

John Hartley



Professor da Curtin University (Austrália) e Cardiff University (País de Gales). Escreveu livros como *Reading Television* (com John Fiske) e *Digital Futures for Cultural and Media Studies* (Wiley-Blackwell).

Semiose Urbana: indústrias criativas e choque dos sistemas

RESUMO

Este artigo possui dois objetivos. O primeiro é demonstrar que o “universo da mente” imaginado por Iuri Lotman (1990; 2009) pode ser considerado um modelo fundamental para a evolução cultural, ou seja, dinâmico, autopoietico, a adaptação de auto-organização da população em ambientes de mudança. O segundo objetivo é o de levar adiante um modelo de cultura derivado do trabalho de Lotman – um modelo que irei chamar de “o choque dos sistemas” – para aplicá-lo às pesquisas das indústrias criativas. Tal medida tem o efeito salutar de colocar o “universo da mente” literalmente em seu lugar. Este lugar, agora, predominantemente, é na cidade. Logo, o estudo usa o modelo de semiosfera de Lotman para ligar os diferentes e complexos sistemas, principalmente na semiosfera da cidade. Ao aplicar estes subsídios ao campo das criativas indústrias de pesquisa, o estudo propõe que a cultura criativa na era globalizada, urbana e conectada à internet, pode ser caracterizada como “semiose urbana”.
Palavras-chave: Choque de sistemas; indústrias criativas; cidade; Iuri Lotman; semiose urbana; sistemas complexos; noosfera.

Este artigo foi inicialmente publicado na revista *International Journal of Cultural Studies*, 18(1), 79-101; em uma Edição Especial sobre The Uses of Juri Lotman (Os usos de Juri Lotman), editado por Indrek Ibrus (Tallinn) e Peeper Torop (Tartu). © Sage Publications.

Tradução: Sarah Corrêa

Revisão técnica: Marcos Zibordi

ABSTRACT

This paper has two aims. The first is to make the case that the ‘universe of the mind’ imagined by Yuri Lotman (1990; 2009) may be considered as a foundational model for cultural evolution: i.e. population-wide, dynamic, autopoietic, self-organising adaptation to changing environments. The second aim is to take forward a model of culture derived from Lotman’s work – a model I’m calling ‘the clash of systems’ – in order to apply it to creative industries research. Such a move has the salutary effect of putting the ‘universe of the mind’ literally in its place. That place, now, predominantly, is in the city. Thus, the paper uses Lotman’s model of the semiosphere to link different complex systems, principally the semiosphere with that of the city, in order to explore the productive potential of encounters – clashes – between different systems. Applying these insights to the field of creative industries research, the paper proposes that creative culture in the globalised, urban and web-connected era can be characterised as ‘urban semiosis’.

Keywords: clash of systems, creative industries, the city, Yuri Lotman, urban semiosis, complex systems, semiosphere, noosphere.

A Humanidade como um todo está se tornando uma poderosa força geológica.

(Vladimir Vernadsky, 1943, p. 19)

1. A pesquisa sobre as indústrias criativas e a reorganização dos sistemas de conhecimento

O domínio das indústrias criativas é uma arena fascinante para o melhor desenvolvimento da cultura, porque reúne o que os hábitos de pensamento teóricos e disciplinados herdados haviam presumido – ou insistido – serem opostos incomensuráveis: a expressão artística e o mercado global, por exemplo; ou o pensamento crítico e o entretenimento; amadores e especialistas; o dia a dia e as tecnologias globais; as favelas e o subúrbio; o dia e a vida noturna; o trabalho e o lazer; a história (texto) e a realidade (ação); o indivíduo e a sociedade; a estrutura e a agência; o poder e a liberdade; o objeto (elemento, partícula) e a operação (processo, onda)... etc. Alguns destes termos podem aparecer em uma discussão posterior; o fato importante nesta fase não são os detalhes de cada par oposto, mas a forma como distinções polarizadoras entre diferentes valores foram sistematicamente produzidos dentro da teoria cultural e social, onde eles tomam o lugar da exploração e explicação.

A economia criativa é uma das intersecções onde a cultura se choca com mais força com a economia, produzindo uma linha de falha ideológica familiar em que a retórica dos adversários ferve continuamente para separar os defensores das artes dos defensores dos mercados (O'Connor, 2010), apesar dos lembretes contínuos de que as belas artes são por si só um mercado global e que os mercados globais produzem novas artes na moda, arquitetura, design, mídia em tela etc. (Keane, 2013, p. 126). Tal retórica “crítica” é usada frequentemente com a intenção de produzir ou exacerbar hostilidades entre esse fenômeno, não de resolver diferenças ou compreender como sobreposições podem ser produtivas. Logo, a teoria cultural, não apenas a cultural em si, é caracterizada pelo choque dos sistemas intelectuais, teóricos ou ideológicos, nos lembrando de que o conhecimento não está fora, mas é parte do “universo da mente” que visa explicar (*Cultural Studies*, 2011; Hesmondhalgh, 2013; T Miller 2004; Ross, 2010). Para os pesquisadores interessados na modernização de sistemas de conhecimentos culturais e científicos, isso pode ser tanto frustrante como fascinante, porque o partidário acadêmico é polarizante, correndo em direção a uma leitura rápida e caricatural de visões opostas (“nós” somos críticos; “eles” são neoliberais). Mais importante (para o âmbito deste estudo), ele produz binários conceituais como uma espécie de versão co-

dificada de diferença política, ligando avaliações positivas e negativas aos termos em um par ostentativo de binários analíticos. Essa medida essencialmente estruturalista (que, devido aos estudos culturais, buscou politizar o estudo da cultura, é evidente em meu próprio trabalho onde procuro reavaliar a mídia popular) é, contudo, limitante se repetida sem fim.

Logo, o objetivo principal deste estudo não é produzir mais distinções polarizadas (como opor a cultura à economia), ou dar julgamento de valor nesta ou naquela distinção (como preferir a arte ao mercado ou vice-versa). No contexto de pesquisa sobre “cidade criativa”, o papel deste estudo é contribuir para a conceitualização global que possa também ser utilizada na resolução de problemas. De modo mais simples (“resumindo”), a teoria cultural precisa de uma nova teoria de cultura; uma com a qual esteja confortável, na forma de uma zona de conhecimento que pode ser contestada, mas que não faça da tomada de partido o propósito deste estudo. A contestação é exatamente o que precisa de explicação e reconexão com os discursos de economia criativa e cultural mediada. Este pesquisador acredita que o pensamento sobre o sistema semiótico de Iuri Lotman possibilita isso.

2. Cidades e complexidade

Até hoje, a teoria da economia criativa sugere que o lugar onde estes choques são mais intensos e produtivos é no contexto urbano. Desde 2009, morar em cidade é a experiência humana majoritária, como tem sido desde 1950 nos países desenvolvidos, e em breve será no mundo todo (UN, 2009; WHO, 2013)¹ Neste contexto, o “universo da mente” (1990) – isto é, cultura - de Lotman, não deve ser ensinado como

1 De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS) 2013: “Pela primeira vez na história, a maior parte da população mundial reside em cidades, e esta proporção continua crescendo.” Atualmente, “cerca de metade de todos os moradores urbanos reside em cidades com entre 100.000-500.000 de habitantes, e pouco menos de 10% dos moradores urbanos vivem em megacidades (definidas pela ONU Habitat como sendo uma cidade com uma população superior a 10 milhões de habitantes).” De acordo com o relatório *Urban and Regional Areas* do Departamento de Relações Econômicas e Sociais da ONU (ONU, 2009), a proporção de moradores urbanos em regiões desenvolvidas era de mais de 50% até 1950, mas “ainda irá levar uma década para metade da população das regiões menos desenvolvidas morar em áreas urbanas (por volta de 2020)”. Logo, “virtualmente todo o crescimento da população mundial esperado estará concentrado em áreas urbanas das regiões menos desenvolvidas”.

sendo abstrato ou como um mero fenômeno textual, mas como situado e dinâmico, um “universo” estendido espacialmente pelo planeta, que por sua vez foi apenas mapeado e explorado como um todo pela primeira vez no século 20. Muito rapidamente, trata-se da humanidade na forma de espécies globalizadas e urbanizadas, de tal forma que as cidades contemporâneas são caracterizadas tanto pelas suas redes de interconexões (informação, mercado, migração, capital, etc.) como pelas suas particularidades. Logo, qualquer tentativa de entender como a significância, a identidade, sociabilidade e o poder são produzidos, movimentados e experienciados pela população humana – resumindo, qualquer tentativa de entender a cultura – precisa mais do que nunca levar em conta as cidades.

As cidades foram bem descritas por Jane Jacobs como “um problema de complexidade organizada” (Jacobs, 1961; cf. também Mehaffy n.d. e Hélie, 2012). De fato, historicamente falando, as cidades são as soluções aos problemas de complexidade cultural e econômica – práticas, auto-organizadas, e adaptáveis. Elas foram inventadas de forma independente por culturas e tempos variados e totalmente desconhecidos um do outro, do estepe na Mongólia (Karakorum) aos Andes amazônicos (Kuelap). O conceito de “complexidade organizada” de Jacobs é diferente da mera complexidade (como o padrão é para o nó), pois os componentes e as variáveis que constituem o “problema” são conectados, o que requer o que Jacobs astutamente chama de “forma de pensar de teia” (Mehaffy, 2011). Em uma teia, a força e estrutura vêm de links e relações entre os componentes, estruturados pela organização da própria teia.

Uma “forma de pensar de teia” é outra maneira de descrever os sistemas de pensamento. Em termos práticos, o pensamento em rede conta com um complexo sistema de propriedades auto-organizadas e autopoieticas (autocriadora) (Luhmann, 2012: 32-5), e de sua propensão para a evolução combinatória (Arthur, 2009), para alcançar soluções não lineares, não para aplicar modelos de abordagem de cima para baixo. O caminho a seguir pelo ativista urbano ou perito é não politizar a diferença, nem mesmo em nome do progresso (o que já resultou em favelas devastadas, sem levar em conta as teias de comunidades autocriadas e empresas que foram demolidas para dar lugar a avenidas). Em vez disso, o objetivo é o de catalisar a mudança dentro de relações dinâmicas e conectadas existentes, ao entender como “coesivos – porém não exclusivos – grupos” (Vedres and Stark, 2010: 1151) podem interagir de forma complexa ao

invés de antagônica.

A obra de Balazs Vedres e David Stark sobre “as dobras estruturadas” é uma grande promessa neste aspecto. Eles usam a chamada “análise histórica de rede” para mostrar como o empreendedorismo é produtivo dentro de sistemas de redes. Eles argumentam que:

o empreendedorismo, na forma de uma capacidade possibilitadora, é produtivo não apenas por incentivar a fluidez da informação ou pela confirmação de identidades fixas, mas por fomentar a fricção generativa e produtiva que interrompe as categorias conhecidas como “negócios como de costume” (Vedres & Stark, 2010, p. 1151, *italicos meus*).

O modelo sugerido por eles de “dobras estruturais” é um exemplo de como a análise de rede pode contribuir para a reconceitualização de como a inovação funciona, trazendo à tona a combinação e integração de *elementos através de fronteiras* existentes, e argumentar que a *formação criativa* de novas conexões por meio destas “dobras estruturais” é a jogada chave de empreendedorismo para o crescimento de um novo saber, em vez de importar informação já existente.

Cidades na forma de complexos sistemas organizados são caracterizadas menos pelos seus tamanhos e mais pela intensidade da conectividade e pela sobreposição “não exclusiva” entre grupos coesos. Luís Bettencourt (Santa Fe Institute) argumenta (2013, p. 6): “as cidades são, antes de mais nada, grandes redes sociais. Neste sentido, as cidades não são apenas grandes coleções de pessoas, são aglomerações de conexões sociais”. Não é a escala populacional que constitui a cidade, mas sim essas “ligações sociais” - uma mutualidade significativa, formadora de identidade e produtiva, de pessoas tecnologicamente interconectadas, sobrepostas por uma infraestrutura conectiva (ex.: ruas, prédios, tecnologias, língua, cultura), e criativamente responsivos às mudanças no meio ao combinarem elementos díspares a novos significados.

As ligações sociais são continuamente renovadas, retrabalhadas, estendidas e produtivas por uma miríade de “usuários” cuidando de seu dia a dia, usando a infraestrutura física e operando dentro de uma rede igualmente complexa de significação e mediação quanto os da cidade. Essas “ligações sociais” incluem, mas não devem ser limitadas a ligações étnicas, co-territoriais, afinidade, interesse ou colaboração voluntária; resumindo, ligações por atração. Devem também incluir ligações por repulsa, nas quais as re-

des sociais operam sobre a vontade, preferência ou benefício do indivíduo - ligações de obrigação, coerção, antagonismo, intimidade, diferença, hostilidade e conflito (incluindo competição), o que eu resumo com a palavra “choque”.

A ideia do cívico, da cidadania, é uma tentativa de descrever as ligações de “associações entre estranhos” (Hartley, 2010) que são necessárias para que a vida urbana floresça. Os deveres cívicos e o interesse pessoal podem muitas vezes estar em desacordo, mas as cidades são espaços onde as pessoas que não compartilham os mesmos valores aprendem a se dar bem, derivando o “interesse pessoal” de teias e redes complexas que incluem potenciais inimigos (risco), além de concorrentes e cooperadores (recompensa). Esse é o cenário que precisa ser explorado e modelado: onde o “choque dos sistemas” na intensidade urbana global pode ser visto como *produtivo*. Neste contexto, “produtividade” claramente implica o que Schumpeter (1942) celebrenemente chamou de “destruição criativa”, onde o surgimento da dinâmica desestabiliza as regras e processos incumbentes, os substituindo por novos.

Mas ao mesmo tempo, “aprender a se dar bem”, em redes complexas e interligadas, também requer processos que estabilizem os sistemas. Lotman tomou cuidado para incluir o *diálogo de intrassistema*, além de choques entre os sistemas. O seu conceito de autocomunicação (1990, p. 20-35), referente à autodescrição (não comunicação “automática”), oferece um mecanismo recursivo ou reflexivo para os sistemas culturais de pensarem sobre as tensões da interação e mudança, reduzindo a velocidade dos processos dinâmicos mesmo quando os experimentando. Resumindo, nem toda comunicação é disruptiva ou voltada para o outro. Algumas são formadoras de identidade, no que Lotman descreve como modo “I-I” (“eu-eu”) ao invés de “I-s/he” (“eu/ela/ele”); e cada modo condiciona o outro na continuação dos processos culturais.

3. Cidades, linguagem, casamento: o choque dos sistemas

Curiosamente, foi Jane Jacobs, a precursora dos sistemas de pensamentos para as cidades, quem fez a ligação entre os sistemas complexos e a linguagem. Seu ponto de vista era de que sistemas aparentemente diferentes, como a atmosfera, evolução, a economia e a língua compartilhavam com as cidades a característica de autopoiese ou autocriação. Em *The Natu-*

re of Economies, o qual foi escrito como um diálogo platônico e descrito por um crítico como “uma busca por princípios universais que caracterizam sistemas complexos, tanto “naturais” como ‘criados pelos homens’” (Desrochers, 2000), ela escreveu:

Um sistema pode estar se criando à medida que vai decorrendo”, afirmou Hiram. “O tempo é assim. A evolução é assim. As economias, senão inertes e estagnadas, são assim. Visto que vão se criando à medida que vão ocorrendo, eles não são predestinados. Não sendo predestinados, não são previsíveis.” “Isso pode ser novidade para os meteorologistas, mas é notícia velha para os linguistas”, afirmou Ambruster. ...”A linguagem se cria à medida que vai correndo. (Jacobs, 2000, p.137).

O conceito de Iuri Lotman sobre a semiosfera oferece um modelo de sistema para a análise de “choque de sistemas” como uma condição para a existência, interação e sustentabilidade de cidades criativas como é com línguas criativas, cidades sendo o caminho necessário para a condição da existência, interação e renovação da criatividade. Pessoas na terra (pessoas e empresas) podem experimentar relações competitivas e adversas, vindo a se tornar até conflitos de vida ou morte, como é entre predador e presa dentro de um ecossistema, mas esses choques podem, em um maior nível de integração, ser vistos como parte de uma estrutura para manter o equilíbrio entre usuários diferentes de um meio.

Conflitos do tipo podem ser “criativamente destrutivos” no sentido schumpeteriano do termo, levando a uma maior diversidade pelo sistema como um todo. Vale ressaltar que a noção de destruição criativa de Schumpeter e a subsequente conceitualização da “cultura e explosão” (2009), de Lotman, são mutuamente explanatórios, no sentido em que Lotman e Schumpeter fazem uso da lógica evolucionária para analisar mudanças, descobrir que períodos de mudanças gradativas ou incrementais (“cultura”) podem ser interrompidos por uma súbita mudança com elemento de sorte ou risco (“explosão”). Andreas Schönle e Jeremy Shine destacam que o conceito de “explosão” ou imprevisibilidade e transformação abrupta “joga um elemento de criatividade e sorte na história” (2006, p. 7). Logo, cidades criativas são as quais “destruição”, “explosão”, risco e sorte são componentes estruturais da produtividade geracional entre grupos sobrepostos, mas não exclusivos.

Uma explicação estrutural-semiótica tradicional para “o jogo de diferenças” está confinada às operações dos símbolos textuais (Derrida, 1978, p. 278-94).

Porém, o sistema-semiótico de Lotman é social. Ele deriva os pensamentos (novas ideias) não da mente nem da língua, mas do interlocutor. O texto é sempre um diálogo, no sentido em que seu significado é gerado da interação (sistema com sistema, assim como pessoa com pessoa). Lotman (1990, p. 145-6) descreve como os sistemas culturais nacionais se engajam em diálogos de tomada de posição com o passar do tempo. Durante um período de rápida mudança, um sistema transmite ideias e inovações, enquanto o outro recebe, mas na sequência os parceiros de diálogos trocam de papéis. Logo, a Itália passou da dormência pós-Romana, a ser uma importadora de ideias na época medieval, tornando-se eventualmente uma exportadora de novas ideias que por sua vez transformariam a Europa durante a Renascença. A França foi uma importante exportadora de novas ideias durante a época do Iluminismo e da Revolução, mas não antes de 1810. A Rússia passou de importadora cultural para exportadora de novidades radicais - de textos artísticos a ideias políticas - nas décadas entre Pushkin e Stalin. Aqui, sistemas textual e social se cruzam no diálogo intertextual, ou o que Valentin Voloshinov chamou de “colóquio em grande escala”, onde os novos significados são gerados com mais produtividade:

seja oral ou escrita, todas as alternâncias implicam uma resposta, e são, logo, dialógicos por natureza. Cada livro é uma performance verbal impressa, e antecipa, explicitamente ou implicitamente, um tipo de resposta.... A performance verbal impressa engaja, por assim dizer, em um colóquio ideológico em grande escala: ela responde a algo, se opõe a algo, afirma algo, antecipa possíveis respostas, procura por apoio, e assim por diante (Voloshinov, 1973, p. 95).

Logo, a tentativa precisa ser feita para ligar os sistemas semióticos como a linguagem com os sistemas sociais com as cidades, e ambos com o conhecimento de sistemas como a teoria cultural, para assegurar como as interações (choques/colóquio) dentro e entre eles podem ser vistos como relacionados e de causa mútua. Aparentemente um fenômeno diferente - criatividade, cidades, complexidade e “o choque dos sistemas” - pode ser visto como componente de uma forma maior de interação. Diferenças, diálogo, revezamento, conflito, etc., não são provas de incompatibilidade mútua ou antagonismo, tal como a teoria crítica teve tendência de assumir, mas mais como parte de um processo global de produtividade

cultural.

Um bom exemplo prático de como o “choque de sistemas” gera produtividade da diferença é a *marriageability* (“casamentabilidade”). O casamento é facilmente entendido como uma prática universal com uma ampla variedade local, que é tanto pessoal quanto econômica. Ele requer a aproximação de famílias diferentes, com o risco de incompatibilidade e conflito, assim como da esperança para a cooperação e para o sucesso na reprodução, nos quais indivíduos, sistemas sociais e espécies biológicas dependem de forma igual. Ele sempre se envolve em outros sistemas - religiosos, legais, econômicos - e em alguns lugares é mais formal, regulado por regras. Contudo, o casamento também requer um sistema aberto para uma ótima escolha de parceiros. De fato, para George Bernard Shaw, a “casamentabilidade completa entre todas as sessões da comunidade” foi o único teste para “a praticidade como oposição à igualdade aritmética” na sociedade (Shaw, 1937, p. 66-69). Nos anos 1920 e 1930, quando escreveu isso, ainda havia grandes e marcadas diferenças de classe que separavam a “alta sociedade” de seus empregados residentes, então esta observação deve ter sido vista como socialmente provocadora. A intenção era presumidamente esta, sendo apresentada como o modelo para a igualdade em sua obra *Intelligent Woman’s Guide to Socialism and Capitalism*. Esta publicação de referência, o primeiro livro da editora Pelican Book, era dirigido à cunhada de Shaw, Mary (que era casada com um colega britânico, o Brigadeiro-General Cholmondeley). O desafio igualitário de Shaw continua sendo um ótimo teste para a igualdade socio-cultural e para a sociedade aberta, como amplamente demonstram as campanhas internacionais contra o casamento forçado e o casamento igualitário. Mas tal igualdade só é produzida a partir da diferença. O tabu do incesto exige que a casamentabilidade seja procurada entre não-parentes, como os próprios vizinhos entre os quais inimigos também são selecionados (Leach, 1964). O mesmo “universo da mente” gera ligações positivas (casamento; crias) e ligações negativas (guerra, morte) a partir da mesma estrutura de relacionamentos. É o tipo de risco que o “choque de sistemas” carrega que caracteriza não somente o casamento e a inimizade, mas também a fundação e os termos sob os quais são regidos (cidades e cultura). Em outras palavras (resumidamente), mais no nível da população do que no do indivíduo, a diferença gera produtividade e sustentabilidade.

4. Da biosfera para a noosfera e à semiosfera

Diferentemente da figura conhecida de Ferdinand de Saussure, que estudou o que ele chama de “a ciência da vida dos sinais na sociedade” usando o método reducionista e procurando a “menor unidade significante” (Saussure, 1974), Iuri Lotman foi em busca da ciência da semiótica na perspectiva dos sistemas, procurando explicar a linguagem como um fenômeno global e coerente que gera a possibilidade da diferença. O seu pensamento-chave é o conceito da semiosfera, o “universo da mente” dentro do qual as diferenças culturais e textuais se desenvolvem por meio de um intra e inter sistema de diálogo. Tal como ele explica, a semiosfera é o “espaço semiótico necessário para a existência e o funcionamento de diferentes linguagens” (1990, p. 123-5). Sua versão de semiótica não é fundada no significante ou sinal abstrato, mas em “sistemas semióticos separados” que podem apenas se tornar distintos e assimétricos dentro de um envoltório de uma unidade maior, a semiosfera, que é o “espaço semiótico ou mundo intelectual no qual a humanidade e sociedade humana estão envoltos e o qual está em constante interação com o mundo intelectual e individual dos seres humanos” (Lotman, 1990, p. 3). A semiosfera é um conceito de escala livre, que abrange encontros “de baixo para cima” ou de microescala, assim como sistemas nacionais e mundiais “de cima para baixo”, variando da cultura de mídia global à interação entre uma mãe e o seu filho recém-nascido, o que Lotman chama de “linguagem de sorrisos” (1990, p. 144). O modelo é essencialmente fractal, mostrando uma estrutura similar em escala micro e macro.

Lotman modelou a semiosfera com base na biosfera, um termo para o qual dá crédito a Vladimir Vernadsky (1943; 1938; ver também Lapo, 2001)². O próprio Vernadsky também usou o termo “noosfera” - a biosfera modificada pelo humano por meio do pensamento, trabalho e invenção (Samson & Pitt, 1998) Estes conceitos - biosfera, noosfera e semiosfera - permitem ao sistema de pensamento se afastar da ciência redutiva e do individualismo metodológico, para aprovar a “causação descendente” do sistema, das espécies para o espécime. Mas continuam sendo conceitos científicos: o conceito de biosfera é derivado da geologia.

A Humanidade, enquanto ser vivo, está inseparavelmente conectada aos processos materiais-energéticos de uma camada geológica específica da Terra - sua biosfera. A Humanidade não pode ser fisicamente independente da biosfera por um minuto sequer. (Vernadsky, 1943, p. 17).

Este “invólucro geológico” da biosfera inclui organismos vivos e espécies da terra e também suas interações, as condições para a continuação da vida e as ligações e relacionamentos entre todos os “seres vivos” (biota). A biosfera envolvente oferece as condições para a possibilidade de vida de qualquer espécie, exemplo, a dependência dos “H. sapiens” no oxigênio produzido por outras formas de vida (de algas marinhas a plantas), a simetria bilateral herdada (dos peixes) e as estruturas de cálcio para o esqueleto (dos animais), a exploração dos “combustíveis fósseis” e da matéria viva para a energia, etc. A Humanidade e a significância humana são apenas componentes químicos e matéria-energética geológica evoluídas (Herrmann-Pillath, 2010, p. 41). Contudo, tais sistemas estão sempre em transição e novidades “antropogênicas” podem produzir mudanças neles. Vernadsky (1943, p. 20) questiona que “aqui surge um novo enigma diante de nós. *O pensamento não é uma forma de energia.* Então como consegue mudar processos materiais?” Ele escreve: “Esta nova forma de energia biogeoquímica, que pode ser chamada de *energia da cultura humana* ou energia biogeoquímica *cultural*, é este tipo de energia biogeoquímica que cria atualmente a noosfera” (1938, p. 18, *itálicos meus*). Do ponto de vista de Vernadsky, após dominar o fogo e em um ritmo acelerado após a invenção da agricultura, a humanidade isolou metais como ferro e alumínio, produziu materiais inteiramente novos e impactou o planeta, a costa marítima, os oceanos e atmosfera com estruturas, materiais e atividades previamente desconhecidas. Na última metade deste milênio, “a inteira superfície do planeta foi abraçada por uma única cultura” (1938, p. 30), caracterizada pela “descoberta da impressão, pelo conhecimento da descoberta de áreas do globo previamente desconhecidas, o domínio de novas formas de energia - vapor, eletricidade, radioatividade... a criação do telégrafo e da rádio...” etc.

Estes desenvolvimentos resultaram no que Vernadsky chama de “consciência da unidade e igualdade entre todas as pessoas, a unidade da noosfera” em sociedades modernas e progressistas. A transição de biosfera para noosfera, como uma maior evolução dos processos e sistemas biogeoquímicos, é o

2 Compare com os conceitos de “noéticas” de W.J Ong (2012) - o estudo de como sabemos o que sabemos, nas sociedades orais, literárias e eletrônicas.

que alguns observadores estão chamando de “época Antropocênica” (Crutzen & Stoermer, 2000), durante a qual o conhecimento humano está mudando o geológico, assim como a composição biológica e climática do planeta³. Esta ideia sugere que o “pensamento” (Vernadsky), a *cultura* (Lotman), a *organização social* baseada na comunicação (Luhmann) e o *urbanismo* (Jacobs), os quais durante um período de alguns milhares de anos produziram o crescimento de conhecimento necessário para a industrialização e globalização, devem ser considerados agora a *época geológica*.

Mudanças de sistemas em uma escala tão grande são imperceptíveis e inconscientes no nível individual; não podem ser previstas usando uma ação individual, uma intenção ou um interesse pessoal racional como referência, o que pode explicar porque a resposta antropogênica à mudança climática tenha se tornado tão politizada. Infelizmente, a tomada do “debate” sobre as mudanças climáticas por políticos também demonstra que a retórica do adversário pode ser destrutiva à compreensão. Para entender as forças, causas, componentes, o funcionamento e as implicações de um fenômeno no nível do sistema e seus encontros com outros sistemas, é preciso mais do que uma mera politização entre adversários.

A ideia de Vernadsky de um invólucro acercando a terra que inclui a atmosfera e biosfera foi estendida por Lotman para incluir a cultura – a semiosfera ou invólucro dos sinais. Aqui podemos começar a olhar para a fabricação humana de sentido, cultura, pensamento e conhecimento, – assim como o “produto” destas atividades, incluindo cidades e lixo (Maxwell & Miller, 2012) – como forças que fazem parte da teia de causas em processos materiais. O conceito de semiosfera de Lotman começa a partir de um sistema, e da interação entre sistemas, para explicar a comunicação. Isso é importante porque, tal como a mudança da botânica taxonômica de Lineu (descrevendo a diferença) para a biociência evolucionária de Darwin (descrevendo a causa), ela oferece uma forma de conceitualizar a cultura como sendo um sistema adaptável e interativo (comunicativo).

Resumindo, a semiosfera de Lotman pavimentou o caminho para uma abordagem evolucionária da cultura. Ela chama a atenção de uma única elocução, locutor, língua ou linguagem, e a dirige para interações

3 Ver também: Crutzen e Schwägerl (2011). O artigo em si explica o conceito de “Antropocênica”. Os comentários incluem um de Dallas Blaney que questiona se este termo seria um sinônimo para o termo noosfera de Vernadsky.

entre populações inteiras e sistemas interseccionais. Elocuções únicas são possíveis apenas dentro de um sistema global de regras e, para ter início, essas regras precisam de uma interação mútua de “pelo menos” duas línguas. Logo, o ato elementar do pensamento é a *tradução*. Lotman usa a analogia da inteligência para introduzir a ideia da linguagem com o um “processo psicológico mútuo”: “A inteligência humana... não pode se ligar sozinha. Para que a inteligência funcione, é necessário haver uma outra inteligência... A inteligência é sempre um interlocutor” (1990, p. 2). Então, “a consciência humana é heterogênea. Um aparelho de pensar básico precisa incluir pelo menos dois sistemas construídos de formas diferentes para poder trocar as informações que pensaram” (1990, p. 36). A linguagem, cultura e o pensamento são constituídos no choque dos sistemas.

O trabalho de Lotman foi literário na orientação, embora estivesse interessado em outros sistemas textuais, incluindo cinema, mas o seu propósito era científico, na forma em que queria identificar o que Thorstein Veblen havia chamado de “sequência causal cumulativa” em fenômeno (Hodgson, 1998, p. 426), dentro do “espaço semiótico” da cultura. Logo, sua própria análise tem caráter empírico e histórico, mas ao mesmo tempo está voltada para a construção da teoria, da modelagem conceitual e da elucidação do processo casual nos sistemas de tomada de sentido. A abordagem de um sistema, um que também tem interesse na dinâmica histórica e nos mecanismos causais da mudança, é logo candidato para o status de uma abordagem evolucionária da cultura.

5. Saúde versus extorsão?

Incentivado pela ideia de Lotman de que o sentido é criado quando sistemas incomensuráveis e mutuamente intraduzíveis se chocam, o que parece ser aplicável com um grande poder explicativo à cidade, está na hora de se voltar para a teoria das indústrias criativas⁴.

Na última década, a ideia de indústrias criativas tem se tornado proeminente na política cultural e no planejamento econômico no mundo todo. Tal como outras boas ideias, não passaram incontestadas. Por

4 Os recortes seguintes incluem partes de uma apresentação que eu fiz de um workshop de pesquisa sobre o papel da economia criativa no desenvolvimento e na manutenção vibrante e próspero das comunidades no Reino Unido para o Conselho de Pesquisa em Artes e Humanidades (Dezembro 2010). Ver: www.slideshare.net/AHRC/cchartley.

exemplo, ao introduzir uma coleção de estudos sobre cidades criativas, Phil Cooke e Luciana Lazzeretti (2008) sentiram a necessidade de produzirem um relato diferenciador, fazendo uma distinção bem contundente entre “economia cultural” e “indústrias criativas”. Eles fizeram a diferenciação entre:

- **Economia Cultural:** “artistas, cantores, curadores e músicos treinados por um longo período de tempo” com um “status estético comparável com o de muitos sistemas de saúde”; sua fonte está na academia e nas instituições públicas.

- **Indústrias criativas:** “empreendedorismo beijando a extorsão”, onde: “todos fazem dinheiro, algumas em valores criminalmente altos”; suas fontes são as ruas, o mercado e as empresas privadas. (Cooke and Lazzeretti, 2008, p. 1-2).

Isso ilustra um tipo de posicionamento no pensar econômico e sociológico, assim como nas artes e crítica cultural, que prefere a cultura pública à empresa privada, especialmente em relação à cultura e criatividade. Tal preferência, de um lado apenas a “divisão” público/privado, produz esses dois modelos diferentes de propósitos criativos. Se fôssemos seguir a terminologia de Cooke e Lazzeretti para garantir o bem-estar da população, seriam chamados de “mo-

delo de saúde”, se favorecessem o desenvolvimento no âmbito do lucro seria chamado de modelo “de extorsão”. A natureza prejudicial da distinção é óbvia, e não se encaixa nos fatos, mas apesar da comparação ingrata e as ambiguidades e misturas associadas às experiências do dia a dia, ela reproduz algumas distinções já conhecidas e incorporadas nas instituições, que estão resumidas na **tabela 1**:

Os defensores da cultura pública (“saúde”) querem protegê-la contra as forças do mercado (“extorsão”), mas do ponto de vista de uma cidade criativa, é importante que ambas as colunas da Tabela 1 estejam presentes. Esta estrutura de oposição produtiva é análoga ao modelo de “textos formadores de lei” contra “textos anormais” que eu usei em uma explicação anterior do modelo de semiosfera de Lotman, nessa ocasião ao “universo da indigenidade” na mídiasfera australiana (Hartley McKee e 2000, p. 71-4). Nesse contexto, o argumento era de que as notícias caracterizadas por “anomalia” (ocorrências pontuais) só poderiam ser entendidas em contraste com os seus homólogos estruturais, que eram textos de “afirmação da lei” (por exemplo, “mitos”, como lendas da fundação). Assim, para Lotman (1990, p.151-3), histórias móveis e extraordinárias sobre diferença (surpresa, notícias, acidentes), que estão em tempo linear, sobre o mundo, e registram a violação de alguma ordem

78

ECONOMIA CULTURAL: “PLANOS DE SAÚDE”

INDÚSTRIAS CRIATIVAS: “EXTORSÃO”

| | | |
|----------------------|------------------------------------|--|
| MODA | Arte | Entretenimento |
| LOCUS | Instituição Cultural | Cena, festival, shopping, novidade |
| VALOR | Identidade Nacional | Diferença e diversidade global |
| ATRATIVO | Prestígio | Rede Social (rua, mídia, boates, multidões) |
| AGENCIA | Cidadania | Alfabetismo Digital |
| TEMPORALIDADE | Diurno | Noturno |
| DEMOGRÁFICO | Adulto | Juventude |
| PESQUISA | Jornal de Economia Cultural | Jornal de Ciência Econômica Cultural |

Tabela 1: Diferenciando cultural e criativo (adaptado de Hartley et al, 2012, p. 68)

estabelecida, só podem ser entendidas em contraposição com histórias repetitivas, especialmente fixas, sobre a identidade e igualdade, que são de tempo cíclico, sobre o ouvinte/leitor, e princípios interiorizados. Lotman explica claramente que ambos os tipos são necessários dentro de um sistema de semiosfera.

Eles executam funções diferentes, onde histórias “formadoras de lei” são auto comunicações (“auto-descrição”), fornecendo a função reflexiva/recursiva de estabilizar o sistema semiótico para uma determinada cultura, enquanto histórias anômalas fornecem uma estrutura significativa dentro da qual acomoda “acidentes” e “anomalias”, ou seja, o choque com o conhecimento de outros sistemas. Em nosso estudo sobre assuntos aborígenes na mídia australiana, estava claro que ambos os tipos de histórias estavam presentes na mídiasfera em geral, mas que o jornalismo - sem surpresa - tratou principalmente da “anomalia” (notícia), em vez das de “afirmação de lei”. Esses últimos encontravam-se no drama, em vez da notícia (embora estas não são distinções rápidas, porque muitas notícias contam histórias míticas, enquanto o drama pode ser um prenúncio de mudança). O “viés de mídia” é, portanto, estrutural: os meios de comunicação como um todo são apenas uma metade de uma estrutura maior da narrativa na semiosfera. Mas não há muitos jornalistas que podem fazer algo a respeito, dada a função cultural da notícia, que é de registrar anomalias.

O mesmo processo de estruturação e diferenciação pode também ser aplicado neste caso. Tanto na **Tabela 1** como **Tabela 2** (e, possivelmente, também na Tabela 3), a coluna do lado esquerdo corresponde

ao texto “afirmação de lei”, registrando regularidades (estritamente, mito), enquanto a coluna do lado direito gera “textos anômalos”, registrando informação nova. A modernidade também pode ser caracterizada como uma lenta mudança de ênfase de um lado para o outro, como “interação e interferência mútua”, leva os dois lados a um conflito, especialmente no “enredo” moderno de ficção, cinema e TV (Lotman, 1990: 153). Em outras palavras, modernos têm vindo a preferir a anomalia (notícias, originalidade, explosão) à afirmação de lei (mito, repetição, cultura), ainda que eles contem com a interação de ambos os sistemas.

Em vez de escolher entre as oposições resumidas nas **Tabelas 1 e 2**, eu prefiro vê-las na tensão estruturada e produtiva (“choque”); e proponho um propósito diferente para a criatividade - não a de saúde ou extorsão, mas a de inovação. Este modelo é baseado na visão de um sistema do processo criativo, onde o valor situa-se no “surgimento” e na elaboração de novas ideias que resultam em mudança e renovação em ambientes complexos (Vedres & Stark, 2010; Hélie, 2012). A abordagem de Lotman poderia prever que tal inovação ocorre onde os sistemas colidem; onde há atrito, zumbido e complexidade nos “pontos mais importantes para o processo de semiotização”, ao longo das fronteiras da semiosfera (Lotman, 1990; ver também Leadbeater & Wong, 2010). Historicamente, essas tensões são resolvidas e decididas nas cidades, onde os sistemas assimétricos, incomensurável e mutuamente intraduzíveis se encontram e se disputam na rua.

“CIDADE DO MUNDO”

“CIDADE CRIATIVA”

| | | |
|---------------------------------|--------------------|--|
| FONTE | Império (corte) | Instituição (regras) |
| RESULTADO DE... | Poder monárquico | Elite-móvel, escolhas |
| LOCAL | Castelo/Palácio | Porto/eixo/feira/mercado |
| | (Política) | (Comércio) |
| Valores | Grandeza (passado) | Atração (potencial) |
| VANTAGEM COMPETITIVA | Tamanho/poder | Afluxo/inteligência (cadinho de ideias) |
| DINÂMICA | Crescimento | Dinâmicas não lineares |
| RECURSOS | Capital afundado | Fatores complexos (pessoas capazes e empreendedoras) |
| MOTOR | Liderança | Empresa |
| TEMPORALIDADE | Passado | Presente/futuro |
| EXPERIÊNCIA DO VISITANTE | Turismo | Exploração (autorrealização) |

Tabela 2: Diferenciando a cidade criativa (de Hartley, Potts & MacDonald, 2012, p. 67)

6. Cidades criativas: semiose urbana

Então, o que é uma cidade criativa? Aqui, deve ser feita uma distinção entre uma grande cidade ou uma cidade do mundo baseada no poder e uma cidade criativa, que atua como uma “zona de atração” para pessoas criativas e empresas (Hartley, Potts & MacDonald, 2012)⁵. Grandes cidades estão associadas com império, e muitas vezes são planejadas; cidades criativas atraem novas ideias, empresas e pessoas (uma corte desproporcional de jovens), e são auto-organizadas. Em um estudo piloto para produzir um *Índice de Cidade Criativa*, uma equipe liderada por Jason Potts e minha pessoa, produziu uma tabela para diferenciar cidades criativas de “cidades do mundo” (**Tabela 2**):

Uma cidade criativa é aquela na qual as ideias prosperam, impulsionando o crescimento tanto econômico quanto cultural. Mas as ideias só prosperam onde elas são competitivas, contestadas, podem ser postas em prática, e onde a diferença e variedade estimulam a originalidade para permitir o surgimento da novidade (Hutter et al., 2010). Historicamente, este processo é mais intenso nos centros urbanos, especialmente nas capitais regionais ou nacionais, com uma diversidade de artes e ofícios, bem como os mecanismos para a troca de ideias, incluindo mercados. Criatividade e cidades foram feitas uma para a outra, mas o processo é “não linear”. Ele se baseia em sistemas complexos que interagem e às vezes são conflitantes. A cidade como uma invenção humana está altamente evoluída para lidar com a variedade, mudança e diferença no crescimento e na coordenação de conhecimentos e ideias. Choques e diferenças levam a mudança e inovação, que levam a aumento de elaboração. A cidade criativa é aquela em que “grupos de grupos” emergem, para permitir a auto-gestão da crescente complexidade, o crescimento e a elaboração do conhecimento.

“Extorsão” e “saúde” precisam permanecer *próximas* o bastante para interagir e se fecundar mutuamente. Em grandes cidades, essa oposição produtiva é literalmente construída em: instituições culturais de alta qualidade, incluindo galerias, museus e universidades que ficam agrupadas em um distrito; mercados de rua, shopping centers e com as sedes de empresas de mídia globais em outros distritos. Esta é a base para a teoria de aglomerado urbano de Michael

5 As tabelas nesta parte foram redesenhadas e revisadas a partir da obra de Hartley, Potts & MacDonald (2012).

Porter⁶. Aglomerar é a solução história, inicialmente não prevista para os problemas de complexidade; cidades são o resultado cumulativo. São grupos de grupos, com funcionamento e demografias distintas - mas com distritos interagindo entre si. A própria complexidade surge de inúmeras ações individuais e organizacionais, estimulada pela diferença competitiva entre artistas criativos, “a dialética característica da discordância, insatisfação, até mesmo alienação” (Cooke & Lazzarretti, 2008, p. 4) que desencadeia novos trabalhos, que por definição são originais e inovadores. Esse raciocínio para as artes é o mesmo que para as indústrias criativas baseadas no mercado, apesar das diferenças que os dividem (Beinhocker, 2006). E ambos são necessários para uma cidade criativa - todos prosperam com a complexidade, competição, conflito, criatividade e coordenação.

Richard Florida (2009), em resposta à crise financeira global de 2008-9 e seu impacto sobre as cidades americanas, argumenta que o pessoal criativo vai se agrupar de maneira ainda mais intensa em certos tipos de ambientes, concentrando-se em quarenta e tantos concorrentes complexos das megacidades em todo o mundo. Ele enfatiza a importância dessas cidades como atrativos e aceleradores de criatividade, caracterizadas por:

- A maior velocidade de ideias,
- A maior densidade de pessoas criativas,
- A taxa mais elevada de “metabolismo urbano”.

Logo, a “cidade criativa” resulta de um agrupamento de seus habitantes e visitantes, ambos os artistas profissionais e cidadãos criativos, e não apenas de sua planta industrial. Pense em “festival” e não “fábrica”. O que é importante para os polos de criatividade não é de similaridade (ou seja, um agrupamento de empresas similares), mas a variedade e diversidade (Lazzarretti et al 2009, p. 21) - o choque de opostos.

7. Artistas, consumidores e o choque dos sistemas

Quando aplicado à pessoa do artista, é fácil ver como “o choque de sistemas” agrega valor ao talento individual e energia, na China, por exemplo:

6 Ver o Instituto de Estratégia e Competitividade de Porter na Harvard Business School, onde muitas publicações de sua autoria, e de seus colegas, sobre os aglomerados de negócios estão disponíveis: www.isc.hbs.edu/econ-clusters.htm.

Na China, o artista pode ser um empresário, um amador, um iconoclasta ou um “trabalhador cultural” empregado pelo Estado. Ele pode ser um diretor de cinema, performer, cantor, poeta, pintor ou artista de vídeo. O papel do artista mudou ao longo do tempo: de agente de mudança a funcionário do Estado, de iconoclasta a artesão, e, mais recentemente, a agente econômico. (Keane, 2013, p. 127)

Seria difícil manter essas atividades, funções e pessoas se (como o Daffyd de Little Britain poderia ter dito) você é “o único artista na aldeia”. A fertilização cruzada entre os sistemas é obrigatoriamente mais lenta ou menos rica em opções em áreas regionais, rurais e remotas. Artistas são parte da produtividade da cidade; suas atividades mais inovadoras são melhor compreendidas como produtos da semiose urbana.

É claro que os artistas sempre foram os agentes econômicos. De fato, de acordo com Swedberg (2006), o jovem Joseph Schumpeter usou-os para criar o seu conceito de empreendedor, sobre o qual se funda a economia evolucionária (**Tabela 3**):

Esta fórmula empresarial e artística para a cidade criativa se concentra em empresas, no mercado de trabalho (artistas, artesões-trabalhadores e artesãos) e no processo de produção (especialmente na mídia criativa, onde é totalmente industrializada). Há um

elemento faltante: o público e o consumidor. As indústrias criativas são diferentes de outros setores da economia, porque *a oferta precede a demanda* (Lei de Say) - as pessoas não sabem se irão gostar de uma nova produção criativa até ela sair. Para que artistas e empresas criativas tenham sucesso, eles precisam de um público bem informado e atento, com quem eles podem manter uma relação dialógica, usando vários mecanismos para gerar e “agregar” novidade por chamar sua atenção. Além do mais, desde o surgimento das mídias digitais e participativas, os públicos tornaram-se produtivos. A diferença histórica entre produtores e consumidores - especialistas e amadores - está sendo desafiada. Com o crescimento da mídia social e conteúdo criado pelo usuário, a produtividade do sistema como um todo é maior. Tecnologias digitais conectam e misturam conteúdo criado pelo usuário perfeitamente com conteúdo criado por empresas (como no *YouTube*), e a facilidade de fazer o upload de “conteúdo” significa que as atividades criativas de pessoas não profissionais - músicos, blogueiros, brincalhões - pode chamar a atenção do mundo ou criar novos nichos de mercado. Os consumidores e os produtores estão ligados em redes mutuamente participativas. Logo, cidades criativas requerem uma população criativa - uma que esteja conectada por banda larga de alta velocidade, assim como ruas

A MAIORIA ESTÁTICA

- Busca equilíbrio
- Repete o que já foi feito
- Passivo, baixa energia
- Seguidores
- Aceita formas existentes para fazer as coisas
- Forte resistência interna diante de mudança
- Sente hostilidade diante de novas ações dos outros
- Toma decisões racionais

- Motivado exclusivamente pelas necessidades e para apenas quando estas estão satisfeitas
- Não controla recursos e não tem necessidade de novos recursos

O EMPREENDEDOR/ O ARTISTA

- Se liberta de um equilíbrio
- Faz algo de novo
- Ativo, energético
- Líderes
- Cria novas combinações
- Não sente resistência à mudança
- Luta contra a resistência as suas ações
- Toma decisões intuitivas entre alternativas existentes ou uma multidão de novas alternativas

- Motivado pelo poder e pela alegria na criação
- Não comanda recursos, mas pega em prestado o que precisa

Tabela 3: Os paralelos de Schumpeter entre o empreendedor e o artista (Swedberg, 2006, p. 250; de Hartley et al, 2013).

abertas - como parte de seu complemento de artistas e empresas.

Um dos sinais mais importantes desta nova sensibilidade é a arte de rua decorrente do grafite anônimo. Este é “conteúdo criado pelo usuário”, com o toque adicional de desaprovação oficial. Foi rapidamente canonizado - mudando de “anômala” para textualidade “de afirmação de lei” - nas cidades “cool”, através de artistas como Keith Haring (Nova-Iorque dos anos 80), Banksy em Bristol (Reino Unido) e outros (Banet-Weiser, 2011), com exemplos preservados in situ como atrações turísticas (pelo menos temporariamente), por exemplo o “Aerosol Art Center” de 5Pointz em Long Island, o Muro de Berlim, ou pistas de Melbourne. Agora são tão comuns que as autoridades da cidade os encorajam e licenciam, criando uma nova distinção entre “arte de rua” (autorizados) e “pixo de marcação” (apagado)⁷.

O graffiti é um marcador visível da criatividade “de baixo para cima” da vida urbana. Às vezes, é uma expressão da presença noturna do jovem anônimo, às vezes de humores mais escuros provocados por acontecimentos contemporâneos, como por exemplo: em edifícios oficiais na antiga Alemanha Oriental após a unificação, onde eu vi a frase “*Primeiro eles nos trazem cultura; em seguida, eles tomam dos nossos apartamentos pulverizados*” (em alemão) em uma parede em Weimar; em torno de Beijing e Hong Kong em apoio do artista Ai Weiwei em 2011; ou em muitas cidades de Istambul pelo Oriente Médio e Norte da África durante a Primavera Árabe, por exemplo, após o incidente da “mulher do sutiã azul” no Egito, de dezembro de 2011. Esta é a semiose urbana na sua forma mais direta, e que exige um choque produtivo, dinâmico, entre as antigas categorias distintas do artista e do cidadão-consumidor.

8. As quatro fases/modelos das indústrias criativas

A maioria das discussões políticas até hoje focou a parte “criativa” das “indústrias criativas”. Mas o setor evoluiu e cresceu desde que foi identificado pela primeira vez na década de 1990. Atualmente, diferentes fases ou modelos podem ser identificados

⁷ A cidade de Melbourne adotou a arte pública como um atrativo em seu perfil turístico. Ela desenvolveu regras para diferenciar a arte do graffiti, assim como licenças para artistas e donos de propriedades que querem manter suas artes de rua: www.melbourne.vic.gov.au/For-Residents/StreetCleaningandGraffiti/GraffitiStreetArt/Pages/Whatisstreetart.aspx.

(Hartley, 2009, ch2). Cada um tem complementado - não suplantado - o anterior. O resultado é que agora é muito mais fácil ver como a criatividade depende de cidadãos-consumidores, tanto quanto de empresa-artistas, e o quanto cidades dependem de seus cidadãos, bem como a sua economia para atingir a criatividade. Logo, para uma cidade verdadeiramente criativa, o que é necessário não é apenas um modelo de indústrias criativas, mas quatro sistemas criativos: cada um deles podendo ser descrito separadamente, muitas vezes se sobrepondo, e confrontando-se em tensão criativa à medida que crescem e mudam em relação uns aos outros. Estes se encontram resumidos na **Tabela 4**:

CI-1: CONGLOMERADOS CULTURAIS

Definição de Indústrias

- Uma rede especializada e fechada de inovação (interna à empresa)
- Grupos de diferentes setores da indústria - publicidade, arquitetura, edição, software, artes performáticas, produção de mídia, arte, design, moda etc.
- que, juntos, produzem obras ou criações criativas
- Definição de provedor-líder ou baseado em oferta: institucional (nível médio) criatividade; produção elaborada por organizações especializadas
- Indicadores: “saídas criativas”, ou seja, bens de consumo com preços em valores criativos (ou seja, agregando valor à informação ou material), incluindo música, escrita, design, performance

O setor CI-1 representa entre 3% e 8% das economias avançadas (Reino Unido, EUA, Austrália), e é de crescente importância nas economias emergentes (exemplo: China, Indonésia, Brasil), de alto crescimento com um efeito multiplicante da economia.

Tabela 4: Quatro modelos de indústrias criativas (adaptado de Hartley, Potts e MacDonald, 2012)



Foto: SoundFocusPhotography

CI-2: SERVIÇOS CRIATIVOS

Definição de serviços econômicos

- Sistema de inovação fechado
- “Serviços Criativos “ - soluções criativas por ocupações criativas e empresas (profissionais, designers, produtores, artistas e escritores)
- Valor agregado para os setores “não-criativos” (por exemplo, saúde, governo) por serviços criativos: criatividade institucional (nível médio)
- Indicadores: contratação de pessoas criativas especialistas (profissionais, designers, produtores, artistas e escritores)

Serviços criativos expandem as indústrias criativas em pelo menos um terço, segundo a pesquisa do CCI, por meio do conceito da “tridente criativa” (Higgs et al, 2008). O input criativo é de alto valor agregado; estimula a economia como um todo e incentiva a inovação em setores de outra forma estáticos (por exemplo, de fabricação).

CI-3: CIDADÃOS CRIATIVOS

Definição cultural

- Abrir a rede de inovação (inovação além das empresas e profissionais)
- Número de “cidadãos criativos” - população, trabalhadores, consumidores, usuários e empresários, artistas
- Criatividade pessoal (nível micro)/microprodutividade/baseado no mercado e fora dele
- Concentre-se agora na produtividade do usuário (computação em nuvem, crowdsourcing, etc.)
- Conteúdo de mídia social/criado pelo usuário
- Indicadores: produção emergente das redes sociais; através das instituições microprodutivas (por exemplo, YouTube, Google)

Esta é uma definição liderada pelo usuário pelo lado da demanda, onde, em princípio, as energias de todos podem ser aproveitadas. Ele agrega o valor das redes sociais e da agência individual de populações inteiras para o crescimento do conhecimento. É o domínio da experimentação e adaptação, onde a ação individual pode ter efeitos no nível da rede: logo, é a “borda” dinâmica da *emergência sistêmica*.

Definição de Mistura Urbana

- Choque e fricção entre sistemas: indústria/economia e cultura (exemplo: em interesses conflitantes no compartilhamento de propriedade intelectual)
- Locais para encontros sociais e misturas, assim como fricção: conectando a cultura e economia, diversidade, tolerância e civilidade
- Cidades criativas são então aquelas nas quais coabitam quatro tipos – a indústria, economia, cultural e semiose urbana
- Criatividade em escala populacional (nível macro)

Os primeiros dois modelos CI-1 e CI-2 – são baseados na economia. CI-3 é baseado na cultura, “tecnologicamente equipado” (Papacharissi, 2010). Na frase de Clay Shirky de 2006: “Lá vem todo mundo!” Neste modelo, todo o potencial criativo de todo mundo pode ser armazenado para inovações, que podem vir de qualquer parte do sistema. Na verdade, CI-3 é radicalmente diferente de CI-1 e CI-2 porque (I) ele foca na cultura e não na economia, no consumidor ou usuário e não no produtor, e na população como todo (redes sociais) e não nas firmas; (II) é o beneficiário da revolução digital, oferecendo um desafio direto e fundamental para os modelos de negócios da “indústria”; e (III) é potencialmente o modelo de criatividade mais produtivo (por ser mais expansivo) do que os que são ligados apenas a sistemas de especialistas.

CI-3 é, portanto, outro exemplo de como o choque de sistemas está provando ser o motor da mudança na produtividade criativa. Ao invés de ser vista como a geradora de uma indústria, a inovação criativa torna-se uma propriedade de sistemas complexos, relações socialmente construídas em rede, e a interação de atividades culturais e econômicas. Além disso, as próprias redes sociais são fontes de inovação; elas não são apenas distribuidoras de mídia. A força da inovação proveniente de CI-3 está colocando pressão sobre CI-1, como pode ser visto no âmbito dos direitos de propriedade intelectual (DPI), que foram fortemente inclinados em favor aos fornecedores industriais. Não foram reconhecidos os “direitos” dos que queriam copiar e compartilhar conteúdo criativo. Um cruel regime de execução transformou consumidores em criminosos, principalmente na indústria da música. O efeito desastroso desta política, tanto na inovação como na própria indústria está começando

a ser reconhecido em movimentos recentes de reforma da legislação dos DPI (por exemplo, Hargreaves, 2011), embora o contra-ataque de lobistas seja evidente, na intenção de proteger os interesses corporativos.

Logo, os quatro modelos não são baseados na tentativa de definir cada vez mais rigidamente como a “criatividade” é “uma indústria”, mas, ao contrário, em mostrar como ela precisa ser levada em conta à medida que a distância com a indústria cresce cada vez mais. Não é até chegarmos aos estágios CI-3 e CI-4, onde a criatividade atinge dimensões culturais nas cidades, ao invés de estar confinada a processos de produção em empresas, que as ligações produtivas entre cultura e economia, o talento individual e a escala social, podem entrar em foco. Além disso, é apenas nesse ponto que podemos levar devidamente em conta os sistemas tecnológicos - o crescimento das TICs (tecnologias de informação e comunicação), da mídia digital e Internet - porque estes são agora não apenas tecnologias de empresas (como era antes), mas de todas as formas culturais da sociedade (como a Internet). Em outras palavras, se limitarmos a noção de indústrias criativas para as tradicionais (ou seja, analógicas) artes criativas em suas formas industriais ou profissionais, não podemos explicar a importância - tanto econômica como cultural - de conteúdo criado pelo usuário e da crescente escala de redes sociais computadorizadas. Já que estes são claramente motores importantes das indústrias criativas, precisamos de todos os quatro modelos antes que possamos explicar a inovação criativa e a integração dos significados e valores culturais e econômicos. Finalmente, CI-4 nos lembra que estes desenvolvimentos são competitivos e desiguais no espaço, assim como no tempo. Algumas cidades atingem picos de criatividade inovadora em comparação com outras. Em termos abstratos, as cidades são “eixos” em redes sociais-criativas-informativas-empresariais globais, mas na realidade histórica, as cidades nascem e ruem de forma competitiva, e estão no centro da dinâmica criativa.

Iuri Lotman tendia a analisar este dinamismo ao nível dos países, em vez de cidades, comparando a alternância de tomada de turnos de recepção e transmissão de ideias entre diferentes nações europeias. Mas ele reconheceu o poder das cidades, argumentando que “na era do Iluminismo [a França] fez toda a Europa falar a sua língua... Paris tornou-se a capital do pensamento europeu, e inúmeros textos saíram de França e foram parar em todos os cantos da Europa”. O próprio Iluminismo, anotado por Lotman como

84

“tolerância religiosa, o culto à natureza e à razão, e a erradicação das antigas superstições em nome da liberdade do Homem” (1990: 146), emanava de uma cidade para o mundo, através da semiosfera.

9. Destruição criativa e aprendizado social

Pode parecer desnecessariamente complicado propor uma “definição” para as indústrias criativas que requer quatro componentes, cada um em desacordo com os outros. Mas isso não parece ser como o “sistema de sistemas” funciona. Para tornar as coisas ainda mais difíceis para os criadores de regras, as mudanças tecnológicas e sociais é que estão comandando o ritmo. Principalmente, o rápido crescimento da internet e das mídias sociais tem tido um efeito disruptivo, especialmente com o aumento de conteúdo criado pelo consumidor. As existentes indústrias criativas “análogas” foram entre as primeiras a experimentar as “tempestades de destruição criativa” schumpeterianas (Schumpeter, 1942), que acompanharam o desenvolvimento das redes digitais globais e da sua aceitação por “todo mundo”. O motor das indústrias criativas está se transformando, indo das “artes e mídia” com direitos autorais às redes digitais “publique-se você mesmo”. Exemplos incluem o YouTube, Facebook, Wikipedia, Twitter e outros sites e redes sociais, que fornecem uma plataforma para conteúdos criados pelos utilizadores e “mercados de redes sociais” (Potts et al, 2008), assim como o meio popular e global de troca de semiose urbana.

A “invenção” mais importante da internet tem sido “o usuário” (CI-3). Entre as disrupções que se seguiram, o usuário digital está em tensão com o detentor análogo de direitos autorais, uma tensão que de forma alguma está resolvida. A ênfase muda dos direitos autorais (CI-1) para a inovação (CI-3); dos DPI (IC-1 e IC-2) para a emergência (CI-3 e CI-4). Enquanto as indústrias criativas requerem uma forte aplicação de direitos autorais por agências globais como a OMPI (Organização Mundial da Propriedade Intelectual), uma cultura criativa opera no axioma de que “conhecimento compartilhado é conhecimento adquirido”⁸.

Dada à importância dos usuários enquanto produtores, a aprendizagem e experimentação são elementos vitais da criatividade, mas eles estão ausentes

8 WIPO mantém um forte interesse nas indústrias criativas, especialmente nos países em desenvolvimento. Ver, por exemplo: www.wipo.int/copyright/en/creative_industries/; e www.wipo.int/ip-development/en/agenda/flexibilities/resources/studies.html

dos modelos padrões das indústrias criativas. Novas ideias podem vir de fora do contexto industrial da especialização, para incluir a aprendizagem entre os inúmeros usuários, e aprendizagem de redes-como-agentes. Este tipo de aprendizagem criativa em rede é informal, distribuído ponto a ponto, na hora certa e também é imitativo. Para a população em geral, é frequentemente associada a formatos de entretenimento (“jogos”) em vez de sistema de educação formal. A população agora é um recurso produtivo em seu próprio direito. Assim, um pré-requisito para o crescimento econômico é a educação - formal e informal - para o crescimento da produtividade criativa e interação entre os usuários.

Contudo, da mesma forma que é para as indústrias criativas, é para a educação: não é o “provedor” que importa, mas os “usuários”. Cidades com altos números de estudantes lideram as tabelas da criatividade global, e os alunos levam à diversificação. De acordo com Malcolm Gillies (2013), 100.000 dos meio milhão de alunos de Londres são estudantes internacionais, e a “maioria dos alunos de graduação que estudam em Londres se identifica como outra raça do que com o caucasiano britânico”. Os alunos são misturadores globais, early adopters, têm uma renda relativamente alta e descartável (dinheiro que sobra para novidades), são móveis, experimentadores, migram para eventos especiais, festivais, e colonizam bairros negligenciados de baixa renda, frequentemente revivendo-os no processo. Assim, eles desempenham uma função social de aprendizagem para as cidades. Este não é um trabalho para o ensino superior e as escolas enquanto instituições; é realizado informalmente em meio ao “choque de sistemas” que as pessoas experimentam como parte da vida urbana. Na verdade, as pessoas precisam se agrupar, tanto fisicamente quanto online, tanto quanto os produtores o fazem. O forte apelo das atrações urbanas informais enquanto plataformas de aprendizagem social é demonstrada pela negação - muitas universidades são planejadas como campis isolados medievais monásticos, mas aqueles que são mais integrados com a cidade são mais populares entre os estudantes, e suas cidades aparecem mais elevadas na escala de “agito” e “vida noturna”⁹.

Em um ambiente tão animado, a inovação criativa acelera tanto formalmente (educação e as artes) e in-

9 Exemplo: O *ranking* das melhores universidades com “vida noturna” da revista *Which* (Reino Unido): “Talvez, sem surpresa, as universidades da cidade são altamente destacadas”: <http://university.which.co.uk/advice/top-universities-for-nightlife-as-voted-by-students-477>.

formalmente (participação e mídia). A inovação em si já pode ser vista tanto como uma produção “elaborada” por organizações especializadas (CI-1 e CI-2), e significados “emergentes” decorrentes de redes sociais distribuídas e auto-organizadas (CI-3 e CI-4). O que liga todos eles são as ideias. Como John Howkins (2009) explica, “as ideias são a nova moeda.” Este tipo de moeda não é sempre monetizada. Algumas ideias circulam totalmente fora do mercado, operando em redes sociais e em economias de atenção. Para outros, muitos artistas criativos e empresas startup salientam que “ideias emergentes” e fazer dinheiro, especialmente em “quantidades criminalmente grandes”, de Cooke e Lazzeretti, podem ser separados não por setor, mas por tempo - o vídeo no YouTube de hoje da babá pode ser o IAVL (Indivíduo de Alto Valor Líquido) de amanhã no paraíso fiscal.

10. Cidades como meio para cultura e economia

Na prática, uma combinação dos agrupamentos criativos do CI-1, dos serviços criativos do CI-2, e dos cidadãos criativos do CI-3, faz parte da infraestrutura intelectual de uma cidade criativa (CI-4), reunindo em um só lugar as energias dos (o corte representando tanto o choque e a conexão): produtores/consumidores; propriedade intelectual/capital intelectual; elaborar/criatividade emergente; trabalho/lazer; oferta/demanda. A cidade criativa é um “meio” (no sentido da arte) pelo qual a criatividade de toda a população é misturada e circulada. Com uma criatividade digital amplamente distribuída, a extensão e quantidade de experimentação e adaptação aceleram em todo o sistema econômico-cultural, assim como o potencial para a distribuição de soluções que podem ampliar rapidamente de “startups de garagem” para aplicações globais (por exemplo, iTunes). Esta noção ampliada e acelerada de criatividade como um ampla base de “cultura inovadora” (CI-3) significa que cidades necessitarão de diferentes políticas de configurações em comparação com aquelas que enxergam as “indústrias criativas” apenas como um setor da economia (ou seja, CI-1 e CI-2).

A economia criativa pode ser entendida como inovação habilitada, onde os agrupamentos da indústria (*real-estate*) estão apenas na primeira etapa. Uma adaptabilidade rápida no “choque de sistemas” é necessária para a sobrevivência, e a inovação precisa ser modelada em uma “escala livre”, a fim de vincular agências “de cima para baixo” (“top-down”), com as

aplicações distribuídas globalmente (tanto culturais quanto econômicas) por meio de mídias digitais e as redes sociais. Repensar as indústrias criativas como inovações sociais habilitadas incentiva mudanças nas definições de política de cidade:

Criatividade

- Cultivo da semiose urbana e do choque produtiva dos sistemas
- A passagem do produtor para o consumidor
- De especialistas para os usuários
- Redes como “lugares” produtivos dentro das cidades

Planejamento urbano

- Mudança e imobiliário para recursos humanos
- Ênfase em como ativar e melhorar o aprendizado social
- Desde o planejamento provedor para redes em evolução (urban emergence: Hélie, 2012)

Economia

- Do setor da indústria para sistemas abertos, complexos e adaptáveis
- Interação entre cultura e economia
- Do copyright à inovação; do DPI à emergência

Em termos de infraestrutura física, será importante focar não na unidade de produção, mas na relação-formação, tirando a atenção das soluções imobiliárias para redes sociais e lugares para se misturar os “bairros” tipicamente criativos das cidades (Roodhouse, 2010). Estes incluem “cenas”, festivais, concursos de incentivo ou premiações, e locais que permitem a integração de abordagens culturais e econômicas com a criatividade, a mistura de ideias, e uma rica interação produtiva entre “consumidores empreendedores” (Hartley & Montgomery, 2009) e empresas criativas (*Tabela 5*).

Construir uma cidade criativa requer alimentar todas as três colunas de atributos presentes na Tabela 5: a cultura para a “emergência”; um lugar para poder se “misturar”; e a economia para a coordenação e criação de uma escala. A Tabela 5 também mostra como a coluna central, a cidade, atua como o meio entre a cultura e a economia, o lugar onde as “dobras estruturais” entram em contato intenso, trazendo os diferentes valores, atores e conhecimento dos sistemas culturais e econômicos em uma “casamentabilidade” produtiva. Os modelos de linguagem e cultural dos sistemas explicam como funciona.

| CULTURA* | LUGAR | ECONOMIA |
|----------------------|---------------------|--------------------------------|
| Consumo | Mediação | Produção |
| Demanda | Plataforma | Oferta |
| Novidade agrupamento | Conexões Urbanas | Instituições e firmas |
| Capital Intelectual | Comunidade contexto | Propriedade Intelectual |
| Identidade | Conhecimento | Crescimento |
| Jogo | Mistura / Movimento | Trabalho |
| Cena/Festival | Cidade Bairro | Indústria Agrupamento |
| “Social...” | Rede... | Mercados... (Potts et al 2008) |
| Cultura criativa | Cidade criativa | Indústrias criativas |

* **NOTA:** Aqui, a "cultura" significa a esfera cultural distinta das esferas políticas e econômicas: ela não se refere apenas à "alta" cultura ou cultura "pública", mas também às práticas culturais da vida urbana cotidiana. A partir desta perspectiva, a esfera cultural deve ser vista como produtiva, embora não esteja formalmente organizada em empresas ou instituições. Assim, esta coluna não limita a "cultura" para o consumo ou entretenimento, mas reconceitualiza seus esforços a partir de seu status.

Tabela 5: Cidades enquanto incubadores de mercados de rede sociais

Referências

ARTHUR, B. *The Nature of Technology: What It Is and How It Evolves*. New York: Free Press., 2009.

BANET-WEISER, S. "Convergence on the Street: Rethinking the Authentic/Commercial Binary." *Cultural Studies*, 27: 4/5, 2011, 641-58.

BEINHOCKER, E. *The Origin of Wealth: Evolution, Complexity, and the Radical Remaking of Economics*. Harvard Business School Press / Random House, 2006

BETTENCOURT, L. "The kind of problem a city is: New perspectives on the nature of cities from complex systems theory." SFI Working Paper. Santa Fe Institute, 2013, 1-14. Online: www.santafe.edu/media/workingpapers/13-03-008.pdf; and see: www.santafe.edu/news/item/science-bettencourt-cities-framework/.

COOKE, P. & LAZZARETTI, L. (org.). *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*. Edward Elgar, 2008.

CRUTZEN, P.; STOERMER, E. "The "Anthropocene"?" *Global Change Newsletter* 41, 2000, 17-18.

CRUTZEN, P.; SCHWÄGERL, C. "Living in the Anthropocene: Toward a New Global Ethos." *Yale Environment* 360, 2011 Online: http://e360.yale.edu/feature/living_in_the_anthropocene_toward_a_new_global_ethos/2363/.

Cultural Studies Rethinking Convergence / Culture (special issue), 2011,. Vol 24:4-5, 473-699.

DERRIDA, J. *Writing and Difference*. Chicago: University of Chicago Press, 1978.

DESROCHERS, P. "The Nature of Economies by Jane Jacobs" (review). *Le Québécois Libre* 61, 2000 <http://www.quebecoislibre.org/000429-3.htm>.

FLORIDA, R. "How the Crash Will Reshape America."

The Atlantic Magazine, 2009 www.theatlantic.com/magazine/archive/2009/03/how-the-crash-will-reshape-america/7293/

GILLIES, M. "City State." *Times Higher Education*, 18 July 2013: www.timeshighereducation.co.uk/comment/columnists/capital-gains-and-pains/2005766.article

HARGREAVES, I. *Digital Opportunity: A review of Intellectual Property and Growth*. London: Intellectual Property Office, 2011 www.ipo.gov.uk/ipreview.htm

HARTLEY, J. *The Uses of Digital Literacy*. St. Lucia: UQP; New Brunswick NJ: Transaction Publishers, 2009.

HARTLEY, J. "Silly Citizenship." *Critical Discourse Studies*, 7:4, 2010, 233-48.

HARTLEY, J. & A. McKee. *The Indigenous Public Sphere*. Oxford: Oxford University Press, 2000.

Hartley, J.; MONTGOMERY, J. "Fashion as Consumer Entrepreneurship: Emergent Risk Culture, Social Network Markets, and the Launch of Vogue in China". *Chinese Journal of Communication*, 2:1, 2009, p. 61-76.

HARTLEY, J et al. *Key Concepts in Creative Industries*. London: Sage, 2013.

Hartley, J. et al *Creative City Index*. *Cultural Science Journal*, 5:2 (whole issue), 2012: <http://cultural-science.org/journal/index.php/culturalscience/issue/view/10>

HÉLIE, M. *Emergent Urbanism*. 2012. Blog: <http://emergenturbanism.com/>

HERRMANN-PILLATH, C. *The Economics of Identity and Creativity: A Cultural Science Approach*. St Lucia: UQP, 2010 (Transaction edition published 2011).

HESMONDHALGH, D. *The Cultural Industries*. 3rd edn. London: Sage, 2013

HIGGS, P; CUNNINGHAM, S.; BAKHSHI, H. *Beyond the Creative Industries: Mapping the Creative Economy*

- in the UK. London: NESTA; 2008 www.nesta.org.uk/library/documents/beyond-creative-industries-report.pdf.
- HODGSON, G. "On the evolution of Thorstein Veblen's evolutionary economics." *Cambridge Journal of Economics*, 22, 1998, 415-31.
- HOWKINS, J. *Creative Ecologies: Where Thinking is a Proper Job*. St. Lucia: UQP; New Brunswick NJ: Transaction Publishers, 2009.
- HUTTER, M. et al. Research Program of the Research Unit "Cultural Sources of Newness". (Discussion Paper SP III 2010-405). Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 2010. Accessible at: www.econstor.eu/bitstream/10419/56935/1/69000155X.pdf
- JACOBS, J. *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House, 1961.
- JACOBS, J. *The Nature of Economies*. New York: Random House, 2000.
- KEANE, M. *Creative Industries in China: Art, Design and Media*. Cambridge: Polity Press, 2013.
- KONNER, M. *The Evolution of Childhood*. Cambridge MA: Harvard University Press, 2010.
- LAPO, A. "Vladimir I. Vernadsky (1863-1945), founder of the biosphere concept." *Int. Microbiol.* 4:1, 47-9, 2001. Accessible online: www.im.microbios.org/13march01/09%20Lapo%20%28P%29.pdf
- LEACH, E. "Anthropological Aspects of Language: Animal Categories and Verbal Abuse." In: MARANDA, P. *Mythology*. Harmondsworth: Penguin, 1964, 39-67.
- LEADBEATER, C. ; WONG, A. *Learning from the Extremes*. Online: Cisco, 2010 www.cisco.com/web/about/citizenship/socio-economic/docs/LearningfromExtremes_WhitePaper.pdf.
- LOTMAN, Y. *The Structure of the Artistic Text*. Ann Arbor MI: University of Michigan Press, 1976.
- LOTMAN, Y. *The Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture*. Bloomington: Indiana: Indiana University Press, 1990.
- LOTMAN, Y. *Culture and Explosion*. Berlin: Mouton de Gruyter, 2009.
- LAZZERETTI, L; BOIX, R; CAPONE, F. Why do creative industries cluster? An analysis of the determinants of clustering of creative industries. IERMB Working Paper in Economics, n° 09.02, 2009.
- LUHMANN, N. *Theory of Society Volume 1*. Stanford, CA: Stanford UP, 2012.
- MAXWELL, R; MILLER, T. *Greening the Media*. Oxford: Oxford University Press, 2012.
- MEHAFFY, M. "The Power of Jane Jacobs" "Web Way of Thinking". Online: Planetizen, 2011. www.planetizen.com/node/53128.
- MEHAFFY, M. "The kind of problem architecture is: Returning to Jane Jacobs" final chapter of *The Death and Life of Great American Cities* . S/D Katarxis N° 3: www.katarxis3.com/Jacobs.htm.
- MILLER, T. "A view from a fossil: The new economy, creativity and consumption – two or three things I don't believe in." *International Journal of Cultural Studies*, 7:1, 2004, 55-65.
- O'CONNOR, J. *The Cultural and Creative Industries: A Literature Review* [2nd edn]. Newcastle upon Tyne: Creativity, Culture and Education, 2010, Accessible at: http://eprints.qut.edu.au/43835/1/Literature_review_second_edition.pdf
- ONG, W. *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*. 30th Anniversary edition with additional chapters by John Hartley. London: Routledge, 2012.
- PAPACHARISSI, Z. *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*. Cambridge: Polity, 2010.
- POTTS, J et al. "Social network markets: a new definition of the creative industries." *Journal of Cultural Economics*, 32:3, 2008, 166-185.
- ROODHOUSE, S. *Cultural Quarters: Principles and Practice*. 2nd edn. Bristol: Intellect Publishers, 2010.
- ROSS, A. *Nice Work If You Can Get It: Life and Labor in Precarious Times*. New York: New York University Press, 2010.
- SAMSON, P; PITT, D. (org.). *The Biosphere and Noosphere Reader, with a foreword by Mikhail Gorbachev*. London: Routledge, 1999.
- SAUSSURE, F. *de Course in General Linguistics* (trans. Wade Baskin). London: Fontana/Collins, 1974
- SCHÖNLE, A; SHINE, J. "Introduction." In. *Lotman and Cultural Studies: Encounters and Extensions*. Madison WI: University of Wisconsin Press, 2006, 1-35.
- SCHUMPETER, J. A. *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper, 1942
- SHAW, G. B. *The Intelligent Woman's Guide to Socialism, Capitalism, Sovietism and Fascism*. Harmondsworth: Pelican Books, 1937.
- SHIRKY, C. *Here comes Everybody: The Power of Organizing without Organizations*. NY: Penguin, 2006.
- SWEDBERG, R. "The Cultural Entrepreneur and the Creative Industries: Beginning in Vienna". *Journal of Cultural Economics*, 30, 243-61, 2006.
- UN (United Nations) *Urban and Regional Areas 2009*. Online: www.un.org/en/development/desa/population/publications/urbanization/urban-rural.shtml.
- VEDRES, B; STARK, D. "Structural Folds: Generative Disruption in Overlapping Groups". *American Journal of Sociology*, 115:4, 2010, 1150-90.
- VERNADSKY, V. I. "Some Words about the Noosphere." *21st Century*, Spring, 16-21, 1943. Online: https://www.21stcenturysciencetech.com/translations/The_Noosphere.pdf
- VERNADSKY, V. I. "The Transition from the Biosphere to the Noosphere." Excerpts from *Scientific Thought as a Planetary Phenomenon* *21st Century*, Spring-Summer, 1938, 10-31. Online: www.21stcenturysciencetech.com/Articles_2012/Spring-Summer_2012/04_Biosphere_Noosphere.pdf.
- VOLOSHINOV, V. N. *Marxism and the Philosophy of Language*. New York: Seminar Pres, 1973

WHO (World Health Organisation) Urban Population Growth. Online, 2013: www.who.int/gho/urban_health/situation_trends/urban_population_growth_text/en/

***Recebido em 28 de outubro de 2015**
***Aprovado em 02 de dezembro de 2015.**