade civil é, então, chamada a figurar papel de sujeito ativo de um processo de desenvolvimento local que tem na criatividade o seu mote.

A multiculturalidade e especificidade de cada grupo, coletivo ou movimento, em seus respectivos territórios, revelam-se amplamente potencializáveis considerando as riquezas simbólicas de cada mesorregião do estado, cujos municípios foram contemplados com, ao menos, uma das ações do Programa Cultura Viva<sup>4</sup> (Pontos de Cultura, premiações entre outras). Com efeito, cumpri caracterizar, a seguir, as ações desenvolvidas em alguns Pontos de Cultura cuja vocação econômica, intensiva em criatividade, vislumbra reais potencialidades.

Na fronteira do Brasil com Paraguai, por exemplo, especificamente na cidade de Ponta Porã (MS), o “Ponto de Cultura Camará Capoeira” resgata a tradição e o simbolismo da capoeira por meio de oficinas de formação cultural aos alunos do projeto, associado às aulas de inclusão digital, cineclub e oficinas de formação profissional. Ao noroeste do estado, também na divisa, o “Ponto de Cultura Expressão pela Vida” apresenta uma plataforma multissegmentada de intervenção social no intuito de minimizar os impactos da extrema pobreza, desemprego e marginalidade infanto#juvenil por meio de atividades artísticas, de informática, audiovisual e acompanhamento social dos alunos e familiares.

Prosseguindo, na tentativa de se delimitar os Pontos de Cultura com alguma vocação econômica, mais de 10<sup>5</sup> parecem empreender ações específicas afeitas à EC. Dentre eles, o Ponto de Cultura “Movimento de Arte e Cultura de Itaporã (Maci)”, do município de Itaquiraí, que tem por objetivo diminuir a violência contra a mulher no campo por meio de oficinas de geração de renda, artesanato, restauração de móveis, corte e costura entre outros.

Em Anastácio, situada a 125 km da capital, a Associação de Mulheres Independentes na Ativa promove no “Ponto de Cultura AMINA” oficinas de capacitação profissional para mulheres que sofreram violência doméstica e em situação de desemprego possibilitando geração e aumento da renda familiar por meio da venda dos produtos artesanais e manufaturados desenvolvidos no Ponto. Já no “Ponto de Cultura Sabor e arte Regional do Buriti” # implantado pela Associação Leste dos Pequenos Produtores Rurais no Distrito de Palmeiras, situado a 120 km da capital, as mulheres artesãs produzem artefatos bordados, trançados em fibra, culinária regional e comercializam na própria região, considerada também uma rota turística.

No “Ponto de Cultura Montana”, em Bataguassu, o grupo de assentados rurais otimizaram os cursos de trançados em palha, fibra, tecelagem visando qualificar a produção artesanal local, além de promover e participar de feiras de comercialização e divulgação das ações do Ponto. Além disso, revela talentos no campo por meio da Cia Montana de Teatro.

Na capital, Campo Grande, o Ponto de Cultura “Cia das Artes” promove o artesanato por meio da confecção de bonecos, contemplando ainda, a educação para o teatro e a cultura da infância; enquanto o Ponto de Cultura “Colônia Paraguaia” trabalha a formação para as artes de espetáculo com fulcro nas tradições paraguaias. Ao sudoeste do estado, Ivinhema destaca-se pela presença do Ponto de Cultura “Nelito Câmara” que, além de realizar inúmeras ações formativas para as artes, realiza o tradicional Festival de Cinema Vale do Ivinhema, com significativa importância para o município.



Os Pontos de Cultura do estado também se reúnem com determinada frequência no intuito de deliberarem novos caminhos e direções para o movimento. Nesse sentido, em um espaço público e participativo são realizadas plenárias durante o encontro dos Pontos de toda a Rede MS, denominado “Teia Estadual”. Na Teia, ocorre o fórum (setorial, regional) dos Pontos de Cultura, contribuindo, dentre outros, para o fortalecimento do Sistema Nacional de Cultura<sup>6</sup> e fomentando a construção de marcos legais que reconheçam a importância do trabalho realizado no interior dos Pontos de Cultura, sobretudo para o desenvolvimento econômico, social e cultural dos municípios onde estão estabelecidos.

A adesão ao Programa Cultura Viva no território sul#mato#grossense estabeleceu Pontos não apenas de uma área ou trabalho específico, mas sim, de articulação em rede e de mobilização social com diferentes alternativas e visões que se fundamentam confluentes numa direção de desenvolvimento sustentável e inclusivo. Dessa forma, ao exercerem os objetivos de alinhamento descritos no escopo formal do Programa, esses Pontos são provocados a gerar, receber e a transferir conhecimento técnico, científico, econômico, social, educacional, de gestão etc. que conectados e desenvolvidos podem promover alternativas inovadoras de desenvolvimento local.

Nesse sentido, a construção de uma ambiência favorável ao desenvolvimento dos setores criativos a partir dos Pontos de Cultura enquanto empreendimentos coletivos (de Economia Criativa, Solidária, Colaborativa etc.) parece se expandir com vistas à dinamização e fortalecimento de iniciativas já existentes nas comunidades, logo, dotadas de um potencial de autossustentação.

É pertinente destacar, ainda, os Pontos de Cultura presentes na mesorregião Pantaneais Sul#Mato#Grossenses, à exemplo do “Sapicuí Pantaneiro” em Aquidauana; do “Moinho Cultural Sul#Americano”, na cidade de Corumbá – que faz fronteira com a Bolívia; e do Ponto de Cultura “Centro de Tradições Pantaneiras”, no município de Rio Verde de Mato Grosso.

Além da notória importância cultural, turística e econômica para o estado, decorrentes de sua posição geográfica, contemplando a planície pantaneira, a referida mesorregião apresenta-se como a de maior concentração de elementos simbólicos de representação da expressão da cultura tradicional local, que também agrupa territórios indígenas, e desponta como aquela capaz de fornecer a maior gama de atributos (simbólicos#intangíveis#criativos) para a análise das conexões propostas no presente estudo.

Sem embargo, o recorte mesorregional supracitado é proeminente ao deparar-se com a narrativa exposta no interior da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento – Unctad (2010):

Essas expressões culturais tradicionais são bens culturais valiosos das comunidades indígenas e locais que as mantêm, praticam e desenvolvem. As expressões culturais tradicionais também podem ser bens econômicos: são criações e inovações que podem, se desejadas, ser comercializadas ou licenciadas para a geração de renda e para o desenvolvimento econômico. Elas também podem servir como inspiração para outros criadores e inovadores, que podem adaptar as expressões tradicionais e derivar novas criações e inovações a partir delas. As expressões culturais tradicionais e outros elementos do patrimônio cultural imaterial são, portanto, um motor fundamental da criatividade, pois elas estão em um processo permanente e cumulativo de adaptação e recriação (Unctad, 2010: 181).

No Ponto de Cultura Sapicuí Pantaneiro, a simbologia da identidade pantaneira é insumo criativo para a produção da faixa pantaneira e de artefatos em couro utilizados, inclusive, pelos peões na lida do campo. Destaque para a publicação do Manual das Oficinas do projeto (Medeiros, 2006), que inova enquanto produto literário e enquanto processo de trabalho. Na fronteira Brasil#Bolívia, o Moinho Cultural Sul#Americano investe em produtos e serviços apoiados na temática pantaneira e que são comercializados aos turistas na loja do projeto, às margens do rio Paraguai, na região do casario do Porto.

Em tom propositivo, o fortalecimento de ações no campo da EC articuladas pela comunidade em espaços coletivos – como as organizações intensivas em símbolos, à exemplo dos Pontos de Cultura # em parceria com as políticas públicas governamentais, podem fazer com que novos nichos de produção de base local ganhem representatividade e, considerando os ativos simbólicos e criativos do território, sejam impulsionados pelo



turismo local#criativo para escoar sua produção, incentivando relações que fortalecem a dinâmica econômica de ambos os setores.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme observado no presente trabalho algumas ações desenvolvidas no interior de alguns dos Pontos de Cultura integrantes da Rede MS parecem possuir profícua relação com os setores da EC brasileira e # por constituírem#se de organizações intensivas em símbolos #, valem#se das características socioculturais de seu território para prospectar a geração de negócios criativos, apoiados pelo turismo local, conseqüentemente, criativo.



**QUADRO 1**  
Resumo das principais ações na EC desenvolvidas pelos Pontos de Cultura

Pontos de Cultura	Setores Criativos	Ações (Bens e Serviços)	Canais de Distribuição/Fruição
Maculelê	Patrimônio Imaterial	Oficinas de capoeira, musicalidade, instrumentalidade,	Festivais de capoeira, eventos culturais e esportivos; sede do Ponto
	Culturas Afro-brasileiras	inclusão digital, videoteca, festivais de capoeira	
	Dança e Música		
Expressão pela Vida	Patrimônio Imaterial	Oficinas de dança, capoeira, violão, informática e audiovisual, produção de espetáculos artísticos	Eventos culturais do município; sede do Ponto
	Dança e Música		
	Cinema e Vídeo		
Movimento de Arte e Cultura de Itaporã (MACI)	Cinema e Vídeo	Oficinas de multimídia, produção artesanal e artes de espetáculo	Feiras e exposições do município; sede do Ponto
	Artesanato		
	Artes de Espetáculo		
AMINA	Artesanato	Oficinas e produção de artesanato baseado em tecidos, couro, madeira, corte e costura, bijoias e artes de espetáculo	Feiras regionais; Exposições; pontos de comercialização local; sede do Ponto
	Artes de Espetáculo		
	Cinema e Vídeo		
Sabor e arte regional do Buriti	Artesanato	Inclusão digital; Oficinas e produção gastronômica e artesanato com matéria-prima do cerrado e materiais recicláveis	Feiras de comercialização; Casa dos Artesãos; sede do Ponto
Montana	Artesanato	Criação e produção de espetáculos artísticos e Artesanato	Comércio local; Feiras e exposições
	Artes de Espetáculo		
Cia das Artes	Artesanato	Oficinas e produção de bonecos e brinquedos, espetáculos artísticos, artesanato	Feiras itinerantes; festivais; sede do Ponto
	Artes de Espetáculo		
Sapicua Pantaneiro	Artesanato	Artesanato pantaneiro, serviços audiovisuais; literatura e educação patrimonial	Pousadas Pantaneiras; Agências de viagem; Casa do Artesão; Feiras de comercialização; distritos pantaneiros e sede do Ponto
	Patrimônio Imaterial		
	Cinema e Vídeo		
Moinho Cultural Sul-Americano	Artes de Espetáculo	Gastronomia pantaneira, corte e costura, moda, espetáculos artísticos	Loja Saberes e Fazeres (sede do Ponto); parceiros do comércio local, trade turístico da região
	Patrimônio Material e Imaterial		
	Cinema e Vídeo		
Colônia Paraguai	Patrimônio Imaterial	Oficinas e produção de espetáculos com temática paraguaia (dança, música etc.); bailes temáticos;	Feiras; Bailes Temáticos; Exposições itinerantes; sede do Ponto
	Culturas Populares		
	Música e Dança	oficinas de inclusão digital	
Centro de Tradições Pantaneiras	Artesanato	Oficinas de dança e música regionais, formação em tradição pantaneira, culinária regional	Sede do Ponto; Exposições e Feiras de comercialização
	Música e Dança		
Nelito Câmara	Artes de Espetáculo	Oficinas e mostras culturais, compreendendo as artes de espetáculos; oficinas de audiovisual	Sede do Ponto e Festival de Cinema Vale do Ivinhema
	Cinema e Vídeo		



Fonte: elaboração própria

Ademais, alguns elementos tornam os Pontos de Cultura notadamente potenciais nichos produtivos da EC à luz das dimensões estratégicas debatidas ao longo do trabalho: 1) são reconhecidos a partir de comunidades organizadas em associações; 2) realizam atividades tradicionais de relevante valor cultural e simbólico; 3) promovem a inclusão social em diferentes níveis; 4) desenvolvem paralelamente ações de formação tecnológica e de audiovisual; e 5) desenvolvem produtos e serviços com potencial valor econômico, introjados de elementos simbólicos.

Como visto, as organizações chanceladas como Pontos de Cultura # intensivas em conteúdo simbólico # desenvolvem produtos e serviços que estão contemplados nos diferentes setores da ciclo criativo, percorrendo do patrimônio cultural imaterial até as novas mídias e conteúdos audiovisuais, com destaque para o artesanato e artes performáticas.

Dessa forma, não se tratou aqui de observar a reprodução de uma economia intensiva em capital; antes, como visto, de reconhecer que alguns pressupostos assumidos para a EC brasileira podem ser visualizados com mais propriedade em espaços onde os elementos socioculturais que caracterizam a comunidade são colocados à sua disposição, visando a geração de riqueza distribuída equitativamente. “Gente junta cria cultura e, paralelamente, cria uma economia territorializada, uma cultura territoria# lizada, um discurso territorializado, uma política territorializada” (Santos, 2000: 144).

E ainda, neste contexto, estes elementos estão presentes em diferentes etapas do processo e, portanto, geram canais de comunicação entre a economia da cultura e a criativa e alguns princípios que cooperam para o surgimento de um turismo criativo. Um dos horizontes desses ativos é a equação cultura, economia e desenvolvimento, estimulando a abertura de campos estratégicos de interação na agenda da cultura, como as novas tecnologias, os meios de comunicação, além de outros espaços consolidados como meio ambiente.

Por fim, cabe ressaltar que o Plano da SEC (Leitão, 2015), pontua, também, a inclusão social como eixo estruturante da EC brasileira, em adição à inovação, à diversidade cultural e à sustentabilidade como viabilizadores do desenvolvimento local. Todavia, em que pese a importância e grandiosidade das ramificações que abarcam essa temática, far#se#iam necessários outros esforços de discussão em trabalhos adjacentes à este visando clarificar as novas relações propostas pela EC, possibilidades de abordagem futura.

## BIBLIOGRAFIA

- Albuquerque, E.M. 2013. “Inovação em Celso Furtado: criatividade humana e crítica ao capitalismo”. In: *Celso Furtado e a dimensão cultural do desenvolvimento*. D’Aguiar, R.F (org.). 1ª ed. Rio de Janeiro: Centro Internacional Celso Furtado.
- Bardin, L. 2011. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Brasil. Fundação Nacional de Artes 2009. *Cultura em Números*. Anuário de Estatísticas Culturais – Funarte: Rio de Janeiro.
- Brasil. Ministério da Cultura 2012. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações*. Ministério da Cultura. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6#e43b#43ec#93cf#2a29be1dd071>. Acesso em 15.10.2016.
- Brundtland, G.H. 1991. *Nosso Futuro Comum*: Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. 2ªed. Rio de Janeiro: FGV.
- Calabre, L. 2007. “Políticas Culturais no Brasil: balanço e perspectivas”. In: *Políticas Culturais no Brasil*. Rubim, A.A.C. (org.). Salvador: EDUFBA.
- Caves, R. E. 2002. *Creative industries – Contracts between art and commerce*. Cambrigde: Harvard University Press.
- Dias, R. 2008. “Turismo sustentável e meio ambiente”. São Paulo: Atlas.



- Fernandes, V. 2012. "Metodologia de Avaliação Estratégica de Processo de Gestão Ambiental Municipal". *Revista Saúde e Sociedade*, 21. São Paulo.
- Fernández, V. R. 2004. "Densidad Institucional, Inovación Colectiva y Desarrollo de las cadenas de valor local: un triángulo estratégico en la evolución de los enfoques regionalistas durante los "90s". In: *Revista Redes*. Santa Cruz do Sul: 9 (1), jan/abr.
- Florida, R. 2011. *A Ascensão da classe criativa*. tradução de Ana Luiza Lopes. Porto Alegre#RS: L&MP.
- Furtado, C. 1978. *Criatividade e dependência na civilização industrial*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Gil, G. 2005. "Apresentação". In: Lopes, A.; Calabre, L. (Org). *Diversidade cultural brasileira*. Rio de Janeiro: Fund. Casa de Rui Barbosa.
- Granovetter, M. 1985. "Economic action and social structure: the problem of embeddedness". *American Journal of Sociology*, Chicago, 91 (3).
- Grefe, X. 2013. *Arte e mercado*. Illuminuras: Itaú Cultural, São Paulo.
- Landry, C. 2011. "Prefácio". In: Reis, A.C.F; Kageyama, P. (Orgs.). *Cidades Criativas – Perspectivas*. São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative Cities Productions.
- Lawrence, T. B., & Phillips, N. 2002. "Understanding cultural industries". *Journal of Management Inquiry*. Sage, 11 (14).
- Leitão, C. S. 2015. "Por um Brasil Criativo". *Revista Observatório Itaú Cultural*. Nº 18. São Paulo: Itaú Cultural.
- Haque, M. S. 1999. *Restructuring development theories and policies: a critical study*. New York : State University of New York Press.
- Hart, S. 2005. *Innovation, Creative Destruction and Sustainability*. Academy of Management Review, 17 (2).
- Hart, S. L., & Milstein, M. B. 2004. "Creating sustainable value". *Academy of Management Review*, 17(2).
- Hartley, J. 2005. *Creative Industries*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Howkins, J. 2013. *The Creative Economy – How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books.
- Medeiros, C. 2006. *Manual das Oficinas do Projeto Sapicua Pantaneiro*. Campo Grande# MS: Instituto Histórico e Geográfico de Mato Grosso do Sul.
- Morin, E. 2011. *Introdução ao Pensamento Complexo*. 4ª ed. Porto Alegre: Sulina.
- Oliveira, J. M., Araujo, B. C., & Silva, L.V. 2013. *Panorama da Economia Criativa no Brasil*. Texto para discussão. Rio de Janeiro: IPEA.
- OCDE. 1997. *Manual de Oslo*: Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação. 3ª Ed. OCDE: FINEP.
- Raymond, C. 2007. "Creative tourism New Zealand: the practical challenges of developing creative tourism". In Richards, G & Wilson, J. (Coord.) *Tourism, creativity and development*. London: Routledge, part. 2, cap. 9, pp. 145#157.
- Reis, A. C. F (org.) 2008. *Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. Itaú Cultural: Garimpo de Soluções. São Paulo.
- Richards, G. 2001. *El desarrollo del turismo cultural en Europa*. Estudios Turísticos, 150, pp. 3#13.
- Richards, G., & Raymond, C. 2000 "Creative tourism". *Atlas News*, 23, pp. 16#20.
- Romeiro, A. R., & Maia, A.G. 2011 *Avaliação de custos e benefícios ambientais*. Brasília: ENAP.
- Rubim, A. A. C. 2007 "Políticas Culturais entre o possível e o impossível". In: Nussbaumer, G.M. *Teoria & políticas da cultura: visões multidisciplinares*. Salvador: EDUFBA.
- Sachs, I. 1993 *Estratégias de transição para o século XXI: desenvolvimento e meio ambiente*. Studio Bobel: Fundar.
- Santos, M. 2000 *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. 4ªed. Rio de Janeiro: Record.
- Schumpeter, J.A. 1961 *Capitalismo, Socialismo e Democracia*. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura.
- Soares, L. E. 1996 *Cultural pluralism, identity and globalization*. Rio de Janeiro: Universidade Cândido Mendes/ UNESCO/ISSC/EDUCAM.
- Stoneman, P. 2010 *Soft innovation.: economics, product aesthetics, and the creative industries*. Oxford.



- Tellis, G.J., Prabhu, J.C., & Chandy, R.J. 2009 “Radical Innovation Across Nations: The Preeminence of Corporate Culture”. *Journal of Marketing*. 73 (1).
- Unctad. 2010 “Relatório de Economia Criativa”. *Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável*. Unctad: Nações Unidas, Genebra.
- Unesco. 2000 Área de Conservação do Pantanal. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/world#heritage/list#of#world#heritage#in#brazil/pantanal#conservation#area/#c1467473>. Acesso em 20.10.2016.
- Unesco. 2005 *Convenção sobre a proteção e promoção da diversidade das expressões culturais*. Paris: Unesco. Disponível em <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001502/150224por.pdf>. Acesso em 06.06.2016.
- Unesco. 2009 *Relatório Mundial da UNESCO: Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural*. Unesco.
- Unesco. 2013 “Creative Economy Report: widening local development pathways”. United Nations Development Programme (UNDP) and United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Unesco). Paris.
- Vidigal, G.P. 2015 “A Cooperação em Economia Criativa como estratégia para o Desenvolvimento do Espaço Ibero#Americano: uma plataforma de narrativas e práticas”. *Dissertação (Mestrado em Gestão de Instituições e Empresas Culturais)*. Universidade de Barcelona, Barcelona.
- Yúdice, G. 2002 “Industrias Culturales, Diversidad Cultural y Desarrollo Iberoamericano”. In: García Canclini, Nestor (Coord.). *Iberoamérica 2002: Diagnóstico y propuestas para el desarrollo cultural*. México: OEI/Santillana.

## NOTAS

- 1 A expressão “Indústria Criativa” surgiu inicialmente no documento intitulado Creative Nation, notabilizado por enfatizar a contribuição do trabalho criativo para a economia australiana e o impacto das novas tecnologias para o desenvolvimento da produção cultural organizado em setores estratégicos. Poucos anos depois, o Reino Unido estabeleceu o marco legitimador da economia criativa ao publicar um estudo das vantagens competitivas da economia britânica, que se transformou em uma das prioridades do Governo trabalhista do então Primeiro#Ministro Tony Blair
- 2 Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6#e43b#43ec#93cf#2a29be1dd071>. Acesso em 01.06.2016.
- 3 Cumpre assinalar que a narrativa schumpeteriana não tratou de abordar a existência do fenômeno da inovação em uma perspectiva de criação de valor sustentável. Antes, a coarctou em seu papel de ressignificação do capital, apenas. Nesse sentido, a concepção valorativa da observação do fenômeno enquanto pilar estratégico do constructo da EC ganha adequada contribuição e contextualização ao lançarmos mão dos postulados de Celso Furtado. À despeito, Furtado (1978) sustentava que a inovação deveria ser posta/canalizada/ reorientada para a busca do bem#estar coletivo, potencializando o indivíduo em suas realizações, vivendo solidariamente.
- 4 Política Nacional de Cultura Viva ou Programa Cultura Viva, responsável pelo surgimento das Redes de Pontos de Cultura no Brasil. Ver mais em: <http://www.cultura.gov.br/cultura#viva1>. Acesso em 01.10.16.
- 5 Informação disponível em: <http://www.fundacaodecultura.ms.gov.br/pontos#de#cultura/>.
- 6 Para melhor compreensão ver SNC. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/snc>.