RELICI

POLÍTICAS CULTURAIS NO SETOR AUDIOVISUAL: UMA ANÁLISE DO PLANO ESPÍRITO SANTO CRIATIVO[1]

CULTURAL POLICIES IN THE AUDIOVISUAL SECTOR: AN ANALYSIS OF THE ESPÍRITO SANTO CRIATIVO PLAN

José Edemir da Silva Anjo[2]

RESUMO

O governo do Estado do Espírito Santo formulou um plano de desenvolvimento econômico criativo para estado: o Plano Espírito Santo Criativo (ES Criativo). Este trabalho tem por objetivo investigar as iniciativas do plano ES Criativo no audiovisual capixaba. Para tal se apoiou na literatura sobre indústria criativa, políticas públicas culturais no Espírito Santo e setor audiovisual. Ao seguir uma abordagem qualitativa com uma análise documental sobre a configuração da política cultural. A análise interpretativa desses dados possibilitou a construção de uma avaliação do programa. Nela, identificou-se o ES Criativo como uma ação para o desenvolvimento da economia criativa capixaba. O programa até então, pouco se efetivou nas mudanças sociais e econômicas no setor audiovisual.

Palavras-chave: economia criativa, políticas culturais, audiovisual, ES Criativo

ABSTRACT

The government of the state of Espírito Santo has formulated a creative economic development plan for the state: the Espírito Santo Creative Plan (ES Criativo). This paper aims to investigate the initiatives of the ES Criativo plan in the audiovisual sector of the state. To this end, it relied on the literature on creative industry, cultural public policies in Espírito Santo and the audiovisual sector. Following a qualitative approach with a documentary analysis on the configuration of cultural policy. The interpretative analysis of these data made it possible to construct an evaluation of the program. In it, ES Criativo was identified as an action for the development of the

[1] Recebido em 22/09/2020. Aprovado em 23/09/2020.
[2] Universidade Federal de Lavra. jose.anjo@estudante.ufla.br

creative economy in Espírito Santo. The program so far had little effect on social and economic changes in the audiovisual sector.

Keywords: creative economy, cultural policies, audiovisual, ES Criativo

INTRODUÇÃO

Atividades culturais, como a de festivais e mostras de produções audiovisuais fazem parte do circuito cultural que envolve a sociedade. Nesse sentido, há uma necessidade pela fomentação de políticas públicas culturais como forma de mobilização dos idealizadores desses movimentos artístico-culturais, sobretudo, os locais, para desenvolvimento de suas práticas criativas, o que possibilita a garantia, de forma democrática, de condições de manutenção e fortalecimento das expressões culturais.

Esse movimento pelo desenvolvimento de setores culturais ganhou notoriedade e atenção de governos a partir dos anos 90 do século passado, em que surge o termo “Economia Criativa”, conceito que abarca um conjunto de setores não apenas pela relevância social e cultural, mas também econômica, tais como o audiovisual, artesanato, mercado editorial, artes cênicas, *design*, arquitetura e a moda (UNCTAD, 2012). Esses setores correspondem a uma nova dinâmica, em que a economia criativa, também configurada com o termo Indústria Criativa, representa uma potencialidade estratégica, por meio das características de criatividade e inovação presente na dinâmica da produção desses bens e serviços (MUZZIO; BARBOSA, 2018).

Diante disso, entre 2016 e 2019, o governo do estado do Espírito Santo, por meio da Secretaria de Cultura do Espírito Santo (Secult-ES), elaborou uma estratégia de desenvolvimento econômico criativo para estado: o Plano Espírito Santo Criativo (ES Criativo). O ES Criativo tinha como objetivo construir políticas públicas para o desenvolvimento da economia criativa local, a partir da

sistematização e integração de ações entre os setores criativos capixabas.

Em um primeiro momento de articulação da política cultural local, o ES Criativo levantou, sistematizou e monitorou as informações e dados sobre a economia criativa para a formulação de políticas públicas. Com isso, este artigo levanta a seguinte problemática: **quais os desdobramentos das ações do ES Criativo no setor audiovisual capixaba?** Como objetivo, buscou-se investigar as iniciativas do plano ES Criativo no audiovisual capixaba. Esta pesquisa tem como objeto de estudo o setor audiovisual da cidade de Vitória, capital do Estado do Espírito Santo. Justifica-se pela necessidade de atenção à formulação, execução e monitoramento de políticas culturais, sobretudo com atenção a setores específicos como o caso do setor audiovisual (FERREIRA; JAMBEIRO, 2014; JAMBEIRO; FERREIRA, 2012; MORAIS; JAMBEIRO; FERREIRA; 2017).

INDÚSTRIA CRIATIVA E POLÍTICAS PÚBLICAS CULTURAIS NO BRASIL

O termo Indústria Criativa esteve associado inicialmente ao caráter e relevância econômica de um conjunto de setores culturais nos anos 1990 (ALMEIDA; TEIXEIRA; LUFT, 2014; ADLER; FORBES; BENDASSOLLI et al., 2009; BENDASSOLLI; BORGES-ANDRADE, 2011; LAMPEL; LANT; SHAMSIE, 2009, UNCTAD, 2012). A economia criativa se insere nas políticas públicas que é um “campo de conhecimento que busca, ao mesmo tempo, ‘colocar o Governo em ação’ e/ou analisar essa ação (variável independente) e, quando necessário, propor mudanças no rumo ou curso dessas ações (variável dependente)” (SOUZA, 2006, p. 26).

No ano de 2010, a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) apresentou o Relatório da Economia Criativa com a classificação das indústrias criativa, que gerou um mapeamento das atividades e produtos desenvolvidos e definições conceituais do campo criativo. Para Hui et al.

(2005), o desenvolvimento de indicadores da produção e da economia gerada pelos setores criativos possibilita que o Estado possa vir a elaborar políticas culturais de fomento.

Neutgem e Dellagnello (2017) apresentam no cenário brasileiro, mudanças em torno da economia criativa, onde apontam que, a partir da institucionalização de políticas culturais na elaboração e implementação das políticas culturais no país, como o Sistema Nacional de Cultura e o Plano Nacional de Cultura, como também destacado por Alves (2014a). Em 2011, temos com o lançamento do Plano da Secretaria da Economia Criativa (PSEC) pelo então Ministério da Cultura (MinC), uma proposta de fomentar o desenvolvimento socioeconômico de forma sustentável via setores culturais (NEUTGEM; DELLAGNELLO, 2017).

Posto isso, depreende-se que as políticas culturais no Brasil se configuram a partir de estímulos ao empreendedorismo cultural, ações de atores institucionais nacionais, como SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social). Esses atores incentivaram ações político-institucionais de financiamento cultural (ALVES, 2014b) e realizaram um movimento de estímulo para participação de organizações privadas para o desenvolvimento da cultura no país (DILÉLIO, 2014).

Com inspiração da UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento), o sistema FIRJAN (Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro), tem apresentado em seus estudos panoramas à respeito dos setores criativos no âmbito nacional, apontando a estrutura de mercado e tendências socioeconômicas (ALVES, 2014b; DULÍLIO, 2014; FIRJAN, 2016).

A condução dessas ações políticas na economia criativa no país, com destaque para o setor audiovisual, ganhou maior atenção e destaque no primeiro governo da presidenta Dilma Rousseff (2011-2014), conforme destacado por Alves (2014b) e Lopes (2015). Com isso, estados e municípios tiveram a possibilidade de

realizarem suas políticas culturais de forma mais independente, dado o desenvolvimento local do mercado criativo (MENEZES; BATISTA, 2015).

POLÍTICAS CULTURAIS DO ES

A economia criativa ganha espaço na agenda de governos estaduais brasileiros, como em Pernambuco (MARÇAL et al., 2014; MARÇAL; SANTOS, 2018), Rio Grande do Sul (DILÉLIO, 2014), se tornando grande foco das discussões de agentes culturais das grandes instituições culturais. No governo de estado do Espírito Santo (2015-2018), a economia criativa passou a nortear a política pública cultural em seu planejamento estratégico - o **Espírito Santo Criativo** (ROSALÉM; GIUBERTI; PANDOLF, 2017), sob as diretrizes da Secretaria de Estado da Cultura do Espírito Santo (Secult-ES), órgão ao qual compete a formulação, o planejamento e a implementação das políticas públicas estaduais.

Com *status* de programa de governo, o Espírito Santo Criativo tinha como objetivo, potencializar o desenvolvimento do estado a partir do campo da economia criativa, a partir da integração com as demais políticas públicas, órgãos públicos e sociedade civil. São apontados cinco desafios fundamentais na estruturação do programa, a saber:

> **1.** O levantamento, a sistematização e o monitoramento de informações e dados sobre a economia criativa para a formulação de políticas públicas ajustadas às realidades locais e regionais do estado.
> **2.** O fomento à sustentabilidade de empreendimentos dos setores culturais e criativos, fortalecendo a sua competitividade e a geração de trabalho e renda.
> **3.** A oferta de formação adequada para o preparo de gestores e profissionais atuantes nos setores culturais e criativos.
> **4.** A institucionalização de políticas públicas de economia criativa efetivas. O desenvolvimento local e regional dos territórios exige uma concertação entre organizações públicas, empresas e instituições representantes da sociedade civil, com modelos de governanças democráticos e eficientes.
> **5.** A criação e a adequação de marcos legais e infralegais necessários para o fortalecimento dos setores criativos, em aspectos associados ao direito trabalhista, tributário, administrativo etc. (ROSALÉM; GIUBERTI;

PANDOLF, 2017, p. 176).

Essas ações foram inseridas no Plano Estratégico Espirito Santo Criativo (Plano ES Criativo) para o fortalecimento da economia capixaba entre 2016 e 2019. Para tanto, outros atores, com destaque para a Federação das Indústrias do Espírito Santo (Findes), Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN) e SEBRAE-ES (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Espírito Santo) na proposta de geração de emprego e renda a partir dos setores criativos (GOMES, 2016; ROSALÉM; GIUBERTI; PANDOLF, 2017). Sobre a formulação das políticas públicas culturais no Espírito Santo, Marques (2015) chama atenção para as limitações de uma efetiva participação política, por parte de instituições sociais e demais membros nos momentos de decisão política.

Gomes (2016) ressalta para necessidade de articulação dos atores políticos para desenvolvimento das ações do ES Criativo, na tentativa de aproximar os setores criativos do governo e sociedade. Dentre as ações iniciais do programa, têm-se as realizações de fóruns e reuniões com os representantes de cada segmento cultural do estado com os representantes dos setores criativos, para estabelecer canal de informações e educação sobre a construção da política cultural do estado por meio da Economia Criativa (GOMES, 2016; ROSALÉM; GIUBERTI; PANDOLF, 2017).

SETOR AUDIOVISUAL

É do impulso tecnológico que surge a indústria audiovisual, partindo da indústria do cinema inicialmente, com uma nova linguagem, uma estética, uma nova arte (a sétima). Os avanços técnicos de imagens em movimento acompanhadas de áudio impactaram a indústria do cinema que transformava e se reconfigurava rapidamente sua linguagem, à medida que novas tecnologias produzem novos

recursos, como hoje equipamentos mais sofisticados e *softwares*, o que resulta em novas mídias e formatos de processos, como de outros meios e outras linguagens desenvolvidas e técnicas aprimoradas a partir do cinema, como o caso do rádio e da televisão (BARONE, 2005; 2009; CANEDO, 2015).

Toda essa profusão leva uma ampliação do campo cinematográfico, que não está mais limitado ao produto cultural no cinema, na televisão se perpassa cada vez mais as plataformas digitais. Há uma mudança de linguagem desses produtos, e isso requer uma redefinição desse campo criativo da indústria para entender como **audiovisual** (áudio + vídeo). Para Martinez (2005), no audiovisual, a lógica industrial não deve estar associada somente ao caráter econômico da produção, mas estando essa produção entendida como o direito livre ao acesso para exploração das ideias e histórias criativas. O filme, por exemplo, é um produto subjetivo simbólico carregado de valor cultural.

O audiovisual pode ser compreendido como "[...] um campo contemporâneo de convergência de formatos, suportes e tecnologias, resguardadas as especificidades do cinema, da televisão, do vídeo e das mídias digitais (SILVA et al., 2009, p. 08). Essas especificidades estariam ligadas à lógica comunicacional dos meios audiovisuais com suas formatações inerentes à sua realização, mas também às estratégias do mercado. Diante disso, a indústria audiovisual poderia ser compreendida como um:

> [...] conjunto dos processos voltados às atividades de produção, distribuição e consumo de produtos culturais denominados de obras ou produtos audiovisuais, elaborados a partir do registro combinado de imagens em movimentos e sons, em diferentes tipos de suporte (BARONE, 2005, p. 30).

O cinema, assim como televisão, *videogame* e outras mídias interativas passam a pertencer ao campo do audiovisual. Sobre cinema, Canedo (2015) ressalta a ideia de que essa indústria está em constante processo de expansão e modificações de linguagem por estar intrinsecamente ligada às Tecnologias de

RELICI

Informação e Comunicação (TICs), alinhada às dimensões culturais, políticas e econômicas, torna-se cada vez mais complexo e amplo discutir questões nesse campo.

Ainda assim, dos setores que abarcam o audiovisual, o cinema sofre mais impactos dessas dimensões por suas peculiaridades e características distintas dos demais setores que compõem esta indústria (CANEDO, 2015). A sua cadeia produtiva (produção, distribuição e exibição) possibilita a ocorrência de diversos fenômenos audiovisuais (BARONE, 2009), inclusive sua dimensão econômica que torna essa cadeia tão desigual (CANEDO, 2015; DE VINCK; LINDMARK; SIMON, 2012).

METODOLOGIA

Para compreensão da formulação e ações das políticas culturais do ES Criativo e, sobretudo, no setor audiovisual capixaba, realizou-se nesse uma pesquisa de abordagem qualitativa com fins exploratórios (VERGARA, 2011), uma vez que, a escolha da abordagem qualitativa se torna essencial quando o pesquisador tem como objetivo de estudo compreender a construção e o desenvolvimento dos processos sociais (DENZIN; LINCOLN, 2006; VERGARA, 2009).

Considerando o fênomeno de estudo, foi utilizada a técnica de pesquisa documental para coleta de dados. Os documentos coletados tratam-se de relatórios de pesquisas que mapearam setores da economia criativa do estado do Espírito Santo. Eles refletem a construção do contexto social, dada sua dimensão de espaço-tempo que possibilita o resgate histórico, social e econômico do fenômeno em análise (GIL; 2008; GODOY, 1995).

Para realização do tratamento e a interpretação dos dados coletados, foi recorrida a análise interpretativa. A etapa de análise foi realizada em conjunto com

os momentos de coletada de dados, tendo em vista o processo de investigação da realidade social, como sugerido por Flores (1994).

RESULTADOS

Análise político-institucional do ES Criativo

Na formulação da política do plano ES Criativo, havia o destaque de alinhas institucionais de base local, principalmente, da própria estrutura do governo do Estado, sobretudo do IJSN, Secretaria da Ciência, Tecnologia, Inovação e Educação Profissional (SECTI), Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo (FAPES), Secretaria de Estado da Educação(SEDU), por meio da Faculdade de Música (FAMES), Secretaria de Estado de Desenvolvimento (SEDES), Banco de Desenvolvimento do Espírito Santo (BANDES) e Federação das Indústrias do Espírito Santo (FINDES).

Diante disso, observa-se que na articulação dos atores políticos, foi apenas realizada uma relação entre atividades alinhadas entre as instituições públicas e sócias citadas acima, tendo pouca aproximação com instituições de classe do setor criativo, como o próprio Conselho de Cultura do Estado, pastas de cultura dos municípios capixabas, sindicatos, associações da classe artística-cultural local, dentre outros.

Os canais de aproximação, como fóruns e reuniões com esses representantes do segmento cultural do estado ocorreram posteriormente ao estabelecimento de objetivos e diretrizes para o ES Criativo. As atividades foram realizadas mais no intuito de informar e apresentar o projeto, como uma política pública sem diálogo, como apontada por Gomes (2016) e Marques (2015). Algo que entra em desacordo com a proposta do plano de recorrer a um modelo de governança no processo de institucionalização do programa.

Para tanto, como forma de viabilizar as ações do projeto, realizou-se a contratação de consultores da área de gestão cultural para realização do mapeamento e diagnóstico dos setores criativos do estado. Gomes (2016) ressalta o embate político diante da forma da condução de estruturação e alocação dos recursos para o ES Criativo, em que não fora observado dentro já da própria equipe técnica do governo, pessoas capacitadas para tais atividades, sendo visto como falta de articulação interna em meio à escolha de uma contratação de equipe externa por meio da seleção de bolsistas de pesquisa pelo IJSN.

Como desdobramento da construção dessa nova política cultural, realizou-se um mapeamento da Economia Criativa capixaba, na tentativa de conhecer o campo criativo capixaba e como ele se encontra configurado. A Secult-ES em parceria principalmente com o IJSN ficaram a cargo disso, tendo como resultado de trabalho ainda em 2016, o “Painel de indicadores da Economia Criativa no Espírito Santo”. Esse estudo se compõe de uma compilação de dados dos setores criativos.

Os dados coletados configuram na classificação dos setores criativos (Quadro 1). Nota-se que houve atenção com a ampliação dos setores, conforme a configuração de setores de acordo com a realidade local capixaba.

Após esse levantamento, o ES Criativo teve como continuidade de ações, sistematização e o monitoramento das informações e dados sobre a economia criativa para a formulação de políticas públicas culturais de acordo com as realidades locais e regionais do estado. Como resultado delas, tem-se dois produtos. O primeiro, o Boletim da Economia Criativa, que apresenta trimestralmente a conjuntura dos setores criativos capixabas, com olhar para dados mais econômicos, principalmente do mercado de trabalho. O segundo produto, o Painel da Economia Criativa, que traz dados comparativos dos setores criativos a nível nacional, de forma que possibilita a comparação entre dados por regiões e estados.

RELICI

Quadro 1 – Classificação dos setores da economia criativa no Espírito Santo

Listagem Secult/IJSN		Comparativocom outras instituições	
Segmento	**Descrição da Atividade**	**Unctad**	**Firjan**
Design	Serviços de arquitetura	X	X
	Atividades técnicas relacionadas à arquitetura e engenharia		X
	Atividades paisagísticas		X
	Lapidação de gemas e fabricação de artefatos de ourivesaria e joalheria		X
	Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes		X
	Design e decoração de interiores	X	X
Teatro (artes cênicas)	Ensino de arte e cultura		X
	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares	X	X
	Criação artística	X	X
	Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas	X	X
Artesanato	Fabricação de produtos cerâmicos não-refratários não especificados anteriormente.		
	Fabricação de artefatos de madeira, palha, cortiça, vime e material trançado não especificados anteriormente, exceto móveis.		
Música	Fabricação de instrumentos musicais		X
	Atividades de gravação de som e de edição de música	X	X
Audiovisual	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	X	X
	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	X	X
	Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão	X	X
	Atividades de exibição cinematográfica	X	X
	Atividades de rádio	X	X
	Atividades de televisão aberta	X	
	Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura	X	X
	Atividades fotográficas e similares	X	X
TIC	Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda		X
	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis		X
	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não- customizáveis		X
	Consultoriaemtecnologiadainformação		X
	Suporte técnico, manutenção e outros serviçosemtecnologiadainformação		X

Quadro 1 – Classificação dos setores da economia criativa no Espírito Santo (continuação)

Listagem Secult/IJSN		Comparativocom outras instituições	
Festas e Celebrações	Aluguel de palcos, coberturas e outras estruturas de uso temporário, exceto andaimes		
	Serviços de organização de feiras, exposições, congressos e festas		
	Aluguel de equipamentos recreativos e esportivos		
	Agenciamento de profissionais para atividades esportivas, culturais e artísticas		
	Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte		X
Gatronomia	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas		
	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada		
	Serviços ambulantes de alimentação		

Fonte: Adaptado (IJSN, 2016).

Partindo disso, o ES Criativo tem avançado e voltado suas ações conforme a dinâmica dos setores criativos, em que se destacam ações promovidas nos segmentos de artesanato, gastronomia, audiovisual e tecnologias da informação e comunicação, em detrimento dos demais, tendo em vista os aspectos socioeconômicos de seus estudos iniciais. Como medida para um maior diagnóstico desses setores, o ES Criativo, por meio do IJNS realizou uma pesquisa aplicada, a partir um questionário *online,* em buscar de prover informações mais detalhadas dos grupos envolvidos para formular políticas públicas específicas para alcançarem melhores práticas de atuação. Entretanto, mesmo após o fim do governo, ainda não houve a publicação desses dados, fato que limitou o desenvolvimento de maior análise. Assim, esse estudo se delimitou a explorar as recentes políticas públicas no setor audiovisual capixaba.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir desta análise do ES Criativo, depreende-se que o programa teve forte inspiração nos modelos institucionais da UNCTAD e FIRJAN. Ainda que tenha

buscado mapear e conceituar uma economia criativa própria, é possível dizer que a agenda do programa, em boa medida, foi importada e adotada com poucos ajustes para a realidade cultural do estado do Espírito Santo. Em seu processo de implementação, identifica-se que o ES Criativo se mantem com foco nos aspectos de análise e mapeamento dos setores culturais, limitado por ações administrativas.

O ES Criativo foi utilizado como uma ferramenta de acompanhamento e controle do panorama econômico dos setores criativos, em que não há mecanismos efetivos de diálogo entre eles, como o caso do setor audiovisual, que não consegue produzir profundos impactos sociais. Ainda assim, nota-se que o ES Criativo iniciou uma mudança na formulação e controle das políticas públicas culturais, com olhar para economia criativa capixaba.

Sobre os desdobramentos dessa nova política, com atenção e limitação ao setor audiovisual capixaba, não se pode deixar de reconhecer a fragilidade da articulação como as instituições culturais locais do setor, que poderiam contribuir para viabilizar e melhorar as condições das ações nos demais setores em conjunto.

O ES Criativo pode ser visto como um caminho para o desenvolvimento econômico e sustentável a partir da economia criativa. Por isso, infere-se que pouco se efetivou nas mudanças sociais e econômicas nos setores culturais. Por fim, este trabalho sugere a necessidade de aprofundar as pesquisas sobre a política cultural do nível estadual e municipal, sobretudo, de setores da economia criativa, além de ser necessário o desenvolvimento de estudos de avaliações de políticas públicas com atenção ao contexto político e sua realidade local.

REFERÊNCIAS

ADLER, P., FORBES, L., WILLMOTT, H. Critical Management Studies. In A. BRIEF, J. WALSH, (Eds.). **Academy of Management Annals**. New York: AOM, 2008, Cap. 3 (1-61).

ALMEIDA, A. S.; TEIXEIRA, R. M.; LUFT, M. C. M. S. Mapeando a produção científica sobre economia criativa em periódicos nacionais e internacionais de 2000 a 2013. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 8, n. 4, p. 23-47, 2014.

ALVES, E. P. M.. Cultura, mercado e desenvolvimento: a construção da agenda contemporânea para as políticas culturais. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 50, p. 185-193, 2014a.

ALVES, E. P. M.. As políticas culturais e a expansão dos mercados de cultura no Brasil: os usos teóricos e práticos do conceito/tema de economia criativa. **Desigualdade & Diversidade**, v. 14, p. 39-73, 2014b.

BARONE, J. G. R. S. **Comunicação e indústria audiovisual**: cenários tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro na década de 1990. 2005. 201 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

_____. **Comunicação e Indústria Audiovisual**: Cenários Tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro na década de 90. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

BENDASSOLLI, P.; WOOD JR. T.; KIRSCHBAUM, C.; CUNHA, M. P. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 49, n. 1, p. 10-18, 2009.

BENDASSOLLI, P. F.; BORGES-ANDRADE, J. E. Significado do trabalho nas indústrias criativas. **Revista de Administração de Empresas**, v. 51, p. 143-159, 2011.

CANEDO; D. P. O cinema global: economia criativa em um campo de trocas desiguais. In: BANDEIRA, M. G.; COSTA, L. F. (Org.). **Dimensões Criativas da Economia da Cultura**: primeiras observações. Salvador: EDUFBA, 2015. p. 57-70.

DE VINCK, S.; LINDMARK, S.; SIMON, J. P. **Statistical, ecosystems and competitiveness analysis of the media and content industries:** the Film Sector. Luxembourg: Publications Officer, 2012.

RELICI

DENZIN, N.K.; LINCOLN, Y.S. **O planejamento da pesquisa qualitativa:** teoria e abordagens. Artmed: Porto Alegre, 2006.

DILÉLIO, R. C. Economia criativa e a nova agenda econômica: o sentido da abordagem classificatória para um fenômeno contemporâneo. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 50, N. 3, p. 206-217, 2014.

FERREIRA, F.; JAMBEIRO, O. Fomentando as Indústrias Criativas: uma Análise das Políticas Federais para o Audiovisual no Brasil. **Extraprensa**, v. 9, p. 90-100, 2014.

FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil.** Rio de Janeiro: FIRJAN, 2016**.**

FLORES, J. Aproximación interpretativa al contenido de la información textual. In: **Análisis de datos cualitativos:** aplicaciones a la investigación educativa. Barcelona: PPU, 1994. p. 65-107.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GODOY, A. S.**Pesquisa qualitativa**: tipos fundamentais. Revista de Administração de Empresas, v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995.

GOMES, D. D. **Diagnóstico do design na cidade de Vitória**: estratégias para uma política de design local. 2016. 259 f. Dissertação (Mestrado em Design). – Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Recife, 2016.

HUI, D. et al. A study on creativity index. **Home Affairs Bureau, The Hong Kong Special Administrative Region Government**, 2005.

IDEIES. **Mapeamento da Indústria Criativa no Espírito Santo**. Vitória: FINDES, 2014. IJSN. **Economia criativa no Espírito Santo:** Painel de Indicadores. Vitória: IJSN. 2016.

JAMBEIRO, O.; FERREIRA, F. Compreendendo as Indústrias Criativas de Mídia: contribuições da economia política da comunicação. **Revista Comunicação Midiática**, v.7, n.3, p.178-194, 2012.

JEFFCUTT, P; PRATT, A. C. Managing creativity in the cultural industries. **Creativity & Innovation Management**, v. 11, n. 4, p. 225-233, 2002.

LAMPEL, J.; LANT, T.; SHAMSIE, J. Equilíbrio em cena: o que aprender com as práticas organizacionais das indústrias culturais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 49, n. 1, p. 19-26, 2009.

LOPES, R. S. Uma nova agenda para a cultura: o discurso da economia criativa no governo Rousseff. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas; BARBALHO, Alexandre; CALABRE, Lia. **Políticas Culturais no governo Dilma**. Salvador: EDUFBA, 2015. p. 173-199.

MARTINEZ, A. **Democracia Audiovisual**: uma proposta de articulação regional para o desenvolvimento. São Paulo: Escrituras – Instituto Pensarte, 2005.

MORAIS, K.; JAMBEIRO, O.; FERREIRA, F. O audiovisual no campo da economia política da comunicação: abordagens, métodos e notas para uma agenda de pesquisa. **Revista Extraprensa**, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 04-23, 2017.

MARQUES, M. S. Políticas públicas culturais e participação: uma reflexão em torno de duas instituições artístico-culturais no Espírito Santo. In: **I Seminário Internacional de Ciência Política,** UFRGS, Porto Alegre, 2015.

MARÇAL, M. C. C.; MELLO, S. C. B. ; CORREA, M. I. S.; SOUZA, A. C. R. A experiência
do primeiro ano de institucioonalização da política pública “Economia Criativa” em Pernambuco**. Políticas Culturais em Revista**, v. 7, p. 228-248, 2014.

MARÇAL, M. C. C.; SANTOS, J. I. A. S. D. As Potencialidades e os Limites Presentes na Economia Criativa de Pernambuco no Período de 2013 – 2016. **Pensamento & Realidade**, v. 33, n. 2, p. 86-106, 2018.

MENEZES, R. A. G.; BATISTA, P. C. S.. Medidas de Políticas Públicas para as Indústrias Criativas. **Políticas Culturais em Revista**, v. 8, p. 185-205, 2015.

MUZZIO, H.; BARBOSA, F. C. No Caminho para uma Gestão Criativa: A Percepção dos Gestores da Economia Criativa sobre suas Experiências . **Revista de Administração da Unimep**, v. 16, n. 3, p. 108-131, 2018.

NEUTGEM, A. V.; DELLAGNELO, E. H. L. Cultura, Estado e Mercado: uma análise da representação de economia criativa no Anexo I do Plano da Secretaria da Economia Criativa. **Políticas Culturais em Revista**, v. 9, p. 511-534, 2017.

PANELA AUDIOVISUAL. **Catálogo**: 101 filmes Capixabas, Panela Audiovisual. Vitória, ES: 2014.

ROSALÉM, A.; GIUBERTI, A. C.; PANDOLF, R. S. ESPÍRITO SANTO CRIATIVO: A Construção de uma Política Pública. In: **Revista Observatório Itaú Cultural**, n. 23. São Paulo: Itaú Cultural, 2017.

RUAS, C. Políticas Culturais e o Cinema Capixaba. p. 35-42. In**: Milímetros**: Revista do Audiovisual Capixaba, n.7, 2017.

SILVA, A. R.; ROSSINI, M. S.; ROSÁRIO, N. M.; KLIPP, S. Manifesto Audiovisualidades. In:_;___. (Org.). **Do audiovisual às audiovisualidades**: convergência e dispersão nas mídias. Porto Alegre: Asterisco, 2009.

SOUZA, C. **Políticas Públicas: uma revisão de literatura**. Sociologias, Porto Alegre, n. 16, jul/dez 2006, p. 20-45.

VERGARA, S. C. **Métodos de coleta de dados no campo**. São Paulo: Atlas, 2009.

_____. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

UNCTAD. **Economia Criativa**: uma opção de desenvolvimento viável. Relatório de economia criativa 2010. São Paulo: Itaú Cultural, 2012.