

**Programa de Pós-Graduação em Economia Criativa, Estratégia e Inovação
PPGECEI/ESPM-Rio**

**RELATÓRIO DE IMPACTO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
ECONOMIA CRIATIVA, ESTRATÉGIA E INOVAÇÃO (PPGECEI) NO
QUADRIÊNIO 2021/2024**

Rio de Janeiro

2025

INTRODUÇÃO

A elaboração desse relatório e sua publicização está em linha com as melhores práticas acerca da visibilidade das ações de um programa de pós-graduação e seguiu as orientações e definições da CAPES sobre impacto da pós-graduação no Brasil. No quadriênio 2021/2024 o PPGECEI possuía apenas o curso de Mestrado Profissional, portanto este relatório menciona as ações geradas pelo curso de Mestrado Profissional em Economia Criativa, Estratégia e Inovação. A aprovação da CAPES para o funcionamento do curso de doutorado profissional ocorreu apenas em 2025, de maneira que o atual curso de Doutorado Profissional em Economia Criativa, Estratégia e Inovação não faz parte deste relatório.

IMPACTO E CARÁTER INOVADOR DA PRODUÇÃO INTELECTUAL EM FUNÇÃO DA NATUREZA DO PROGRAMA

O objetivo do Programa de Pós-Graduação em Economia Criativa, Estratégia e inovação é “formar recursos humanos qualificados capazes de articular os procedimentos científicos e a produção de conhecimento sobre economia criativa, estratégia e inovação com as demandas profissionais no contexto da economia globalizada do século XXI”. Espera-se que os Mestres em Economia Criativa, Estratégia e Inovação sejam capazes de aplicar conceitos e processos científicos na solução de problemas complexos, gerando assim inovação e ganhos de competitividade para empreendedores e empresas; melhores políticas públicas para os governos; e melhoria de qualidade de vida para a população em geral. Dessa forma, acreditamos efetivamente na capacidade de gerarmos impacto econômico, cultural, social e ambiental.

Os projetos de pesquisa e de extensão, articulados à estrutura curricular, são meios fundamentais para que consigamos atingir os nossos objetivos em uma abordagem interdisciplinar e atenta às demandas do mercado e da sociedade. Dessa forma, toda a produção intelectual do programa deriva desses projetos de pesquisa e de extensão, os quais ficam ancorados nos Laboratórios de Pesquisa Aplicada do PPGECEI e possuem preocupação com a aplicabilidade dos conhecimentos gerados, de modo a contribuir com a sociedade, o mercado e o poder público. Eles são aderentes às linhas de pesquisa do PPGECEI e refletem a sua estrutura curricular, sendo constante a participação dos discentes e dos egressos.

A relevância da produção intelectual do PPGECEI para a formação de recursos humanos em nível de pós-graduação stricto sensu é evidenciada pelo reconhecimento de que toda a produção intelectual deriva de projetos de pesquisa e extensão, articulados à estrutura curricular e ancorados nos Laboratórios de Pesquisa Aplicada do programa, os quais, por sua vez, são elos da integração do programa com a sociedade, o mercado e o poder público. Assim, a produção intelectual do PPGECEI é uma forte evidência de como nos organizamos para desenvolver e formar recursos humanos para o campo da economia criativa, estratégia e inovação capazes de resolver problemas complexos no âmbito das organizações públicas e privadas, assim como na sociedade civil.

Ao longo do quadriênio 2021-2024, a produção intelectual do PPGECEI totalizou 268 itens bibliográficos; 569 técnicos; e 23 artísticos. Mais do que a quantidade, a diversidade dos tipos e subtipos das produções intelectuais expressa o perfil profissional e interdisciplinar do programa, de modo que, ao selecionarmos as 10 produções intelectuais mais relevantes, desejamos não apenas revelar a qualidade da produção, mas também a sua diversidade. A abordagem interdisciplinar do PPGECEI é evidenciada pelas coautorias nas produções selecionadas.

Abaixo selecionamos 10 itens que carregam consigo uma apresentação do perfil do PPGECEI e de como a sua produção intelectual contribui para a formação dos discentes e continuidade do desenvolvimento profissional dos egressos. A seleção dos 10 itens é composta por 5 produtos bibliográficos e 5 produtos técnicos, sendo 4 artigos em periódicos; 1 livro; 1 acervo - curadoria de mostras e exposições realizadas; 1 ativo de propriedade intelectual – marca; 1 relatório técnico conclusivo – ferramenta gerencial elaborada; 2 relatórios técnicos conclusivos – conclusivos per si.

Produtos bibliográficos

1) Título: The show must go on: proposals to measure the economic value os grassroots music venues

Subtipo de produção: Artigo em periódico

Periódico: Cultural Trends (Qualis A1): <https://www.tandfonline.com/journals/ccut20>

Disponível em: <https://doi.org/10.1080/09548963.2023.2193874>

Autores: Maria Luísa Zarur Gaurisa; João Luiz de Figueiredo; Ana Flávia Machado

Projeto de pesquisa: Economia criativa e desenvolvimento

Descrição: O segmento de palcos privados de pequeno e médio porte já vinha passando por uma crise em seu modelo de negócio nos últimos anos. No entanto, suas dificuldades

se acentuaram diante dos impactos da pandemia da COVID-19 e do cenário de uma sociedade do hiperconsumo, que se manifesta no setor musical através da extrema concentração do mercado em poucos artistas e em grandes festivais ou shows imersos no conceito de experiência. Diante disso, este trabalho propõe formas de mensurar o econômico dos palcos de pequeno e médio porte da cidade do Rio de Janeiro, buscando evidenciar o importante papel de tais estabelecimentos e do apoio público e privado para sua manutenção e contínuo funcionamento. Para tal, foi aplicado um questionário online (em função das restrições da pandemia) de natureza quantitativa com base no método de valoração contingente junto a 180 frequentadores de palcos de pequeno e médio porte e 188 não-frequentadores. A técnica da valoração contingente é muito utilizada na economia do meio ambiente e vem sendo crescentemente adotada nos estudos da economia criativa, como forma de mensurar impacto econômico de atividades que são gratuitas ou que possuem faturamento baixo. Trata-se de um grande avanço teórico na mensuração do valor econômico de atividades produtivas, superando a visão simplista do faturamento como indicador de impacto econômico. É uma técnica que permite identificar as externalidades positivas de uma determinada atividade econômica, as quais são fundamentais na justificativa de políticas de incentivo e de subsídios, pois evidencia inclusive o valor econômico para pessoas que não utilizam o serviço, ou seja, o valor de não-uso. Com base nos dados coletados, identifica-se que as casas de show de pequeno e médio porte possuem um importante papel dentro do ecossistema musical e geram externalidades positivas para o Rio de Janeiro. Além disso, tanto seus frequentadores quanto não-frequentadores tendem a compreender esta importância e a identificar que são negócios que geram valor cultural e econômico para a cidade.

O trabalho é derivado da dissertação de Maria Luísa Zarur Guarisa. A pesquisa realizada e o artigo publicado na Cultural Trends contribuíram sobremaneira para o processo formativo da egressa, coautora da pesquisa, mas também permitiu a geração de conhecimento sobre a técnica de valoração contingente para todo o corpo discente do PPGECEI, promovendo avanços teóricos e práticos importantes no campo da economia criativa. Do ponto de vista prático, destacamos que, além do impacto educacional, o trabalho gera impacto social, econômico, cultural e profissional, pois permite que os gestores de palcos de pequeno e médio da cidade em conjunto com gestores públicos avancem no debate sobre as políticas de fortalecimento do ecossistema musical da cidade do Rio de Janeiro. A replicabilidade do estudo gera oportunidades para que outras pesquisas sejam realizadas em outras cidades.

O artigo foi publicado na Cultural Trends, um periódico internacional de grande reputação e classificado como Qualis A1.

2) Título: From campfire to coliseum: motivations for using social networks

Subtipo de produção: Artigo em periódico

Periódico: Qualitative Market Research (Qualis A2):

<https://www.emerald.com/insight/publication/issn/1352-2752>

Disponível em: <https://doi.org/10.1108/QMR-12-2019-0130>

Autores: Paula Castro Pires de Souza Chimenti; Marco Aurélio de Souza Rodrigues; Marcelo Guedes Carneiro; Roberta Dias Campos

Projeto de pesquisa: Transformação digital e economia criativa

Descrição: A publicação deste estudo em uma revista de alto fator de impacto ressalta sua relevância para gestores de marketing e para a sociedade. A pesquisa investiga motivadores do uso de redes sociais, propondo a competição e a narrativa coletiva como fatores-chave ainda pouco explorados na literatura. Para isso, foram realizados sete grupos focais com 46 participantes – usuários leves, médios e intensivos –, permitindo analisar como a gamificação dessas plataformas estimula comportamentos competitivos e influencia a construção de narrativas pessoais e coletivas. Integrando teorias associadas ao uso de videogames, como a flow theory, e estudos sobre mídias sociais, o estudo revelou que a competição não se limita a rankings, mas envolve a validação social da autoimagem, com impactos reais na saúde mental dos usuários.

A principal inovação do artigo está na proposição da competição como um driver central do uso de redes sociais e na integração de literaturas dos campos dos videogames e das mídias sociais. Isso gerou insights valiosos, como o conceito de "narrativa coletiva", que explica a substituição dos meios tradicionais por conteúdo personalizado. A pesquisa também demonstrou uma complexidade metodológica ao segmentar participantes por nível de uso e gênero, com moderação experiente para minimizar vieses e uma análise temática iterativa que garantiu a robustez dos resultados.

Além disso, o artigo conecta psicologia social, comunicação e estudos de gamificação, incentivando pós-graduandos a explorar metodologias qualitativas e a transcender fronteiras disciplinares. A análise de dados com software especializado (NVivo) e a triangulação de perspectivas entre pesquisadores enriquecem o aprendizado em técnicas avançadas, demonstrando como teorias clássicas, como a comparação social de Festinger, podem ser atualizadas para compreender fenômenos digitais. Dessa forma, o estudo

prepara os alunos para investigar temas emergentes com rigor teórico-metodológico, contribuindo para a formação de pesquisadores críticos e inovadores.

Por fim, o artigo contribui de forma prática e social ao subsidiar políticas públicas e estratégias corporativas que visam mitigar impactos negativos das redes sociais, como depressão e isolamento.

3) Título: Designing a nostalgic hot dog brand for Rio de Janeiro

Subtipo de produção: Artigo em periódico

Periódico: International Journal of Food Design (sem classificação qualis, mas SJR Q1 Visual Arts and Performing Arts): <https://intellectdiscover.com/content/journals/ijfd>

Disponível em: https://doi.org/10.1386/ijfd_00058_1

Autores: Isabella Perrotta; Mirella de Menezes Migliari

Projeto de pesquisa: Memória, representação e construção de sentidos em setores criativos

Descrição: O artigo, publicado em periódico internacional de grande impacto, classificado como SJR Q1, é derivado das pesquisas nos campos de memória gráfica e do design, e de investigações sobre a representação da cidade do Rio de Janeiro que as docentes Isabella Perrotta e Mirella De Menezes Migliari desenvolvem no Laboratório de Estudos de Memória Brasileira e Representação – LEMBRAR. O trabalho discute como uma marca de cachorro-quente – que é um produto tipicamente estadunidense, conseguiu se tornar um símbolo do Rio de Janeiro (sendo até mesmo declarado oficialmente bem cultural de natureza imaterial da cidade, logo após a publicação do artigo); analisa a sua estratégia de comunicação, baseada em representações da praia e outros símbolos icônicos da cidade que se remetem ao “paraíso tropical”, como o Rio foi historicamente reconhecido; e mostra como a nostalgia desempenha um papel estratégico e positivo na sua comunicação. O texto tem sido usado em disciplinas de Branding de diferentes níveis (graduação, *latu e stricto*), para evidenciar o aspecto interdisciplinar do processo de construir e gerenciar a identidade de uma marca. A mesma pesquisa foi apresentada no Congresso P&D Design 2022 (o maior da área de design no Brasil), tendo como foco principal a metodologia de análise das peças gráficas de comunicação com base na semiótica. Esta metodologia e as discussões teóricas do estudo apresentam ampla capacidade de replicabilidade para outras marcas, gerando oportunidades para que outras pesquisas sejam realizadas tanto no Rio quanto em outras cidades.

4) Título: Rio de Janeiro, cultural consumption experiences in the new port area: the Museum of Tomorrow, Rio Art Museum and the National Museum of Fine Arts

Subtipo de produção: Artigo em periódico

Periódico: Creative Industries (Qualis A1): <https://www.tandfonline.com/journals/rcij20>

Disponível em: <https://doi.org/10.1080/17510694.2021.1992881>

Autores: Alessandra Baiocchui Antunes Corrêa; Luiz Alexandre G. de P. Pessoa; Flávia Barroso Mello; Daniel Kamlot; Veranise Jacobowski Correia Dubeux

Projeto de pesquisa: Economia criativa e suas aplicações práticas

Descrição: O Rio de Janeiro representa um dos maiores polos de economia criativa do Brasil e passou por uma renovação urbana em preparação para sediar eventos globais. O projeto de desenvolvimento urbano da área portuária do Rio, denominado “Porto Maravilha”, foi iniciado em 2009 e respaldado pela Lei Complementar 101/2009. O projeto buscava revitalizar a região portuária, cujo papel histórico, cultural e social no desenvolvimento urbano é inegável. Administrado pela empresa de capital misto Companhia de Desenvolvimento Urbano da Região do Porto, o projeto articulava quatro áreas de atuação: (1) uso residencial da região; (2) melhoria da infraestrutura; (3) atividades comerciais e industriais; e (4) cultura e entretenimento, por meio da criação de um circuito histórico-cultural e da consolidação de um calendário anual de eventos. A criação do “Programa Porto Maravilha Cultural” e a construção de duas instalações culturais monumentais – o Museu do Amanhã e o Museu de Arte do Rio – evidenciaram a importância do desenvolvimento cultural na área. Diante desse cenário, esta pesquisa tem como objetivo investigar os padrões de consumo cultural e a importância simbólica do projeto de regeneração da zona portuária, bem como seu impacto na marca da cidade. Para tanto, foi realizado um estudo qualitativo exploratório que utilizou observações etnográficas participantes e documentos de arquivo para investigar o consumo cultural em três museus do Rio de Janeiro– o Museu do Amanhã e o Museu de Arte do Rio – e em uma instituição tradicional – o Museu Nacional de Belas Artes. A coleta de dados ocorreu em duas etapas: a primeira em novembro de 2016, durante os Jogos Olímpicos, e a segunda em novembro e dezembro de 2018, para avaliar o legado olímpico. Foram observadas áreas internas e externas dos museus, além de entrevistas com guias e visitantes. Os dados foram cruzados com relatórios oficiais e analisados em três fases: pré-análise, exploração do material e interpretação. Os resultados indicam que os novos museus representam uma alternativa de consumo cultural, alinhada ao projeto de marca da cidade; no entanto, a instituição antiga parece excluída. O trabalho é derivado de uma

parceria de pesquisadores do PPGCEI com pesquisadores da PUC-Rio. A pesquisa realizada e o artigo publicado Creative Industrial Journal contribuíram para geração de conhecimento para todo o corpo discente do PPGCEI, promovendo avanços teóricos e práticos importantes no campo da economia criativa. A contribuição deste artigo também é fornecer insights para gestores de museus e autoridades públicas sobre questões relacionadas ao potencial do consumo cultural para o desenvolvimento e a promoção da marca de uma cidade.

5) Título: 1822|1922|2022 - A Independência do Brasil no Jornalismo

Subtipo de produção: Livro

Disponível em: Livro anexado em sua respectiva produção intelectual cadastrada na plataforma sucupira

Site da editora: https://www.e-papers.com.br/produto/1822_1922_2022_independencia_do_brasil_no_jornalismo/?v=95316f20e42e

Autores: Lucia Santa Cruz

Projeto: 1822|1922|2022 - A Independência do Brasil no Jornalismo

Descrição: Se a historiografia consagra o papel que os jornais desempenharam na Independência do Brasil, até recentemente não havia estudos que analisassem criticamente como os periódicos da Primeira República reportaram o centenário da emancipação política do país, em 1922. Com a proximidade do bicentenário da Independência, surgiu a oportunidade de preencher esta lacuna, verificando não somente a abordagem da imprensa em 1922, mas como o jornalismo de 2022 tratava o mesmo tema. Uma das indagações era se o significado da emancipação brasileira permaneceria o mesmo, no século XXI. Para isso, foram analisados mais de 5 mil conteúdos jornalísticos dos dois períodos, com o apoio de dois bolsistas PIBIC/CNPq e um bolsista PIC/ESPM. Os resultados foram publicados em livro lançado em 2023, “1822|1922|2022: Independência do Brasil no Jornalismo”, apoiado pela Faperj e pela Fundação Biblioteca Nacional. A obra oferece uma perspectiva sobre a evolução da narrativa jornalística ao longo do tempo, destacando como diferentes contextos históricos influenciaram a forma como o mesmo fato e seus simbolismos foram retratados pela mídia. Embora fossem momentos muito similares – anos de eleição presidencial, com movimentos de contestação, crises econômicas e com ameaças à democracia – a cobertura jornalística é bastante distinta. Se em 1922 a tônica era a modernidade a partir de um projeto

civilizatório de inspiração europeia, em 2022 o noticiário sobre o bicentenário é cooptado pela agenda política. Ao mesmo tempo, o livro explora a dinâmica entre a produção de conteúdo jornalístico e o contexto econômico e cultural em que é gerado, discutindo como a mídia pode influenciar a percepção história e cultural de um país.

O livro Desde o seu lançamento, a publicação já foi adotada como livro-base em pelo menos dois cursos de Graduação em Jornalismo. Na ESPM Rio, na disciplina de História do Jornalismo; e na PUC Minas, na disciplina de Introdução ao Jornalismo. O livro foi indicado ao primeiro Prêmio Jabuti Acadêmico, na categoria Comunicação e Informação, criado em 2024. Sua inclusão entre os semifinalistas reflete o valor da obra como uma contribuição importante para o campo da comunicação, da história e da economia criativa.

Para estudantes de pós-graduação em áreas das Humanidades e das Ciências Sociais Aplicadas, a obra permite uma compreensão aprofundada de como a mídia pode moldar a memória coletiva e influenciar a construção de narrativas históricas. Além disso, a publicação incentiva a reflexão crítica sobre a relação entre jornalismo e sociedade, o que é essencial para a formação de profissionais capazes de analisar e produzir conteúdo de qualidade em um contexto cada vez mais complexo.

Outro indicador da relevância da obra é a sua inclusão em eventos acadêmicos e discussões sobre a memória histórica e a comunicação no Brasil.

A pesquisa foi apoiada pela FAPERJ, - Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro, Edital FAPERJ Nº 34/2021 – Apoio a Projetos no Âmbito do Bicentenário da Independência do Brasil – 2021 (FAPERJ-FBN) e noticiada em seu próprio site: <https://www.faperj.br/?id=335.6.1> e <https://www.faperj.br/?id=162.7.3>

Produtos técnicos

6) Título: Curadoria para a Exposição "As Primeiras Damas do Atletismo Olímpico Brasileiro 1948-1984"

Subtipo de produção: Acervo - Curadoria de mostras e exposições realizadas

Disponível em: evidências do PTT anexadas em sua respectiva produção intelectual cadastrada na plataforma sucupira

Autores: André Luís Ferreira Beltrão; Eleonora Mendonça

Projeto: 75 anos de participação feminina brasileira no atletismo olímpico

Descrição: A Exposição “As Primeiras Damas Olímpicas do Atletismo brasileiro 1948-1984” foi a materialização de uma pesquisa bibliográfica e iconográfica desenvolvida pelo laboratório LEMBRAR, envolvendo docentes, discentes, egressos e bolsista de iniciação científica do PPGECEI-ESPM, realizada em parceria com o Instituto Eleonora Mendonça (IEM). O projeto envolveu a pesquisa de conteúdo, curadoria e projeto expositivo.

A pesquisa pretendeu não só apresentar as conquistas das primeiras equipes femininas do atletismo brasileiro, como os enormes desafios impostos às mulheres, contados a partir da história de atletas como Aída dos Santos, única da delegação feminina brasileira que foi aos Jogos Olímpicos de Tóquio, onde conquistou o 4º lugar no salto em altura sem que tivesse uniforme nem mesmo sapatilhas adequadas para a competição, ou Melânia Luz, a primeira atleta brasileira negra a competir em uma prova Olímpica, nos Jogos de 1948.

Para os estudantes de pós-graduação envolvidos, o projeto permitiu vivenciar um ciclo completo de pesquisa, em que as informações foram levantadas, organizadas, e deram origem a um produto técnico real, materializado e de grande visibilidade. O conteúdo gerado e a exposição em si, enquanto obra, tornaram-se material de referência para outros pesquisadores, como docentes e discentes do mestrado em Educação Física da UEMG, que estavam presentes no evento de abertura. Neste evento ocorreu um debate entre algumas das atletas pesquisadas e autoridades do esporte, em que vieram à tona narrativas inéditas de momentos vivenciados pelas atletas. O presidente da Confederação Brasileira de Atletismo anunciou a criação da medalha Melânia Luz, uma das atletas de 1948, como premiação para a melhor atleta negra do ano.

A Exposição, montada no final de 2024 no Centro Cultural Correios do Rio de Janeiro, teve expressiva visitação de mais de 17 mil pessoas ao longo dos 45 dias em que esteve aberta ao público. Nela, foram apresentados painéis sobre as carreiras das 16 primeiras atletas brasileiras a disputarem provas de atletismo olímpico e informações relevantes sobre cada Olimpíada. O recorte da exposição abrangeu 10 edições dos Jogos, de 1948 (a primeira delegação feminina no atletismo) a 1984 (ano em que a última conquista foi atingida: a participação na maratona feminina).

A montagem da exposição e produção de materiais de divulgação foram patrocinados pelo IEM, que também cedeu uniformes, medalhas e outros itens físicos que foram expostos em vitrines, e contou com o apoio da Authen, empresa fabricante de artigos esportivos, que cedeu monitor de vídeo e patrocinou a captação de imagens de entrevistas

com três atletas, que posteriormente foram editados pelo LEMBRAR e exibidos na exposição. A Revista Veja noticiou a exposição enaltecendo a importância dessas mulheres no desenvolvimento do esporte Olímpico brasileiro (<https://veja.abril.com.br/esporte/a-forca-do-movimento-feminino>).

7) Título: Proposta de projeto de experiência para o Museu da Vida Fiocruz

Subtipo de produção: Relatório técnico conclusivo - Relatório técnico conclusivo per se

Disponível em: PTT anexado em sua respectiva produção intelectual cadastrada na plataforma sucupira

Autores: Joana Martins Contino; Mirella de Menezes Migliari;

Projeto: Economia criativa e suas aplicações práticas

Descrição: Este relatório, resultado da cooperação entre o PPPGECEI e o Museu da Vida Fiocruz, foi elaborado por docentes e discentes da disciplina “Design de Interação e de Experiência”, no âmbito do projeto de extensão “Economia criativa e suas aplicações práticas”. O projeto teve como objetivo principal aperfeiçoar a qualidade da experiência de visita ao Museu da Vida Fiocruz para seu público em geral e, para tanto, baseou-se em ferramentas do Design de Experiência – UX, promovendo a aplicação prática da teoria e colaborando ativamente com o processo de aprendizagem dos estudantes do PPGECEI.

O espaço cultural está localizado em numa área de cerca de 800.000 m² de extensão, no campus Manguinhos, na Avenida Brasil. Desde sua inauguração, em 1999, o Museu da Vida recebeu mais de 3,4 milhões de visitantes presenciais e mais de 8 milhões de visitas virtuais. Somente no ano de 2023, recebeu no seu espaço físico 30 mil visitantes e a estimativa para 2024 era que a visitação voltasse ao patamar anterior ao da pandemia. Sua visitação é gratuita e, durante a semana, o Museu recebe principalmente crianças das escolas de ensino fundamental do setor público e privado. Aos sábados, os principais visitantes são famílias que moram no entorno do Museu, Zona Norte da cidade, e na Baixada Fluminense, funcionando como um polo relevante de lazer e educação para as comunidades vizinhas.

O relatório trata do planejamento da visita, visando promover, por meio de ferramentas do Design de Experiência, uma experiência mais intuitiva, eficiente e inclusiva. Os resultados deste trabalho são: um diagnóstico dos problemas identificados, recomendações de melhorias, assim como protótipos para aperfeiçoamento de meios digitais como o website e o aplicativo do Museu da Vida Fiocruz, além de diretrizes para a efetiva aplicação futura pela gestão do Museu das propostas elaboradas.

Nesse sentido, as pesquisas realizadas e as soluções propostas pelos docentes e discentes do PPGECEI, colaboraram com o objetivo estratégico do Museu da Vida Fiocruz de “fortalecer e inovar sua atuação na área de mediação entre a cultura científica, o patrimônio e o público, mantendo uma política permanente de atualização de seus espaços, exposições, produtos e acervos, integrando ciência, tecnologia e saúde, para contribuir com o compromisso social da Fiocruz”. Assim, o relatório “Proposta de projeto de experiência para o Museu da Vida Fiocruz” atendeu a uma demanda de um órgão público, envolvendo as atividades de ensino, pesquisa e extensão para promover uma devolutiva para a Sociedade do Rio de Janeiro que implicou em melhoria de qualidade de vida de seus habitantes.

8) Título: Proposta de branding para a caminhada em defesa da liberdade religiosa

Subtipo de produção: Ativos de propriedade intelectual - marca

Disponível em: PTT anexado em sua respectiva produção intelectual cadastrada na plataforma sucupira

Autores: Isabella Perrota; Mirella de Menezes Migliari

Projeto: Economia criativa e suas aplicações práticas

Descrição: Descrição: A Caminhada em Defesa da Liberdade Religiosa é um evento realizado anualmente desde 2008 na cidade do Rio de Janeiro e emergiu como uma resposta à crescente intolerância religiosa no Brasil. Nascida diante da expulsão de praticantes de religiões afro-brasileiras de favelas cariocas, a Caminhada simboliza a resistência contra a opressão religiosa e racial, e busca mobilizar diversos setores da sociedade. Já tradicional no calendário, a Caminhada tem como objetivo promover o respeito à pluralidade religiosa e os direitos humanos, além de construir pontes para o diálogo inter-religioso (Santos, 2019). No entanto, para seus organizadores, esse evento precisa alcançar maior visibilidade e adesão da sociedade civil.

Diante disso, este trabalho foi elaborado no contexto da disciplina Branding e Comunicação Multissensorial, do PPGECEI, inserida no projeto de extensão “Economia criativa e suas aplicações práticas”, como resposta à demanda real do Centro de Articulação de Populações Marginalizadas CEAP, que organiza a Caminhada em Defesa da Liberdade Religiosa. Teve como objetivo o desenvolvimento de um plano de comunicação estratégica e ações de branding para a organização e promoção da Caminhada, com foco na construção de uma identidade visual forte para divulgação ampla que enfatizasse a relevância do tema.

A Caminhada, mais do que um evento, é um movimento que busca unir pessoas de todas as crenças e tradições em um esforço conjunto para afirmar a laicidade do Estado e o direito inalienável de cada indivíduo de seguir sua fé. Portanto sua relevância se justifica como um movimento legítimo da sociedade civil.

O presente trabalho foi realizado em conjunto pelos mestrados da disciplina e consiste num Relatório de Projeto de Extensão que apresenta ativos de propriedade intelectual de marca. Discorre sobre a criação de uma Identidade visual conceitualmente forte, sua aplicação a diversos produtos de merchandising para comercialização, como também a produção de conteúdo audiovisual e para mídias digitais a fim de gerar impacto econômico positivo para a Caminhada e torná-la autossustentável. A experiência educacional proporcionou também a geração de conhecimento teórico e prático para os discentes, promovendo alto teor de inovação social ao gerar um projeto original, replicável e de alto alcance. Após a entrega do projeto alguns mestrados passaram a prestar serviço como consultores de Branding para a referida Ong a fim de garantir a correta aplicação do projeto.

9) Título: Um projeto de design thinking para a Anistia Internacional Brasil

Subtipo de produção: Relatório técnico conclusivo - Relatório técnico conclusivo per se
Disponível em: PTT anexado em sua respectiva produção intelectual cadastrada na plataforma sucupira

Autores: André Luís Ferreira Beltrão; Joana Martins Contino;

Projeto: Economia criativa e suas aplicações práticas

Descrição: Na disciplina “Design Thinking & Inovação”, do Programa de Pós-graduação em Economia Criativa, Estratégia e Inovação da ESPM Rio, os estudantes de mestrado desenvolvem projetos voltados ao mundo real. Tal preocupação de conexão com a realidade é pertinente sobretudo ao considerarmos que os problemas não existem de forma isolada e controlada, são problemas complexos e intrincados que envolvem pessoas e estruturas sociais. Partindo da premissa de que a academia é importante aliada na criação de soluções para esses problemas reais, no segundo semestre de 2024 a instituição parceira da disciplina foi a Anistia Internacional do Brasil.

Fundada no Reino Unido e presente em mais de 150 países, A Anistia Internacional aponta em seu site que é o maior movimento por direitos humanos do mundo. Com sede no Brasil desde 2012, porém atuando no país desde 1972, a ONG enfrenta uma série de desafios para desempenhar plenamente suas atividades, especialmente no que tange à

comunicação de marca e à captação de doadores e recursos financeiros. Tais questões nos foram apresentadas por representantes da instituição e tornaram-se a base do projeto desenvolvido em conjunto pelos docentes e discentes da disciplina, bem como pela Anistia Internacional Brasil, em cooperação. Ao longo do semestre, o grupo teve a oportunidade de explorar de forma colaborativa e experimental técnicas e conceitos de Design Thinking voltados para a geração de inovações destinadas a essa importante organização internacional.

Este relatório propôs quatro conjuntos de soluções possíveis e desejáveis para estes desafios que foram baseadas em dinâmicas práticas de aprendizagem que deram protagonismo aos discentes. Assim, foram apresentadas proposições para gerar conhecimento de marca, melhorar as ações de comunicação, aproximar a Anistia Internacional de seu público potencial, ampliando sua base de associados e sua captação de recursos, e melhorar a transparência institucional. Com o intuito de contribuir para o fortalecimento da Anistia Internacional Brasil, foram entregues também protótipos de peças de divulgação e de um aplicativo mobile voltado para as doações, além de planos de ação e planilhas para auxiliar na efetiva aplicação futura das propostas.

Parte do propósito de um Mestrado Profissional é estabelecer a conexão entre o ensino de Pós-graduação *stricto sensu* e a sociedade. Ou seja, aproximar a produção do conhecimento acadêmico à resolução de desafios reais. Este relatório teve como objetivo contribuir para o estabelecimento dessa conexão tão valiosa, ao analisar de forma aprofundada desafios de uma instituição internacional que é uma importante defensora dos direitos humanos atuante no Brasil há mais de 50 anos, a Anistia Internacional

10) Título: Índice de Desenvolvimento Potencial da Economia Criativa (IDPEC): capitais 2019 e 2023

Subtipo de produção: Relatório técnico conclusivo – ferramenta gerencial elaborada

Disponível em: PTT anexado em sua respectiva produção intelectual cadastrada na plataforma sucupira

Site do projeto: <https://indicedaeconomiacriativa.espm.edu.br/2025/03/06/relatorio-de-pesquisa-idpec-capitais-brasileiras-2019-e-2023/>

Autores: João Luiz de Figueiredo; Diogo Tavares Robaina; Paulo Vitor Lemos Ramalho

Projeto: Economia criativa, desenvolvimento e território no Estado do Rio de Janeiro

Descrição: A economia criativa tem sido amplamente debatida nos ambientes acadêmicos e das políticas públicas em função da crescente relevância dos setores criativos na

economia e da sua relação com o desenvolvimento. Na esteira desses debates, reconhece-se a carência de dados e de indicadores como um dos principais gargalos para a melhor identificação da importância da economia criativa e para a formulação de políticas públicas que fortaleçam as atividades criativas e contribuam para o desenvolvimento. Assim, o objetivo central da pesquisa é estimar o potencial das cidades e estados brasileiros se desenvolverem por meio da economia criativa, utilizando o Índice de Desenvolvimento Potencial da Economia Criativa (IDPEC), que consiste em um indicador composto a partir de dados secundários. Em outras palavras, não estamos preocupados em identificar os municípios com maior geração de emprego, renda ou produto. A intenção é identificar os fatores que favorecem o desenvolvimento da economia criativa, de modo a apontar o potencial de desenvolvimento dos municípios a partir desses fatores. Índices de emprego, renda ou produto são importantes para identificarmos um padrão espacial da economia criativa no Brasil, isto é, os municípios ou estados onde suas atividades se concentram. Porém, tais índices são incapazes de nos dizer as razões dessa concentração ou se outros lugares, que não possuem bons resultados, também poderiam desenvolver seus setores criativos por meio de políticas acertadas. É essa lacuna que o IDPEC pretende preencher, ou seja, identificar os fatores que fazem com que a economia criativa tenha maior dinamismo econômico em um lugar do que em outro. Neste relatório, divulgamos os resultados das capitais brasileiras nos anos 2019 e 2023.

O IDPEC é composto de nove variáveis provenientes de dados secundários e organizadas em três dimensões: capacidades humanas; atratividade e conectividade espacial; ambiente cultural e empreendedorismo criativo. As variáveis do índice estão relacionadas com as determinantes de concentração produtiva espacial da indústria criativa. O cálculo do Índice foi baseado na técnica dos pesos endógenos. A capacidade do IDPEC de estimar o potencial da economia criativa local foi comprovada a partir de regressão linear entre o índice e o quociente locacional (QL) das indústrias criativas. O QL é um indicador de especialização regional comparativa, que aponta as capitais que possuem maior concentração proporcional de empregos formais nos setores criativos em comparação com o Brasil. A partir dos dados foram identificados quatro grupos de capitais: (i) capitais com alto IDPEC e alto QL; (ii) capitais com alto IDPEC e baixo QL; (iii) baixo IDPEC e baixo QL; (iv) baixo IDPEC e alto QL. Esses dados foram interpretados utilizando-se de uma matriz de políticas públicas para economia criativa, que propõe para as capitais de cada grupo os respectivos cenários da economia criativa: (i) o cenário de franco

crescimento; (ii) cenário de potencial reprimido; (iii) cenário desafiador; (iv) cenário de crescimento limitado. Com base nos cenários foram propostas diretrizes específicas de políticas para o desenvolvimento dos setores criativos das capitais de cada grupo.

Dentre os autores da pesquisa, temos o discente Paulo Vitor Lemos Ramalho que desenvolveu habilidades importantes em seu processo formativo. Ademais, destacamos que a criação de indicador para a economia criativa tem impacto educacional na formação de estudantes interessados no tema.

A difusão dos resultados sob a forma deste relatório técnico amplia o acesso e o impacto da pesquisa. Do ponto de vista prática, além do impacto educacional, o relatório gera impacto econômico, cultural e de desenvolvimento territorial, pois ele permite uma nova abordagem à relação entre economia criativa e desenvolvimento, permitindo a formulação de políticas que fortaleçam a economia criativa e sua mobilização como instrumento do desenvolvimento. Além do relatório, os dados podem ser visualizados no site da pesquisa, no qual disponibilizamos de maneira transparente os resultados e os métodos (<https://indicedaeconomiacriativa.espm.edu.br/>).

A pesquisa foi apoiada pela FAPERJ - Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro, Processo SEI-260003/015191/2021 - APQ1 e noticiada em seu próprio site: <https://www.faperj.br/?id=667.7.6>.

IMPACTO ECONÔMICO, SOCIAL E CULTURAL DO PROGRAMA

Indicaremos 5 ações desenvolvidas ao longo do quadriênio por docentes, discentes e egressos do PPGECEI reveladoras da inserção, relevância e dos impactos positivos para o desenvolvimento social e comunitário, local, regional, nacional e internacional do programa. Devemos relembrar que definimos nosso objetivo central como sendo “formar recursos humanos qualificados capazes de articular os procedimentos científicos e a produção de conhecimento sobre economia criativa, estratégia e inovação com as demandas profissionais no contexto da economia globalizada do século XXI”. Relembrar os objetivos específicos também é importante, pois eles são alcançados pelas ações que indicaremos. Os objetivos específicos do PPGECEI são:

- Formar profissionais com amplo domínio temático do campo da economia criativa, estratégia e inovação, assim como domínio dos métodos científicos e dos processos de criação e implementação de projetos de pesquisa aplicados às suas realidades profissionais;

- Proporcionar uma experiência interdisciplinar de aprendizagem e produção de conhecimento voltada para a solução de problemas complexos, integrando ferramentas e conceitos do design, da gestão estratégica da inovação, da ciência de dados, da comunicação, da economia, assim como dos campos culturais e artísticos e de outras áreas afins;
- Produzir conhecimento aplicado ao campo da economia criativa, estratégia e inovação por meio de projetos de pesquisa, de extensão e de inovação, em articulação com mercado, sociedade e governo, resultando em produtos intelectuais geradores de impacto na sociedade;
- Difundir conhecimento relacionado ao campo da economia criativa, estratégia e inovação como um instrumento favorecedor do desenvolvimento do Brasil e da redução das desigualdades sociais e regionais;
- Promover a internacionalização da pesquisa e do processo de aprendizagem como um meio para o desenvolvimento profissional dos discentes e dos docentes.

Esses objetivos (principal e específicos) são perseguidos por meio da estrutura curricular do PPGECEI articulada aos projetos de pesquisa e de extensão que se inserem nas propostas das linhas de pesquisa do programa, tratando o campo da economia criativa, estratégia e inovação em uma perspectiva interdisciplinar. Nesse sentido, as ações que selecionamos promovem essa articulação entre ensino, pesquisa e extensão, permitindo o desdobramento em muitos produtos intelectuais geradores de impactos na sociedade e no mercado, sendo esta conexão do PPGECEI com a sociedade e o mercado uma premissa fundamental de nossa atuação. As 5 ações que serão explicadas na sequência são:

- Ação 1: Projeto de extensão “Economia criativa e suas aplicações práticas” como casos complexos, que se configura em um canal de articulação com a sociedade e o mercado ao viabilizarem parcerias e cooperações com organizações públicas, privadas e da sociedade civil que demandam o PPGECEI para apresentar propostas de solução a um problema complexo real que as afetam;
- Ação 2: Construção de indicadores e métricas para a economia criativa, que visa a atender uma demanda do campo que historicamente sofre com a falta de dados para a tomada de decisões;
- Ação 3: Formação e adensamento de redes de pesquisa, que consiste na articulação do PPGECEI com outros programas e IES dedicadas ao campo da economia criativa,

estratégia e inovação, de modo a promover o fortalecimento da construção e difusão de conhecimento que atenda as demandas nacionais para o desenvolvimento, mas que respeite às nossas especificidades, sendo uma importante iniciativa para superarmos a dependência de referenciais teóricos oriundos dos países desenvolvidos e que em determinadas situações apresentam-se descolados de nossa realidade;

- Ação 4: Difusão de conhecimento interdisciplinar de economia criativa, estratégia e inovação, sendo esta uma ação do PPGECEI que responde ao desafio de ampliarmos o conhecimento da sociedade e do mercado sobre este campo de atividades econômicas, que ainda carece de análises, sistematizações e proposições, especialmente em uma perspectiva interdisciplinar e aderente às condições sociais, econômicas e culturais do Brasil

- Ação 5: Premiação de pesquisas e empreendimentos da economia criativa no Rio de Janeiro, trata de uma iniciativa pioneira de valorização das pesquisas realizadas sobre economia criativa no estado do Rio de Janeiro, bem como dos empreendimentos criativos que contribuem com o desenvolvimento, ampliando a visibilidade do conhecimento produzido pelos pesquisadores e fortalecendo as competências criativas e gerenciais dos empreendimentos premiados.

Ação 1: Projeto de extensão “Economia criativa e suas aplicações práticas” como casos complexos

Criado em 2021 para integrar todas as parcerias e cooperações extensionistas do programa, o projeto “Economia criativa e suas aplicações práticas” permite a integração entre ensino, pesquisa aplicada e inserção social do programa. O projeto é uma evolução dos diversos projetos de extensão que foram realizados no quadriênio passado, de maneira que verificamos a oportunidade de estruturar nossa ação extensionista em um projeto integrador, que conta com a participação de todos os DPs e discentes envolvidos nas parcerias e cooperações. Assim, diferentemente do quadriênio 2017-2020 em que cada parceria se configurava em um projeto de extensão específico, no atual quadriênio todas as parcerias e suas produções intelectuais passaram a ficar organizadas dentro desse grande projeto de extensão integrador.

Todas as parcerias e cooperações que integram o projeto de extensão “Economia criativa e suas aplicações práticas” partem de nossa proposta pedagógica de apresentar casos complexos reais para os discentes proporem soluções. Algumas parcerias foram desenvolvidas por mais de um laboratório, integrando docentes com diferentes

abordagens, discentes e um parceiro externo (organizações públicas, privadas ou da sociedade civil), reforçando a perspectiva interdisciplinar do programa e a interação com o mercado e a sociedade em busca de solução de problemas complexos que possam resultar em ações geradoras de impacto econômico, social e regional. O projeto mobiliza as duas linhas de pesquisa e as áreas de atuação dos DPs no atendimento às organizações atendidas em cada parceria.

As parcerias e cooperações resultam em produções intelectuais, dentre as quais acreditamos que a produção técnica possui enorme potencial para gerar novos negócios para as empresas e melhoria na qualidade das políticas públicas. Os problemas complexos apresentados pelas organizações são trabalhados por meio de pesquisa aplicada realizada sempre por DPs e discentes, cujas propostas de solução são entregues como resultados sob a forma de um produto técnico. Essa entrega gera transferência de conhecimento para o parceiro envolvido, de maneira que este possa implementar as ações e as estratégias sugeridas. Nesse sentido, cada parceria e cooperação realizada com uma organização privada, pública ou da sociedade civil no âmbito do projeto “Economia criativa e suas aplicações práticas” gera produtos técnicos e bibliográficos, que tangibilizam o processo formativo dos discentes envolvidos ao mesmo tempo em que ratificam a inserção social do PPGECEI.

Neste quadriênio 2021-2024, o projeto de extensão “Economia criativa e suas aplicações práticas” estabeleceu parcerias e cooperações com 14 organizações: Associação Cultural Recreativa Filhos de Gandhi; Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB), Descomplica, Fundação Teatro Municipal do Rio de Janeiro, Galpão Aplauso, Grupo Sal, Globoplay, Museu da Imagem e do Som (MIS), Safer, Museu da Vida FioCruz, Centro de Articulação de Populações Marginalizadas (CEAP), Circuito Carioca de Artes e Cultura, Anistia Internacional, Núcleo de Ativação Urbana (NAU).

Trata-se de uma ação que viabilizou oportunidades de inserção local e regional do programa, por meio das quais geramos impactos positivos para a sociedade e para o mercado. Apresentamos agora uma breve descrição das entregas.

A ação destacada se relaciona com o objetivo geral do PPGECEI e com os objetivos específicos 1, 2, 3 e 4. Os impactos positivos gerados pela ação “Projeto de extensão Economia criativa e suas aplicações práticas” podem ser reconhecidos como:

- Impacto social por contribuir com organizações públicas que lidam diretamente com a gestão pública, assim como organizações da sociedade civil que atuam na realização de

atividades culturais com grande valor simbólico, histórico e identitário e/ou na promoção de ações que resultam em melhores condições de vida.

- Impacto educacional por viabilizar uma prática inovadora que conecta as organizações e seus problemas complexos com discentes e docentes do MPGEC que, por meio da estrutura curricular e da infraestrutura dos laboratórios de pesquisa aplicada, investigam as possíveis soluções. Esse encontro gera impacto educacional para os dois lados da parceria.
- Impacto tecnológico por disseminarmos conhecimentos para todas as pessoas envolvidas das organizações parceiras, as quais são envolvidas no desenvolvimento do projeto e na difusão dos resultados.
- Impacto econômico por potencializar a competitividade das organizações privadas e da sociedade civil envolvidas nos projetos de extensão, assim como, contribuir com a melhoria da qualidade das políticas públicas e das ações das organizações públicas envolvidas.
- Impacto cultural por qualificar profissionais das organizações envolvidas, as quais lidam diretamente com atividades culturais e criativas, seja na formulação de políticas ou na potencialização da realização das atividades culturais e criativas.

Ação 2: Construção de indicadores e métricas para a economia criativa

A economia criativa tem sido amplamente debatida nos ambientes acadêmicos e das políticas públicas em função da crescente relevância dos setores criativos na economia e da sua relação com o desenvolvimento. Na esteira desses debates, reconhece-se a carência de dados e de indicadores como um dos principais gargalos para a melhor identificação da importância da economia criativa e para a formulação de políticas públicas que fortaleçam as atividades criativas e contribuam para o desenvolvimento.

Desde o quadriênio 2017-2020, o PPGECEI empreende esforços na construção de indicadores e métricas para o mercado da economia criativa. Esses esforços se concretizaram no relatório “Empresariamento artístico: pesquisa de mapeamento de mercado – 2021” e na construção do Índice de Desenvolvimento Potencial da Economia Criativa (IDPEC).

O relatório sobre o mercado de shows ao vivo e empresariamento artístico teve sua terceira edição publicada em 2022 com dados referentes ao ano base de 2021 do mercado.

As outras edições são de 2017 e 2019. Essa iniciativa (<https://www.anitacarvalho.com.br/Relatorio%202021%20Empresariamento%20Artisti>

[co%20e%20Mercado%20de%20Shows%20ao%20Vivo%20\(Anita%20Carvalho%20-%20Music%20Rio%20Academy\).pdf](https://www.ubc.org.br/publicacoes/noticia/20311/pesquisa-profissionalizacao-de-empresarios-artisticos-aumenta-em-20)), preenche a lacuna de dados sobre o mercado de música ao vivo e teve ampla repercussão na mídia especializada, com destaque no site na União Brasileira dos Compositores (<https://www.ubc.org.br/publicacoes/noticia/20311/pesquisa-profissionalizacao-de-empresarios-artisticos-aumenta-em-20>) e Portal Popline (<https://portalpopline.com.br/artistas-empresarios-mercado-relatorio/>). Em 2025, uma nova edição do relatório será publicada, analisando o comportamento do mercado em 2024. Trata-se de uma importante contribuição para o mercado da música, que não possuía até então informações centradas no mercado de shows e sobre a relevância do empresariamento artístico no desenvolvimento das carreiras profissionais dos artistas da música.

A segunda iniciativa, referente a ação de construção de indicadores e métricas para a economia criativa, foi a criação do Índice de Desenvolvimento Potencial da Economia Criativa (IDPEC), o qual é fruto de uma longa pesquisa, cujas primeiras produções ocorreram em 2019, e que em 2024 se concretizou com a construção de um site para ampla divulgação de seus resultados e a publicação de relatórios, que também estão disponíveis no site (<https://indicedaeconomiacriativa.espm.edu.br/>). O objetivo central da pesquisa é estimar o potencial das cidades e estados brasileiros se desenvolverem por meio da economia criativa, utilizando o Índice de Desenvolvimento Potencial da Economia Criativa (IDPEC), que consiste em um indicador composto a partir de dados secundários. Em outras palavras, não estamos preocupados em identificar os municípios com maior geração de emprego, renda ou produto. A intenção é identificar os fatores que favorecem o desenvolvimento da economia criativa, de modo a apontar o potencial de desenvolvimento dos municípios a partir desses fatores. Índices de emprego, renda ou produto são importantes para identificarmos um padrão espacial da economia criativa no Brasil, isto é, os municípios ou estados onde suas atividades se concentram. Porém, tais índices são incapazes de nos dizer as razões dessa concentração ou se outros lugares, que não possuem bons resultados, também poderiam desenvolver seus setores criativos por meio de políticas acertadas. É essa lacuna que o IDPEC pretende preencher, ou seja, identificar os fatores que fazem com que a economia criativa tenha maior dinamismo econômico em um lugar do que em outro. Neste relatório, divulgamos os resultados das capitais brasileiras nos anos 2019 e 2023.

O IDPEC é composto de nove variáveis provenientes de dados secundários e organizadas em três dimensões: capacidades humanas; atratividade e conectividade espacial; ambiente cultural e empreendedorismo criativo. As variáveis do índice estão relacionadas com as determinantes de concentração produtiva espacial da indústria criativa. O cálculo do Índice foi baseado na técnica dos pesos endógenos. A capacidade do IDPEC de estimar o potencial da economia criativa local foi comprovada a partir de regressão linear entre o índice e o quociente locacional (QL) das indústrias criativas. O QL é um indicador de especialização regional comparativa, que aponta as capitais que possuem maior concentração proporcional de empregos formais nos setores criativos em comparação com o Brasil. A partir dos dados foram identificados quatro grupos de capitais: (i) capitais com alto IDPEC e alto QL; (ii) capitais com alto IDPEC e baixo QL; (iii) baixo IDPEC e baixo QL; (iv) baixo IDPEC e alto QL. Esses dados foram interpretados utilizando-se de uma matriz de políticas públicas para economia criativa, que propõe para as capitais de cada grupo os respectivos cenários da economia criativa: (i) o cenário de franco crescimento; (ii) cenário de potencial reprimido; (iii) cenário desafiador; (iv) cenário de crescimento limitado. Com base nos cenários foram propostas diretrizes específicas de políticas para o desenvolvimento dos setores criativos das capitais de cada grupo.

A pesquisa foi apoiada pela FAPERJ - Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro, Processo SEI-260003/015191/2021 - APQ1 e noticiada em seu próprio site: <https://www.faperj.br/?id=667.7.6>.

A ação destacada se relaciona com o objetivo geral do PPGECEI e com os objetivos específicos 3, 4 e 5. Os impactos positivos gerados pela ação “Construção de indicadores e métricas para a economia criativa” podem ser reconhecidos como:

- Impacto social por identificar fatores e determinantes de mercado, contribuindo sobremaneira para a geração de políticas públicas assertivas na promoção do desenvolvimento.
- Impacto tecnológico por realizar ampla difusão do conhecimento gerado e por contribuir com o desenvolvimento local/regional ao identificar determinantes da economia criativa e propor uma matriz de políticas públicas.
- Impacto econômico por identificar padrões do mercado e permitir que empresas e governos se beneficiem do conhecimento gerado, contribuindo para maior competitividade das empresas e melhor qualidade das políticas públicas.

- Impacto cultural pois os dados e as análises contribuem para o desenvolvimento da produção cultural brasileira, a qual consideramos uma importante atividade econômica do país.

Ação 3: Formação e adensamento de redes de pesquisa

Desde 2016, o PPGECEI empreende esforços na construção de cooperação e intercâmbio local, regional e nacional em múltiplas dimensões, isto é, desejamos interagir com outros programas de pós-graduação, redes acadêmicas, organizações públicas, privadas e da sociedade civil de modo a gerar impacto educacional, econômico, cultural, social e ambiental. Nesse sentido, a formação e o adensamento de redes de pesquisa é uma ação de extrema importância para o programa. Apresentamos aqui, portanto, iniciativas empreendidas pelos PPGECEI e por seus docentes.

- Fundação da Rede Ibero-americana Interdisciplinar de Economia Criativa:

Em 2020, seguindo os planos de uma reunião realizada na ESPM-Rio em 2019, o PPGECEI celebrou o convênio de fundação da Rede Ibero-americana Interdisciplinar de Economia Criativa. Em função da pandemia, o convênio foi celebrado inicialmente pelo PPGECEI, Mestrado Profissional em Indústria Criativa (FEEVALE) e Mestrado profissional em Indústrias Criativas (UNICAP). Neste quadriênio, outros programas aderiram à Rede: Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-RS; Mestrado em Gestão de Indústrias Criativas da UCP (Porto-Portugal); Mestrado Profissional em Comunicação e Indústria Criativa da UNIPAMPA (Rio Grande do Sul); Mestrado Profissional em inovação em Comunicação e Economia Criativa da UCB (Brasília); Programa de Pós-Graduação em Administração da UFV (Minas Gerais). Além desses, a REDE está aberta a qualquer programa de país ibero-americano que trate da economia criativa em uma perspectiva interdisciplinar.

No convênio assinado, estão previstas ações obrigatórias da REDE: a realização bianual de um Congresso Internacional, intitulado Congresso Ibero-americano Interdisciplinar de Economia Criativa - CIIEC; fluxo de docentes para disciplinas eletivas; realização de projetos de pesquisa e produção intelectual bibliográfica e técnica em coautoria dos participantes.

Os congressos da Rede são nomeados Congresso Ibero-americano Interdisciplinar de Economia Criativa (CIIEC) e tiveram duas edições. A primeira edição em 2020 foi realizada pelo PPGECEI, em modalidade online por causa da pandemia

(<https://www.ciiec2020.sinteseeventos.com.br/>);
(https://www.youtube.com/playlist?app=desktop&list=PLVDOuPXG7J_HzrRTWtMguGKBD5h2gddQ6). Embora seja um evento internacional, gerou forte impacto nacional ao atrair pesquisadores de 15 estados brasileiros e contou com financiamento da FAPERJ. A segunda edição do CIIEC ocorreu, ainda sob efeitos da pandemia, na FFEVALE (<https://www.feevale.br/institucional/editora-feevale/a-criatividade-esta-em-todo-lugar-anais-do-ii-congresso-ibero-americano-de-economia-criativa>). Infelizmente, a UNICAP não realizou a 3ª edição que estava prevista para 2024, de maneira que o PPGECEI assumiu a responsabilidade de realizar em 2025, no mês de novembro, como se verifica no site de submissões (<https://proceedings.science/cfp/ciiec-2025>)

- Cátedra da UNESCO sobre economia criativa e políticas públicas

Em 2024, a ESPM, por meio do PPGECEI passou a integrar essa importante cátedra da UNESCO que é sediada na Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Viçosa. A Cátedra reúne pesquisadores universidades brasileiras, a maioria pública, além de quatro estrangeiras. Nelas, há pesquisadores de áreas multidisciplinares, como engenharia ambiental, geografia, economia, turismo, administração, gestão pública e ciências naturais, que estarão ligados a uma rede global, articulando temas como turismo, cultura, gestão e eventos. O objetivo da Cátedra é congrega e difundir conhecimentos sobre economia criativa e políticas públicas, bem como os seus efeitos e impactos no desenvolvimento local e regional. A Cátedra também pretende desenvolver treinamentos e programas de pesquisas para capacitar acadêmicos, comunidades, profissionais e parceiros envolvidos com o tema (<https://sites.google.com/ufv.br/iccepp-22/home>). A cátedra já organizou conferências internacionais em 2022 e em 2024.

- Rede de estudos e pesquisas interdisciplinar sobre memória (REMEMORA)

O LEMBRAR, por meio de sua docente Lucia Santa Cruz, participa desde a fundação da rede de estudos e pesquisas interdisciplinar sobre memória, intitulada REMEMORA, que congrega pesquisadores da Comunicação e de áreas afins interessados em desenvolver investigações interinstitucionais em rede em torno da temática da memória, suas derivações e interfaces. Pretende-se articular projetos em caráter de colaboração, buscando a diversidade do pensamento e das ações que configuram o campo da memória no Brasil, dentro e fora da academia. Dentre as ações da REMEMORA estão listadas

pesquisas epistemológicas e empíricas em rede; intercâmbio de referenciais teóricos e metodológicos; criação de eventos científicos; e publicações de resultados das pesquisas desenvolvidas pela REMEMORA.

- Association for Cultural Economics International (ACEI)

A ACEI (<http://www.culturaleconomics.org/index.html>), através da formação de uma rede mundial de pesquisadores e universidades, é associação responsável pela institucionalização do campo da economia da cultura dentro das ciências econômicas, campo este que tem evoluído para economia criativa. A ACEI edita desde 1973 o *Journal of Cultural Economics* e realiza desde 1979 a *International Conference on Cultural Economics*. O PPGECEI esteve presente nas conferências realizadas em 2016 em Valladolid (Espanha), em 2018 em Melbourne (Austrália); em 2021 (evento online); e em 2023 em Indiana (Estados unidos); e estará presente no evento em 2025 em Roterdã (Holanda). A participação nessa rede é de grande importância para o intercâmbio internacional com os professores e pesquisadores e suas Universidades que participam da ACEI. Um importante desdobramento foi a realização de encontros regionais da América Latina, nos quais o PPGECEI também participou ativamente em 2019 em Valdivia (Chile); em 2022 em Belo Horizonte (Brasil); em 2024 na cidade do México (México).

- International Association of Arts and Cultural Management (AIMAC).

A AIMAC (<https://gestiondesarts.hec.ca/en/aimac/>), através da formação de uma rede mundial de pesquisadores e universidades, é associação responsável pela consolidação do campo da gestão da arte e da cultura dentro da Administração e afins. A AIMAC organiza desde 1991 a *International Conference on Arts and Cultural Management* e edita desde 1998 o *International Journal of Arts Management*. Embora o PPGECEI tenha iniciado a sua existência em 2016, podemos dizer que desde 2013 já participa das conferências da AIMAC, com apresentação de trabalhos nas conferências de 2013 (Bogotá, Colômbia), 2015 (Aix-en-Provence, França), 2017 (Beijing, China); 2019 (Veneza, Itália); 2022 (Cidade do México, México); 2024 (Lisboa, Portugal). Parcerias em pesquisas e aulas já ocorreram como oportunidades de intercâmbio internacional com os professores, pesquisadores e as universidades que integram a rede da AIMAC.

A ação destacada se relaciona com o objetivo geral do PPGECEI e com os objetivos específicos 1, 2, 3, 4 e 5. Os impactos positivos gerados pela ação “Formação e adensamento de redes de pesquisa” podem ser reconhecidos como:

- Impacto social indireto por contribuir com a produção e difusão de conhecimento que podem ser apropriados por organizações públicas que lidem diretamente com a gestão pública, assim como por outras organizações que possam utilizar o conhecimento científico produzido na resolução de importantes problemas sociais.
- Impacto educacional por viabilizar a conexão entre PPGs dedicados a pesquisar o campo da economia criativa em uma perspectiva interdisciplinar, sendo as atividades previstas geradoras de impactos reais na educação, por exemplo, através da realização do congresso internacional; dos seminários; das possibilidades de coorientação e de construção de projetos de pesquisa e de disciplinas em rede.
- Impacto tecnológico pela difusão de conhecimento entre academia, sociedade e mercado, decorrente da articulação de representantes da academia, de organizações públicas e privadas e da sociedade civil para debater as questões interdisciplinares da economia criativa, estratégia e inovação, com impacto na gestão, empreendedorismo, inovação, e design dos setores criativos e no desenvolvimento dos territórios por meio da economia criativa.
- Impacto econômico indireto ao fortalecer a integração entre o conhecimento acadêmico com o mercado e poder público.
- Impacto cultural por qualificar a produção e difusão de conhecimento sobre o campo a partir de uma perspectiva interdisciplinar, valorizadora da integração com IES de países ibero-americanos, de modo a contribuir com a valorização das atividades culturais e dos profissionais que lidam diretamente com atividades culturais e criativas.
- Impacto profissional por qualificar a formação de recursos humanos do stricto sensu, bem como de profissionais do mercado e da sociedade em geral que se beneficiam do conhecimento produzido e difundido.

Ação 4: Difusão de conhecimento interdisciplinar de economia criativa, estratégia e inovação

O PPGECEI acredita que a difusão de conhecimento é uma ação fundamental para a sua real inserção na sociedade e no mercado e, conseqüentemente, para a geração de impactos positivos do conhecimento produzido. Nesse sentido, reconhecemos que muitos projetos de pesquisa com importantes resultados precisam ser divulgados para a sociedade. Desde

a sua criação em 2016, o PPGECEI possui compromisso com a divulgação científica, especialmente por meio de seu periódico “Diálogo com a Economia Criativa”; pela publicação de livros, destacando-se a coleção Contextos e Pesquisas; e pela realização de eventos acadêmicos, especialmente os congressos que permitem a difusão de pesquisas realizadas por várias áreas e por vários docentes, discentes e egressos de programas de pós-graduação *stricto sensu*.

A Revista Diálogo com a Economia Criativa (ISSN 2525-2828) é um periódico quadrimestral, criado em 2016, e publicado pelo Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa da ESPM-Rio (<https://dialogo.espm.br/revistadcec-rj/index>). No momento desta redação (março de 2025), já conta com 28 números e aproximadamente 200 artigos inéditos publicados, avaliados por pares pelo método de avaliação cega, se configurando em um dos mais importantes espaços de difusão do conhecimento sobre economia criativa na América Latina. A Diálogo com a Economia Criativa (ISSN 2525-2828) é gratuita e mantida com recursos próprios do PPGECEI. A revista propõe lançar uma perspectiva interdisciplinar sobre o campo da Economia Criativa, publicando artigos científicos, resenhas, entrevistas, artigos técnicos e registros de debates acadêmicos. São aceitos para publicação trabalhos produzidos por autores nacionais e estrangeiros, membros do corpo docente e discente de IES, que tratem de temas relacionados à Economia Criativa, resultantes de estudos teóricos, pesquisas, reflexões sobre práticas empresariais, debates etc. A revista está licenciada com uma Licença Creative Commons - Atribuição 4.0 Internacional. Tem Identificador de Objeto Digital (DOI) e está nos seguintes indexadores /repositórios: PORTAL CAPES, DOARJ, Diadorim, Sumários.org, LatinREV - Rede Latinoamericana de revistas acadêmicas do campo das ciências sociais e humanidades e REDIB (Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico) e recentemente na EBSCO e Google Acadêmico.

Destaca-se que desde 2023 os artigos passaram a ser traduzidos para a língua inglesa por meio de recursos captados no âmbito do “Projeto de internacionalização da Revista Diálogo com a Economia Criativa”, que consiste na difusão internacional do conhecimento produzido no Brasil no campo da economia criativa. Com financiamentos da FAPERJ e do CNPq, o projeto traduz, edita e publica em inglês todos os artigos da revista. Mais do que contribuir para a internacionalização do PPGECEI, esse projeto de extensão contribui para a internacionalização da produção científica brasileira. Todas as edições de 2023 e 2024 foram traduzidas para o inglês e já conseguimos recursos para manter a tradução em 2025.

Outra iniciativa de difusão de conhecimento interdisciplinar de economia criativa, estratégia e inovação é a publicação de livros na Coleção Contextos e Pesquisas, que é uma coleção de coletâneas editorada pelos docentes permanentes do PPGECEI que realizam cuidadoso trabalho de curadoria para produzir edições que abordem os temas em uma perspectiva interdisciplinar que contribua com a formação do campo (<https://www.e-papers.com.br/categoria/series-e-colecoes/serie-contextos-e-pesquisas/?v=95316f20e42e>). A coleção também foi criada junto com o PPGECEI e desde 2016 até 2024 realizou o lançamento de 12 livros, permitindo a difusão de pesquisas realizadas em inúmeros PPGs do Brasil e de outros países. O último livro, intitulado “Glória do outeiro ao futuro: um território cultural”, oferece textos sobre o histórico bairro do Rio de Janeiro, onde a ESPM instalou seu novo campus a partir de 2022. O livro é uma das ações de inserção social da ESPM no bairro e está disponibilizado gratuitamente (<https://www.e-papers.com.br/produto/ gloria-do-outeiro-ao-futuro/?v=95316f20e42e>). Outras organizações de livro também cumpriram papel importante na difusão de conhecimento, como o livro “Encontros e caminhos dos estudos de consumo no Brasil” (https://www.e-papers.com.br/produto/encontros_e_caminhos_dos_estudos_do_consumo_no_brasil/?v=95316f20e42e), que celebrou a 10ª edição do ENEC (Encontro Nacional de Estudos do Consumo); e também podemos mencionar o livro “Metodologias ativas de aprendizagem no ensino superior” (https://www.e-papers.com.br/produto/metodologias_ativas_de_aprendizagem_no_ensino_superior/?v=95316f20e42e), que apresenta um conjunto de metodologias para serem aplicadas em sala de aula em prol de uma aprendizagem ativa por parte dos estudantes.

A terceira iniciativa integrante da ação “Difusão de conhecimento interdisciplinar de economia criativa, estratégia e inovação” é a realização de congressos acadêmicos, os quais permitem o intercâmbio e difusão do conhecimento produzido por várias áreas e por vários docentes, discentes e egressos de programas de pós-graduação *stricto sensu*. Em 2022, a ESPM em parceria com a UERJ sediou o mais importante congresso de design do Brasil, o 14º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design (P&D 2022). O P&D de 2022 foi muito relevante posto que a edição de 2020 não pode acontecer por causa da pandemia, mas também enfrentou os desafios de se apresentar em modalidade híbrida, incorporando os ganhos aprendidos com a utilização da tecnologia,

democratizando seu acesso à comunidade acadêmica dos extremos do país. Pela primeira vez de forma híbrida (presencial e on-line), o P&D ocupou espaços físicos da ESPM-Rio e da ESDI-UERJ. A maior parte das atividades (palestras, sessões técnicas, um dos seminários, um painel temático e os lançamentos de livros) aconteceu no campus recém-inaugurado da ESPM-Rio. O congresso teve números importantes, ratificando a sua necessidade como espaço de troca de conhecimento: 1.317 inscrições; 709 submissões de artigos; 523 artigos aprovados; 94 sessões técnicas (61 on-line e 33 presenciais); 24 conversações de grupos de pesquisa (on-line); 15 lançamentos de livros (presenciais); 5 palestras (3 presenciais e 2 on-line); 4 exposições (físicas); 2 seminários temáticos (presenciais); 2 oficinas (presenciais); 1 painel temático (presencial); 120 horas de transmissão e atividades on-line. O 14º P&D resultou também em uma coletânea de artigos publicados na Arcos Design (<https://www.e-publicacoes.uerj.br/arcosdesign/article/view/71926>) e os anais que são publicados pela Blucher Proceedings (<https://www.proceedings.blucher.com.br/article-list/ped2022-379/list#articles>). No site do evento é possível visualizar a programação (<https://www.peddesign2022.sinteseeventos.com.br/atividade/hub/eixostematicos>).

Destacamos por fim, que o P&D é um evento de extrema importância na área de design, sendo classificado como E1 no Qualis Eventos, de modo que a sua realização fortalece a abordagem interdisciplinar do PPGECEI em que o design se apresenta como uma linha de pesquisa e uma atividade transversal ao campo da economia criativa, estratégia e inovação. O 14º P&D obteve financiamento da CAPES e da FAPERJ.

Em 2023, o PPGECEI organizou o 11º Encontro Nacional de Estudos do Consumo (<https://www.enec2023.sinteseeventos.com.br/programacao>), que tratou do tema “Consumo e questões étnico-raciais”. Nas discussões do 11º ENEC, três eixos organizaram os debates: 1) O primeiro tratou da relação entre consumo e racismo, tomando como ponto de partida os episódios de racismo em ambientes de consumo (lojas, restaurantes, bancos e supermercados) e a exclusão de corpos racializados de propagandas. O objetivo foi compreender como as empresas vêm lidando com tais episódios, tanto em termos do público consumidor quanto do seu público interno. 2) O segundo eixo debateu os reflexos do racismo na distribuição de renda da população brasileira, no mercado de trabalho (especialmente nos espaços de poder e decisão) e nas condições de acesso a bens públicos, como saúde, educação, segurança, transportes e moradia. Além disso, tratou do quadro socioeconômico relativo à interseccionalidade entre gênero, raça e classe e perspectivas futuras, considerando a recente criação do

Ministério da Igualdade Racial e do Ministério dos Povos Indígenas. 3) O terceiro eixo teve como tema central a construção de mercados relacionados a questões étnico-raciais, que está na raiz de uma série de negócios criados por negros, indígenas e povos tradicionais, além da criação de produtos e serviços pensados para e por este público. Essas experiências de construção de mercados podem ser observadas, em especial, na área de moda, tendo como exemplo a “Feira Preta”, a “Feira Crespa” e diversas iniciativas ligadas às culturas indígenas, além de bonecas negras e produtos de beleza. Na área de alimentação, cabe citar a proliferação de restaurantes afro-brasileiros, caixaras e comandados por chefs indígenas. O turismo é outra área em que estas iniciativas se destacam, incluindo experiências de turismo de base comunitária em áreas indígenas, caixaras e quilombolas.

A ação destacada se relaciona com o objetivo geral do PPGECEI e com os objetivos específicos 1, 2, 4 e 5. Os impactos positivos gerados pela ação “Difusão de conhecimento interdisciplinar de economia criativa, estratégia e inovação” podem ser reconhecidos como:

- Impacto social por meio da difusão de conhecimento com capacidade de aprimorar a gestão pública, assim como pela ampliação de conhecimentos por parte de pessoas que podem melhorar o enfrentamento dos diversos problemas sociais do país.
- Impacto educacional uma vez que a difusão científica é um elemento viabilizador da transferência de conhecimento, contribuindo para os processos de aprendizagem em níveis de graduação e pós-graduação lato sensu e stricto sensu.
- Impacto tecnológico por meio da transferência de conhecimento que permitem o desenvolvimento de novas práticas em diversos setores da sociedade.
- Impacto profissional na medida em que a difusão científica potencializa o desenvolvimento profissional de pessoas, permitindo adaptações, melhorias e inovações nas formas como as atividades profissionais se desenvolvem.

Ação 5: Premiação de pesquisas e empreendimentos da economia criativa no Rio de Janeiro

A ESPM, no ano em que completou 70 anos de existência, lançou o Prêmio cRio ESPM de Economia Criativa 2021 por valorizar, reconhecer e acreditar na força da economia criativa carioca. O Prêmio cRio ESPM de Economia Criativa surgiu então como uma estratégia fundamental voltada para o reconhecimento e o estímulo à economia criativa

do Rio de Janeiro, premiando estudos e pesquisas já realizados e empreendimentos criativos inovadores dos mais variados setores do campo criativo (patrimônio, artes, mídias e criações funcionais). Foram 17 Prêmios distribuídos em três categorias: Estudos e Pesquisas, Empreendimentos Criativos e Inovação na Cultura de Saúde.

A categoria Estudos e Pesquisas tem como objetivo principal reconhecer, valorizar e promover estudos e pesquisas voltados para a economia criativa do Rio de Janeiro, pautados pelos princípios da diversidade cultural, da inovação, da sustentabilidade e da inclusão social e produtiva. Os estudos e pesquisas foram premiados de acordo com as seguintes linhas de pesquisa: Territórios Criativos e Desenvolvimento; Memória e Representação; Gestão, Empreendedorismo e Inovação em Setores Criativos. A categoria Empreendimentos Criativos tem como objetivo principal reconhecer, valorizar, promover e estimular empreendimentos criativos do Rio de Janeiro, pautados pelos princípios da diversidade cultural, da inovação, da sustentabilidade e da inclusão social e produtiva. Os empreendimentos criativos foram premiados de acordo com a seguinte tipologia: produtos (bens e serviços) criativos e inovadores; modelos de negócios inovadores. A categoria Inovação na Cultura de Saúde tem como objetivo principal reconhecer, valorizar, promover e estimular empreendimentos criativos do Rio de Janeiro, pautados pelos princípios da diversidade cultural, da inovação, da sustentabilidade e da inclusão social e produtiva que, em virtude da pandemia do COVID-19, tenham desenvolvido e realizado projetos e/ou tecnologias sociais de Inovação na Cultura da Saúde com impacto efetivo na saúde da população, em especial das populações vulneráveis.

O Prêmio foi lançado em 5 de novembro de 2021, em formato online, em virtude de estarmos num processo de retomada gradual das atividades presenciais por conta da pandemia de Covid-19 e a premiação ocorreu no dia 8 de setembro de 2022. Na primeira edição do Prêmio cRio ESPM de Economia Criativa (2021/2022), a ESPM Rio contou com a parceria e o patrocínio da Unimed Rio, que garantiu o recurso necessário para a publicação dos e-books da categoria de estudos e pesquisas.

Nos dias 26 de maio e 2 de junho de 2023, foram realizadas as palestras com os professores mentores dos empreendimentos criativos e no dia 2 de junho de 2023, foi, também, realizada a entrega dos e-books, da Coleção cRio ESPM.

Destaca-se que a segunda edição do prêmio ocorrerá em 2025 com patrocínio da Fundação Roberto Marinho.

A ação destacada se relaciona com o objetivo geral do PPGECEI e com o objetivo específico 4. Os impactos positivos gerados pela ação “Premiação de pesquisas e empreendimentos da economia criativa no Rio de Janeiro” podem ser reconhecidos como:

Impacto educacional por meio do treinamento oferecido para os vencedores da categoria empreendimentos, assim como pela publicação de artigos das dissertações e teses vencedoras da categoria estudos e pesquisas.

Impacto tecnológico pela transferência de conhecimento para os vencedores da categoria empreendimentos criativos, contribuindo para o fortalecimento de suas atividades que contribuem com o desenvolvimento, destacando que muitas iniciativas são negócios com impacto social.

Impacto econômico pelo fortalecimento dos empreendimentos criativos que receberam treinamento e mentoria para otimizar a gestão de seus negócios, ampliando suas competitividades.

Impacto cultural, pois muitos vencedores atuam no campo da produção cultural.

Impacto profissional por meio da qualificação dos profissionais atuantes no campo da economia criativa e pela difusão de conhecimento que tem potencial de transformar a forma como pensamos o desenvolvimento por meio da economia criativa.

INTERNACIONALIZAÇÃO, INSERÇÃO (LOCAL, REGIONAL, NACIONAL) E VISIBILIDADE DO PROGRAMA

a) Sobre a internacionalização do PPGECEI

A internacionalização é um dos objetivos específicos do PPGECEI e consta em nosso planejamento estratégico. No quadriênio 2017-2020, estruturou-se a política sobre a internacionalização, uma vez que foram os primeiros anos de funcionamento do PPGECEI. No atual quadriênio, já colhemos frutos que serão apresentados nas próximas linhas, embora a pandemia tenha atrapalhado o andamento de ações pelas limitações impostas as viagens e necessidade de adequações orçamentárias em função de todas as incertezas vividas. O momento atual, diante da aprovação de nosso curso de doutorado profissional, previsto para iniciar em 2025, é de aceleração das ações para a internacionalização.

Desde 2019 temos um instrumento oficial de incentivo ao intercâmbio internacional do PPGECEI, a Política de Apoio à Formação de Redes Internacionais de Pesquisa e Stricto

Sensu da ESPM, vinculado à Diretoria Acadêmica de Pesquisa e de Pós-Graduação Stricto Sensu da ESPM. Nele estão os marcos para a participação dos docentes e dos discentes do PPGECEI em congressos internacionais e os parâmetros para recebermos professores visitantes internacionais. A política contempla cinco itens de financiamento: participação de docente em congressos internacionais relevantes para a área; participação de discentes em congressos internacionais relevantes para a área; seleção de professores visitantes internacionais; seleção de professores convidados internacionais; e apoio para a tradução de artigos.

Para evidenciarmos a internacionalização do PPGECEI, destacamos: produção bibliográfica em periódicos internacionais; participação em congressos internacionais; participação em redes de pesquisa internacionais; fluxo de docentes internacionais.

Produção bibliográfica em periódicos internacionais

Como resultado da qualidade da produção intelectual da equipe docente e discente, foram publicados 29 artigos em periódicos internacionais, sendo alguns em revistas de alto impacto que merecem destaque, tais como: Cultural Trends (0954-8963); Creative Industries Journal (1751-0708); Qualitative Market Research (1352-2752); International Journal of Food Design (2056-6522); International Journal of Arts Management (1480-8986); Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación (1668-0227); Merz – Zeitschrift für Medienpädagogik (0176-9418); Sur le journalism, About Journalism, Sobre Jornalismo (2295-0729); Anthropology of Food (1609-9168); Journal of Physics Conference Series (1742-6588); Art and Design Review (2332-2004); Latin american Business Review (1097-8526); The Review of Regional Studies (1553-0892); Revue Francophone de la Propriété Intellectuelle (2490-8347); Pragmatizes – Revista Latino Americana de Estudos em Cultura (2237-1508); Concilium English Edition (0010-5236); Cidades, Comunidades e Territórios (2182-3030).

Participação em congressos internacionais

Ao longo do quadriênio 2021-2024, a participação do PPGECEI em congressos internacionais decorreu do envolvimento do corpo de DPs em redes internacionais de pesquisa, conforme apontado em outros itens deste relatório. Destaca-se a presença dos DPs e de discentes e egressos do programa nos seguintes eventos acadêmicos internacionais: International Conference on Arts & Cultural Management – AIMAC

Conference (edições 2022 e 2024); International Conference on Cultural Economics (edições 2021 e 2023); Congresso Ibero-americano Interdisciplinar de Economia Criativa (edição 2022); Seminario Iberoamericano de Economía de la Cultura (edições 2022 e 2024); International Association of Media and History Conference (edição 2023); 4s Annual Meeting (edição 2021); International Association of Societies of Design Research (edição 2021); XV Congreso de Enseñanza del Diseño / IX Coloquio Internacional de Investigadores e Diseño / XIX Semana Internacional de Diseño en Palermo (edição 2024); International Conference on Design Principles and Practices (edição 2021); International Conference on Creative Economy and Public Policies (edições 2022 e 2024); Reunión de Antropología del Mercosur (edição 2023).

Participação em redes de pesquisas internacionais

A participação de docentes do PPGECEI em redes internacionais de pesquisadores e de universidades tem grande potencial de contribuir para a internacionalização do programa ao longo do quadriênio. Ratificamos a participação em duas relevantes associações com escopo diretamente relacionado à área do programa: Association for Cultural Economics International (ACEI) e International Association of Arts and Cultural Management (AIMAC).

- A ACEI (<http://www.culturaleconomics.org/index.html>), através da formação de uma rede mundial de pesquisadores e universidades, é associação responsável pela institucionalização do campo da economia da cultura dentro das ciências econômicas, campo este que tem evoluído para economia criativa. A ACEI edita desde 1973 o Journal of Cultural Economics e realiza desde 1979 a International Conference on Cultural Economics.

O PPGECEI esteve presente nas conferências realizadas em 2016 (Valladolid, Espanha); 2018 (Melbourne, Austrália); 2021 (online); 2023 (Bloomington, Estados Unidos); e já confirmou presença na edição de 2025 (Roterdã, Holanda).

- A AIMAC (<https://gestiondesarts.hec.ca/en/aimac/>), através da formação de uma rede mundial de pesquisadores e universidades, é associação responsável pela consolidação do campo da gestão da arte e da cultura dentro da Administração. A AIMAC organiza desde 1991 a International Conference on Arts and Cultural Management e edita desde 1998 o International Journal of Arts and Cultural Management. Embora o PPGECEI tenha iniciado a sua existência em 2016, podemos dizer que desde 2013 já participa das

conferências da AIMAC, com apresentação de trabalhos nas conferências de 2013 (Bogotá, Colômbia), 2015 (Aix-en-Provence, França), 2017 (Beijing, China); 2019 (Veneza, Itália); 2022 (Cidade do México, México); 2024 (Lisboa, Portugal).

- O LEMBRAR, por meio de sua docente Lucia Santa Cruz, participa desde a fundação da rede de estudos e pesquisas interdisciplinar sobre memória, intitulada REMEMORA, que congrega pesquisadores da Comunicação e de áreas afins interessados em desenvolver investigações interinstitucionais em rede em torno da temática da memória, suas derivações e interfaces. Dentre as ações da REMEMORA estão listadas pesquisas epistemológicas e empíricas em rede; intercâmbio de referenciais teóricos e metodológicos; criação de eventos científicos; e publicações de resultados das pesquisas desenvolvidas pela REMEMORA.

- A participação da docente Lucia Santa Cruz na rede internacional de pesquisadores de mídia e nostalgia (International Media and Nostalgia Network), fundada em 2015 e que reúne pesquisadores de diferentes campos do conhecimento e de vários países. O objetivo é criar uma plataforma entre acadêmicos e profissionais que trabalhem com a relação entre mídia e nostalgia, concebendo mídia numa sentindo mais amplo como qualquer elemento cultural que intermedie significados, desde literatura, música, videogames, até arte, museus e moda.

- A criação da Rede Ibero-americana Interdisciplinar de Economia Criativa, convênio de cooperação celebrado pelo PPGECEI, Mestrado Profissional em Indústria Criativa (FEEVALE) e Mestrado profissional em Indústrias Criativas (UNICAP). Neste quadriênio, outros programas aderiram à Rede: Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-RS; Mestrado em Gestão de Indústrias Criativas da UCP (Porto-Portugal); Mestrado Profissional em Comunicação e Indústria Criativa da UNIPAMPA (Rio Grande do Sul); Mestrado Profissional em inovação em Comunicação e Economia Criativa da UCB (Brasília); Programa de Pós-Graduação em Administração da UFV (Minas Gerais). Além desses, a REDE está aberta a qualquer programa de país ibero-americano que trate da economia criativa em uma perspectiva interdisciplinar.

- Cátedra da UNESCO sobre economia criativa e políticas públicas, que o PPGECEI passou a integrar em 2024, a qual é sediada na Programa de Pós-Graduação em

Administração da Universidade Federal de Viçosa. A Cátedra reúne pesquisadores universidades brasileiras, a maioria pública, além de quatro estrangeiras. Nelas, há pesquisadores de áreas multidisciplinares, como engenharia ambiental, geografia, economia, turismo, administração, gestão pública e ciências naturais, que estarão ligados a uma rede global, articulando temas como turismo, cultura, gestão e eventos. O objetivo da Cátedra é congregar e difundir conhecimentos sobre economia criativa e políticas públicas, bem como os seus efeitos e impactos no desenvolvimento local e regional. A cátedra já organizou conferências internacionais em 2022 e 2024 (<https://sites.google.com/ufv.br/iccepp-22/home>).

- Destacamos ainda a presença desde 2020 do DP João Luiz de Figueiredo como parte da equipe de consultores da UNESCO no projeto Culture|2030 Indicators, que objetiva estimar a importância da cultura nos objetivos do desenvolvimento sustentável. (<https://whc.unesco.org/en/culture2030indicators/expert-facility/>).

Fluxo de docentes internacionais

Em 2024 foi ofertada uma disciplina eletiva com a participação de quatro professoras internacionais. Nomeada “Perspectivas internacionais em economia criativa, estratégia e inovação I”, a disciplina teve a participação das professoras Alice Demattos – HVL Business School, Noruega; Guadalupe Moreno – Universidad Panamericana, México; Susana Barradas – Kedge Business School, França; Lesley-Ann Noel – OCAD University, Canadá. Em função do êxito da disciplina, ela será oferecida semestralmente sempre com a participação de quatro docentes de IES estrangeiras. Em 2023, o PPGECEI recebeu a visita da professora Cecília Dinardi – Goldsmiths University of London, que proferiu uma palestra para os discentes e docentes do PPGECEI.

Destaca-se também o envolvimento da DP Mirella Migliari com Loughborough University, onde trabalhou por 2 anos (período em que ficou de licença do PPGECEI) na School of Design and Creative Arts - no departamento de Graphic Communication & Illustration. E o egresso Eduardo Carvalho que após a conclusão do Mestrado no ano 2021, mudou-se para Londres como bolsista do programa Chevening Clore Fellowship, focado no desenvolvimento de lideranças em economia criativa, artes e cultura.

Revista Diálogo com a Economia Criativa

Desde 2023 os artigos são traduzidos para a língua inglesa por meio de recursos captados no âmbito do “Projeto de internacionalização da Revista Diálogo com a Economia Criativa”, que consiste na difusão internacional do conhecimento produzido no Brasil no campo da economia criativa. Com financiamentos da FAPERJ e do CNPq, o projeto traduz, editora e publica em inglês todos os artigos da revista. Mais do que contribuir para a internacionalização do PPGECEI, esse projeto de extensão contribui para a internacionalização da produção científica brasileira (<https://dialogo.espm.br/revistadcec-rj/index>).

Sobre a inserção local, regional, nacional do PPGECEI

Desde 2016, o PPGECEI empreende esforços na consolidação de sua inserção local, regional e nacional em múltiplas dimensões, isto é, desejamos interagir com outros programas de pós-graduação, redes acadêmicas, organizações públicas, privadas e da sociedade civil de modo a gerar impacto educacional, econômico, cultural, social e ambiental. Nesse sentido, para descrevermos as ações e os resultados de nossa inserção, podemos recorrer a uma análise que se apresenta em três camadas que se inter cruzam: o PPGECEI em si; os Laboratórios de Pesquisa Aplicada; e os docentes permanentes.

Na primeira camada, aparecem ações estruturantes do PPGECEI como os convênios celebrados e outras ações institucionais; na segunda camada, podemos localizar as ações dos Laboratórios, associadas aos projetos de pesquisa e de extensão e a própria estrutura curricular; e na terceira camada, localizamos ações decorrentes das trajetórias dos docentes permanentes no PPGECEI. Óbvio que essas camadas não são estanques e se tratam apenas de uma forma de organizar as informações e permitir a análise.

Ações relacionadas ao PPGECEI em seu conjunto

- Convênio de cooperação com o Programa de Pós-Graduação em Mídias Criativas da Escola de Comunicação da UFRJ. O Convênio assinado em 2016 resultou em um plano de ações visando ao intercâmbio de conhecimento entre o PPGECEI/ESPM e PPGMC/ECO-UFRJ. Dentre as ações mais importantes, podemos citar o incentivo ao fluxo de estudantes que podem cursar disciplinas gratuitamente no curso de mestrado do parceiro com validação dos créditos das aulas em seus históricos curriculares; incentivo de fluxo de professores entre os cursos para colaboração nas pesquisas dos estudantes. No quadriênio 2021-2024, o PPGECEI recebeu 6 estudantes da UFRJ: Yasmin Costa

Faria Pereira; Natalia de Oliveira Lima; Bianca Pinto da Nova; Marta dos Santos Valim; Roberval Duarte de Araújo; Nilton Mendonça Viana Junior. De nosso lado, tivemos cinco estudantes cursando disciplinas na UFRJ, de modo que se revela um intercâmbio importante entre os dois programas. A riqueza dessa experiência fez com que colocássemos em nosso planejamento estratégico a ampliação dessas parcerias.

- Todos as cooperações em forma de redes, apresentadas anteriormente também promovem a inserção nacional do PPGECEI, pois cumprem um importante papel de estreitar a solidariedade e a cooperação entre os programas de stricto sensu brasileiros. Destacam-se as redes já mencionadas anteriormente: Rede Ibero-americana Interdisciplinar de Economia Criativa; Cátedra Unesco de Economia Criativa e Políticas Públicas; REMEMORA.

- Implementação de política de bolsas de impacto. Reconhecemos o papel das IES e dos PPGs, localizados em grandes centros urbanos, na redução das disparidades sociais e regionais do Brasil. Assim, desenvolvemos uma política de bolsas de impacto, que oferece 2 vagas gratuitas anuais para estudantes de mestrado, cujos projetos sejam geradores de impacto social e/ou territorial. Na proposta de curso de doutorado aprovada pela CAPES, cuja primeira turma se iniciará em 2025, foi incluída a oferta de 1 vaga gratuita por ano para estudantes de doutorado. Essas ofertas estão garantidas e informadas nos editais de seleção e no regulamento do programa.

- O I Prêmio cRio ESPM de Economia Criativa foi lançado em 2021 para o reconhecimento e o estímulo à economia criativa do Rio de Janeiro, premiando estudos e pesquisas já realizados e empreendimentos criativos inovadores dos mais variados setores do campo criativo (patrimônio, artes, mídias e criações funcionais). Foram 17 Prêmios distribuídos em três categorias: Estudos e Pesquisas, Empreendimentos Criativos e Inovação na Cultura de Saúde. Na primeira edição do Prêmio cRio ESPM de Economia Criativa (2021/2022), a ESPM Rio contou com a parceria e o patrocínio da Unimed Rio, que garantiu o recurso necessário para a publicação dos e-books da categoria de estudos e pesquisas. Destaca-se que a segunda edição do prêmio ocorrerá em 2025 com patrocínio da Fundação Roberto Marinho. Além da valorização das pesquisas, o prêmio permitiu a capacitação dos empreendedores criativos que receberam treinamento e mentoria para

tornarem seus negócios mais sustentáveis financeiramente e ampliem o impacto de suas ações.

Ações relacionadas aos laboratórios de pesquisa aplicada em linha com nossa estrutura curricular

Conforme apontado anteriormente, O PPGECEI possui 3 laboratórios de pesquisa aplicada que funcionam como elos centrais na integração do PPGECEI com a sociedade, o mercado e o poder público. Os laboratórios representam os eixos conceituais do programa, estão relacionados às duas linhas de pesquisa do PPGECEI e ao campo da economia criativa, estratégia e inovação em uma perspectiva interdisciplinar. Dialogam com as disciplinas da estrutura curricular do programa, pois os pesquisadores são também os docentes permanentes de modo a garantir fluxo permanente entre a produção de conhecimento e a formação de recursos humanos.

Nesse sentido, uma das principais identidades do PPGECEI é a sua inserção social por meio de seus projetos de extensão, sendo o nosso principal projeto integrador nomeado como “Economia criativa e suas aplicações práticas”. No quadriênio 2021-2024, este projeto permitiu a cooperação com 14 organizações: Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB), Descomplica, Fundação Teatro Municipal do Rio de Janeiro, Galpão Aplauso, Grupo Sal, Globoplay, Museu da Imagem e do Som (MIS), Safer, Museu da Vida FioCruz, Centro de Articulação de Populações Marginalizadas (CEAP), Circuito Carioca de Artes e Cultura, Anistia Internacional, Núcleo de Ativação Urbana (NAU).

Todas as cooperações envolvem docentes e discentes do PPGECEI que se mobilizam para apresentar soluções para um problema complexo apresentado pelas organizações. Ao final, gera-se um PTT que tangibiliza a entrega das soluções para as organizações. Uma sinopse dessas produções técnicas auxilia no entendimento do impacto dessa ação.

- Em “Associação Cultural Recreativa Filhos de Gandhi: diagnóstico, planos de comunicação e estratégias de sustentabilidade financeira”, identificou-se oportunidades e ações ampliação da visibilidade; melhorias da comunicação; e sustentabilidade financeira da organização.
- Em “Associação Cultural Recreativa Filhos de Gandhi: uma análise da marca, de outros elementos de identidade e da presença digital do bloco de afoxé no Instagram”, fez-se análise de sua marca para ampliar a presença digital.

- Em “CCBB Rio e ESPM: propostas colaborativas num contexto de pandemia e distanciamento social - uma perspectiva do design thinking e da inovação”, utilizou-se ferramentas de design thinking para propor ações de visitação e de segurança para o CCBB no contexto da pandemia.
- Em “O ecossistema educacional brasileiro: composição de cenários futuros e recomendações para a startup Descomplica” utilizou-se técnicas de composição de cenários para potencializar a competitividade da startup Descomplica.
- Em “O ecossistema de mídia e entretenimento brasileiro: composição de cenários futuros e recomendações para a Globoplay” também utilizou-se técnicas de composição de cenários para auxiliar a organização no enfrentamento de um ambiente competitivo marcado pela presença de big techs globais.
- Em “Circuito carioca de artes e culturas: uma análise sobre as dinâmicas de consumo nas feiras do circuito” fez-se uma análise de mercado sobre os padrões de consumo dos frequentadores da Feira da Glória, importante evento cultural da cidade, permitindo aos feirantes compreenderem novas possibilidades de atendimento das demandas.
- Em “Um projeto de design thinking para renovação de público do Theatro Municipal do Rio de Janeiro” utilizou-se o design thinking para propor ações de ampliação da audiência do Theatro Municipal do Rio de Janeiro.
- Em “Um projeto de design thinking para o Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro” também se apresentaram propostas de ampliação da visitação, mas principalmente de divulgação do acervo histórico e único do MIS.
- Em “A startup Safer e os desafios futuros do ecossistema de mobilidade urbana brasileiro” fez-se análise de cenários e reconhecimento do ecossistema de transporte por aplicativo para propor ações inovativas e de competitividade para essa startup brasileira que atua em um mercado dominado por empresas globais.
- “Grupo Sal: uma análise quantitativa e qualitativa sobre a percepção de marca” atendeu demanda da empresa em identificar como sua marca é percebida pela audiência e pelos clientes, uma vez que se trata de uma produtora audiovisual que atua nos mercados de entretenimento e de publicidade.
- Em “Relatório técnico sobre o galpão aplauso” realizou-se o planejamento estratégico para esta organização social.
- “Proposta de projeto de experiência para o Museu da Vida Fiocruz” ofereceu, por meio do de design de experiência e design de interação, possibilidades para desenvolvimento

de interfaces de comunicação digitais mais intuitivas e que ampliem a experiência dos frequentadores do Museu, bem como permitam ampliação da audiência.

- Em “Proposta de branding para a caminhada em defesa da liberdade religiosa”, fez-se proposição de um novo branding para a caminhada, potencializando seu posicionamento, valorização da ação e da marca e suas ações de comunicação.
- “Um projeto de design thinking para a Anistia Internacional Brasil” propôs ações para ampliar a base de doadores no Brasil, de maneira a fortalecer suas ações sociais no país.
- “Núcleo de Ativação Urbana (NAU): uma análise sobre as novas dinâmicas territoriais e de consumo na região portuária da cidade do Rio de Janeiro” gerou um relatório de mercado para a organização NAU propor a dinamização territorial da região portuária.

A realização de congressos acadêmicos também é uma forma importante de inserção social, de modo que os laboratórios de pesquisa aplicada também se dedicam a promover esses eventos. No quadriênio 2021-2024, a ESPM, por meio do PPGECEI, sediou dois importantes congressos acadêmicos, os quais já foram explicados anteriormente.

- Em 2022, a ESPM em parceria com a UERJ sediou o mais importante congresso de design do Brasil, o 14º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design (P&D 2022). O P&D de 2022 foi muito relevante posto que a edição de 2020 não pôde acontecer por causa da pandemia, mas também enfrentou os desafios de se apresentar em modalidade híbrida, incorporando os ganhos aprendidos com a utilização da tecnologia, democratizando seu acesso à comunidade acadêmica dos extremos do país. Pela primeira vez de forma híbrida (presencial e on-line), o P&D ocupou espaços físicos da ESPM-Rio e da ESDI-UERJ. O congresso teve números importantes, ratificando a sua necessidade como espaço de troca de conhecimento: 1.317 inscrições; 709 submissões de artigos; 523 artigos aprovados; 94 sessões técnicas (61 on-line e 33 presenciais); dentre outras atividades. O 14º P&D resultou também em uma coletânea de artigos publicados na Arcos Design (<https://www.e-publicacoes.uerj.br/arcosdesign/article/view/71926>) e os anais que são publicados pela Blucher Proceedings (<https://www.proceedings.blucher.com.br/article-list/ped2022-379/list#articles>). O P&D é um evento de extrema importância na área de design, sendo classificado como E1 no Qualis Eventos, de modo que a sua realização fortalece a abordagem interdisciplinar do PPGECEI em que o design se apresenta como uma linha de pesquisa e uma atividade transversal ao campo da economia criativa, estratégia e inovação. O 14º P&D obteve financiamento da CAPES e da FAPERJ.

- Em 2023, o PPGECEI organizou o 11º Encontro Nacional de Estudos do Consumo (<https://www.enec2023.sinteseeventos.com.br/programacao>), que tratou do tema “Consumo e questões étnico-raciais”. Nas discussões do 11º ENEC, três eixos organizaram os debates: consumo e racismo; os reflexos do racismo na distribuição de renda da população brasileira, no mercado de trabalho (especialmente nos espaços de poder e decisão) e nas condições de acesso a bens públicos, como saúde, educação, segurança, transportes e moradia; a construção de mercados relacionados a questões étnico-raciais, como a “Feira Preta”, a “Feira Crespa” e diversas iniciativas ligadas às culturas indígenas, além de bonecas negras e produtos de beleza.

Ainda no âmbito dos Laboratórios de Pesquisa Aplicada do PPGECEI, sublinha-se o reconhecimento dos projetos de pesquisa realizados na medida em que recebem recursos das agências de fomento. No quadriênio 2021-2024, destacamos os seguintes projetos de pesquisa com financiamento das agências e/ou de parceiros.

- 75 anos de participação feminina brasileira no atletismo olímpico (Instituto Eleonora Mendonça para exposição realizada no Centro Cultural Correios/RJ)
- Estudio de Desenho ESPM no Theatro Municipal (Theatro Municipal para montagem das exposições realizadas no próprio espaço do Theatro)
- LEDS - Laboratório de Educação para o Desenvolvimento Sustentável (CAPES)
- Projeto de Internacionalização da Revista Diálogo com a Economia Criativa (FAPERJ e do CNPq)
- Refuncionalização de instalações industriais em espaços da economia criativa: patrimônio industrial e transformação de instalações industriais em espaços culturais, criativos e de consumo na cidade do Rio de Janeiro (CNPq)
- Economia criativa, desenvolvimento e território no Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ)
- História, narrativas e práticas no campo do design (PIBIC/CNPq)
- Memória gráfica: Eugênio Hirsch (PIBIC/CNPq)
- Projetos culturais, turismo e desenvolvimento socioeconômico em cidades criativas do Brasil e Portugal (CNPq)
- Moda e Economia Criativa no estado do Rio de Janeiro (CNPq)
- Tecnologia e precarização do trabalho: um estudo sobre a indústria de confecção no Rio de Janeiro e na Baixada Fluminense (FAPERJ)
- Impactos das Plataformas Digitais sobre Relações de Trabalho na Economia Criativa (CNPq)

- Os desafios e as oportunidades da gestão do Museu de Arte Contemporânea (MAC) de Niterói no século XXI (Fundação de Artes de Niterói)
- Economia criativa no jornalismo: uma pauta ou uma agenda? (FAPERJ)
- 1822/1922/2022 - A Independência do Brasil retratada na imprensa (FAPERJ)

Ações decorrentes das trajetórias dos docentes permanentes no PPGECEI

Ainda é possível destacarmos as atuações dos docentes permanentes do programa como promotoras da inserção local, regional e nacional do PPGECEI. Evidentemente, essas atuações se relacionam de maneira simbiótica com os projetos dos laboratórios e com a estrutura curricular e proposta do programa, de maneira que um retroalimenta o outro. Em outras palavras, quanto maior a inserção do PPGECEI e dos laboratórios, maior será a inserção dos docentes, reforçando o processo inteiro.

Destacamos a participação dos DPs em grupos de pesquisa, reconhecidos pelo CNPq e em projetos de pesquisa de outros programas de pós-graduação.

- André Beltrão: LIDE - Laboratório Interdisciplinar Design Educação / PUC-Rio
- Daniel Kamlot: Núcleo de Estudos em e-commerce - NEEC (FGV)
- Isabella Perrota: História do Turismo (UFF)
- Joana Contino: LabCrit – Laboratório de Produções Críticas em Design (UFRJ), integrante do Banco de Avaliadores do BASis (INEP/MEC).
- João Luiz de Figueiredo: Economia da Cultura (UFMG). É um dos fundadores da Rede Ibero-americana Interdisciplinar de Economia Criativa. Integrante do banco de especialistas da UNESCO no projeto Culture|2030 Indicators
- Lucia Santa Cruz: The International Media and Nostalgia Network (IMNN) e International Association of Media and History (IAMHist). Fundadora da Rede de Estudos de Memória e Comunicação (Rememora)
- Marco Aurélio Rodrigues: Centro de Estudos em Estratégia e Inovação do COPPEAD.
- Mirella Migliari: Filiada ao Graphic Design Research Unit da Loughborough University; Membro do SBDI - Sociedade Brasileira de Design de Informação; integrante do Banco de Avaliadores do BASis (INEP/MEC)
- Sílvia Borges Corrêa: Economia da cultura (UFMG); Estudos do Consumo (UFF)
- Veranise Dubeux: Economia da cultura (UFMG); Comunicação urbana, consumo e eventos - LACON (UERJ)

Por fim, podemos destacar que os docentes permanentes do PPGECEI contribuem com a inserção local, regional e nacional de outras formas que merecem ser mencionadas:

- em todos os 52 exames de conclusão de PPGECEI, tivemos a participação de um avaliador externo com título de doutor vinculado a algum PPG;
- todos os DPs do PPGECEI participam como membros de banca de avaliação ou como coorientadores de projetos em programas de outras IES;
- produções intelectuais feitas em coautoria com pesquisadores de outros PPGs;
- considerando a publicação em anais como indicador da inserção do PPGECEI em eventos científicos, verificamos 70 itens cadastrados na plataforma Sucupira no quadriênio 2021-2024;
- considerando as apresentações de trabalhos como um indicador da inserção do MPGEC em eventos científicos e profissionais, verificamos 114 itens cadastrados na plataforma Sucupira no quadriênio 2021/2024;
- considerando a inserção dos docentes permanentes do MPGEC em outros programas na qualidade de participante externo, também podemos perceber como as conexões nacionais estão bem consolidadas e abrangentes. Vejamos como ocorrem a participação dos docentes permanentes em outros programas:
- André Beltrão: Comunicação e práticas de consumo (ESPM); Comportamento do consumidor (ESPM); Administração (ESPM); Design (UERJ);
- Daniel Kamlot: Comportamento do consumidor (ESPM); Administração (FGV); Economia (FGV); História, política e bens culturais (FGV); Administração (PUC-Rio); Ciências Contábeis (UERJ); Controladoria e Gestão Pública (UERJ); Engenharia de produção (UFF); Ciências sociais em desenvolvimento, agricultura e sociedade (UFRRJ)
- Diogo Robaina: Ciências computacionais e modelagem matemática (UERJ); Ciência da computação (UFLA)
- Isabella Perrotta: Comportamento do consumidor (ESPM); História, política e bens culturais (FGV); Design (UERJ); História (UNIRIO); Design (UFMA); Design (UFRJ); Mídias criativas (UFRJ); Indústria criativa (FEEVALE); Turismo (UFF)
- Joana Contino: Têxtil e moda (USP); Design (UFRJ)
- João Luiz de Figueiredo: Desenvolvimento regional e sistemas produtivos (CEFET-RJ); População território e estatísticas públicas (ENCE); Comportamento do consumidor (ESPM); Administração (FGV); Geografia (PUC-Rio); Inovação em comunicação e economia criativa (UCB); Engenharia (USP); Geografia (UERJ); Economia (UFMG); Geografia (UFRJ); Mídias criativas (UFRJ); Políticas públicas, estratégias e

desenvolvimento (UFRJ); Administração (UFF); gestão e estratégia (UFRRJ); Indústrias criativas (FEEVALE); Diversidade cultural e inclusão social (FEEVALE)

- Lucia Santa Cruz: Comunicação e práticas de consumo (ESPM); Comportamento do consumidor (ESPM); Comunicação social (PUC-MG); Inovação em comunicação e economia criativa (UCB); Comunicação (UFMT); Engenharia, gestão e mídia do conhecimento (UFSC); Comunicação (UFMA); Psicossociologia de comunidade e ecologia social (UFRJ); Cinema e audiovisual (UFF); Docência e gestão educacional (USCS); Tecnologia, informação e conhecimento (USCS); Comunicação (UNIP);

- Luciana Guilherme: Comunicação e práticas de consumo (ESPM); Comportamento do Consumidor (ESPM); Administração (ESPM); Design (FCE); Planejamento e políticas públicas (UECE); Desenvolvimento e gestão social (UFBA); Administração (UFMS);

- Marco Rodrigues: Administração (UFRJ); Indústria Criativa (FEEVALE); Design (UERJ)

- Mirella Migliari: Design (UERJ)

- Sílvia Borges: Comunicação e práticas de consumo (ESPM); Administração (PUC-Rio); Indústrias criativas (UNICAP); Indústrias Criativas (FEEVALE); Ciências Contábeis (UERJ); Ciências Sociais (UERJ); Controladoria e Gestão Pública (UERJ); Administração (Unigranrio); Humanidades, Culturas e Artes (Unigranrio); Comunicação (UFRJ); Administração (UFRJ); Políticas públicas, estratégias e desenvolvimento (UFRJ); Gestão e estratégia (UFRRJ); Ciências sociais em desenvolvimento, agricultura e sociedade (UFRRJ)

- Veranise Dubeux: Administração (ESPM); Administração (FGV); Administração (PUC-Rio); Ciências Contábeis (UERJ); Comunicação (UERJ); Controladoria e Gestão Pública (UERJ); Administração (Unigranrio); Administração (UFRJ); Humanidades, Culturas e Artes (Unigranrio); Engenharia de produção (UFF); Ciências sociais em desenvolvimento, agricultura e sociedade (UFRRJ)

Dentre os instrumentos de visibilidade do PPGECEI destacamos a atualização constante de sua página na internet (<https://www.espm.br/cursos/pos-graduacao/mestrado-profissional/mestrado-profissional-em-economia-criativa-estrategia-e-inovacao/>) em quatro línguas (português, inglês, espanhol e francês) contendo informações sobre a proposta do programa, a área de concentração, as linhas de pesquisa, corpo docente, estrutura curricular, regimento, editais de seleção e relatos de egressos sobre a experiência de cursar o PPGECEI. Nesse mesmo site há caminhos para outras informações

importantes, especialmente na aba pesquisa ESPM, onde pode-se encontrar destaques da produção acadêmica de todo o stricto sensu da ESPM (<https://www.espm.br/pesquisa-espm/>), organizados pelos cursos de mestrado e doutorado da ESPM. É possível navegar pelos resultados do PPGECEI (<https://www.espm.br/pesquisa-espm/economia-criativa-estrategia-e-inovacao/>), onde encontram-se informações sobre a produção intelectual do programa (<https://www.espm.br/pesquisa-espm/economia-criativa-estrategia-e-inovacao/producao-intelectual-do-programa/>); seus trabalhos de conclusão (<https://tede2.espm.br/handle/tede/5>); a Revista Diálogo com a Economia Criativa, editada pelo PPGECEI, com todas as suas edições gratuitamente disponíveis (<https://www.espm.br/pesquisa-espm/economia-criativa-estrategia-e-inovacao/revista-dialogo-com-a-economia-criativa/>); e os três laboratórios de pesquisa aplicada do PPGECEI (<https://www.espm.br/pesquisa-espm/economia-criativa-estrategia-e-inovacao/laboratorios-academicos/>). Com relação aos laboratórios, vale mencionar que os três possuem sites específicos em que diversas informações relacionadas aos projetos de pesquisa e de extensão, produções intelectuais são detalhadas: <https://lec.espm.edu.br/>; <https://lembrar.espm.edu.br/>; <https://lab3i.espm.edu.br/>.

Além desses sites, evidentemente, o site principal da ESPM (<https://www.espm.br/>) também contribui com a visibilidade do PPGECEI e com a transparências de nossas informações, onde é possível verificar informações importantes sobre os princípios institucionais da ESPM, Plano Diretor Acadêmico, Responsabilidade Socioambiental, Comitê ESPM de Direitos Humanos, Conduta Ética, dentre outras informações. Também merecem destaques as páginas exclusivas dos cursos de pós-graduação (<https://www.espm.br/cursos/>), que permitem uma visão global sobre os cursos lato sensu e stricto sensu da ESPM; da Comissão Própria de Avaliação da ESPM-Rio (<https://www.espm.br/sobre-a-espm/indicadores-de-qualidade/cpa-rio-de-janeiro/>), que divulga regularmente as informações coletadas na ampla pesquisa, que inclui uma seção específica para o PPGECEI; e da ESPM Social (<https://www.espm.br/sobre-a-espm/responsabilidade-socioambiental/espm-social-rio-de-janeiro/>), que divulga suas ações, das quais algumas ocorrem em parceria com o PPGECEI.

O PPGECEI possui uma comissão de visibilidade e de eventos, responsável por promover ações que ampliem a visibilidade e garantam maior transparência as atividades de ensino, pesquisa e extensão do PPGECEI. A comissão foi instituída em 2023 e é composta por Lucia Santa Cruz (líder); André Beltrão; Isabella Perrotta; Joana Contino; Luciana

Guilherme; e Mirella Migliari. No ano de 2024, a principal ação foi ampliar a presença do PPGECEI nas plataformas de redes sociais, especialmente as redes LinkedIn e Instagram. No LinkedIn, o perfil é <https://www.linkedin.com/company/ppgecei-espm/> e no Instagram, <https://www.instagram.com/ppgeconomiacriativaespm>. Montou-se um calendário regular de publicações, com a previsão de pelo menos uma postagem por semana. Estabeleceu-se que no LinkedIn esta publicação regular seria um artigo escrito por um dos docentes do programa.

O perfil do PPGECEI no LinkedIn tem atualmente aproximadamente 500 seguidores. Em 2024, publicamos 41 artigos na rede, que somados alcançaram 18.794 impressões, 10.892 usuários, 1.664 leitores dos artigos. Os temas são variados e permitem a difusão das pesquisas e das reflexões dos docentes do programa em uma linguagem mais cotidiana. Ainda em 2024, realizamos 3 lives utilizando a possibilidade de transmissão ao vivo na plataforma. As lives foram promovidas por dois laboratórios do programa, o Lab3i e o Lembrar. A primeira aconteceu no dia 29/04/2024, com o tema: 64, 30 + 30 anos depois: dois projetos de memória (https://www.linkedin.com/posts/ppgecei-espm_activity-7234930334058864640-x5Tv?utm_source=share&utm_medium=member_desktop); a segunda foi no dia 23/5, com o tema Futuro do Streaming: Explorando a Evolução do Mercado de Música e Vídeos (<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7234560418126426112/>); e a terceira ocorreu no dia 24/9, sobre Narrativas negras em museus de história (https://youtu.be/LR_9tRBtZjo?si=NZTevHOXXtKSx422).

O PPGECEI também conta com outro canal de divulgação, sediado no YouTube, que já reúne 55 vídeos e pode ser acessado em <https://www.youtube.com/@mestradoeconomiecriativa6525/>. Dentre os vídeos, destacamos a série de 4 videocasts sobre as transformações territoriais em curso na região portuária do Rio de Janeiro: <https://www.youtube.com/watch?v=behpPgjpLw8>; https://www.youtube.com/watch?v=YQiU_TpXMg0; <https://www.youtube.com/watch?v=aomcNUhpkt8>; <https://www.youtube.com/watch?v=zmkUj8hx62g>.

Já no Instagram, o perfil conta com 400 seguidores e ao longo de 2024 publicou 90 mensagens. Pelas métricas da plataforma, não é possível acessar as estimativas anuais, só dos últimos 90 dias. Para não contaminar com os números de 2025, indicamos aqui os

números de dezembro de 2024, quando as postagens atingiram 2.546 visualizações. O post com o maior número de visualizações (1.289) foi o sobre o III Congresso Ibero-americano interdisciplinar de economia criativa (CIIEC), que o programa irá sediar em novembro de 2025. Ele pode ser visualizado neste link: https://www.instagram.com/p/DDcM3QUJdRa/?utm_source=ig_web_copy_link.

Por fim, destacamos duas postagens que apresentam o balanço de nossa produção acadêmica em 2024, demonstrando como a utilização dos meios digitais de comunicação podem ampliar a visibilidade e garantir a transparência das atividades de ensino, pesquisa e extensão de um programa de pós-graduação stricto sensu.

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7275857497830170625>

Instagram:

https://www.instagram.com/p/DDzYGqspbFl/?utm_source=ig_web_copy_link

Para facilitar o acesso, indicamos abaixo os sites mencionados anteriormente e outros que contribuem com nossa visibilidade:

- Site da ESPM: <https://www.espm.br/>
- Site da pós-graduação da ESPM: <https://www.espm.br/cursos/>
- Site do PPGECEI: <https://www.espm.br/cursos/pos-graduacao/mestrado-profissional/mestrado-profissional-em-economia-criativa-estrategia-e-inovacao/>
- Site Pesquisa ESPM: <https://www.espm.br/pesquisa-espm/>
- Site Pesquisa PPGECEI/ESPM: <https://www.espm.br/pesquisa-espm/economia-criativa-estrategia-e-inovacao/>
- Produção intelectual do PPGECEI: <https://www.espm.br/pesquisa-espm/economia-criativa-estrategia-e-inovacao/producao-intelectual-do-programa/>
- Trabalhos de conclusão do PPGECEI: <https://tede2.espm.br/handle/tede/5>
- Revista Diálogo com a Economia Criativa: <https://dialogo.espm.br/revistadcec-rj/index>
- Laboratórios de pesquisa aplicada do PPGECEI: <https://www.espm.br/pesquisa-espm/economia-criativa-estrategia-e-inovacao/laboratorios-academicos/>
- Laboratório de Economia Criativa, Desenvolvimento e Território (LEC): <https://lec.espm.edu.br/>
- Laboratório de Estudos de Memória Brasileira e Representação (LEMBRAR): <https://lembrar.espm.edu.br/>

- Laboratório de Informação, Interação e Inovação (LAB3i): <https://lab3i.espm.edu.br/>
- Site da CPA ESPM-Rio: <https://www.espm.br/sobre-a-espm/indicadores-de-qualidade/cpa-rio-de-janeiro/>
- Site da ESPM Social Rio de Janeiro: <https://www.espm.br/sobre-a-espm/responsabilidade-socioambiental/espm-social-rio-de-janeiro/>
- Perfil do PPGECEI no LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/ppgecei-espm/>
- Perfil do PPGECEI no Instagram: <https://www.instagram.com/ppgeconomiacriativaespm>
- Canal do PPGECEI no YouTube: <https://www.youtube.com/@mestradoemeconomiacriativa6525/>

Outras ações promotoras da visibilidade do programa: 27 itens publicados em revistas e jornais; 114 apresentações de trabalho; 179 participações e produções de programas de rádio e TV. Sublinha-se ainda, a organização de 2 congressos acadêmicos, os quais já foram tratados anteriormente: 14º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design e 11º Encontro Nacional de Estudos do Consumo.