



## INTERNACIONALIZAÇÃO DA EDUCAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA: UMA RELAÇÃO DE EXISTÊNCIA MUTUALÍSTICA

DOI: 10.48075/ri.v24i2.28565

Cristiano Fortes Zanin<sup>1</sup>  
Vanessa Amália Dalpizol Valiati<sup>2</sup>  
Cristiano Max Pereira Pinheiro<sup>3</sup>  
Mauricio Barth<sup>4</sup>

**RESUMO:** Disserta sobre os elementos de intersecção entre os campos científicos da Economia Criativa e da Internacionalização da Educação, com o objetivo de demonstrar que concepções conceituais dos setores da Indústria Criativa são construídas através da educação intercultural, ao mesmo tempo em que este campo se apropria de valores e simbolismos representados pelos setores criativos e culturais. Estabelece-se, assim, uma relação mutuamente benéfica e de necessária observação para o desenvolvimento formativo direcionado a ambos os objetos investigados. Ao fim do estudo, entende-se que, ao mesmo tempo que são as atividades criativas responsáveis por preservar e promover os elementos culturais e criativos de nossa realidade cotidiana, a literacia cultural do indivíduo é que permite processos cognitivos de aquisição de conhecimento e de processos e atos criativos, constituindo, assim, um ciclo virtuoso na vida daqueles indivíduos que se permitem essa proposição e que desempenham papéis profissionais e estratégicos na Economia Criativa.

**Palavras-chave:** Economia Criativa; Internacionalização da Educação; Interculturalidade.

## INTERNATIONALIZATION OF EDUCATION AND CREATIVE ECONOMY: A MUTUAL EXISTENCE RELATIONSHIP

**ABSTRACT:** The present work narrates about the elements of intersection between the scientific fields of Creative Economy and the Internationalization of Education, in order to demonstrate that conceptual conceptions of the sectors of the creative industry are built through intercultural education

<sup>1</sup> Mestre em Indústria Criativa, especialista em Docência na Educação Profissional, bacharel em Administração de Empresas. E-mail: cfzanin@gmail.com

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação e Informação, mestra em Comunicação Social, especialista em Economia da Cultura, bacharela em Jornalismo. Professora no Programa de Pós-Graduação em Indústria Criativa da Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). E-mail: vanessavaliati@feevale.br

<sup>3</sup> Doutor e mestre em Ciências da Comunicação, bacharel em Publicidade e Propaganda. Coordenador e professor no Programa de Pós-Graduação em Indústria Criativa da Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). E-mail: maxrs@feevale.br

<sup>4</sup> Doutor em Diversidade Cultural e Inclusão Social, mestre em Indústria Criativa, especialista em Gestão de Marketing, bacharel em Publicidade e Propaganda. Professor na Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). E-mail: mauricio@feevale.br

at the same time that this field appropriates values and symbolisms represented by the creative and cultural sectors, thus establishing a mutually beneficial and necessary observation relationship for the targeted formative development of both objects investigated. At the end of the study, it is understood that, while creative activities are responsible for preserving and promoting the cultural and creative elements of our everyday reality, the individual's cultural literacy is what allows cognitive processes of knowledge acquisition and processes and creative acts, thus constituting a virtuous cycle in the lives of those individuals who allow themselves this proposition, and who play professional and strategic roles in the Creative Economy.

**Keywords:** Creative Economy; Internationalization of Education; Interculturalism.

## INTRODUÇÃO

Na educação, através dos métodos científicos, buscamos aprofundar estudos, encontrar respostas e compreender correlações existentes de assuntos propostos. Para tanto, é fundamentalmente importante haver contextualização dos tópicos envolvidos, o que por sua vez auxilia o consequente desenvolvimento teórico. O conteúdo deve ser narrado e construído de modo que a posterior leitura nos conduza por caminhos de conhecimento que vão sedimentando informações e somando entendimentos. A forma de construção desta lógica textual, depende, dentre outros fatores, da criatividade. Talvez por essa razão, seja um ato desafiador falar criativamente sobre Internacionalização da Educação sob a perspectiva da Economia Criativa, pois as concepções provêm de construtos sociológicos ramificados, que envolvem questões culturais e, para contribuir no desafio, ambas temáticas têm recentes definições, inclusive ainda sendo palco de discussões conceituais.

Podendo ser considerados recentes, os campos científicos destes temas têm menos de três décadas de trabalhos dedicados às suas especificidades. A Economia Criativa tem berço na Austrália em 1994 com sua política nacional de cultura Creative Nation e se impulsiona no Reino Unido em 1998 com o relatório DMCS (*Department for Culture, Media & Sport*) e suas ações práticas em frentes administrativas governamentais. “Esses dois casos foram os primeiros sobre a discussão política relacionada às indústrias e a Economia Criativa.” (SILVEIRA *et al.*, 2014, p. 2). Por sua vez, a Internacionalização da Educação aparece como “produto científico” a partir dos anos 2000, onde, segundo mencionam Piccin e Finardi (2019), há um marco importante nesta discussão, sugerida pela definição da “dimensão internacional” proposta por Knight (2003), em que afirma que a internacionalização seria o processo de integração das dimensões internacional, intercultural ou global, seja nos objetivos, funções ou na oferta do ensino superior. Este trabalho analisa, portanto, concepções, pretendendo demonstrar que existem vetores na relação entre Economia Criativa e Internacionalização da

Educação que criam uma intersecção fundamental de coexistência inter-relacional dos temas e que resultam em relevantes e mútuos benefícios.

O primeiro eixo parte do princípio de que um dos fundamentais elementos da Internacionalização da Educação, a educação intercultural (UNESCO, 2006), é essencial pelo suporte que presta à preservação da Diversidade Cultural como Patrimônio da Humanidade (UNESCO, 2005) e permite diálogos entre culturas, possibilitando conexões transnacionais, uma vez que “[...] a Economia Criativa não está limitada por fronteiras” (UNESCO, 2013, p. 90). Outro é que a educação tem caráter essencialmente inerente na formação científica e catedrática na Indústria Criativa e, com isso, também promove a ampliação de seu desenvolvimento como setor econômico. Como defende Throsby (2008) no seu trabalho sobre modelos de indústrias culturais, a educação é elemento-chave na cadeia que supre todos os setores que a Economia Criativa contempla (UNESCO, 2013).

Além das recentes definições e conceituações, e, talvez, também por essa razão, tanto a Internacionalização da Educação quanto a Economia Criativa muitas vezes são compostas por fatores ou elementos cujos conceitos são erroneamente interpretados. Ambas também contam com outros nomes e sinônimos conceituais do seu cerne de significado temático, como, por exemplo, expõe o British Council (2010): “[...] a Economia Criativa é muito mais que indústrias criativas”. É importante mencionar este fato para atentar a expressões correlacionadas e que contribuem na construção do pensamento.

Não cabe a este trabalho discutir a melhor designação para cada assunto, mas, sim, apresentar suas amplitudes e aprofundar sobre a relação existente entre eles, constatando os pontos de intersecção científica com objetivo de demonstrar que a Internacionalização da Educação pode instrumentalizar ferramentas em suporte a conceitos estruturais das Indústrias Criativas, que por sua vez promove elementos estéticos e de linguagem que empoderam o repertório da internacionalização educacional para com seus objetivos.

Para composição do raciocínio proposto, este artigo apresenta uma revisão bibliográfica sobre os princípios conceituais da Internacionalização da Educação, perpassando por constructos que contribuem para o entendimento desta matéria como fatores de formação cultural e criativa que, por sua vez, contemplam os elementos básicos das diferentes correntes teóricas da Economia Criativa.

## A INTERNACIONALIZAÇÃO DA EDUCAÇÃO COMO PRODUTO CIENTÍFICO

A internacionalização da educação é o recorte temático da educação que explora o impacto multicultural na formação acadêmica do estudante. Segundo Qiang (2003), é ultrapassado tratar a educação como um contexto estritamente nacional e a sua internacionalização é vista como uma das maneiras de um país responder ao impacto da globalização e, ao mesmo tempo, respeitar a individualidade cultural da nação.

No campo nacional sobre a matéria, Azevedo (2014) comenta que analisar a internacionalização na educação superior é avançar sobre um terreno de lutas em que o conceito de internacionalização está em disputa, como também as próprias regras do campo acadêmico. Esse fato sobre o (pouco) esclarecimento conceitual do tema é reforçado por um estudo publicado no Relatório sobre a Internacionalização nas Instituições de Ensino Superior, emitido em 2017 pela CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. No documento, é revelado que 70,3% das instituições pesquisadas se consideram pouco ou medianamente internacionalizadas e, destas, mais da metade não têm planos de internacionalização integrante do Plano de Desenvolvimento Institucional. É evidente que o desenvolvimento de conhecimento científico sobre internacionalização da educação é pauta contemporânea e o assunto tem recebido cada vez mais destaque nas agendas de diversos países, tornando-se um termo recorrente nos discursos que permeiam as políticas públicas nos setores da educação e da ciência e tecnologia (PICCIN; FINARDI, 2019).

Buckner e Stein (2019) analisaram as concepções sobre internacionalização das três principais associações internacionais de educação: NAFSA – *The Association of International Educators*, IAU – *International Association of Universities* e EAIE – *European Association for International Education*. Neste trabalho, os autores apontaram que os conceitos apresentados pelas organizações são similares, compartilhando compreensões sobre o que “conta” como educação internacional e sendo apenas adotados aspectos como estudantes internacionais, mobilidade acadêmica, parcerias de pesquisa e grades curriculares. Buckner e Stein (2019) destacam que estes aspectos são predominantemente técnicos e frequentemente quantificados. Dessa forma, deixam o conceito do que é a internacionalização muito vago e simplista. Isso ilustra a preocupação “imperativa” das instituições apenas com medidas e explicita o quanto tal abordagem pode se tornar distante das dimensões éticas e políticas de engajamento social.

Deve fazer parte dos objetivos dos sistemas educativos a compreensão sobre a formação e ampliação da perspectiva holística do estudante sobre seu senso de capacidade e

Ideação. Revista do Centro de Educação, Letras e Saúde. v. 24, n°2, 2022. e-ISSN: 1982-3010.

cidadania global, demandando, assim, o entendimento de promoções científicas sobre essa reflexão sobre o quanto a estruturação educacional pode – e deve – propor para o protagonismo do estudante, em seu desenvolvimento acadêmico. Isso inclui temáticas acerca da internacionalização, uma vez que, do prisma evolutivo da educação, “[...] a escola tem a incumbência de atuar para promover o desenvolvimento humano, a conquista de níveis complexos de pensamento e de comprometimento em suas ações” (BERBEL, 2011, p. 32).

A importância de desenvolvimento da internacionalização educacional de forma científica também se dá pela perspectiva de tornar o estudante mais capacitado para seu exercício social e profissional, consciente do multiculturalismo global. Os teóricos do assunto relacionam essa aprendizagem com a necessidade de atuações entre culturas em nossa realidade globalizada e conectada que promove transformações na própria vida cotidiana, como afirma Giddens (1996), sobre como novas formas de identidade cultural e de autoexpressão local, estão, de forma casual, vinculadas ao processo globalizante.

Autores que apresentam diversos trabalhos sobre o assunto e se destacam como produtores deste campo, Knight (2015) e Wit (2015), por exemplo, apresentam modelos de conceitos sobre internacionalização da educação destacando a percepção mais completa a que se refere o tema. Para Knight (2015), Internacionalização nos níveis nacional, setorial e institucional é definida como o processo de integração de uma dimensão internacional, intercultural ou global no objetivo, nas funções ou na oferta de educação pós-secundária. Wit (2015) complementa, arguindo que o processo é intencional e visa melhorar a qualidade da educação e pesquisa, contribuindo para a comunidade como um todo.

Em artigo sobre pedagogia e prática para aprendizagem no exterior, Rennick (2015) cita Paulo Freire sobre sua visão de colaboração entre estudantes e educadores no processo de “conscientização” – conceito que se refere a aprender a perceber contradições sociais, políticas e econômicas, e ter ações contra elementos opressivos da realidade. Ela afirma que aprendizagem transformacional pode fazer diferença fazendo com que os indivíduos tenham maior consciência crítica para engajar, refletir e agir em relação a questões globais complexas. Este exemplo fala tanto sobre a relevância da internacionalização da educação em si, como demonstra a importância do interculturalismo científico estruturalmente demandado, defendido por Bourdieu (2002).

O fenômeno da internacionalização da educação compreende valores relacionados à solidariedade e à interculturalidade, diferindo da transnacionalização educacional que é

associado a processos de mercadorização da educação ou “*commodification*”. É na interculturalidade que paira a compreensão mútua das relações na sociedade pela interação ativa dos atores sociais de culturas diversas (AZEVEDO, 2015).

## A INTERNACIONALIZAÇÃO EDUCACIONAL COMO PROCESSO SOCIOLÓGICO CULTURAL

Bourdieu (2002, p. 2) afirma que “[...] acredita-se frequentemente que a vida intelectual é espontaneamente internacional. Não há nada mais falso”. A frase faz parte de seu discurso na conferência de inauguração do Centro Francês da Universidade de Freiburg em 1989. O texto, posteriormente publicado com título de “As condições sociais da circulação internacional das ideias” é uma reflexão de que a vida intelectual, como espaço social, também se torna um território de “nacionalismos e imperialismos” e uma consequente inspiração para criar “[...] as condições sociais de um diálogo racional [...]”, no intuito de “[...] elevar a consciência e conhecimento das leis de funcionamento dos diferentes campos nacionais [...]” (BOURDIEU, 2002, p. 9).

A educação abrange as relações interculturais e no livro Fundamentos Estéticos da Educação, Duarte Jr. (1988, p. 59) afirma que “[...] educar-se é primeiramente adquirir ‘visão de mundo’ da cultura a que se pertence. Educar-se diz respeito ao aprendizado dos valores e dos sentimentos que estruturam a comunidade na qual vivemos.” Logo, se entende que educar em sistemas formais na era globalizada requer ampliação da imaginação do indivíduo aos estímulos do mundo, para que os assimilando, se possa criar significativos valores multiculturais.

O ambiente influencia os aprendizados de um indivíduo e experiências de cotidiano diferente do habitual podem proporcionar uma série de recursos de aprendizagem para entendimentos globais e interculturais. Há um conhecimento resultante da necessidade de saber lidar com o multiculturalismo, afinal, “[...] ninguém educa ninguém, ninguém educa a si mesmo. Os homens se educam entre si, mediatizados pelo mundo” (FREIRE, 2013, p.63).

As reflexões sobre os desafios da formação educacional sugeridos por Alarcão (2001, p.89) falam sobre a provocação “[...] à reflexão pessoal e coletiva, enquanto processo e instrumento de conscientização progressiva de desenvolvimento continuado e partilhado”. Em outras palavras, é imprescindível que o sistema educativo tome para si a responsabilidade de instigar os alunos a uma aprendizagem mais holística na dinâmica social e culturalmente globalizada.

Em artigo que explora a literatura com olhar sociológico sobre internacionalização, Aguiar (2005) compila resultados de pesquisas nacionais e estrangeiras feitas sobre a percepção das famílias a respeito de seus membros que realizaram ou desejam realizar experiência educacional em outro país. Segundo a autora, os aspectos abordados na dimensão do capital cultural do estudo demonstram que o interesse familiar em formações acadêmicas internacionais é processo visto como investimento em recursos simbólicos, como conhecimento de línguas, culturas, dispersão geográfica, e que o acúmulo destes com citada dimensão é produtora de disposições necessárias de atuação de sujeitos internacionalizados, agregando mais recursos em seu capital cultural.

Sobre pedagogia de processos de ensino vinculados a outros países e culturas, Rennick (2015) afirma que aprendizagem transformacional pode fazer diferença, ao favorecer que indivíduos tenham maior consciência crítica para engajar, refletir e agir em relação a questões globais complexas. Dessa forma, a internacionalização permite o “[...] desenvolver das competências, habilidades e conhecimentos interculturais dos estudantes, preparando-os para viver em um mundo mais interconectado” (PICCINI; FINARDI, 2019, p. 320).

Em documento da UNESCO que trata especificamente sobre Aprendizagem Intercultural (*Guidelines on Intercultural Education*, 2006), é defendido que a educação intercultural é uma resposta ao desafio de fornecer educação de qualidade a todos. Essa educação é essencial para a promoção da coesão social encorajando diálogos entre pessoas de diferentes culturas permitindo contribuições significativas para sociedades tolerantes e sustentáveis. Os objetivos da educação intercultural podem ser sumarizados pelos pilares da Educação para o Século XXI: a) aprender a conhecer; b) aprender a fazer; c) aprender a conviver; d) aprender a ser; e seguem princípios de respeitar a identidade cultural do aprendiz e fornecer conhecimentos para uma participação ativa na sociedade global. “A UNESCO e OCDE têm apelado a que sistemas educativos não se fechem nos seus próprios objetivos e avaliações internas [...]”, mas que desenvolvam nos alunos capacidades relacionadas à vida real que os permitam “[...] incluírem-se plenamente na sociedade” (VIANA, 2019, p. 19).

## **INTERCULTURALIDADE COMO ELEMENTO INERENTE À INDÚSTRIA CRIATIVA**

O surgimento do campo científico da Economia Criativa é resultante da transformação de valores sociais e culturais por movimentos ocorridos a partir dos anos 1990 (BENDASSOLLI *et al.*, 2009). Esta denominada “virada cultural” acontece pela emergência da sociedade do [Ideação. Revista do Centro de Educação, Letras e Saúde. v. 24, n°2, 2022. e-ISSN: 1982-3010.](#)

conhecimento relacionada a transições de valores materialistas para valores pós-materialistas, onde há uma transformação de uma “[...] economia fundamentada no uso intensivo de capital e trabalho [...] para uma economia na qual o capital tem base intelectual” (BENDASOLLI *et al.*, 2009, p. 11), e o indivíduo tem seu papel fundamental através de seus recursos intelectuais, formação de redes e troca de conhecimentos.

Em abrangente trabalho sobre Indústrias Criativas, Hanson (2012) menciona que o relatório da *European Commission* - Agência para o Desenvolvimento da Comunidade Europeia - revela a importância da diversidade cultural e sua dimensão como indústria para Economia Criativa na geração de produtos exportáveis e que este propósito “[...] materializa ou transmite expressões culturais” (HANSON, 2012, p. 226). Isso expõe o quanto o fator cultural simbólico é representativo economicamente, seja por questões monetárias ou não.

A UNESCO (2013), que emitiu um relatório especial sobre a Economia Criativa, menciona que a cultura é um impulsionador de desenvolvimento e a Economia Criativa é uma multiplicidade de trajetórias para contemplar esse objetivo. Denota que alguns dos críticos das indústrias criativas acreditam que o termo Criativa possa “borrar” os limites qualitativos que caracterizam os bens e serviços culturais. Entretanto, o que importa é que os setores da Economia Criativa sejam instrumentos de liberdade capazes de gerar benefícios econômicos ou não monetários centrados no desenvolvimento das pessoas.

Partindo da composição de diferentes correntes da Indústria Criativa sugerida por Pinheiro e Conti (2019, p. 36), temos, por um lado, autores que colocam “[...] a cultura e o conteúdo como centro da essência do conceito” e outra perspectiva ideológica em que “[...] a criatividade não é apenas a essência da expressão, mas a necessidade para um resultado em um processo de inovação”. Observa-se que, independente da corrente, os fatores centrais Cultura e Criatividade são conceitos de construção subjetiva, amplamente estudados em diferentes campos científicos, mas que tem no seu objeto de estudo o indivíduo e a forma que estes conceitos se manifestam através dele ou dos grupos do qual fazem parte.

Não há como falar em criatividade sem mencionar o sujeito que desempenha o ato criativo, tanto quanto não é possível explicar sobre cultura sem dimensionar manifestações que a compõem, fruto de resultados humanos. Consequentemente, a formação educacional na vida do indivíduo, composto por sistemas de educação formal, não formal e informal (MARQUES; FREITAS, 2017), é que permitem diferentes desempenhos nos atos criativos e compreensão da dimensão que os setores culturais têm como valor não monetário e representam como potencial econômico.



Para Sternberg (2006), são seis os tipos de recursos necessários para o exercício da criatividade: habilidades intelectuais (analítica, sintética e prática contextual), conhecimento (sob as facetas de muito ou pouco conhecer), jeito de pensar (pois existem muitas formas de pensar a mesma coisa), personalidade (decidir, superar, tolerar, assumir, autoeficácia), motivação (precisamos buscar formas atrativas de fazer) e ambiente (que precisa estimular e beneficiar a criatividade). Assim, depende, também, da realidade contextual do indivíduo o seu poder criativo e suas possibilidades dele resultantes; corrobora com essa lógica Silveira *et al.* (2014), onde afirmam que “[...] o conhecimento é adquirido e gerado pelas pessoas e a criatividade é fruto da imaginação das pessoas, portanto, é importante que elas sejam bem educadas”, logo, se espera que para um sistema criativo, haja existência de sistema educacional que forneça talentos com o conjunto certo de habilidades para o mercado e para a sociedade.

A respeito de cultura, defini-la não é tarefa simples, pois evoca interesses multidisciplinares, e em cada área, é trabalhada a partir de distintos enfoques e usos, confirmando à realidade caráter transversal próprio da cultura e que perpassa diferentes campos da vida cotidiana. Mas cultura também pode ser interpretada como “[...] coisas que fazemos quando materializamos ideias em objetos” (DURING, 2005, p. 13), concepção que auxilia na construção aqui trabalhada sob olhar da Indústria Criativa, pois, através do seu viés mais econômico, “É uma produção elaborada com a intenção explícita de construir determinados sentidos e de alcançar algum tipo de público, através de meios específicos de expressão” (BOTELHO, 2001, p. 2). A Economia da Cultura, fator pertinente na Indústria Criativa, estuda essa influência dos valores, das crenças e dos hábitos culturais de uma sociedade em suas relações econômicas.

A cultura não é uma coisa ou mesmo um sistema: é um conjunto de transações, processos, mutações, práticas, tecnologias, instituições, das quais são produzidas coisas e eventos (como filmes, poemas ou lutas mundiais), a serem experimentados, vivenciados e receberam significado e valor de diferentes maneiras dentro da rede sistemática de diferenças e mutações das quais surgiram para começar (DURING, 2005, p. 6).

Em estudo bibliométrico a respeito da produção científica sobre a Indústria Criativa, Pinheiro e Barth (2014) evidenciaram que os dois principais países com maior número de publicações são Reino Unido e Austrália, nações precursoras na concepção do tema, e que, segundo Azevedo (2015), são países inseridos nos principais eixos de internacionalização estudantil, justamente por apresentarem similares “forças centrípetas”, citando, justamente,

a reputação educacional e a economia baseada no conhecimento. Para corroborar com o raciocínio, Azevedo (2015) também menciona o quanto a educação é importante na economia da Austrália e destaca uma citação do Ministro da Educação do Reino Unido, David Willets, que menciona que em seu país há poucos setores da economia com a capacidade de crescer e gerar receitas de exportação tão impressionantes como a educação.

Na abordagem sobre as habilidades da formação para as indústrias criativas, Bridgstock (2011) efetuou uma pesquisa com 208 estudantes australianos de áreas criativas durante a graduação e, após o término do levantamento, a pesquisadora observou fortes habilidades de autogerenciamento e de motivação intrínseca. O entendimento corrobora a ideia de que, como em nenhum outro setor econômico, estes profissionais performam ações que podem ser descritas como empreendedoras (BENDASSOLLI, 2016).

Percebe-se, assim, que não apenas no entendimento dos elementos culturais e criativos das Indústrias Criativas o sentido de compreensão é importante, mas, efetivamente, em seu exercício profissional e empreendedor a cultura e a criatividade exigem a formação educacional e profissional do indivíduo. Sternberg (2006) conclui, através de estudos, que a criatividade pode ser medida independentemente de outras habilidades analíticas e práticas e depende da cultura em que se está inserido. O autor oferece, ainda, um caminho estruturado e reflexivo sobre o que influencia no processo de criatividade.

A criatividade é tanto uma decisão e uma atitude em relação à vida quanto uma questão de habilidade. A criatividade costuma ser óbvia em crianças pequenas, mas pode ser mais difícil encontrá-las em crianças e adultos mais velhos, porque seu potencial criativo foi suprimido por uma sociedade que incentiva a conformidade intelectual. (STERNBERG, 2006, p. 14).

A predominância da língua nos faz esquecer que nossa vida social contempla muitos outros elementos de linguagem propostos pelos setores da Indústria Criativa. Também nos comunicamos e nos orientamos por meio de imagens, gráficos, memes, músicas, expressões e tantas outras formas que se relacionam pelas concepções de cultura e criatividade. Assim, a cultura, através da Economia Criativa, perfaz um conceito que permite que todos os indivíduos sejam produtores de cultura através de significados e valores transmitidos; ainda, as atividades artísticas e intelectuais que se tornam bens e serviços de consumo com valor econômico ou simbólico permitem, de muitas formas, o desenvolvimento social. Na verdade, entender a importância da educação intercultural é saber que estudos culturais “[...] resultam da insatisfação com algumas disciplinas e seus próprios limites. É um campo de estudos onde

diversas disciplinas se interseccionam no estudo de aspectos culturais da sociedade contemporânea” (ECOSTEGUY, 1998, p. 88).

Na relação entre cultura e arte, é válido mencionar que a arte promove artefatos que servem de simbolismos à cultura, entretanto, a cultura é mais inclusiva que a arte, no sentido em que ela ocorre “invisivelmente”, sem a necessidade de legitimação social ou institucional. Throsby (1994), em seu trabalho sobre a produção e consumo da arte, fala sobre a economia do patrimônio (cultural) e menciona dados que, na década de publicação do artigo, mostram que houve mais consumo econômico na forma de arte do que em esportes. Apesar da arte e da cultura estarem presentes em toda história, são recentes os estudos destes campos como área econômica. Entende-se, então, que a arte é um produto que aumenta o consumo conforme mais se “adquire” e que este consumo, além de “satisfatório”, faz acumular conhecimento e experiência, se relacionando, assim, com a aquisição e o acúmulo de capital social propostos por Bourdieu (2007).

A Educação é o campo onde a interculturalidade pode tomar uma forma direcionada e estimular os indivíduos para o entendimento e compromisso com setores criativos. O British Council (2010), em seu Guia Introdutório sobre a Economia Criativa, coloca que, além da presença forte e comprometida da universidade, o sucesso da Economia Criativa local depende muito de uma boa escolaridade no ensino fundamental e médio, além do estímulo fornecido por museus, galerias de arte, espaços conceituais e outras instituições culturais.

Florida e Gates (2006), que apresentam trabalho sobre a relação entre universidade e Economia Criativa, afirmam que as universidades têm papel no processo de inovação e desenvolvimento econômico e que a mudança necessária diz respeito a alterar o velho foco de economia industrial para uma Economia Criativa que direcione o conhecimento e a criatividade como fonte de inovação e crescimento produtivo. Incluem, em suas conclusões, que o aluno e o ambiente mais “aberto” favorecem a diversidade de uma maneira cíclica e benéfica ao estímulo de ambientes criativos.

Em manifesto apresentado por vinte estudiosos sobre criatividade e contexto sociocultural, entre eles expoentes autores que realizam pesquisas científicas sobre criatividade e que embasam alguns dos conceitos estruturais da Indústria Criativa, Sternberg *et al.* (2019) atentam para o senso de urgência do documento, dada a acelerada transição de sociedade da informação para sociedade da pós-informação, onde “[...] a vida física coexistirá com múltiplas formas de inteligência artificial antropomórfica e não antropomórfica, e

criatividade tornar-se-á uma necessidade para a dignidade e sobrevivência da espécie humana” (p. 2). Essa percepção demonstra o desafio e a importância sociocultural de abordagens entre diferentes dimensões disciplinares, para integrar estas multiplicidades, na possibilidade de adotar novas perspectivas não opostas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A dimensão da Internacionalização da Educação, no seu papel de formação intercultural, é fundamental para a compreensão do valor e potencial que os setores da Economia Criativa representam e desempenham na vida cotidiana da civilização. Além disso, também é pela educação intercultural que se instrumentalizam muitos elementos essenciais para formação e desempenho dos profissionais nos setores criativos.

No Relatório da Economia Criativa da UNESCO (2013), a Interculturalidade, através de suas formas de diálogo, expressão e identidade, pode permitir o empoderamento de indivíduos e comunidades em novos contextos. Exemplifica que formatos de música, literatura, filme e teatro moldam espaços físicos e metafóricos relacionados com as raízes do indivíduo ou grupo. No mesmo trabalho, confirmam que a Educação e o Treinamento são base de todos os setores da Economia Criativa, e a Interculturalidade, além de auxiliar na preservação da importância das diferentes expressões culturais, também dá suporte às conexões transnacionais que são vitais para existência de sociedades plurais, através do estabelecimento de elos entre diferentes lugares e por propiciar mobilidade internacional de profissionais criativos.

O conceito de “Geneplore” proposto por Finke, Ward e Smith (1992) demonstra como criamos as ideias a partir de um progresso criativo que é cumulativo de um domínio e que tem influência exercida pela(s) cultura(s) vivenciada(s), pois estamos arraigados em um universo de percepções próprias. A concepção dos autores é de que tudo no campo das ideias vêm do que já temos pré-definido como conhecimento.

Debate-se, nesse sentido, sobre a percepção da importância da estruturação educacional na relação entre Economia Criativa e interculturalidade, promovida, justamente, pela educação internacional. Ao mesmo tempo, são as atividades criativas as responsáveis por preservar e promover os elementos culturais e criativos de nossa realidade cotidiana, sendo que a literacia cultural do indivíduo é que permite processos cognitivos de aquisição de conhecimento e de processos e atos criativos, constituindo, assim, um ciclo virtuoso na vida

daqueles indivíduos que se permitem essa proposição e que desempenham papéis profissionais e estratégicos na Economia Criativa.

## REFERÊNCIAS

- ALARCÃO, Isabel. *Escola reflexiva e nova racionalidade*. Porto Alegre: Artmed Editora, 2001.
- AZEVEDO, Mario Luiz Neves. A internacionalização da educação superior em questão: mitos, enganos e verdades. *Horizontes LatinoAmericanos*, v. 3, n 1, 2014.
- AZEVEDO, M. L. N. de. Internacionalização ou transnacionalização da educação superior: entre a formação de um campo social global e um mercado de ensino mundializado. *Crítica Educativa*, [S. l.], v. 1, n. 1, p.56-79, 2015. Disponível em: <https://www.criticaeducativa.ufscar.br/index.php/criticaeducativa/article/view/24>. Acesso em: 02 jan. 2022.
- BENDASSOLLI, Pedro F.; WOOD JR., Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles; CUNHA, Miguel Pina e. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. *ERA*, v. 49, n.1, p. 10-18, jan./mar. 2009.
- BENDASSOLLI, Pedro F.; BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo; GONDIM, Sonia Maria Guedes. Self-Control, Self-Management and Entrepreneurship in Brazilian Creative Industries. *Paidéia*, Ribeirão Preto, v. 26, n. 63, p. 25-33, 2016.
- BERBEL, Neusi Aparecida Navas. As metodologias ativas e a promoção da autonomia de estudantes. *Semina: Ciências Sociais e Humanas*, Londrina, 2011, v. 32, n. 1, p. 25-40.
- BOURDIEU, Pierre. *Escritos de Educação*. Petrópolis: Vozes, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. Les conditions sociales de la circulation internationale des idées'. In: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 2002/5, n.145, p. 3-8.
- BRIDGSTOCK, Ruth. Skills for Creative Industries graduate success. *Education + Training*, v. 53 n. 1, 2011, p. 9-26.
- BUCKNER, Elizabeth; STEIN, Sharon. What Counts as Internationalization? Deconstructing the Internationalization Imperative. *Journal of Studies in International Education*, 2019.
- DUARTE JÚNIOR, João Francisco. *Fundamentos estéticos da educação*. 2. ed. Campinas, SP: Papyrus, 1988.
- FLORIDA, Richard; GATES, Gary; KNUDSEN, Brian; STOLARICK, Kevin. Density and Creativity in U.S. Regions. *Annals of the American Association of Geographers*, 98(2), p. 461-478.
- FREIRE, Paulo. *Pedagogia do oprimido*. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2013.

- GIDDENS, Anthony. *Novas Regras do Método Sociológico*. Lisboa: Gradiva, 1996.
- HANSON, Dennis. Indústrias criativas. *Revista Eletrônica Sistemas & Gestão*, v. 7, n. 2, p. 222-238, 2012.
- MARQUES, J. B. V.; FREITAS, D. Fatores de caracterização da educação não formal: Uma revisão da literatura. *Educação e Pesquisa*, 43(4), p. 1087-1110, 2017.
- NEWBIGIN, John. *A Economia Criativa: Um Guia Introductório*. Reino Unido: British Council, 2010.
- PICCIN, Gabriela Freire de Oliveira; FINARDI, Kyria Rebeca. A internacionalização a partir de diferentes loci de enunciação: as concepções de sujeitos praticantes do currículo profissional. *Trab. Ling. Aplic.*, Campinas, n. 58, v.1, p. 313-340, 2019.
- PINHEIRO, Cristiano M. P.; BARTH, Maurício. Produção Científica na base de dados Scopus: uma análise sobre a Indústria Criativa. *Revista Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia*, João Pessoa, v. 9, n. 2, p. 48-61, 2014.
- PINHEIRO, Cristiano M. P.; CONTI, André. Afinal o que é (e o que não é) Indústria Criativa. In: *Mídia e Cultura Contemporânea: série linguagem*. v. 4. Porto Alegre, p. 30-49, 2019.
- QIANG, Zha. Internationalization of higher education: towards a conceptual framework. *Policy Futures in Education*, v. 1, n. 2, 2003.
- RENNICK, Joanne; Learning that makes a difference: pedagogy and practice for learning abroad. *Teaching & Learning Inquiry: The ISSOTL Journal*, v. 3, n. 2, p. 71-88, 2015.
- SILVEIRA, André L. M.; MOURA, Heloísa; BERTONI, Christopher F. Educação para a Economia Criativa e sua Relação com o Design. In: *Anais... X SEPesq.*, Uniritter, 2014.
- STERNBERG, Robert J. The Nature of Creativity. *Creativity Research Journal*, v. 18, n. 1, p. 87-98, 2006.
- THROSBY, David. Modelling the cultural industries. *International Journal of Cultural Policy*, v. 14, n. 3, p. 217-232, 2008.
- UNESCO, United Nations for Education, Scientific and Cultural Organization. *Guidelines on Intercultural Education*. 2006. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147878>. Acesso em: 02 jan. 2022.
- UNESCO, United Nations for Education, Scientific and Cultural Organization. Creative Economy Report: Special Edition. 2013. Disponível em: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>. Acesso em: 02 jan. 2022.
- VIANA, Joana. Educação Digital (Não Formal): Uma oportunidade de transformação da educação Formal. *Revista Interdisciplinar de Ciências e Artes*, v. 9, n. 1, 2019, p. 17-24.
- WARD, Thomas. *Creative Cognition*. Handbook of Creativity. Cambridge University Press, Nova Iorque, 1999.

WIT, Hans. Internationalization of Higher Education: Nine Misconceptions. *Analls...* International Higher Education, n. 64, Summer, 2011, p. 6-7.

WIT, Hans; HUNTER F.; HOWARD L.; EGRON-POLAK, E. *Internationalisation of Higher Education*, 2015. European Parliament, Brussels: EU. Disponível em: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/540370/IPOL\\_STU\(2015\)540370\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/540370/IPOL_STU(2015)540370_EN.pdf). Acesso em: 02 jan. 2022.

Recebido em 02 de dezembro de 2021.

Aprovado em 04 de janeiro de 2022.

