

A economia criativa diante do paradigma de complexidade

Creative economy in the face of the complexity paradigm

Romilson Marco dos Santos¹ 

RESUMO

Objetivo: Discutir a economia criativa com base no paradigma de complexidade. Pensar a economia criativa por esse paradigma se insere na busca por se estabelecer princípios de inteligibilidade convenientes a fim de apreender a complexidade do modo de organização das ideias. **Provocações:** Poderia ser, todavia, que, ao termo desse percurso, se deixasse entrever algo como uma dissidência por parte dos conservadores. Conservadores não por estarem preocupados em preservar as tradições, mas, sobretudo, por estarem preocupados em refutar qualquer possibilidade da emergência de uma nova tradição. **Conclusão:** O paradigma de complexidade, assim, evidencia a emergência de uma criatividade desviante nas suas possibilidades de autonomia. Nessa autonomia está intrínseco um jogo dialógico dos pluralismos, da multiplicação de brechas e rupturas nas determinações criativas existentes. Logo, a criatividade desviante é capaz de apontar a emergência de novos paradigmas criativos, os quais podem desestabilizar a criatividade institucionalizada.

Palavras-chave: Economia criativa. Indústrias criativas. Complexidade. Gestão cultural. Criatividade desviante.

ABSTRACT

Objective: To discuss Creative Economy based on the complexity paradigm. Therefore, thinking about creative economy, based on this paradigm, is part of the search to establish convenient principles of intelligibility in order to apprehend the complexity of the way ideas are organized. **Provocations:** However, it would be possible that, at the end of this journey, something like dissent on the part of conservatives could be seen. Conservatives not because they are concerned about preserving traditions, but above all because they are concerned about refuting any possibility of the emergence of a new tradition. **Conclusion:** The complexity paradigm, thus, shows the emergence of deviant creativity in its possibilities of autonomy. In such autonomy, a dialogical game of pluralisms, of the multiplication of gaps and ruptures is intrinsic in the existing creative determinations. Therefore, deviant creativity can point out the emergence of new creative paradigms, which can destabilize institutionalized creativity.

Keywords: Creative economy. Creative industries. Complexity. Cultural management. Deviant creativity.

¹Roma Indústrias Criativas. E-mail: romilsonmarco@gmail.com

Recebido em: 01/02/2023. Aceito em: 08/05/2023.

INTRODUÇÃO

Vislumbra-se um deslocamento de uma sociedade industrial para uma sociedade pós-industrial. Logo, modelos de gestão, teorias e metodologias de trabalho existentes sucumbem, sob certos aspectos, a esse novo paradigma. Não é, portanto, de se admirar que ele suscite também uma transformação no modo de produção, circulação e consumo de bens simbólicos. “De fato, a passagem do fordismo ao pós-fordismo pode ser lida como a passagem de uma lógica da reprodução a uma lógica da inovação, de um regime de repetição a um regime de invenção” (CORSANI, 2003, p. 15). Assim sendo, a valorização da inovação resgata a importância da criatividade e, por conseguinte, o capital intelectual criativo.

Importa salientar, com efeito, a completa transformação no modo de se comunicar e *criar* diante dessa atmosfera. Segundo Van Dijck (2016), com a chegada da internet e particularmente das plataformas *web 2.0*, a lógica industrial dos bens culturais reproduzidos em massa se viu transformada de forma dramática. O ecossistema das mídias conectivas não consiste em uma mera somatória de microsistemas, mas de uma infraestrutura dinâmica capaz de influir na cultura e ser influenciada por ela. Tudo isso evidencia que esse caminho se abre para uma nova maneira de se pensar a cultura, a própria criatividade e, sobretudo, a economia criativa.

Conectividade, a Velocidade e a Intangibilidade — produtos derivados do tempo, do espaço e da massa — estão tornando indistintas as regras e redefinindo nossas empresas e nossas vidas. Estão destruindo o que antes eram soluções de trabalho padronizadas, que eram eficazes num mundo industrial relativamente lento e não-conectado (DAVIS; MEYER, 1999, p. 6).

Observa-se que tal cenário se estabelece em incertezas e imprevisibilidades. Nesse sentido, requer novos modelos de gestão, teorias e metodologias de trabalho. Tal perspectiva incita outras explorações teóricas e de novos instrumentos investigativos capazes de inserir a economia criativa em uma criatividade e gestão complexas, coadunando com o que se pode chamar de complexidade da sociedade contemporânea. Importa salientar, com efeito, os impactos dessa complexidade nas indústrias da cultura tradicional, as quais são uma parte do arcabouço da economia criativa. Como pensar o teatro, o cinema, a televisão, o *design*, a publicidade, a moda, as editoras, os *games*, os *softwares*, a música e a cultura com base nessa complexidade?

Assim sendo, este ensaio teórico visa discutir a economia criativa pelo paradigma de complexidade. Tal perspectiva é vista como crítica de uma cultura em transição.

No momento em que estamos, mal percebemos os modos emergentes, envoltos no turbilhão da mudança. Se o limite da operação intelectual para a qual estamos aptos é a recusa dos paradigmas e das ideologias, então deixa-nos o papel de críticos da transição ou críticos da cultura da transição (ABRANCHES, 2017, p. 17).

Logo, o que se busca é fomentar a discussão, apesar de um exame preliminar que, não obstante, seja capaz de evidenciar que “a mudança pela qual passamos não é linear, nem a continuidade ampliada do que temos. É disruptiva. Caótica. Estamos no limiar do caos, entre a ordem que desvanece e o que aparece como aleatório. Estamos nas fronteiras da máxima complexidade” (ABRANCHES, 2017, p. 25).

Na perspectiva assumida neste estudo, esse enfoque evidencia a descoberta de concepções que nos obriga a modificar nossa visão do que é aceito. Ou seja, questiona-se em que medida a indústria da cultura tradicional requer um movimento em direção às indústrias criativas. Em outras palavras, surge uma necessidade da revisão dos modelos de gestão, do próprio conceito de criatividade, dos processos de produção, circulação e consumo dos bens simbólicos, a fim de coadunarem com aquela complexidade. Nesse sentido, as indústrias da cultura tradicional sairiam de uma economia da cultura para se inserirem em uma economia criativa? Não se objetiva aqui esgotar a questão. Não obstante, evidencia-se que esse caminho incitaria outras explorações teóricas e capazes de pensar em novas ferramentas investigativas. Essas investigações envolvem três etapas na prática crítica de uma cultura em transição, segundo Halévy (2010):

Em primeiro lugar, *desconstrução* das estruturas que se tornaram obsoletas, como o Estado-nação, o capitalismo especulador, a educação racionalista e laica, as metodologias cartesianas etc. Em segundo lugar, *refundação* dos pilares do novo paradigma; essas bases, para nós, são o cognitivo, o criativo e o qualitativo (todos os três no sentido mais amplo e mais rico da palavra). Em terceiro lugar, *construção* de estruturas radicalmente diferentes das anteriores, tanto em natureza quanto em arquitetura e nível de complexidade, que será muito superior ao mundo um tanto simplório e simplista em que vivemos hoje (HALÉVY, 2010, p. 245, grifos do original).

Cabe notar que este ensaio se insere na etapa de *desconstrução*. Ou seja, visa analisar a necessidade de uma efetiva desconstrução do arcabouço, o qual compõe a economia criativa. Para tanto, metodologicamente, o trabalho está dividido da seguinte forma:

- o paradigma de complexidade;
- a economia criativa;
- a indústria da cultura tradicional diante da complexidade;
- a emergência das indústrias criativas;
- considerações finais.

PARADIGMA DE COMPLEXIDADE

A pandemia denunciou em todas os seus matizes a complexidade intrínseca à sociedade. Ao revelar a ilusão de um mundo em ordem, previsível, linear, sucumbiu-se à sua efetiva configuração, o paradigma de complexidade. Segundo Waldrop (1992), complexidade refere-se a um tipo de comportamento dinâmico eternamente surpreendente e imprevisível. “Para entender o que acontece e o que vai acontecer no mundo, é preciso ser sensível à ambiguidade” (MORIN, 2013, p. 9). Portanto, este tópico visa discutir o que é o paradigma de complexidade e como se faz urgente a economia criativa se adequar a ele.

De fato, a sua apreensão evidencia que é capaz de determinar uma completa revisão de modelos de gestão, processos criativos e atividades de trabalho. Nota-se, portanto, a necessidade de um princípio de explicação do mundo, da sociedade, da cultura, da prática social ordinária menos do que do princípio de simplificação, e mais para um paradigma de complexidade.

É evidente que não existe um “paradigma de complexidade” no mercado. Mas o que aparece aqui e ali, nas ciências, é uma problemática da complexidade, baseada na consciência da não-eliminabilidade daquilo que era eliminado na concepção clássica da inteligibilidade; essa problemática deve animar uma busca dos modos de inteligibilidade adequados a essa conjuntura (MORIN, 2005, p. 331).

Logo, uma das evidências dessa problemática de complexidade pode ser explicada pelas consequências da modernidade. Uma das consequências é “o ritmo da mudança nítido que a era da modernidade põe em movimento [...] a rapidez da mudança em condições de modernidade é extrema” (GIDDENS, 1991, p. 15). Uma segunda é “o escopo da mudança. Conforme diferentes áreas do globo são postas em interconexão, ondas de transformação social penetram através de virtualmente toda a superfície da Terra” (GIDDENS, 1991, p. 15-16, grifo do original). Segundo Appadurai (2003), é preciso apenas um primeiro contato com os fatos do mundo moderno para notar que ele agora é um sistema interativo em um sentido surpreendentemente novo. Sim, o mundo de hoje envolve interações de uma nova ordem e intensidade.

É uma tarefa urgente da filosofia cultural desenvolver um modelo conceitual que permita abranger a dinâmica cultural de hoje. O conceito de Bhabha do “entrelugar” híbrido de fato liquefaz o conceito essencialista de cultura até certo grau. Mas ainda é excessivamente imóvel, dialético, para a descrição do processo cultural, hipercultural, de hoje (HAN, 2019, p. 51).

Essa perspectiva passa a ser evidente, sobretudo, como o resultado da influência de reflexões em torno da disrupção, na qual a hipercultura insere toda a sociedade. A hipercultura, na condição de cultura desinteriorizada, desenraizada e deslocalizada, relaciona-se em múltiplos sentidos rizomáticos. Ocorrem passagens rizomáticas entre estruturas subculturais e culturais, entre margens e centros, entre concentrações provisórias e dispersões renovadas (HAN, 2019, p. 54-55). É, desse modo, que ascende o conceito de complexidade — “o desafio da globalidade é um desafio da complexidade” (MORIN, 2013, p. 13). Nota-se que a ascensão se dá pelas mudanças extremas e rápidas não somente locais, mas, sobretudo, globais. Portanto, “a complexidade, isto é, a multiplicidade, a confusão, a desordem misturada à ordem, o aumento das singularidades, tudo isso é só aparência” (MORIN, 2005, p. 211).

Sendo assim, o paradigma de complexidade investiga o que está envolvido nessa aparência e suas consequências. “Chamo paradigma de complexidade ao conjunto dos princípios de inteligibilidade que, ligados uns aos outros, poderiam

determinar as condições de uma visão complexa do universo (físico, biológico, antropológico)” (MORIN, 2005, p. 330). Nele, pois, se realçam novos dados que nos obrigam a modificar nossa visão. Em decorrência disso, seremos levados a encontrar novos princípios reestruturadores de como se deve pensar e agir. “Creio que a complexidade favorece a ação, pois dá a medida dos verdadeiros riscos e das verdadeiras oportunidades” (MORIN, 2013, p. 26). Nesse paradigma, as combinações são de tais maneiras múltiplas. Logo, estabelecer-se nele requer configurações de gestão, as quais se coadunem para não se assimilarem anacrônicas. “A grande transição marca uma era de incerteza e mudança vertiginosa e sem rumo estabelecido. Pode-se, no máximo, captar tendências virtuais, incipientes, que vão ou não se concretizar no futuro” (ABRANCHES, 2017, p. 29).

A palavra *complexidade* vem de “*complexus* — aquilo que é ‘tecido’ junto. O universo de fenômenos é inseparavelmente tecido de ordem, de desordem e de organização” (MORIN, 2005, p. 215). Não surpreende, portanto, que esses elementos são uma parte de um jogo inevitável do contexto no qual vivemos. Assim, aliás, a pandemia deveria ter sido pensada como parte desse jogo, contudo é fato notório a dificuldade de uma visão complexa em uma sociedade industrial. “Com ela [a complexidade], a sociedade do conhecimento e da criação tomará o lugar da velha sociedade industrial e capitalista, hoje moribunda. Não se trata de uma aspiração ideológica, mas de uma superação radical” (HALÉVY, 2010, p. 20).

De fato, nessa sociedade industrial as fronteiras e demarcações da existência são constantemente aprendidas como certas e organizadas, obstruindo a percepção das empresas, dos profissionais e governos para a própria ideia de complexidade.

Assim, vemos emergir melhor a ideia de complexidade. Não reside na substituição da ambiguidade, da incerteza e da contradição pela clareza, pela certeza, pela determinação e pela coerência. Estão em suas necessidades de convivência, interação e trabalho mútuo (MORIN, 2015, p. 430).

É, nesse sentido, que o aprendizado prévio sucumbe a tal era. “Hoje a porta se entreabre para um campo novo, que pede novas ferramentas, novos métodos, novos conceitos para que o homem possa assumir plenamente essa complexidade real e nativa do mundo do qual ele sabe, hoje, que é parte integrante” (HALÉVY, 2010, p. 54-55). E, por assim dizer, para a necessidade da eco-organização.

Assim, aparece-nos a virtude suprema da eco-organização: não é a estabilidade, mas a aptidão para construir novas estabilidades; não é o retorno ao equilíbrio, mas a aptidão da reorganização a reorganizar a si mesma de novas maneiras, sob o efeito de novas desorganizações. Em outras palavras, a eco-organização é capaz de evoluir sob a irrupção perturbadora do novo, e essa aptidão evolutiva é que permite à vida não somente sobreviver, mas desenvolver-se ou, antes, desenvolver-se para sobreviver (MORIN, 2015, p. 51).

Segundo Morin (2015), o contexto desse paradigma de complexidade contempla: liberdades, grande autonomia dos indivíduos, dúvidas, interrogações, múltiplas comunicações, tolerância às desordens, desvios, grandes possibilidades evolutivas e

descentralização. Há que se reconhecer, não obstante, nesse contexto, a irrupção perturbadora do novo e da diversidade. “Recordemos que a diversidade, que causa horror a todas as racionalizações homogeneizantes, é fonte de evolução, de desenvolvimento e de complexidade” (MORIN, 2015, p. 454).

De fato, ressalta-se a obrigatoriedade de se pensar agora com base nas consequências da ordem e da desordem. Segundo Morin (2005), a ordem tem por consequência a estabilidade, regularidade, repetição, coerência, previsibilidade. É assim, aliás, que a sociedade industrial se estabelecia. O autor pressupõe, no entanto, que, quando se apreendem as consequências da desordem, se suscitam novos modelos de gestão e se obrigam a eles, os quais coadunam com o paradigma de complexidade, pois a desordem, segundo Morin (2005), envolve: irregularidades, inconstâncias, instabilidades, agitações, dispersões, colisões, acidentes, eventualidade e o acaso. É nesse sentido que ordem e desordem estruturam a configuração em uma organização, na qual uma não exclui a outra. Pelo contrário, uma é fomentada pela existência da outra.

A economia criativa, pelo paradigma de complexidade, visa apreender, portanto, que o mundo das ideias não comporta somente o núcleo organizacional ordenado e linear, o qual comanda e controla os seus modos de produção. O mundo das ideias necessita ser pensado haja vista uma complexidade.

Quer dizer, sobretudo, que a ideia mais simples necessita conjuntamente de uma formidável complexidade bioantropológica e de uma hipercomplexidade sociocultural. Falar em complexidade é, como vimos falar em relação simultaneamente complementar, concorrente, antagônica, recursiva e hologramática entre essas instâncias cogeradoras do conhecimento (MORIN, 2011, p. 23).

A democratização do acesso aos modos de produção, fomentada pela *web 2.0*, prescreve a dialógica das opiniões e das criatividade individuais. Logo, a dominação axiomática das indústrias da cultura tradicional retrai. A dialógica das criatividade individuais introduz o anárquico e a imprevisibilidade da pluralidade. “A conjunção da pluralidade, do comércio, do conflito, do diálogo, do calor, constitui uma alta complexidade cultural (MORIN, 2011, p. 35). Esta ocasiona agitação e desordem àquelas indústrias tradicionais. Desse modo, perturba o funcionamento, enfraquecendo e modificando, mesmo que incipientemente, os modos de produção e o consumo de bens simbólicos.

Nesse mundo em transição, não bastasse o aumento da complexidade econômica, social e política, que tem um profundo efeito desestabilizador, estamos também no primeiro estágio de uma longa e transformadora revolução científica e tecnológica. Essa revolução terá numerosos efeitos disruptivos, mas de direção imprevisível, em toda a nossa vida econômica, social e política (ABRANCHES, 2017, p. 39).

Logo, brechas e desvios, naquele modo industrial de produção, principiam. “Existem situações nas quais o desvio é reconhecido [saudado] como ‘originalidade’ e, então, embora fuja da norma, beneficia-se de um estatuto elitista que o eleva

acima da norma" (MORIN, 2011, p. 38). Seria, pois, como se a criatividade individual, da prática social ordinária, assumisse o patamar de um *desvio criativo* reconhecido e saudado, atingindo, portanto, *status* de um novo paradigma criativo. Dessa forma, criativos extrínsecos àquela indústria cultural tradicional cada vez mais assumem influência tão ou maior do que os criativos da indústria da cultura tradicional. Seria, pois, aquela criatividade individual capaz de utilizar a vigência dessas novas tecnologias como potência de autonomia para além da sua prática social ordinária. "Cada dia que passa, as possibilidades de movimentos da atenção coletiva diversificam-se e fluidificam-se. [...] O negativo, o resto, a repulsa, o proibido, tudo aquilo que não queríamos sai da sombra [...]. Tudo acaba por se exprimir" (LÉVY, 2000, p. 117).

Não é, portanto, de se admirar que tal fato fomente rupturas e desvios que podem evoluir para uma contestação radical, capaz de resultar no engendramento de novos modos de produção, circulação e consumo de bens simbólicos.

O surgimento dos conceitos de complexidade e evolução cósmica, conjugado com o desenvolvimento das [tecnologias de informação e comunicação] TICs, provoca a germinação da noosfera, essa nova "camada", que cobre a Terra com conhecimento e espírito. Essa germinação promove, por sua vez, a revolução noética, que é a passagem da era "moderna" para a era noética, da sociedade industrial para a sociedade do conhecimento. Essa revolução implica profundos questionamentos em todas as áreas da intelectualidade humana (HALÉVY, 2010, p. 318).

Importa salientar, com efeito, uma nova ordem simbólica criativa. "Basta, por vezes, uma pequena brecha no determinismo, permitindo a emergência de um desvio inovador ou provocado por um abscesso de crise, para criar as condições iniciais de uma transformação que pode, eventualmente, tornar-se profunda" (MORIN, 2011, p. 39).

É preciso supor então que o paradigma de complexidade se manifesta na iminência de inovações disruptivas. Logo, faz-se necessária uma economia criativa que coadune com uma gestão que fomente também tais inovações. O paradigma de complexidade estabelece-se como *uma atmosfera da ascensão das diferenças*, logo, de potenciais *criatividades desviantes*, as quais se rebelam nos seus modos criativos. A permissividade do ciberespaço potencializa as trocas de ideias, ao mesmo tempo que refuta as ideias já institucionalizadas. "O abrandamento da norma dá possibilidade de expressão aos espíritos já secretamente autônomos e permite os desvios potenciais atualizarem-se" (MORIN, 2011, p. 36).

Logo, é uma atmosfera segundo a qual predominam a instabilidade e a mutação. Assim, o determinismo criativo rígido sucumbe a tais desvios, instabilidades e mutações. Nota-se, portanto, que a complexidade suscita a experimentação de várias inserções. "O intercâmbio de ideias produz o enfraquecimento dos dogmatismos e intolerâncias, o que resulta no seu próprio crescimento" (MORIN, 2011, p. 34). De fato, a diversidade de pontos de vista inibe um padrão criativo de se estabelecer e institucionalizar. O paradigma de complexidade, assim, evidencia a emergência de uma *criatividade desviante* nas suas possibilidades de autonomia. Nessa autonomia está intrínseco um jogo dialógico dos pluralismos, da multiplicação de brechas e

rupturas nas determinações criativas existentes. Então, a *criatividade desviante* é capaz de apontar a emergência de novos paradigmas criativos, os quais podem enfraquecer a criatividade institucionalizada.

Nosso mundo humano alcançou um tamanho, um volume e uma complexidade tais que nos vemos diante de um terrível efeito de limiar: ou mudamos nosso jeito de viver e dobramos o cabo, ou não mudamos o bastante e desapareceremos em um cataclismo qualquer. Não se trata mais de reforma, de progresso, de melhoramentos ou de correções. Trata-se de ruptura radical, de mutação profunda, de metamorfose (HALÉVY, 2010, p. 163-164).

Nessa medida é que a economia criativa deve ser pensada. Ou seja, implicam-se novas maneiras de pensar, novos modelos de trabalho, novas linguagens e o engendramento de formatos inauditos. “Não admira que as linguagens humanas atuais tenham tanta dificuldade para traduzir a complexidade do real!” (HALÉVY, 2010, p. 195). Assim, o arcabouço, o qual compõe a economia criativa, insere-se em uma premente *desconstrução*.

Vivemos um período em que os eventos se sucedem de forma não linear e em aceleração crescente. São ocorrências em grande medida imprevisíveis. O exame dessas mutações nos informa que a sociedade do século XXI, em todos os aspectos, não será apenas uma atualização da sociedade do século XX, uma evolução linear dela. Será uma ruptura radical com a história do século XX. Nada será como antes (ABRANCHES, 2017, p. 342).

Nesse sentido, resgatamos a primeira etapa da crítica de uma cultura em transição, elencada na introdução, sendo esta etapa a *desconstrução*. Nela, visa-se analisar a necessidade de uma efetiva desconstrução do arcabouço da economia criativa a fim de averiguar a existência de traços de obsolescência. Não obstante o seu caráter de prelúdio, evidencia que tal perspectiva acolherá futuras pesquisas.

ECONOMIA CRIATIVA

A pesquisa e o fomento à economia criativa inserem-se como potências às nações, cujo objetivo visa promover o desenvolvimento social, econômico e cultural, nos âmbitos local, regional, nacional e internacional. “O objeto da economia criativa acaba por incluir elementos que estão ligados à criatividade em sentido amplo, passando pela publicidade, por tecnologias de informação e comunicação (TICs) e até mesmo alguns ramos de evolução científica” (VILIATI; CORAZZA; FLORISSI, 2022, p. 141). Essa concepção propõe assim uma articulação privilegiada entre os princípios de criatividade, inovação e complexidade.

Saber que a complexidade gera um tecido denso e inextricável de interações muitas vezes imperceptíveis, que ligam tudo a tudo e fundam uma solidariedade e uma fraternidade concretas entre tudo o que existe. Favorece em tudo o surgimento de novas complexificações em todas as camadas da vida. Ousar todas as combinações, todas as mestiçagens, todos os arranjos harmônicos possíveis, para gerar o novo, o inédito, o inaudito (HALÉVY, 2010, p. 167).

Como afirma Hartley (2005), a criatividade será o vetor das mudanças sociais e econômicas no próximo século. É preciso notar, sobretudo, que, “quando hoje se fala de economia criativa, não se quer dizer que a economia se torna repentinamente criativa, mas que formas originais de criatividade assumem um lugar importante e poderiam garantir um futuro desenvolvimento” (GREFFE, 2015, p. 17). Essa criatividade comporta-se como estratégia, a qual melhor se coaduna com a complexidade da sociedade.

Em *Culture, Economy and Politics: the case of New Labour* (2015), o grupo de pesquisadores escreveu de forma contundente sobre a importância das relações estabelecidas entre a identificação de um setor designado como “economia criativa” e as ambições de crescimento econômico dentro das políticas do (Novo) Partido Trabalhista, a partir do final dos anos 1990. A associação entre o investimento nas indústrias criativas e o crescimento econômico provou sua resiliência nos anos seguintes, de modo que o desenvolvimento da estratégia industrial, a partir de 2017, baseou-se explicitamente em muitas evidências e argumentos desenvolvidos no final dos anos 1990 e início dos anos 2000 (SHIACH, 2023, p. 15).

Essa concepção propõe, assim, uma articulação entre criatividade, inovação e complexidade, as quais permitiriam às empresas e aos governos rápidas respostas às incertezas contemporâneas.

A economia criativa surge, então, como uma nova maneira de encarar as fontes de desenvolvimento econômico, pondo em evidência uma problemática unificadora que vai além das leituras puramente setoriais e ressaltando o papel de um valor transversal: a aptidão para a criatividade (GREFFE, 2015, p. 15).

Complementando tal definição, o Creative Economy Report da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) determina economia criativa como

um conceito em evolução baseado em ativos criativos potencialmente geradores de desenvolvimento econômico. Ela estimula a geração de renda, criação de empregos e receitas de exportação, ao mesmo tempo que promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano (*apud* VILIATI; CORAZZA; FLORISSI, 2022, p. 140).

Sendo assim, a atividade artística impõe-se como modelo de gestão para a economia. Importa salientar, com efeito, que os modos de produção, circulação e consumo simbólicos passam a ser geridos sob os auspícios da arte, tecnologia e inovação. “A atividade artística é, por excelência, uma atividade de criação, um laboratório no qual o artista identifica desafios, procura maneiras de responder a eles levando em conta seu patrimônio cultural, propõe uma solução e tenta legitimá-la” (GREFFE, 2015, p. 34).

Observa-se que tal cenário insere o mercado de bens simbólicos em um modelo de gestão que se abra para apreender o caos e a desordem como emergência criativa. Nessa medida, “em 2016, houve a publicação de *A Strategy for Creative Scotland*,

que representou um envolvimento distinto com a natureza e o potencial das indústrias criativas na Escócia” (SHIACH, 2023, p. 19). Nela eles modificaram de forma expressiva as taxonomias sobre quais são as indústrias criativas. Argumentaram que as indústrias criativas têm a capacidade de gerar forte valor para outros setores empresariais. Cabe fazer notar a alegação de gerar formas mais amplas de valor cultural e social, ao mesmo tempo que se amplia a área de abrangência da própria economia criativa.

Os meios de comunicação clássicos e as indústrias culturais anteriores à cibercultura estruturavam já, à sua maneira, uma organização dinâmica de ideias, de imagens, de emoções e de indicadores da atenção coletiva. Mas esta organização era grosseira, gasta, ainda com demasiada circularidade, fechamento e autorreferência estéril (LÉVY, 2000, p. 116).

De fato, a economia digital, suscitada pela sociedade pós-industrial, imprime novas dinâmicas no processo de produção, circulação e consumo de bens simbólicos. Segundo Zuboff (2021), o credo da inovação digital logo se transformou na linguagem da disrupção e numa obsessão com a rapidez e suas campanhas conduzidas sob a bandeira da “destruição criativa”. Essa famosa e fatídica expressão, cunhada pelo economista evolucionário Joseph Schumpeter, foi apropriada como forma de legitimar o que o Vale do Silício denomina, de maneira eufemística, de “inovação sem permissão”. Nota-se que essa *destruição criadora* nos orienta para aquela etapa crítica de *desconstrução*, em uma cultura em transição, suscitada pelo paradigma de complexidade. O objetivo é uma crítica em relação à transição necessária ao paradigma de complexidade dos modelos de indústria, os quais compõem o arcabouço da economia criativa.

INDÚSTRIAS CULTURAIS TRADICIONAIS

Estas preliminares esquematizam o arcabouço das indústrias culturais tradicionais:

A definição do [Department for Digital, Culture, Media & Sport] DCMS distingue treze indústrias constitutivas das funções criativas: 1. publicidade; 2. arquiteturas; 3. artes e antiguidades; 4. artesanatos; 5. *designs*; 6. moda (*fashion designer*); 7. produção cinematográfica; 8. engenharia de *software* para *videogames* (*leisure software*); 9. música; 10. artes do espetáculo (*performing arts*); 11. edição; 12. engenharia de *software*; 13. rádio e televisão. Deve-se ressaltar que essa definição do DCMS utiliza uma classificação industrial e não por profissões. Essa abordagem foi largamente retomada e possibilitou sustentar as recentes reflexões sobre o papel das indústrias culturais (GREFFE, 2015, p. 19).

Observa-se que tal cenário é configurado com base em um modelo de gestão de uma sociedade industrial. Ao que parece, suas características apresentam-se da seguinte forma: padronização e racionalização das formas culturais; obra/produto como valor de troca; fórmulas preestabelecidas; temas estereotipados; exclusão do novo a fim de evitar riscos. Nota-se que essas indústrias da cultura tradicional se inserem muito mais em uma economia da cultura. “Atualmente, a Unesco, em seu ‘Creative Economy Report’, define economia da cultura como: [...] a aplicação

de análises econômicas a todas as artes criativas e performáticas, ao patrimônio e as indústrias culturais, públicas ou privadas” (VILIATI; CORAZZA; FLORISSI, 2022, p. 140). Cabe fazer notar, portanto, o estabelecimento com base em formatos já consolidados, além de uma organização industrial, a qual implica proteção contra a desordem e o caos. É indispensável levar em conta que tal configuração se justifica a fim de que elas possam ser contempladas com políticas culturais e investimentos governamentais e privados.

Em outras palavras, a organização e a ordem resultam num princípio de seleção que diminui as ocorrências possíveis de desordem, aumentam no espaço e no tempo suas possibilidades de sobrevivência e/ou de desenvolvimento e permite edificar, sob forma de improbabilidade geral difusa e abstrata, uma probabilidade concentrada local temporária e concreta (MORIN, 2016, p. 107).

A descrição do cenário em que se gestam as metodologias de trabalho pela organização e ordem se insere em uma perspectiva de anular qualquer possibilidade de desorganização e caos. Desse modo, tal perspectiva ignora completamente o paradigma de complexidade. De fato, nota-se que o modelo de gestão industrial se configura pela previsibilidade, linearidade e repetição de suas atividades. “A predominância da ordem repetitiva sufoca qualquer possibilidade de diversidade interna e se traduz pelos sistemas pobremente organizados e pobremente emergentes” (MORIN, 2016, p. 147). Nesse sentido, os processos criativos entram em um ostracismo inovador. “Enquanto as emergências fazem desabrochar as qualidades fenomenais dos sistemas, as restrições organizacionais imergem os caracteres inibidos, reprimidos e comprimidos no nível das partes em um mundo de silêncio” (MORIN, 2016, p. 159).

Essa perspectiva passa a ser evidente, sobretudo, como resultado das influências de reflexões em torno dos produtos, os quais são engendrados para o consumo. De fato, quando se observa a indústria audiovisual, os produtos suscitados são em torno dos mesmos gêneros, formatos e temáticas. Na televisão, raramente, evidenciam-se novos produtos. “A simplificação reifica, ou seja, oculta a relatividade das noções de sistema, subsistemas, suprassistema etc. A simplificação dissolve a organização e o sistema” (MORIN, 2016, p. 179-180). Assim sendo, a regulação, a funcionalidade, o controle rígido, a programação interna e a produção de cópias seguem modelos predeterminados. É preciso supor então que tal simplificação se estabelece como exigência do modelo industrial.

Esses aspectos remetem ao que na organização biológica ou social é fundado na divisão e na especialização do trabalho, na regulação, na funcionalidade etc., excluindo e ocultando tudo o que é “ruído”, desordens, “liberdades”, tudo o que é afunional e que exclui qualquer tipo de criatividade (MORIN, 2016, p. 220).

Em oposição à crença de que a organização e a ordem engendram um *status* de progresso, pensar a complexidade requer imiscuir na desordem e no caos, e, principalmente, nos eventos contingentes. Assim sendo:

A produção em massa de conteúdo profissional, que é trabalhosa e cara no caso do modelo de Hollywood, exige um investimento pesado e planejado tendo em vista a excessiva incerteza. Hoje, conteúdos criativos são mais diversos e muitas vezes produzidos por amadores: eles estão disponíveis livremente, algumas vezes até sem nenhum custo e definem um novo modelo produtivo que pode ser descrito como Hollyweb (Greffé e Sonnac, 2008) (GREFFE, 2015, p. 56-57).

Nota-se, portanto, aqui o modelo Hollywood como o de uma sociedade industrial e o modelo Hollyweb como o de uma sociedade pós-industrial. Importa salientar, com efeito, que, nesta citação, fica claro o modelo Hollywood aos poucos sucumbindo ao paradigma de complexidade.

Enquanto o modelo Hollywood depende principalmente da abordagem orgânica tentada e testada, o modelo Hollyweb depende de uma abordagem ecológica e multimodal. Enquanto os espectadores Hollywood consistem principalmente de consumidores, os espectadores Hollyweb consistem principalmente de artistas, *designers*, criadores de *games*, formadores de tendências e espectadores em geral. Enquanto o modelo Hollywood tende a apresentar um produto concreto e unificado, o modelo Hollyweb prefere conteúdos “descarnados” e “desentranhados” que podem ser customizados ou adaptados pelo próprio usuário. Enquanto é difícil desenvolver diversidade na perspectiva de Hollywood, ela é um traço intrínseco do modelo Hollyweb. Além do mais, enquanto o modelo Hollywood está sujeito à tirania dos *best-sellers* e *blockbusters*, o modelo Hollyweb estimula a destilação e disseminação de microculturas e dá origem a uma cibereconomia que irá possibilitar que qualquer pessoa seja um consumidor, se não sistematicamente um produtor, de qualquer coisa que queira (GREFFE, 2015, p. 57).

O paradigma de complexidade suscita à indústria da cultura tradicional a superação do modelo de gestão industrial para assumir um deslocamento para um modelo de gestão que coadune melhor com as contingências da complexidade. Ao circunscrever em seu bojo, de modo cada vez mais intenso, observa-se assim que a indústria da cultura tradicional requer, nessa medida, repensar seu modo de produção, circulação e consumo de seus bens simbólicos.

O mundo pós-pandêmico será profundamente desafiador neste sentido: entender como as mudanças de curto prazo causadas pela crise serão transferidas como alterações estruturais socioeconômicas para a vida, definindo o novo normal. É fato que os atores vencedores das indústrias culturais e criativas que compõem o ambiente da economia da cultura pertencem aos “velhos normais” resistirão a qualquer mudança. [...] Seria este o momento em que as artes e a cultura podem ocupar uma posição central nas estratégias de desenvolvimento de “novos normais”? (VALIATI, 2022, p. 16-17).

O paradigma da complexidade evidencia que o modelo industrial suscita um anacronismo gerencial diante das incertezas contemporâneas. “Tudo isso pode desembocar em modos específicos de gestão, como enfatiza a expressão frequentemente utilizada, *novos modelos de negócios*” (GREFFE, 2015, p. 85, grifo do original). Ora, nota-se que o alerta para tal indústria cultural tradicional se consolidou com a pandemia. Cabe fazer notar que a área na qual se concentrava o maior número de criativos foi a mais atingida pelas incertezas da pandemia. Essa perspectiva passa a

ser evidente, na medida em que a própria gestão tem de ser criativa. “A criatividade é evidente na invenção de um órgão ou de uma reorganização inovadora com emergências próprias” (MORIN, 2020, p. 59).

É preciso notar, sobretudo, que em hipótese alguma se está aqui questionando a qualidade dos produtos engendrados por essas indústrias. Há que se reconhecer, no entanto, as consequências suscitadas pela pandemia nessa mesma indústria. Ou seja, em que medida a configuração de produção, circulação e consumo de bens simbólicos dessas indústrias subsiste às consequências advindas da complexidade? Seria, pois, ter consciência que estamos inseridos em uma nova configuração social, econômica e cultural.

INDÚSTRIAS CRIATIVAS E A COMPLEXIDADE

Na perspectiva assumida neste trabalho, existe a necessidade de um processo evolutivo das indústrias culturais tradicionais para indústrias criativas para que a economia criativa se estabeleça por meio do paradigma de complexidade. O modelo de gestão industrial sucumbiu às incertezas advindas da pandemia. Diante de toda a sociedade se deslocando de um paradigma industrial para um pós-industrial, parece importante a necessidade de essa indústria engendrar também sua transformação.

O que se busca neste tópico, portanto, é apreender a configuração das indústrias criativas e delinear em que medida elas coadunam com o paradigma de complexidade. Para tanto, principia-se com a origem da expressão *indústrias criativas*.

O termo indústrias criativas surge com a chegada do New Labour Party ao poder no Reino Unido em 1997. Para reativar a economia britânica, o governo Blair ressalta, então a importância estratégica dessas indústrias, que, no início, estão bastante próximas das indústrias culturais, mas que serão rapidamente definidas por sua capacidade de produzir propriedade intelectual, considerada a nova divisa da economia global (GREFFE, 2015, p. 18).

É preciso supor então que as indústrias criativas se diferenciam das indústrias culturais na medida em que não mais apenas produzem cultura, mas, sobretudo, passam a *criar cultura*. Na prática passam a engendrar formatos inauditos. “‘Indústrias Criativas’ é uma nova definição analítica dos componentes industriais da economia em que a criatividade é um insumo, e o conteúdo ou propriedade intelectual é o resultado” (POTTS; CUNNINGHAM, 2023, p. 109). O gatilho das indústrias criativas é a inovação na área das artes e da cultura e, por conseguinte, nos demais segmentos.

O valor econômico das indústrias criativas pode se estender para além da produção manifesta de bens culturais ou do emprego de pessoas criativas, tendo um papel mais geral ao impulsionar e facilitar o processo de mudança em toda a economia, como evidenciado por seus parâmetros dinâmicos e pelo grau de incorporação na economia mais ampla (POTTS; CUNNINGHAM, 2023, p. 109).

De fato, ao inserir a inovação, estabelece-se a possibilidade de dilatar a própria área de abrangência da cultura e da arte, mas, sobretudo, da própria economia criativa. Assim sendo, “no começo, foi a mobilização dos talentos culturais. Em seguida,

foi o reconhecimento da propriedade intelectual, pois todas essas atividades tinham como características comum produzir *copyrights* ou, mesmo casos mais raros, patentes” (GREFFE, 2015, p. 18).

É imperativo esclarecer o processo evolutivo em andamento de indústrias culturais para indústrias criativas.

Trata-se essencialmente de indústrias culturais que souberam, na maior parte dos casos, progredir qualquer que fosse a conjuntura e às quais se acrescentam as indústrias quase culturais, isto é, indústrias nas quais os ativos culturais são mobilizados não para produzir bens culturais em si, mas produtos cuja dimensão cultural conta ao lado de sua tradicional dimensão funcional ou utilitária, tal como a moda, a arquitetura, os brinquedos, a publicidade etc. E a isso acrescenta-se, enfim, a produção de *softwares*, o que então ultrapassa amplamente o campo da realidade anterior e dá uma amplitude fundamental a esse movimento (GREFFE, 2015, p. 17).

Convém ressaltar que esse movimento pode ser ratificado pelo surgimento de indústrias criativas como YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp e Netflix. Nesse sentido, elas ampliam a própria área de abrangência da economia criativa, inserindo, portanto, a criatividade em uma perspectiva econômica. Daí a expressão *economia criativa*.

A perspectiva econômica da criatividade está profundamente marcada pela visão de Schumpeter. Para ele, inovação é o conceito central, isto é, a habilidade de pôr no mercado novas ideias, produtos ou processos. Essa discussão sobre inovação enfatizou o papel de um ator estratégico — o empreendedor — como, ao mesmo tempo, alguém que assume riscos e alguém que organiza (GREFFE, 2015, p. 43).

Não é, portanto, de se admirar que o desafio das indústrias culturais tradicionais, de se transformarem em indústrias criativas, está na sua capacidade de inovação. Em outras palavras, em que medida o teatro, a televisão, o cinema etc. podem engendrar formatos inovadores e disruptivos? Como a publicidade pode engendrar patentes de novos formatos publicitários, os quais evadam dos formatos oferecidos pelos veículos de comunicação?

Se é importante ressaltar o potencial de desenvolvimento das indústrias que produzem diretamente propriedade intelectual — pois sua remuneração irá aumentar com a utilização de bens que se lhe incorporam e não apenas com sua primeira venda —, é difícil dizer que essas são as únicas indústrias criativas (GREFFE, 2015, p. 20).

Logo, a criatividade nas indústrias criativas não é apenas de produção de conteúdo, mas, sobretudo, de propriedade intelectual e patentes. Nesse sentido, o próprio conceito de criatividade é resignificado. Essa transformação, além de se adequar a uma sociedade pós-industrial, estabelece-se como uma estratégia, a qual coaduna com o paradigma de complexidade, à medida que se evidenciam novas explorações criativas, as quais são capazes de lidar com eventos contingenciais dessa complexidade.

As indústrias criativas podem, assim, ser compreendidas como um tipo de empreendedorismo industrial que opera no lado do consumidor da economia. E, nesse caso, estamos lidando com um modelo evolutivo das indústrias criativas. [...] Especificamente, este é o mesmo modelo proposto para o efeito da ciência, educação e tecnologia na abordagem dos sistemas nacionais de inovação. As indústrias criativas, segundo essa visão, originam e coordenam mudanças na base de conhecimento da economia (POTTS; CUNNINGHAM, 2023, p. 117-118).

Ora, essas mudanças não ocorreriam somente na base de conhecimento da economia, sobretudo transmutações na base de conhecimento da cultura e da própria criatividade. Seria, pois, o caso de as indústrias criativas se configurarem pelo traço da disrupção. Poderia ser, todavia, que, ao termo desse percurso, se deixasse entrever algo como uma dissidência por parte dos conservadores. Conservadores não por estarem preocupados em preservar as tradições, mas principalmente por estarem preocupados em refutar qualquer possibilidade da emergência de uma nova tradição cultural.

A natureza das grandes transições é indeterminada e não determinística. Há margem para o fracasso societário e para o colapso estrutural. A possibilidade de reações conservadoras, que impedem a emergência ou a consolidação de saídas mais criativas e inovadoras para o ciclo crise-crise da transição, é real e constitui, talvez, um dos maiores riscos desse processo de transformação estrutural (ABRANCHES, 2017, p. 375).

De fato, não se trata apenas de reconhecer o desafio que a complexidade lança à economia criativa. É necessário, também, buscar estabelecer *princípios de inteligibilidade* convenientes a essa complexidade. Na perspectiva assumida neste estudo, portanto, as indústrias criativas, com base no paradigma de complexidade, requer-se como *princípio de inteligibilidade o pensamento complexo*. No contexto imediato, o pensamento complexo apreende a *ecologia da ação*. “Significa que toda ação humana, a partir do momento em que é iniciada, escapa das mãos de seu iniciador e entra no jogo das interações múltiplas próprias da sociedade, que a desviam de seu objetivo e às vezes lhe dão um destino oposto ao que era visado” (MORIN, 2005, p. 128). Portanto, um pensamento atento aos desvios não como falha, mas sobretudo como essa autonomia criativa desviante é capaz de engendrar inovações para a própria economia criativa.

É desse modo que o pensamento complexo demanda *assimilar a pluralidade*, a qual se fundamenta como contexto fundamental para tal objetivo de um pensamento complexo. Nota-se que a pluralidade fomenta uma desordem e um caos, que compõem um campo de possibilidades de desvios criativos. “Quanto mais rica é a complexidade organizacional, mais há possibilidade, logo, perigo de crise, e mais o sistema é capaz de ultrapassar suas crises e, até mesmo, de tirar proveito delas para o seu desenvolvimento” (MORIN, 2016, p. 154). Em um ecossistema complexo e de extrema diversidade, como se estabelece na sociedade contemporânea, requer-se uma gestão das indústrias criativas configurada por essa complexidade e diversidade. Ora, tal ecossistema complexo e de diversidade falta às indústrias da

cultura tradicional, principalmente no âmbito de gestão. De fato, tal configuração potencializa a incerteza. Ao mesmo tempo, “a incerteza estimula porque convoca a aposta e a estratégia” (MORIN, 2013, p. 27).

As incertezas e riscos não são apenas vazios e lacunas do conhecimento; são os seus estimulantes: estimulam a atenção, a vigilância, a curiosidade, a inquietação, as quais estimulam o fundamento de estratégias cognitivas, isto é, modos de conhecer através do incerto, da imprecisão, do risco. São justamente a incerteza e a ambiguidade, não a certeza e a univocidade, que favorecem o desenvolvimento da inteligência (MORIN, 2015, p. 81).

As indústrias criativas, portanto, não podem se desvencilhar das *incertezas* nem dos *riscos das multiplicidades da sociedade, da cultura e da prática social ordinária*. Um espaço de dicotomias, ambivalências, heterogeneidades, o qual se configura pelo descentramento, com fluxos desterritorializados. Um território aberto, conectável e mutável. Um território de desvios.

A *anarquia desviante* compõe também o arcabouço desse *pensamento complexo*. “A anarquia não é a não organização, é a organização que se efetua a partir das associações-interações sinérgicas entre seres *computantes*, sem que, para tal, haja necessidade de comando ou controle emanando de um nível superior” (MORIN, 2015, p. 352-353). Portanto, o *pensamento complexo* não rejeita a diversidade, a autonomia, a liberdade, a ambiguidade nem a incerteza, sob pena de tornar-se um pensamento anacrônico. Sennett (1996) afirma que necessitamos apreender um novo contexto de desordem e diversidade, porque uma ordem excessiva paralisa os indivíduos. A incorporação da anarquia, da diversidade e da desordem suscita uma resposta para esse indivíduo lidar com as mudanças e a complexidade da vida.

Deve-se então compreender que a racionalização impede o fluxo dos desvios criativos e, portanto, da emergência do novo. “O inovador é, inevitavelmente, um transgressor, disposto a romper barreiras e fronteiras, a pôr-se à margem do estabelecido, do pensamento hegemônico” (ABRANCHES, 2017, p. 95). Pela mesma razão, a normalização obstrui que se investiguem o estranho, o caos, a desordem, impedindo que eles revelem as novidades intrínsecas à sua configuração. “Para isso, temos de compreender que a revolução de hoje trava-se, não tanto no terreno das ideias boas ou verdadeiras, opostas em uma luta de vida e morte às ideias más e falsas, mas no terreno da complexidade do modo de organização das ideias” (MORIN, 2011, p. 292). Portanto, pensar a economia criativa com base no paradigma de complexidade é buscar estabelecer princípios de inteligibilidade convenientes a essa complexidade, a fim de apreender a complexidade do modo de organização as ideias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa supracitada evidencia que a economia criativa, pelo paradigma de complexidade, parte inicialmente da crítica de uma cultura em transição. Para tanto, a nossa pesquisa coaduna com as três etapas proposta por Halévy (2010), as quais são *desconstrução, refundação e construção*. Tal incorporação reflete a ratificação

de um caminho promissor no que diz respeito a perceber a economia criativa por meio do paradigma de complexidade. A *desconstrução*, foco deste ensaio, busca desvencilhar-se de práticas anacrônicas.

Essas preliminares esquematizaram alguns pontos a serem desconstruídos, sem ter esgotado a questão. Entre eles, o modelo de gestão industrial e o entendimento sobre criatividade e o processo criativo. Poderia, assim, verificar se o próprio entendimento sobre a criatividade, por parte das indústrias da cultura tradicional, se tornou obsoleto diante dessa complexidade, ou ainda se se faz urgente uma revisão do que é um processo criativo. Buscaram-se, assim, generalidades pelas quais suscita a desconstrução de traços de obsolescência. Assim, na medida em que a criatividade se desvencilha das amarras e opressões de um ecossistema comunicacional analógico e se insere em mecanismos imprevisíveis e insubordinados de um ecossistema comunicacional digital, o próprio conceito de criatividade é reconfigurado. Deve-se então compreender a necessidade do aprofundamento e da extensão do processo de *desconstrução* do arcabouço, o qual compõe a economia criativa.

Ao circunscrever em seu bojo, de modo cada vez mais intenso, observa-se, assim, a passagem para a etapa de *refundação* em pilares cognitivo, criativo e qualitativo, em um caráter de complexidade. Nota-se a busca de novas explorações teóricas em torno do engendramento de uma criatividade em complexidade e de uma gestão cultural e criativa em complexidade. Com efeito, chega-se à etapa de *construção*, a qual vai engendrar a economia criativa coadunando com um paradigma de complexidade, com a *construção* de estruturas radicalmente diferentes das existentes.

REFERÊNCIAS

- ABRANCHES, S. **A era do imprevisto**: a grande transição do século XXI. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.
- APPADURAI, A. **Modernity at large**: cultural dimensions of globalization. Mineápolis: University of Minnesota Press, 2003.
- CORSANI, A. Elementos de uma ruptura: hipótese do capitalismo cognitivo. In: COCCO, G.; PATEZ, G.; SILVA, G. (org.). **Capitalismo cognitivo**: trabalho, redes e inovação. Rio de Janeiro: DP&A, 2003. p. 15-32.
- DAVIS, S.; MEYER, C. **Blur**: a velocidade da mudança na economia integrada. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora da Unesp, 1991.
- GREFFE, X. **A economia artisticamente criativa**: arte, mercado, sociedade. São Paulo: Iluminuras/Itaú Cultural, 2015.
- HAN, B.-C. **Hiperculturalidade**: cultura e globalização. Petrópolis: Vozes, 2019.
- HALÉVY, M. **A era do conhecimento**: princípios e reflexões sobre a noética no século XXI. São Paulo: Editora da Unesp, 2010.
- HARTLEY, J. (org.). **Creative industries**. Oxford: Blackwell, 2005.
- LÉVY, P. **Filosofia world**: o mercado, o ciberespaço, a consciência. Lisboa: Instituto Piaget, 2000.
- MORIN, E. **Ciência com consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

- MORIN, E. **Conhecimento, ignorância, mistério**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2020.
- MORIN, E. Entender o mundo que nos espera. *In*: MORIN, E.; VIVERET, P. (org.). **Como viver em tempos de crise?** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013. p. 7-27.
- MORIN, E. **O método 1: a natureza da natureza**. Porto Alegre: Sulina, 2016.
- MORIN, E. **O método 2: a vida da vida**. Porto Alegre: Sulina, 2015.
- MORIN, E. **O método 4 as ideias: habitat, vida, costumes**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- POTTS, J.; CUNNINGHAM, S. Quatro modelos de indústrias criativas. *In*: VALIATI, L. (org.). **Economia da cultura e indústrias criativas: políticas públicas, evidências e modelos**. São Paulo: Itaú Cultural; WMF Martins Fontes, 2023.
- SENNETT, R. **The uses of disorder: personal identity and city life**. Londres: Faber and Faber, 1996.
- SHIACH, M. Um “acordo setorial” e um precariado criativo: moldando a política de economia criativa no Reino Unido desde 2010. *In*: VALIATI, L. (org.). **Economia da cultura e indústrias criativas: políticas públicas, evidências e modelos**. São Paulo: Itaú Cultural; WMF Martins Fontes, 2023. p. 13-31.
- VALIATI, L. (org.). **Economia da cultura e indústrias criativas: fundamentos e evidências**. São Paulo: Itaú Cultural; WMF Martins Fontes, 2022.
- VAN DIJCK, J. **La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales**. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2016.
- VALIATI, L.; CORAZZA, R. I.; FLORISSI, S. O marco teórico-conceitual da economia da cultura e da economia criativa: uma revisão de contribuições selecionadas e de seus pressupostos. *In*: VALIATI, L. (org.). **Economia da cultura e indústrias criativas: fundamentos e evidências**. São Paulo: Itaú Cultural; WMF Martins Fontes, 2022. p. 113-161.
- WALDROP, M. M. **Complexity: the emerging science at the edge of order and chaos**. Nova York: Touchstone, 1992.
- ZUBOFF, S. **A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira de poder**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.

Sobre os autores

Romilson Marco dos Santos: doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

Conflito de interesses: nada a declarar – **Fonte de financiamento:** nenhuma.

