

# PROGRAMA DE MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA

## **PROCESSO SELETIVO 2020**

### **EDITAL COMPLEMENTAR**

A ESPM torna público, para conhecimento dos interessados, que estará aberto o processo de seleção para o Programa de Pós-Graduação – Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa (MPGEC), com inscrições no período de 2 de dezembro a 31 de janeiro de 2020.

Horário de Funcionamento da Secretaria:

De segunda a sexta, das 7h às 21h30min, e sábados, das 8h às 17h.

Horário de Funcionamento da Biblioteca:

De segunda a sexta, das 7h30min às 22h40min, e sábados, das 9h às 14h.

**ESPM Rio de Janeiro | Secretaria do MPGEC**

**Rua do Rosário, 111 – Centro – Rio de Janeiro / RJ - CEP 20041-002**

**Tel: 21 2216 2002 Fax: 21 2216 2020**

**Email: [cursos@espm.br](mailto:cursos@espm.br) / Site: [www.espm.br/mpgec](http://www.espm.br/mpgec)**

## 1. INTRODUÇÃO

Este Edital contém as normas do processo seletivo 2020 para o Curso de Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa (MPGEC), com ingresso em março de 2020. A admissão ao Programa far-se-á após aprovação e classificação em processo de seleção específico.

## 2. INSCRIÇÃO

a) A inscrição deverá ser feita observando os seguintes procedimentos:

- Preenchimento de cadastro do candidato no site **www.espm.br/mpgec**
- Pagamento de taxa de inscrição no valor de R\$ 150,00 (Cento e cinquenta reais). A taxa pode ser paga por meio de internet banking, cartão Visa ou em qualquer agência bancária até o vencimento do boleto. Não haverá devolução da taxa de inscrição em hipótese alguma.
- Envio, pelo email [secprofrj@espm.br](mailto:secprofrj@espm.br), de roteiro da pesquisa a ser desenvolvida no MPGEC, em versão digital, seguindo modelo apresentado no item 6 deste edital, indicando no assunto do email **Roteiro de Pesquisa – Seleção MPGEC**.
- Envio, pelo sistema de inscrição, de versão digital do curriculum do candidato, gerado na Plataforma LATTES do CNPq (<http://lattes.cnpq.br>).

## 3. MATRÍCULA

As matrículas dos candidatos aprovados serão efetivadas de forma presencial ou pela internet. Para os que desejarem realizar a matrícula presencial, esta ocorrerá na sede da ESPM – Rua do Rosário, 111, Térreo – Centro - RJ – Secretária da Pós-graduação Stricto Sensu. Os candidatos aprovados que não puderem comparecer para efetivação da matrícula poderão ser representados por uma procuração específica com firma reconhecida em cartório, juntamente com todos os documentos previstos conforme descrito abaixo.

### **Matricula presencial:**

Os candidatos que optarem por fazer a matrícula presencial deverão apresentar todos os documentos a seguir, originais, no dia e horário escolhidos no agendamento. No ato da matrícula, farão a assinatura do contrato.

### **Documentos necessários (originais)**

- I. Diploma de Graduação ou Graduação Tecnológica expedido por Instituição de Ensino Superior reconhecida, devidamente registrado. Também será aceito certificado de conclusão do Curso Superior, com protocolo ou declaração de que o diploma está em fase de registro.
- II. Histórico Escolar da Graduação ou Graduação Tecnológica.
- III. Documento de Identidade e CPF para candidatos brasileiros, documento nacional de identidade (RNE), com validade atualizada, para os candidatos estrangeiros. Caso a vigência do documento esteja para expirar, é necessária comprovação de haver solicitado sua prorrogação ou renovação perante as autoridades competentes.
- IV. Certidão de nascimento ou casamento.

- V. Uma foto 3x4.
- VI. Comprovante de residência

### **Matricula via Internet:**

Para realizar a matrícula pela internet, os candidatos deverão, obrigatoriamente, fazer o *download* dos documentos a seguir no portal da ESPM. Em seguida, deverão preenchê-los e fazer *upload* dos documentos preenchidos, a fim de serem encaminhados à Secretaria da Pós-Graduação Stricto Sensu da ESPM:

Os documentos mencionados são os seguintes:

- Contrato de prestação de serviços educacionais;
- Requerimento de matrícula;
- Boleto bancário;
- Declaração de autenticidade dos documentos encaminhados e
- Termo de aceite do contrato de matrícula.

## **4. DA SELEÇÃO**

Serão oferecidas 12 (doze) vagas, que poderão ou não ser preenchidas, obedecendo-se aos critérios de seleção e classificação. O processo seletivo consiste nas seguintes etapas, classificatórias e eliminatórias:

- I. Prova escrita de conhecimento específico (eliminatória);
- II. Prova escrita de língua estrangeira (inglês - não eliminatória);
- III. Avaliação do roteiro de pesquisa (eliminatória);
- IV. Entrevista presencial (eliminatória).

OBS: As provas escritas terão duração de 4 (quatro) horas cada e a entrevista presencial terá estimativa de duração de 20 (vinte) minutos.

## **5. DAS INFORMAÇÕES SOBRE O CURSO**

O curso de Mestrado Profissional em Gestão de Economia Criativa (MPGEC) tem 480h de aulas presenciais e de orientação da pesquisa a ser desenvolvida que poderão ser realizadas no período máximo de 2 anos, ou seja, em 4 semestres. As aulas serão ministradas às sextas-feiras, das 18h45 às 22h30, e aos sábados, das 8h às 11h45 e das 12h45 às 16h30. Sempre que possível, respeitando-se o calendário acadêmico, as aulas terão sequência de programação quinzenal, entretanto haverá

aulas programadas semanalmente em função de feriados, recessos e de outras demandas administrativas. Para que os estudantes possam programar suas agendas de trabalho e de estudo, o calendário semestral das aulas será divulgado com a devida antecedência.

O Programa confere o título de Mestre em Gestão da Economia Criativa, na modalidade Profissional, e tem por objetivo a formação de gestores e empreendedores estratégicos em setores artísticos, culturais e criativos.

## **6. DO ROTEIRO DE PESQUISA**

O roteiro de pesquisa deverá ser redigido em português e digitado em fonte Times New Roman corpo 12, entrelinha 1,5, papel modelo A4 e margens de 3 cm, obedecendo às normas da ABNT.

O roteiro deve respeitar a seguinte estrutura:

a) Capa, contendo:

- Instituição;
- Título; subtítulo quando houver;
- Nome do candidato;
- Linha de pesquisa selecionada;
- Local e ano.

b) conteúdo, contendo:

- **INTRODUÇÃO:** apresentar sucintamente a ideia da pesquisa que pretende desenvolver no curso, bem como sua trajetória profissional e acadêmica.
- **TEMA/OBJETO DE PESQUISA:** explicar sobre que assunto, demandas ou problemas tratará a pesquisa.
- **JUSTIFICATIVA:** expor o motivo de seu interesse, a importância do objeto de estudo e a relevância da pesquisa.
- **REFERÊNCIAS TEÓRICAS:** apresentar e analisar pelo menos dois autores ou pesquisas que possam contribuir para o seu tema.
- **POSSÍVEIS PRODUTOS DA PESQUISA:** assinalar, de acordo com a seguinte listagem, possíveis produções resultantes do projeto proposto: dissertação; artigos acadêmicos; estudos de caso para ensino; materiais didáticos ou instrucionais; patente; registros de produção intelectual; produtos de design, arte ou comunicação; aplicativos, softwares ou websites; protótipos; produção audiovisual ou artística; produção editorial impressa ou digital; plano estratégico; projetos de inovação artística ou tecnológica; outros.
- **FACILIDADES E OPORTUNIDADES PARA A REALIZAÇÃO DA PESQUISA:** apresentar e explicar a sua ligação profissional com o tema/objeto da sua pesquisa, evidenciando as facilidades e oportunidades que terá para realizá-la.

- **CRONOGRAMA:** enumerar as etapas da pesquisa com os respectivos prazos a serem cumpridos, respeitando o prazo máximo para terminar o curso com o trabalho final defendido e aprovado. Com isso, o tempo máximo estabelecido será de 2 anos.
- **REFERÊNCIAS:** listar as referências bibliográficas, documentais e audiovisuais utilizadas para a elaboração do roteiro e as referências, já levantadas, a serem consultadas no decorrer da pesquisa.

## **7. DAS LINHAS DE PESQUISA**

O candidato optará pela inscrição em uma das duas linhas de pesquisa do MPGEC, respeitando a **compatibilidade** de seu tema de pesquisa com as **ementas** relacionadas abaixo:

### **7.1 Linha: Design de experiência e estratégias de inovação**

Desenvolve projetos, metodologias de inovação e reflexões para o Design de experiência em produtos artísticos/culturais em suportes constituintes da Economia da Experiência. Ela se apresenta como uma extensão da Economia Criativa. Partindo dos objetivos, dos anseios dos usuários e das organizações, a imersão expressa e a vivência geram espaço de experiência. Assim, discutem-se as diferentes formas de apresentação, aproveitamento das informações gráficas integradas à cultura da convergência, tendo como funções projetar interfaces e construir interações que atinjam, como também ultrapassem, os objetivos puramente funcionais. Com isso, contempla-se a evidência estética da visualização da informação com o intuito de se chegar ao "insight". Dela ocorre o processo de inovação que fomenta a experiência criativa. Tal abordagem se dá a partir da análise das interações dos usuários com produtos artísticos, culturais e sociais, considerando-se os aspectos humanos do equipamento cultural em toda a sua plenitude.

### **7.2 Linha: Gestão estratégica de setores criativos**

Produz análises, avaliações, reflexões e projetos visando ao melhor desenvolvimento de estratégias de gestão, levando-se em conta as novas manifestações culturais e sociais dos setores criativos. Sendo assim, assumem-se as transformações sociais como vetor de desenvolvimento econômico. Valoriza-se o desenvolvimento de projetos nos quais os consumidores sejam considerados os atores-chave desta constituição e implantação. Por ela, leva-se em conta o valor imaterial, modificando substancialmente as estratégias e a lógica vigente, as quais deslocam-se da sedução e da gestão estratégica monológica e unidimensional para o relacionamento oriundo da experiência cultural/social. Com isso, passa-se à análise fluída do mercado. Surge o papel do novo consumidor, em oposição ao unidimensional, pois, ao passo que ele compra e usa, também é capaz de criar, co-criar, produzir, coproduzir, fomentar e delimitar, influenciando a própria rede de entretenimento (concepção, produção e distribuição). Por isso, propõe-se o estudo transversal e integrado dos

agentes públicos, privados e singulares (como indivíduos) na transformação constante dos aparelhos culturais.

## **8. DA PROVA DE CONHECIMENTO ESPECÍFICO**

A prova escrita, elaborada pela Comissão do Processo Seletivo de ingresso no MPGEC, consistirá na interpretação, sem consulta, de 2 (duas) questões formuladas a partir de um texto geral sobre Economia Criativa e outro específico sobre a linha de pesquisa do candidato. Nesta prova, o candidato não poderá obter grau de avaliação inferior a 7.0 (sete).

## **9. PROVA DE LÍNGUA ESTRANGEIRA**

O exame de proficiência em língua estrangeira será uma prova de inglês, na qual o candidato terá de interpretar um texto, previamente selecionado pela Comissão do Processo Seletivo. Para esta etapa será permitida a consulta em um dicionário próprio. No caso, somente será considerado aprovado o candidato que obtiver grau de avaliação igual ou superior a 7,0 (sete). Já os candidatos que não obtiverem aprovação neste primeiro exame terão mais uma oportunidade até o final do primeiro ano do curso para refazer a prova.

## **10. PROVA ORAL**

Os candidatos farão a entrevista com os membros da banca examinadora, composta por professores das duas linhas de pesquisa. A entrevista presencial poderá contar com a participação de um professor convidado de outra IES que tenha curso de Mestrado Profissional. Nela serão abordados temas pertinentes ao projeto do candidato, atualidades e demais conteúdos previstos no programa do curso. O candidato precisará obter nota mínima de 7,0 (sete) para ser aprovado. Esta é a fase final do processo seletivo.

Obs.: As questões não contempladas no edital serão levadas e discutidas pela comissão do processo seletivo do curso.

### **ORIENTAÇÕES PARA O PROCESSO SELETIVO:**

- O resultado do processo seletivo constará no site do programa, somente com a relação dos candidatos aprovados no final do processo seletivo.
- As provas escritas não poderão ser feitas a lápis, somente com caneta azul ou preta;
- As provas de Conhecimento Específico e Língua Estrangeira terão duração de 4 horas, já a entrevista presencial terá duração de aproximadamente 20 minutos;
- Nenhum candidato poderá sair antes de transcorrida uma hora de prova;

- O critério utilizado para agendamento da entrevista será por ordem alfabética.

## **11. DA MENSALIDADE / REAJUSTE**

Valor do curso para 2020: R\$ 79.020,00. O reajuste é anual, e o pagamento se dá através de boleto bancário com vencimento no dia 8 de cada mês.

Planos de Parcelamento:

### **24 parcelas**

Total = R\$ 87.133,65

1ª parcela no ato da matrícula de R\$ 3.490,00 mais 22 parcelas de R\$ 3.630,13 e a última de R\$ 3.780,79

### **36 parcelas**

Total = R\$ 91.786,87

1ª parcela no ato da matrícula de R\$ 3.490,00 mais 34 parcelas de R\$ 2.516,46 e a última de R\$ 2.737,23

### **48 parcelas**

Total = R\$ 93.623,52

1ª parcela no ato da matrícula de R\$ 3.490,00 mais 46 parcelas de R\$ 1910,83 e a última de R\$ 2.235,34

## **12. DISPOSIÇÕES GERAIS**

- A inscrição do candidato implica na aceitação das normas e instruções para o processo seletivo, contidas neste Edital;
- Não serão aceitas inscrições com documentação incompleta;
- Não haverá revisão das decisões emitidas pela Comissão do Processo Seletivo;
- Os candidatos não aprovados ou não classificados poderão retirar os documentos entregues na Secretaria até 30 dias após a divulgação dos resultados. Findo esse prazo, a documentação será descartada;
- Todos os casos não contemplados por esse Edital serão resolvidos pela Comissão do Processo Seletivo;
- Membros da Comissão do Processo Seletivo: professores doutores Lucia Maria Marcellino de Santa Cruz, Eduardo Ariel de Souza Teixeira, Veranise Jacobowski Correia Dubeux e Mirella de Menezes Migliari (titulares) e Isabella Vicente Perrotta e Sílvia Borges Corrêa (suplentes).

### 13.CALENDÁRIO DO PROCESSO SELETIVO

Evento	Período	Local
Inscrição e pagamento da taxa de inscrição para o processo seletivo	2 de dezembro a 31 de janeiro de 2020	www.espm.br/mpgec
Protocolo do pré-projeto de pesquisa e dos documentos	2 de dezembro a 31 de janeiro de 2020	ESPM Rio ou www.espm.br/mpgec
Prova de conhecimento específico (eliminatória)	8 de fevereiro de 2020, das 9h às 13h	ESPM Rio
Prova de língua estrangeira (inglês - não eliminatória)	8 de fevereiro de 2020, das 14h às 18h	ESPM Rio
Prova oral (eliminatória)	7 de fevereiro de 2020	ESPM Rio
Resultado final publicado no site (aprovados no processo seletivo)	12 de fevereiro de 2020	www.espm.br/mpgec
Matrícula dos candidatos aprovados	13 a 20 de fevereiro de 2020	ESPM Rio
Início das aulas	6 de março de 2020	ESPM Rio

#### Importante:

Nos dias das provas, o candidato deve apresentar-se ao local com pelo menos 15 minutos de antecedência. Não poderão realizar as provas os candidatos que não portarem seu **documento de identidade original, com foto**. Cópia, ainda que autenticada, não será aceita.

Todos os resultados serão divulgados no site da ESPM (www.espm.br/mpgec) e poderão ser obtidos também pessoalmente na secretaria da Pós-Graduação Stricto Sensu. Somente os candidatos com status aprovados terão seu resultado publicado no site.

**Prof. Dr. João Luiz de Figueiredo Silva**

Coordenador do Programa de Mestrado Profissional em  
Gestão da Economia Criativa ESPM RJ



## ANEXO 1 – BIBLIOGRAFIA

### **Livros Tema Geral**

1. FLORIDA, R. L.; LOPES, A. L. **A ascensão da classe criativa**. Porto Alegre: L&PM, 2011.
2. HOWKINS, J. **Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. São Paulo: M.Books, 2013.
3. JESUS, D. S. V.; KAMLOT, D. **Economia criativa e políticas públicas**. Curitiba: Prismas, 2016.
4. LIPOVETSKY, G; SERROY, J. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
5. LANDRY, C. **The creative city: a toolkit for urban innovators**. 2. ed. New York: Earthscan, 2008.
6. MORACE, F. **Consumo autoral: as gerações como empresas criativas**. 2. ed. São Paulo : Estação das Letras e Cores, 2012.
7. REIS, A. C. F. (Org.). **Cidades criativas**. São Paulo: SESI-SP, 2012.
8. SCOTT, A. J. **Social Economy of the metropolis: cognitive-cultural capitalism and the global resurgence of cities**. New York: Oxford University Press, 2009
9. TEIXEIRA, E.A. de S.; CORRÊA, S. B. (org.). **Economia criativa**. Rio de Janeiro: E-papers, 2015
10. THROSBY, D. **The economics of cultural policy**. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

### **Livros Linha Gestão**

1. ANDERSON, C. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Campus, 2006.
2. BENHAMOU, F. **A economia da cultura**. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.
3. CATMULL, E; WALLACE, A. **Criatividade S.A.: superando as forças invisíveis que ficam no caminho da verdadeira inspiração**. Rio de Janeiro: Rocco, 2014.
4. ELBERSE, A. **Blockbusters: como construir produtos vencedores no negócio do entretenimento**. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2013
5. WOOD, T. et al. (org.). **Indústrias criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009.

### **Livros Linha Design**

1. BORJA DE MOZOTA, B. **Gestão do Design**. Porto Alegre: Bookman, 2011.
2. BRAGA, Marcos da Costa (org.). **O papel social do design gráfico: história, conceitos e atuação**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2011.
3. CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. Cosac Naif, São Paulo: 2012.
4. PERROTA, I.; FORMIGA, E. (orgs.). **Design - reflexões e e experiências**. Rio de Janeiro: E-papers, 2016.
5. TEIXEIRA, E.A. **Design de Interação**. Rio de Janeiro: 5W, 2014.