

Das Cidades aos Territórios Criativos: um Debate a Partir das Contribuições de Milton Santos

Autoria: Lisiane Quadrado Closs, Sidinei Rocha de Oliveira, Patrícia Rodrigues de Azevedo, Christian Tirelli

Resumo

Este trabalho explora a literatura internacional e nacional sobre Espaços Criativos, bem como aportes teóricos de Milton Santos sobre território, apresentando seu potencial de contribuição para o tema. Delimita-se um conceito de Território Criativo que busca incorporar uma perspectiva crítico-reflexiva de análise para os estudos nesse campo teórico e favorecer uma abordagem de desenvolvimento que contemple aspectos das formações econômicas, sociais e simbólicas de um determinado espaço. Destaca-se o potencial de contribuição das discussões realizadas para auxiliar o planejamento de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento urbano que integre: inclusão social, sustentabilidade, inovação e diversidade cultural de territórios criativos.

1. Introdução

A Economia Criativa é concebida como o novo modelo de desenvolvimento proposto pela Organização das Nações Unidas (UNCTAD, 2010), compreendendo setores e processos cujo insumo principal é a criatividade para “gerar localmente e distribuir globalmente bens e serviços com valor *simbólico* e *econômico*” (REIS, 2008, p. 24). A mesma está associada aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM) no que tange à participação de comunidades em formas organizativas e de governança diferenciadas, bem como em produções econômicas de pequeno porte inseridas na dinâmica criativa que fomenta a inclusão econômica e social, além da sustentabilidade (LIMA, 2011). Essa concepção vem recebendo atenção crescente no cenário econômico internacional, já que a criatividade contribui para uma perspectiva de desenvolvimento centrado nas pessoas e é insumo essencial para a criação de empregos e para a inovação, favorecendo a inclusão social, a diversidade cultural e a sustentabilidade (UNCTAD, 2010).

O conceito de Economia Criativa originou-se da designação de Indústrias Criativas, iniciada em países industrializados, a partir dos anos 1990, para caracterizar os setores em que a criatividade é um elemento essencial do negócio (MONTAG; MAERTZ; BAUER, 2012). Relacionado ao reposicionamento das indústrias culturais e à sua revitalização no contexto de desenvolvimento urbano da Inglaterra, surge o conceito de cidade criativa (COMUNIAN, 2011). Seu foco, até o final dos anos 1990, estava no aprimoramento da cidade, com ênfase em potenciais retornos econômicos obtidos através de atividades e intervenções culturais. A aceção do conceito de “indústrias criativas” implicou em uma interpretação da concepção de “cidade criativa” como um local que concentra e apoia indústrias criativas (COMUNIAN, 2011).

Desde então, o termo “criativo”, sob o enfoque de espaço geográfico, vem disseminando-se e abarcando diferentes perspectivas teóricas. Na revisão de literatura apresentada sobre o tema nesse trabalho, percebe-se uma ausência de precisão em torno de conceitos dos Espaços Criativos, havendo ambiguidade nas terminologias utilizadas (COMUNIAN, 2011; REIS, 2011; BORÉN & YOUNG, 2013). Cidades Criativas, Territórios, Polos, Regiões e Ambientes, entre outras expressões, aparecem nos estudos sem que haja maior preocupação com uma delimitação desses conceitos. Destaca-se, no entanto, que a terminologia que concentra a maior parte dos trabalhos e reúne, em grande parte, muitas das concepções citadas anteriormente, é a de Cidades Criativas, razão pela qual aparece em destaque nesse ensaio teórico.

Lima (2011) salienta o desafio que representa executar ações para promover o desenvolvimento do Brasil devido à sua extensão continental e às diferenças sociais, econômicas, regionais, organizativas e culturais dos seus territórios. Nesse sentido, a autora destaca a importância de se apresentar novas soluções, propostas e rumos que contribuam para o desenvolvimento de Polos Criativos, concebidos como conjuntos de empreendimentos criativos situados geograficamente próximos e restritos a um território de pequena dimensão.

Apesar do termo território ser frequentemente citado – e inserido em muitas das pesquisas que envolvem bairros, polos ou cidades criativas –, raramente o seu conceito está definido. Acredita-se, no entanto, que o mesmo possa contribuir de modo significativo para o avanço dos estudos nesse campo teórico, assim como para a formulação de políticas públicas voltadas para o seu desenvolvimento.

Assim, este trabalho tem por objetivo explorar os aportes teóricos de Milton Santos sobre território, apresentando seu potencial de contribuição para estudos relacionados a Cidades Criativas, com vistas a uma delimitação do conceito de Território Criativo que possibilite uma ampliação de perspectivas de análise sobre o tema. Para alcançar este objetivo, primeiramente, é apresentado o estado da arte das discussões sobre Cidades Criativas, com destaque para estudos que analisam concepções espacialmente localizadas

(bairro, polo, região, entre outros). Na segunda parte recorre-se aos conceitos de território, sobretudo, sob o enfoque de Milton Santos, aprofundando-se a base conceitual articulado pelo autor. Na terceira parte são feitas articulações entre os aportes teóricos, indicando eixos que podem ser explorados. Por fim são apresentadas as considerações finais onde são retomados os principais resultados e destaca-se uma agenda de pesquisa.

2. O papel da Economia Criativa para o Desenvolvimento e os Espaços Criativos

Em 1986, a Organização das Nações Unidas formulou uma Declaração sobre o Direito ao Desenvolvimento considerando-o, simultaneamente, como um direito humano e como um direito e um dever dos Estados. Em 1988, a Constituição Brasileira seguiu essa Declaração, abordando o Direito ao Desenvolvimento como elemento essencial para efetivar a dignidade da pessoa humana, através de prestações positivas do Estado que concretizem a democracia econômica, social e cultural (MINC, 2011).

A Economia Criativa vem sendo considerada como um pilar estratégico de desenvolvimento para os diversos países e continentes no presente século. Nesse sentido, a Secretaria da Economia Criativa, no Brasil, estabeleceu como desafio liderar a formulação, implementação e monitoramento de políticas públicas voltadas para um desenvolvimento alicerçado na inclusão social, na sustentabilidade, na inovação e na diversidade cultural brasileira (MINC, 2011).

Reis (2008) destaca a importância da adequação das características da Economia Criativa a cada país ou região, contemplando seu caráter único, seus processos e dinâmicas culturais, suas vantagens competitivas, suas redes de valor e o valor agregado potencial dos seus produtos e serviços - que é intangível -, entre outros aspectos. Para contemplar esses aspectos, a delimitação de espaços para análise e formulação de políticas públicas se faz necessária, razão pela qual se aborda, como uma dessas delimitações, as Cidades Criativas, discutidas na seção seguinte.

2.1. Cidades Criativas

O estudo e o fomento a Cidades Criativas recebeu muita atenção recentemente por parte de acadêmicos e formuladores de políticas públicas, sobretudo sob a perspectiva do seu potencial de desenvolvimento urbano (FLORIDA, 2002; EVANS, 2009; JAKOB, 2010; BORÉN & YOUNG, 2013). Apesar disso, diversos autores assinalam a ausência de uma precisão analítica sobre os termos utilizados na literatura em torno das Cidades Criativas, havendo ambiguidades na terminologia utilizada (COMUNIAN, 2011; LIMA, 2011; BORÉN & YOUNG, 2013).

De acordo com Comunian (2011), o conceito inicial de Cidade Criativa foi formulado por Landry e Bianchini (1995), relacionado ao reposicionamento das Indústrias Culturais e à sua revitalização no contexto de desenvolvimento urbano da Inglaterra, entre o fim dos anos 1980 e o início dos anos 1990. Seu foco, até o final dos anos 1990, estava no aprimoramento da cidade, com ênfase em potenciais retornos econômicos obtidos através de atividades e intervenções culturais.

A aceção do conceito de Indústrias Criativas implicou em uma interpretação da Cidade Criativa como um local que concentra e apoia Indústrias Criativas (COMUNIAN, 2011). Teorias mais recentes sobre o tema, tais como a de Florida (2003), destacam o papel da criatividade na geração de inovação e crescimento regional. Sob essa visão, pessoas criativas – ou a Classe Criativa, cujos integrantes se “engajam em trabalhos cuja função é a de criar novas formas significativas” (FLORIDA, 2003, p. 8) são o “motor” que impulsiona o crescimento econômico. A Cidade Criativa, sob essa concepção, pode ser entendida como uma cidade com elevada presença ou capacidade de atrair a Classe Criativa. Para tanto, Florida (2003) sugere que cidades e regiões deveriam promover a cultura, a diversidade

cultural e o entretenimento, destacando a necessidade de possuírem três fatores críticos: tecnologia, talento e tolerância.

Landry (2011), outro autor seminal nos estudos sobre Cidades Criativas, apresenta dez indicadores para avaliar um local criativo, quais sejam: 1) contexto político e público; 2) distinção, diversidade, vitalidade e expressão; 3) abertura, confiança, tolerância e acessibilidade; 4) empreendedorismo, exploração e inovação; 5) liderança estratégica, agilidade e visão; 6) talento e perspectiva de aprendizagem; 7) comunicação, conectividade e redes; 8) o lugar e o *placemaking* (relacionado ao planejamento, desenho e gestão do espaço público); 9) habitabilidade e bem estar; 10) profissionalismo e efetividade. O autor sugere ainda a busca da presença das seguintes qualidades: motivação, tenacidade, consciência, comunicação clara, pensamento aberto, inspiração, aspiração, adaptabilidade, dinamismo, abertura, participação, sensibilidade para o *design*, apreço sensorial, orgulho profissional, liderança e visão.

Em revisão de literatura internacional realizada sobre elementos que parecem favorecer o desenvolvimento de Indústrias Culturais ou Criativas e, simultaneamente, o posicionamento de cidades e territórios como criativos, Pareja-Eastway (2010) identificou as seguintes características: qualidades pessoais, vontade e liderança, diversidade humana e acesso a talento variado, cultura organizativa, identidade local, espaços urbanos e equipamentos, bem como dinâmicas de redes. A autora salienta ainda que os fatores *soft*, tais como qualidade residencial, ambiente e tolerância; além dos fatores relacionados a *network*, tais como haver nascido no local, contatos sociais e profissionais, são mais relevantes para a localização da economia criativa em determinado local. Ademais, a contextualização de uma determinada cidade em sua própria trajetória histórica, contemplando aspectos econômicos, culturais e políticos, contribui decisivamente para a singularidade de das cidades que hoje se denominam “criativas” (PAREJA-EASTWAY, 2010).

Os estudos acima exemplificam o enfoque das pesquisas sobre cidades e regiões criativas, predominante em anos recentes, como modelos de desenvolvimento urbano e prosperidade. O foco desses trabalhos é voltado para o que uma cidade deve fazer ou ter para ser ou se tornar “criativa” (FLORIDA, 2002; COMUNIAN, 2011; JAKOB, 2010; YDE, 2012), subsidiando a formulação de políticas públicas e gerando um Guias de Soluções para o desenvolvimento da economia local e a solução de problemas urbanos (SCOTT & STORPER, 2009; EVANS, 2009; COMUNIAN, 2011; BORÉN & YOUNG, 2013).

Essas teorias, no entanto, vem sendo criticadas sob diferentes perspectivas. Borén e Young (2013) criticam que as políticas públicas vinculam-se a imperativos econômicos e a uma agenda neoliberal. Assim, ignoram os efeitos redistributivos potencialmente negativos, tais como investimentos em recursos culturais de grande porte, tais como casas de espetáculos ou estádios esportivos para tornar a cidade “atrativa”. Tais ações podem promover formas estereotipadas de atividades criativas voltadas para o crescimento urbano, em detrimento a investimentos em bem estar social, educação, saúde ou apoio a outras formas de criatividade (BORÉN & YOUNG, 2013).

Ademais, a literatura existente sobre Cidades Criativas retrata especialmente experiências dos Estados Unidos, da Europa e Australásia (CURRID, 2006; CHOI, MILAR, WONG, 2006; JAKOB, 2010; COMUNIAN, 2011), o que resulta em pouco conhecimento a respeito do tema em outros contextos. Diferentes tipos de cidades e áreas urbanas envolvem distintas legislações, contextos políticos, hierarquias urbanas, estruturas de governança, geografias urbanas internas e tradições culturais (BORÉN & YOUNG, 2013), requerendo, portanto, diferentes compreensões do espaço criativo, já que as atividades e dinâmicas criativas são situadas, estando diretamente relacionadas a um ambiente específico (COHENDET, GRANDADAM & SIMON, 2009). Como salienta Pratt (2008, p. 35), uma Cidade Criativa “não pode ser fundada como uma catedral no deserto: ela necessita estar

ligada e ser parte de um ambiente cultural existente. Necessitamos apreciar interdependências complexas, e não simplesmente usar uma para explorar a outra”.

Frequentemente, com o foco em uma audiência internacional, algumas formas de criatividade tornam-se valorizadas pelas elites urbanas e gozam de financiamentos público. Outras, no entanto, - possivelmente mais mundanas, suburbanas ou experimentais - são ignoradas, suprimidas, desvalorizadas ou excluídas das políticas públicas voltadas para o desenvolvimento das Cidades Criativas, causando a supressão da criatividade que supostamente deveria envolver as atividades criativas (BORÉN & YOUNG, 2013).

De acordo com Yde (2012), Florida se propõe a identificar e entender as relações causais entre personalidade, inovação, capital humano, classe criativa, renda e crescimento econômico. Para a autora, isso demonstra que a personalidade, até então limitada ao âmbito privado, passa a ser parte essencial do econômico, da produção e mesmo da configuração da cidade, uma vez que Florida afirma que as cidades possuem personalidades específicas. Assim, a personalidade dos cidadãos passa a não ser indiferente à economia, interessando que os sujeitos sejam empreendedores, inovadores, criativos, já que nesses perfis pessoais está o cerne do potencial produtivo e econômico da cidade (YDE, 2012).

Comunian (2011, p. 1159) assinala outra crítica a Florida: a de assegurar a si próprio, contratos de consultorias para desenvolver “políticas urbanas rápidas” para Cidades Criativas. Políticas como as propostas por Florida e outros autores, segundo Borén e Young (2013), vem sendo amplamente adotadas pois, aparentemente, são baseadas em análises estatísticas e oferecem soluções para problemas econômicos relativamente fáceis de implementar. Os autores observam, no entanto, que as mesmas se disseminaram rapidamente não por sua eficácia, mas por se adequarem facilmente às políticas (culturais e de urbanismo) existentes, não exigindo mudanças profundas por parte de seus formuladores ou mudanças nos interesses e estruturas de poder, sendo condizentes com as perspectivas do urbanismo neoliberal e do cosmopolitismo competitivo.

Conforme Jakob (2010), esses modelos apenas repaginam um modelo empreendedor de governança urbana e desenvolvimento voltado para atrair capitais altamente voláteis e elites profissionais. Como atrativo, utilizam ambientes para viver, trabalhar, consumir e investir, que são diversificados, ainda que controlados; e artísticos, ainda que orientados para a lucratividade. Assim, o autor argumenta que esse modelo de Cidade Criativa representa uma falácia, pois sua promessa se baseia em uma falsa ideia de criatividade e habitabilidade para todos quando, na verdade, seu uso orienta-se para um desenvolvimento urbano voltado para a propriedade e amenidades, bem como a uma governança de artes e cultura, e de produção e promoção local orientada para a sua autopromoção.

Jakob (2010), entretanto, não desconsidera a relevância de toda a concepção de Cidades Criativas e a possibilidade de um desenvolvimento urbano através das artes. O que a autora propõe é a necessidade de uma revisão profunda do modelo de Cidade Criativa dominante, com vistas a que a igualdade e a participação cívica prevaleçam, ao invés do crescimento, a fim de que a criatividade possa ser apropriada como um direito humano e não como uma estratégia de desenvolvimento urbano. Algumas ideias são esboçadas por Jakob (2010) para que as políticas públicas para as Cidades Criativas possam avançar em termos de programas comunitários: desenvolver a educação artística, levar artistas para as escolas, organizar *workshops* criativos públicos para a transferência de conhecimentos e para propiciar que residentes excluídos possam integrar uma comunidade artística, bem como aprender novas habilidades. Tais atividades, segundo a autora, representariam uma abordagem mais inclusiva e progressiva para o desenvolvimento urbano.

Borén e Young (2013) esboçam, igualmente, proposições de novas formas para a criatividade contribuir para o bem estar e crescimento urbano, sugerindo: a reunião de esforços para promover uma maior apreciação de formas de criatividade que apresentem

caráter local ou regional; a utilização de índices que associem criatividade com habitabilidade e sustentabilidade; a abordagem de questões relativas à igualdade. Os autores defendem que é preciso ir além da dicotomia presente na literatura entre trabalhos que celebram a criatividade e trabalhos que rejeitam um papel para a criatividade na cidade, abrindo novos caminhos para estudos acadêmicos interdisciplinares que auxiliem formuladores de políticas públicas e atores envolvidos em atividades criativas a interagir de um modo mais produtivo.

Além disso, Borén e Young (2013) destacam que a definição de criatividade pode variar tanto em sua forma quanto aos seus objetivos entre as esferas de políticas municipais e diferentes formas de governanças urbanas em escalas submunicipais. Essas escalas podem não compactuar com políticas voltadas ao incremento de equipamentos culturais para aumentar sua atratividade e ao invés disso, utilizar a cultura e a criatividade nas áreas da educação, sustentabilidade, igualdade e coesão social, desenvolvimento pessoal, como “arte pela arte”, ou ater-se mais em exercer pressão acerca de questões socioeconômicas (BORÉN & YOUNG, 2013). Assim, os autores sugerem a necessidade de novas formas de governança urbana, tais como alianças informais entre *stakeholders* públicos e privados.

Yde (2012) argumenta que as configurações urbanas precisam fugir do entendimento como uma delimitação geográfica ou como um conglomerado de habitantes e edifícios, devendo ser exploradas como formas de vida, espacialidades e redes semióticas que se comunicam e se modificam constantemente, o urbano como uma “forma de fazer, organizar, sentir, funcionar, administrar, conceber, nomear, habitar e relacionar-se” (YDE, 2012, p. 170). Segundo a autora, é necessário conceber a Cidade Criativa como um produção de redes sociomateriais específicas em constante atualização, e não como um modelo abstrato ou unidade estável passível de ser analisada como unidade econômico espacial delimitada. Para tanto, sugere a necessidade de estudos de casos específicos para abordar de forma empírica os processos de composição e emergência desse diagrama de cidade.

Destaca-se a tendência em criar categorias dicotômicas de análise para o estudo do modelo de Cidade Cultural ou Criativa onde, por um lado, são abordados elementos urbanísticos, econômicos e imobiliários e, por outro, a importância do simbólico, do social e do discursivo (YDE, 2012). Nesse sentido, salienta-se o desafio que representa a construção de um modelo de análise que considere a relação entre objetos (elementos urbanísticos) e processos (relacionados a aspectos sociais), a despeito da dificuldade em manter um equilíbrio explicativo entre esses aspectos, embora ambos não representem categorias conceitualmente excludentes.

No contexto brasileiro, Lima (2011) salienta o desafio que representa executar ações para promover o seu desenvolvimento devido à sua extensão continental e às diferenças sociais, econômicas, regionais, organizativas e culturais dos seus territórios. Nesse sentido, a autora destaca a importância de se apresentar novas soluções, propostas e rumos que contribuam para o desenvolvimento de Polos Criativos – concebidos como conjuntos de empreendimentos criativos situados geograficamente próximos e restritos a um território de pequena dimensão, noção explorada na próxima seção.

2.2. Polos Criativos

Polos Criativos podem ser entendidos como espaços de convivência urbana que possuem uma dinamização funcional, reunindo em sua geografia distintos grupos e pessoas com uma identidade cultural singular, com a realização de variadas atividades de dimensões simbólicas (LIMA, 2011).

Sob esse enfoque, existem poucos referenciais teóricos retratando experiências sobre Bairros Criativos, conceito similar ao de Polos. Um dos exemplos citados pela autora, nesse sentido, é o bairro Vila Madalena, em São Paulo, que reúne atividades cívicas, culturais, institucionais e comerciais, proporcionando pontos de encontros formais e informais.

Diferenciando-se dos Bairros Criativos, os Polos Criativos excluem o critério da delimitação territorial regional. Assim, consideram características específicas de dinamismo da Economia Criativa em um dado espaço geográfico, as quais constituem a identidade do polo e a base de aglomeração dos seus atores.

Destaca-se o potencial de dinamização da economia e a atratividade turística desses territórios, propiciando experimentações e trocas entre cidadãos e visitantes, gerando oportunidades de desenvolvimento local. Pardo (2011) alerta, no entanto, que é preciso cuidar para não transformar tais territórios em locais unicamente turísticos, sob o risco de eliminar a complexa diversidade do tecido urbano, o que pode gerar perda da qualidade de vida dos cidadãos, bem como da personalidade e atratividade para o desenvolvimento das suas atividades criativas.

No que tange ao histórico concernente à criação, estímulo e/ou implantação de Polos Criativos no Brasil e em demais países, há duas formas diferentes de criação: a) através da iniciativa da sociedade civil: por moradores e frequentadores locais, com vocação própria e integração espontânea, sendo a característica cultural (arquitetônica/urbana ou uso funcional do espaço), um dos fatores-chaves de identidade. Partem da aproximação de pares para a construção de um ambiente coletivo e possuem forte reconhecimento social; b) implantação pelo poder público: enquanto ação estratégica de desenvolvimento de determinado local ou no redesenho urbano de uma cidade, onde as políticas públicas dirigidas à Economia Criativa atuam de forma direta para a criação do ambiente em um espaço com vocação pré-existente; como intervenção objetivando transformação para reuso urbano de áreas degradadas socialmente.

Nove critérios inter-relacionados são destacados como indispensáveis enquanto identificadores de um ambiente criativo, agrupados em três campos de atuação: a) campo da economia e da gestão; b) campo da identidade e da cultura; e c) campo das relações sociais (LIMA, 2011), descritos a seguir.

a) Campo da Economia e da Gestão

Desenvolvimento da atividade econômica local	Envolve a existência de ações que promovam a movimentação econômica e a dinamização de bens simbólicos ou materiais que, sobretudo, mantenham a sustentabilidade econômica das suas iniciativas. Trabalhos de natureza intelectual e criativa que agreguem valor imaterial ao valor material produzido, refletindo-se no desenvolvimento local e no incremento da cadeia produtiva ligada à vocação do ambiente criativo, interferindo significativamente nas estruturas sociais dos habitantes e usuários do local.
Convergências de atuação	Sinergia em busca de objetivos comuns relativos ao desenvolvimento sustentável local são revelados pela organização institucionalizada ou não de articulações e conexões intra e extra polos; pela formação de redes e cadeias de produção, circulação, uso, troca de experiências e cooperação entre os participantes do ambiente criativo. Exemplos: cooperativas, associações, instituições de ensino e pesquisa, empreendimentos.
Concentração setorial de iniciativas	Envolve a necessidade de haver uma vocação setorial para as atividades produtivas se relacionarem e, então, se constituírem em um Polo Criativo, devendo agregar iniciativas e empreendimentos predominantemente de micro, pequeno e médio portes, além de iniciativas de grupos informais e empreendimentos individuais com a mesma vocação produtiva ou que contribuam para uma identidade setorial no local.
Adensamento empresarial	Independente do porte ou da natureza dos empreendimentos que integram um Polo Criativo, este fator colabora para o desenvolvimento local, pois a consolidação do empreendedorismo promove o desenvolvimento pessoal autônomo; aumenta a implantação de pequenos negócios; faz crescer a oferta de postos de trabalho e o volume de produtos/serviços gerados e comercializados.

b) Campo da Identidade e da Cultura

Construção da imagem coletiva	A produção de bens e serviços com identidade cultural própria, tanto relacionada ao ambiente arquitetônico, aos elementos históricos e culturais locais, ou às formas próprias de organização é uma das características mais marcantes da Economia Criativa.
Valor agregado	Os aspectos citados anteriormente compõem um valor agregado intangível e que deve

intangível	saber ser mensurado para que colaborem com a sustentabilidade local, aspectos que tornam produtos e serviços exclusivos, distinguindo-se de mercadorias produzidas em grande escala.
------------	--

c) Campo das Relações Sociais

Formas de governança próprias	São necessárias, através da implantação de instâncias e instrumentos de participação cidadã capazes de agir não apenas entre si, mas com os poderes públicos e outras instâncias do poder ou econômicas. Tais governanças devem possibilitar a criação de canais capazes de: liderar e organizar atores em prol de objetivos comuns; coordenar as ações dos diferentes atores para o cumprimento de objetivos comuns, negociar processos decisórios locais e outras atuações que promovam o desenvolvimento local.
Desenvolvimento de tecnologias	O diferencial das iniciativas ligadas à Economia Criativa envolve o desenvolvimento de novas tecnologias, tanto no campo da informação e comunicação, colaborando para a construção de redes de relacionamentos e para a funcionalidade da coprodução, como na área das relações comerciais, através de usos de novos sistemas de financiamentos e trocas de bem, ou ainda nas esferas da administração, através de novas formas de governança e responsabilidade social. Tais novas tecnologias, responsáveis pela aposta na inovação da relação entre capital e criatividade humana, é um fator predominante na Economia Criativa.
Sustentabilidade ambiental e social	Relaciona-se com a continuidade dos aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais da humanidade, propondo-se a configurar a civilização e suas atividades de modo que a sociedade, seus membros e as suas economias possam contemplar suas necessidades presentes, ao mesmo tempo que preservam a biodiversidade e os ecossistemas naturais. As iniciativas criativas ampliam suas responsabilidades com a sociedade e o desenvolvimento quando inserem em sua base de trabalho metas sustentáveis: responsabilidade ecológica e ambiental; viabilidade econômica; justiça social, contemplando a democracia cidadã, o comércio justo e a aceitação cultural por parte do espaço, respeitando e adequando-se à dinâmica urbana e arquitetônica que compõem a memória e os hábitos locais.

Considerando as concepções anteriores relacionadas ao desenvolvimento da economia por meio de espaços criativos, entende-se que a noção de território proposta por Milton Santos possa contribuir com os debates nesse campo teórico, tema explorado a seguir.

3. Territórios: o enfoque de Milton Santos

Nesta seção buscamos explorar as contribuições do geógrafo Milton Santos para a discussão sobre o espaço relacionado com a temática da Economia Criativa. Milton Santos foi pioneiro e renovador das compreensões do espaço na geografia, propondo um método de interpretação pautado no materialismo histórico. Segundo o autor (2005), a relação espaço-tempo representa o elemento central da dinâmica socioespacial da geografia humana, compreendendo o espaço como produção do homem na relação com a totalidade da natureza e por meio da técnica.

Vamos explorar as ideias de Milton Santos a partir da noção de espaço até suas elaborações sobre território, passando pelos conceitos de formação econômica espacial e modo de produção. Para Santos (2005), o espaço é uma categoria que fora pouco explorada mesmo na Geografia, predominando uma análise da forma, em detrimento da formação. Um olhar que se concentra nas formas cristalizadas, impedindo que se faça uma relação maior entre espaço e História, explorando as relações sociais, políticas e econômicas do processo de formação. Assim, o autor destaca:

O espaço é a matéria trabalhada por excelência. Nenhum dos objetos sociais tem tamanha imposição sobre o homem, nenhum está tão presente no cotidiano dos indivíduos. A casa, o local de trabalho, os pontos de encontro, os caminhos que unem estes pontos são igualmente elementos passivos que condicionam as atividade do homem e comandam a prática social (SANTOS, 2005a, p. 34).

Partindo da importância da compreensão do espaço como base para as relações sociais, o autor situa seus estudos numa crítica frequente sobre a consideração do espaço apenas a partir da delimitação geográficas. Para o autor, o espaço, mais do que delimitações cartográficas, é um espaço ocupado, que precisa ser compreendido com relação àqueles que o habitam. A localização dos homens e das atividades e das coisas precisa ser compreendida a partir das formas de produção e dos elementos internos do espaço, como a organização social e material (SANTOS, 2002).

Assim, o autor propõe como categoria de análise a Formação Econômica e Social (FES), que diz respeito “à evolução diferencial das sociedades, no seu quadro próprio e em relação com as forças externas de onde mais frequentemente lhes provem o impulso” (SANTOS, 2005a, p. 22). A FES expressa a relação entre as esferas econômica, política, social e cultural de uma sociedade, num movimento dinâmico entre a unidade e totalidade geográficas e as continuidades e descontinuidades do seu tempo histórico.

O estudo das formações econômicas e sociais possibilita que se aprofunde a compreensão sobre a totalidade e as frações que integram uma sociedade. Cada formação possui especificidades que a distinguem de outras e em seu interior existem separações, frações do todo. A totalidade apresenta elementos variáveis que interagem e se modificam ao longo do tempo. A análise deste movimento requer a articulação dos conceitos de modo de produção, formação social e espaço que se influenciam mutuamente. O modo de produção se expressa nas formas de produção, circulação e distribuição histórica e espacialmente determinadas num movimento conjunto (SANTOS, 2005a). A formação social é uma estrutura técnico-produtiva expressa geograficamente por uma certa distribuição da atividade de produção, não podendo, desta forma, ser dissociada do espaço em que ocorre.

Na relação de interdependência estabelecida entre os três conceitos o autor afirma que: “os modos de produção se tornam concretos sobre uma base territorial historicamente situada” (SANTOS, 2005a, p. 28). A formação social possui uma história constituída pelas sequências de formas que surgem sobre um território espacial, na relação com as mudanças dos modos de produção. Essa relação é apresentada pelo autor no trecho:

A realização prática de um dos momentos da produção supõe um local próprio, diferente para cada processo ou fração do processo, o local torna-se assim, a cada momento histórico, dotado de uma significação particular. A localização num dado sítio e num dado momento das frações da totalidade social depende tanto das necessidades concretas de realização da formação social quanto das características próprias do sítio. O uso produtivo de um segmento de espaço num momento é, em grande parte, função das condições existentes no momento inicial. (SANTOS, 2005a, pp. 30-31)

Em cada momento histórico, a forma espacial é reconfigurada, tanto pelas heranças presentes no espaço organizado, quanto pelas necessidades do espaço presente, representado pela ação do modo de produção ou de um dos seus momentos (SANTOS, 2005a). Essas reconfigurações são marcadas por continuidades e descontinuidades que, segundo o autor:

A unidade da continuidade e descontinuidade do processo histórico não pode ser realizada senão *no* espaço e *pelo* espaço. A evolução da formação social está condicionada pela organização do espaço, isto é, pelos dados que dependem diretamente da formação social atual, mas também das FES permanentes (SANTOS, 2005a, p. 32)

Além disso, o espaço é tanto efeito quanto condição da transformação de uma sociedade global. A continuidade e descontinuidade se apresentam além da articulação entre herança e presente também na relação entre o global e o local (totalidade e lugar). As formações sociais do lugar são pressionadas para seguir a totalidade, mas a resposta apresentada é marcada por elementos de ligação e afastamento em virtude das características históricas que marcam o lugar. No entanto, ao longo do tempo, as formas socioespaciais

podem ser renovadas, adaptadas ou novas podem ser criadas pela apresentação de um novo modo de produção, uma totalidade que busca integração.

Desta perspectiva, Milton Santos chega à discussão sobre território, que, numa definição ampla é entendido como:

[...] não é apenas um conjunto de sistemas naturais e de sistemas de coisas sobrepostas, o território pode ser entendido como território usado, não o território em si. O território usado é o chão mais a identidade. A identidade é o sentimento de pertencer aquilo que nos pertence. O território é o fundamento do trabalho; o lugar da residência, das trocas materiais e espirituais e do exercício da vida (SANTOS, 2002, p 15).

Desta ideia podemos compreender que o território é formado por relações que integram a história, natureza, economia, política e cultura de um determinado espaço. O espaço não é apenas o resultado da atuação de uma diversidade de elementos, trata-se de uma estrutura da sociedade que interfere nas demais estruturas (SANTOS, 2002). Um espaço interage com outros espaços, como o encaminhamento de totalidade de um Estado ou de um modo de produção. No entanto, esta totalidade poderá apresentar formas diferentes dependendo do lugar, bem como se alterar ao longo do tempo, pois o espaço é uma estrutura ativa.

Ao explorar a noção de território no período de globalização, Santos inclui novas categorias e destaca:

[...] o território são formas, mas o território usado são os objetos e as ações, sinônimo de espaço humano, espaço habitado. Mesmo a análise da fluidez posta ao serviço da competitividade, que hoje rege as relações econômicas, passa por aí. De um lado temos a fluidez virtual, oferecida por objetos para facilitar essa fluidez e que são, cada vez mais, objetos técnicos. Mas os objetos não nos dão senão uma fluidez virtual, porque a real vem de ações humanas, que são cada vez mais ações informadas, não normatizadas (2005b, p. 138).

Nesse contexto contemporâneo, território recebe novos recortes denominados verticalidades e horizontalidades (SANTOS, 2005b). As verticalidades são um conjunto de pontos distantes uns dos outros ligados por todas as formas de processos sociais, formando um espaço de fluxos. A esses pontos está ligada a utilidade produtiva e de uma lógica de individualidade. As verticalidades são "pontos no espaço que, separados um dos outros, asseguram o funcionamento global da sociedade e da economia" (SANTOS, 2006, p.284). As verticalidades criam interdependência hierárquica entre lugares, sendo essa proporcional à necessidade de cooperação entre os lugares. Essa hierarquização é importante para a existência e permanência de uma organização espacial que leva ao crescente processo de homogeneização dos lugares. Aqui se estabelece uma relação entre a totalidade e o lugar: a totalidade é uma lógica externa pela qual os espaços locais são levados a adaptar sua organização e atuação com base nos interesses globais, que mudam constantemente, gerando descontinuidades. Como reação a essa homogeneização, há o processo de desintegração das solidariedades locais, gerando perda na capacidade de gestão da vida local (SANTOS, 2005b).

As verticalidades decorrem da transformação das atividades econômicas no atual processo de desenvolvimento tecnológico e na internacionalização de mercados. Nesse contexto, a coesão entre organizações mundiais passa a influenciar todos os espaços do globo, baseada numa racionalidade de ampliação de ganhos e formação de novas ideias globais. Dessa forma, criam interdependências entre lugares dispersos pelo planeta, integrando-os como redes globais. Essa relação é estratificada e segue uma ordem técnica, financeira e política definida por organizações e países que influenciam a atual ordem geopolítica, sendo assim é criada uma integração limitada, baseada na alienação e, por vezes, exploração de comunidades locais ao formar o sistema econômico mundial. As verticalidades "são vetores de uma racionalidade superior e do discurso pragmático dos setores hegemônicos, criando um cotidiano obediente e disciplinado"(SANTOS, 2006, p.286).

As horizontalidades são “os domínios de contiguidade, daqueles lugares vizinhos reunidos por uma contiguidade territorial” (SANTOS, 2005bde acord, p.139). Esses domínios contíguos se opõem ao espaço econômico, constituindo um espaço de todos: empresas, instituições, pessoas, o espaço das vivências. A horizontalidade significa tanto as articulações quanto os benefícios gerados no âmbito local pelas ações de um determinado ator sobre o território onde se instala. Nesses espaços territoriais pode se formar uma solidariedade formada pelo conjunto de agentes que ali atuam. Eventualmente, o conjunto se transforma, embora essa mudança seja marcada pela continuidade.

Verticalidades e horizontalidades são cortes simultâneos e complementares do espaço geográfico. São as fragmentações do espaço, suas funcionalidades e reordenações dos lugares em continuidades geográficas ou não.

Na próxima seção vamos explorar como os conceitos trabalhados por Milton Santos podem contribuir para ampliar a discussão sobre os espaços geográficos onde a Economia Criativa tem sido desenvolvida no contexto nacional e internacional.

4. Contribuições de Milton Santos para a Discussão sobre Território

Nas perspectivas apresentadas na segunda seção, temos duas possibilidades para compreensão do Espaço Criativo. Na primeira, das Cidades Criativas, a delimitação do espaço segue uma orientação da geografia tradicional, orientando-se pela demarcação formal da cidade. Na segunda, dos Polos Criativos, apesar de menos explorada, há uma preocupação em considerar os aspectos humanos que marcam o território.

Lima (2011), ao falar sobre a Economia Criativa, destaca que as dimensões que constituem um território envolvem os campos socioeconômico, físico-territorial, político-organizativo e simbólico-cultural. Quando reunidos em um espaço geográfico, propiciam a formação de identidades individuais e coletivas, evocando sentimentos de pertencimento que contribuem para a sua identificação enquanto território único. No entanto, praticamente inexistem estudos realizados sob essa perspectiva, explorando a dimensão social, cultural e simbólica de Territórios ou Polos Criativos, já que a maioria dos estudos centram suas análises nos aspectos econômicos como a produção, circulação e consumo de produtos (JAKOB, 2010; BORÉN & YOUNG, 2013).

Assim, para retomar e dar destaque para a dimensão humana nos Espaços Criativos, busca-se explorar como os conceitos de Milton Santos podem ser articulados para compreensão da dimensão humana nos estudos de Economia Criativa. O primeiro item, desenvolvido a seguir, dá destaque às noções de espaço e território, apontando como essas podem contribuir para superar as críticas que tem sido feitas, sobretudo, aos estudos que abordam as Cidades Criativas. No segundo item, explora-se como as noções de verticalidades e horizontalidades podem ser incorporadas nos estudos de Economia Criativa.

4.1. O Espaço Humano e o Território Ocupado

Ao examinarmos as críticas de Jakob (2010), Yde (2012) e Borén e Young (2013), percebe-se que o espaço é apresentado apenas como forma, na delimitação geográfica das cidades, focando no espaço construído e nas formas estabelecidas. Essa concepção desconsidera, frequentemente, a história e as relações sociais, econômicas e políticas do processo de formação daquele espaço. Ao considerarmos uma perspectiva em que se valorize as formações sociais, o espaço da cidade pode ser reinterpretado, as fronteiras de bairros e ruas deixam de ser limites considerados, pois os territórios dependem da forma como o espaço é utilizado. Desse modo, dentro de uma mesma cidade pode haver diferentes territórios recortando e interconectando diferentes bairros, assim como um território pode integrar diferentes cidades pela história de suas formações econômica e social.

Em um tema de discussão nascente como a Economia Criativa, que integra diferentes campos de atuação (cultura, tecnologia, moda e design, entre outros), o conceito de território ocupado permite uma compreensão que rompe com os limites que existem no olhar estritamente econômico ou de rede formal que se possa ter sobre a relação entre esses setores. Ao situar a análise nas relações sociais e aspectos identitários das pessoas que ocupam determinado espaço, é possível analisar os aspectos simbólicos que integram e separam aqueles que habitam, trabalham e visitam um determinado território.

4.2. Verticalidades e Horizontalidades na Economia Criativa

Yde (2012) e Borén e Young (2013) fazem uma severa crítica ao desenvolvimento elitista e globalizante que a abordagem de Florida (2002) trouxe para os estudos da Economia Criativa. O crescimento de estudos na América do Norte e Europa acabou por direcionar e definir algumas compreensões que não contemplam outros continentes e culturas. Desta forma, desenvolve-se uma teoria em que predomina a visão de criatividade que existe nestes países em detrimento de outros entendimentos pelo mundo.

Essa compreensão etnocêntrica, que se amplia para outras regiões como uma política totalizante, pode ser entendida como uma verticalidade. A Economia Criativa e suas noções de território se desenvolvem dentro do contexto de globalização e de crescimento tecnológico. A utilização das experiências de Cidades Criativas em países centrais como forma de desenvolvimento de políticas públicas para outros países e regiões acaba por criar uma interdependência entre lugares, formando redes globais dentro de um modelo hegemônico que segue a ordem técnica, financeira e política dos países que avançaram na formação dessa perspectiva (SANTOS, 2006).

O foco centrado nos aspectos de desenvolvimento econômico, que desconsidera e desestimula práticas criativas com menor potencial econômico ou as diferenças regionais (YDE, 2012), reforça a ideia totalizante das abordagens de espaço presentes nos estudos sobre Economia Criativa. A adoção e exploração das horizontalidades, com atenção para os aspectos locais permite ver as redes que se formam e o surgimento de criatividades que podem não estar presentes nas perspectivas desenvolvidas nos estudos anteriores.

As horizontalidades trazem a possibilidade de explorar as solidariedades que se formam em determinado território bem como os benefícios das relações que surgem localmente. Essas relações são marcadas por continuidades e descontinuidades aproximando os atores (pessoas, empresas, instituições) dentro de um determinado território.

Da articulação entre verticalidades e horizontalidades surgem espaços contíguos e em rede (SANTOS, 2006). As *horizontalidades* são representadas pela contiguidade do espaço – pela vizinhança, à qual se associa a ideia de “espaço banal” – e *verticalidades*, formadas por “pontos distantes uns dos outros, ligados entre si por todas as formas de processos sociais” e que se expressam hoje em dia na noção de “redes”. Com esta relação é possível dar destaque as dimensões relacional e simbólica do território.

4.3. A Adoção do Conceito de Território Criativo

A partir das reflexões a partir dos conceitos de Milton Santos, acredita-se no potencial de tratar a análise dos espaços criativos a partir da noção de território. Nesse caso, no lugar de cidades ou bairros que seguem uma delimitação política pré-estabelecida, propõe-se a concepção de territórios criativos, que contempla alguns aspectos tratados superficialmente na noção de polos criativos, mas vai além, em termos de perspectivas de análise. Além disso, busca contemplar as críticas feitas por Yde (2012), Borén & Young e às concepções econômicas de cidades criativas que apresentam uma perspectiva reduzida e simplista das formações econômicas e sociais e do espaço habitado.

O território criativo refere-se ao espaço ocupado por manifestações criativas materiais e simbólicas que integra pessoas que vivem como residentes, comerciantes, produtores, consumidores ou frequentadores que se ligam ao lugar pelo elo afetivo estabelecido no decorrer de sua trajetória de vida. Para tanto, considera-se para compreensão deste território: a história das manifestações criativas, como surgem e se alteram ao longo do tempo; a relação estabelecida entre aspectos sociais, culturais e econômicos no direcionamento das manifestações criativas daquele espaço; a diversidade de criatividade apresentadas pelos integrantes deste lugar; a relação de continuidades e descontinuidades estabelecidas entre estas formas criativas e os contextos nacional e internacional.

Com esta concepção, espera-se poder explorar não apenas as criatividade hegemônicas e reconhecidas no cenário global, valorizando as identidades locais e as formações sociais que marcam cada espaço estudado. Assim, é possível tanto analisar as redes que se formam em torno de atividades que normalmente não são reconhecidas como conectadas, quanto identificar espaços de disputa e conflito entre aqueles que utilizam o território, mesmo dentro de uma mesma rede ou manifestação criativa.

Nessa perspectiva, diferentemente da proposta de Lima (2011), é possível explorar as continuidades e descontinuidades de um mesmo território, evitando a tendência de se concentrar a análise em formas de maior poder, concentração ou interesse econômico. Assim integra-se como elemento central o dinamismo e as contradições nas diferentes esferas (econômica, social, cultural, política, técnica, entre outras) que marcam um território.

5. Considerações Finais

O presente trabalho explorou a literatura internacional e nacional sobre Espaços Criativos e buscou incorporar, a partir da concepção teórica sobre territórios desenvolvida por Milton Santos, uma perspectiva crítico-reflexiva de análise para os estudos nesse campo, de modo a favorecer uma abordagem de desenvolvimento integrativa contemplando aspectos das formações econômicas, sociais e simbólicas de um determinado espaço. Assim, ainda que num esforço inicial, assume-se a pretensão de suprir uma lacuna teórica referente à escassez de delimitações conceituais que contemplem o local e sua articulação com o mundo, concebendo-se uma definição de Território Criativo que leva em conta as críticas e limitações ressaltadas por autores referenciados nesse estudo.

O texto alerta para os riscos que a incorporação acrítica e aplicação de modelos “prontos” de desenvolvimento urbano pode gerar para o desenvolvimento do campo da Economia Criativa, tais como a supressão da criatividade dos territórios e os efeitos redistributivos potencialmente negativos que contribuirão para a geração de desigualdade e predominância de modelos hegemônicos excludentes, entre outros aspectos. Como implicação prática desse estudo, portanto, destaca-se o potencial de contribuição das discussões realizadas para auxiliar o planejamento de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento urbano que contemple a inclusão social, a sustentabilidade, a inovação e a diversidade cultural de Territórios Criativos.

Como sugestão de estudos futuros, propõe-se a investigação de Territórios Criativos utilizando-se a conceituação e os elementos de análise desenvolvidos neste trabalho, especialmente no contexto brasileiro, visando uma maior compreensão dos territórios criativos nacionais, de modo a suprir uma carência de investigações empíricas realizadas no país nesse campo teórico. Sugere-se, ainda, a realização de uma pesquisa-ação que incorpore os elementos de análise elencados com vistas a contribuir, efetivamente, para o desenvolvimento de um território criativo, ao mesmo em que permite aprofundar a compreensão de suas potencialidades e limitações. Propõe-se, por fim, a investigação de como outras ocupações profissionais, afora as tradicionalmente consideradas “criativas”, vêm se transformando nesses territórios, bem como suas implicações.

Referências

- BORÉN, T., & YOUNG, C. Getting Creative with the 'Creative City'? Towards New Perspectives on Creativity in Urban Policy. *International Journal and Regional Research*, v. 37, n. 5, p. 1799-1815, 2013.
- CHOI, C., MILAR, C., & WONG, C. Singapore in transition: from technology to culture hub. *Journal of Knowledge Management*, v. 10, n. 5, p. 79-91, 2006.
- COHENDET, P., GRANDADAM, D., & SIMON, L. Economics and the ecology of creativity: evidence from the popular music industry. *International Review of Applied Economics*, v. 23, n. 6, p. 709-722, 2009.
- COMUNIAN, R. Rethinking the Creative City: The Role of Complexity, Networks and Interactions in the Urban Creative Economy. *Urban Studies*, v. 48, n. 6, p. 1157-1179, 2011.
- CURRID, E. New York as a Global Creative Hub: a Competitive Analysis of Four Theories on World Cities. *Economic Development Quarterly*, 20, p. 330-350, 2006
- EVANS, G. Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy. *Urban Studies*, v. 46, n. 5&6, p. 1003-1040, 2009.
- FLORIDA, R. The economic geography of talent. *Annals of the Association of American Geographers*, 92, 4, p. 743-755, 2002.
- FLORIDA, R. *Cities and the Creative Class*. New York: City & Community, 2003
- JAKOB, D. Constructing the creative neighborhood: hopes and limitations of creative policies in Berlin. *City, Culture and Society*, v. 1, p. 193-198, 2010.
- LANDRY, C., & BIANCHINI, F. *The creative city*. London: Demos, 1995.
- LANDRY, C. The Creativity City Index. *City, Culture and Society*, v. 2, p. 173-179, 2011.
- LIMA, S. *Polos criativos: um estudo sobre os pequenos territórios criativos brasileiros*. Brasília, DF, Brasil, 2011. Acesso em 26 de Julho de 2013, disponível em <http://www2.cultura.gov.br/economicriativa/wp-content/uploads/2013/06/poloscriativos.pdf>.
- MINC - Ministério da Cultura do Brasil. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014*. Brasília: Ministério da Cultura, 2011.
- MONTAG, T., MAERTZ, C., & BAER, M. A critical analysis of the workplace creativity criterion space. *Journal of Management*, n. 38, p. 1362-1386, 2012.
- PARDO, J. Gestão e Governança nas Cidades Criativas. In: Kageyama, P., & Reis, A. (Org.). *Cidades Criativas - Perspectivas* (p. 84-93). São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.
- PAREJA-EASTWAY, M. Construyendo la Barcelona creative: nuevos actores, nuevas estratégias. *Finisterra*, XLV, 90, p. 133-152, 2010.
- PRATT, A. Creative Cities? *Urban Design Journal*, 106, 35.
- REIS, A. C. Introdução. In: Reis, A. *Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento* (p. 14-49). São Paulo: Itaú Cultural, 2008.
- REIS, A. C. Introdução. In: Kageyama, P.; Reis, A. *Cidades Criativas - Perspectivas* (p. 24-29). São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.
- SANTOS, M. *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. 4. ed. Rio de Janeiro: Record, 2002.

SANTOS, M. Sociedade e Espaço: a formação social como teoria e como método. In: *Da totalidade ao lugar*. São Paulo: Edusp, 2005a, p. 21-51.

_____. O retorno do território. In: *Da totalidade ao lugar*. São Paulo: Edusp, 2005b, p. 137-144.

_____. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Edusp, 2006.

SCOTT, A., & STORPER, M. Rethinking human capital, creativity and urban growth. *Journal of Economy Geography*, p. 147-167, 2009.

UNCTAD. *Creative Economy: A Feasible Development Option*. Geneva: UNCTAD, 2010.

YDE, N. C. De qué está hecha una ciudad creativa. Una propuesta para abordar la cultura, el ocio y la creatividad en la urbe contemporánea. *Athenea Digital*, v. 12, n. 1, p. 169-190, 2012.