

ROTAS ESTRATÉGICAS PARA
O **FUTURO** DO ESPÍRITO SANTO

ECONOMIA CRIATIVA

2035

ROTAS ESTRATÉGICAS PARA
O **FUTURO** DO ESPÍRITO SANTO

ECONOMIA CRIATIVA

2035



REALIZAÇÃO

GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

José Renato Casagrande

Vice-Governadoria

Ricardo de Rezende Ferraço

Secretaria de Estado da Cultura do Espírito Santo - Secult

Fabricao Noronha Fernandes

Subsecretaria de Fomento e Incentivo à Cultura

Maria Thereza Bosi de Magalhães

Subsecretaria de Gestão Administrativa

Joemar Bruno Francisco Zagoto

Subsecretaria de Políticas Culturais

Carolina Ruas Palomares

Gerência de Economia Criativa - Gecria

Lorena Louzada Vervloet

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESPÍRITO SANTO - Sebrae/ES

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Idalberto Luiz Moro – Presidente

Vice-Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Carlos André Santos de Oliveira

Diretor Superintendente

Pedro Gilson Rigo

Diretor Técnico

Luiz Henrique Toniato

Diretor de Atendimento

José Eugênio Vieira

Gerente da Unidade de Competitividade e Produtividade

Christiane Barbosa e Castro

Analista da Unidade de Competitividade e Produtividade

Jéssika Gomes Tristão

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO - FINDES

Cris Samorini - Presidente

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - Senai/ES

Roberto Campos de Lima - Diretor Regional

Serviço Social da Indústria - Sesi/ES

Roberto Campos de Lima - Superintendente Regional

Gerência Executiva do Observatório da Indústria

Marília Gabriela Elias da Silva - Gerente Executiva

©2023. Senai – DR/ES – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida desde que citada a fonte.

EXECUÇÃO

EQUIPE FINDES *Gabriela Vichi Abel de Almeida*

Coordenação

Marília Gabriela Elias da Silva
Silvia Buzzzone de Souza Varejão

Organização Técnica

Jordana Teatini Duarte
Samara Poppe Carvalho
Silvia Buzzzone de Souza Varejão

Autores

Jordana Teatini Duarte
Lucas Teixeira Araujo
Paula Brandão Miqueletto
Rafael Almeida Leal
Samara Poppe Carvalho
Silvia Buzzzone de Souza Varejão

Grazielly da Silva Rocha

Gregory Renault

Jane Alves Machado

Joelson Carletti Thomazelli

Jordana Teatini Duarte

Lucas Teixeira Araujo

Maria Isabel Louzada Lemos

Marcos Vinicius Chaves Morais

Nathan Marques Diirr

Patricia Sakaguti Motoki

Paula Brandão Miqueletto

Rafael Almeida Leal

Samara Poppe Carvalho

Silvia Buzzzone de Souza Varejão

Suiani Febroni Meira

Taís Regina da Silva Ferreira

Thais Maria Mozer

Equipe EQUIPE SISTEMA FIEP

Alan Torres Nunes
Balmore Alório Cruz Aguilár
Bruno Novais Matias dos Santos
Carolina Coelho Ferreira
Cristiano Venturim
Flaviana Silva de Oliveira Santos
Francisco Carlos Batistini Brunoro Junior

Revisão Textual e Revisão Técnica

Mirian de Brito

Projeto Gráfico e Diagramação

Katia Villagra

Mateus Bonn

Ficha Catalográfica

Rota estratégica para o futuro do Espírito Santo: Economia Criativa 2035 – Vitória: Senai – DR/ES. 2023.

104 p. : il. ; 21 x 28 cm. (Roadmap da Economia Criativa).

ISBN 978-65-998669-1-3

1. Rotas estratégicas. 2. Roadmap. 3. Indústria. 4. Economia Criativa 5. Planejamento.
6. Futuro. 7. Espírito Santo. 8. Desenvolvimento regional

I. Senai. II. Título.

CDU 30

Findes

Federação das Indústrias do Estado do Espírito Santo

Av. Nossa Senhora da Penha, 2053
29056-913 – Santa Lúcia – Vitória – ES
Tel.: (27) 3334-5600 • <http://findes.com.br>

ROTAS ESTRATÉGICAS PARA
O **FUTURO** DO ESPÍRITO SANTO

ECONOMIA CRIATIVA

2035



APRESENTAÇÃO

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO (FINDES)

A Economia Criativa está presente em todos os setores e atividades econômicas do Espírito Santo e do Brasil. É responsável por irradiar oportunidades e promover inclusão e desenvolvimento socioeconômico por meio do capital intelectual e da criatividade. Sendo assim, o setor criativo é parte fundamental da formação da identidade multicultural capixaba.

Os números dão a dimensão da relevância deste segmento, que responde por 6% da economia do Estado, gera mais de 160 mil empregos entre diretos e indiretos e abrange 6,6 mil empresas da cadeia produtiva.

Estamos falando de uma atividade indispensável para a diversificação e sustentabilidade da indústria, ao influenciar nos processos de planejamento, de produção, de distribuição e de consumo dos mais diversos setores, contribuindo de forma significativa na geração de valor e no desenvolvimento socioeconômico do Estado.

Por acreditarmos no potencial deste setor, aqui na Federação já atuamos por meio do Conect, nosso Conselho Temático da Economia Criativa, com o objetivo de estimular o ecossistema de empreendedorismo e inovação, e queremos ir além com a Rota Estratégica para o Futuro da Indústria do Espírito Santo – Economia Criativa 2035.

Desenvolvida pelo Observatório da Indústria da Findes, a rota é uma parceria entre a Federação, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e a Secretaria de Estado da Cultura (Secult), e viabilizada por meio do convênio entre Sebrae e Secult dentro do Programa ES+Criativo.

Neste documento, você irá encontrar um diagnóstico da indústria da Economia Criativa, além de conhecer quais ações são fundamentais serem adotadas para que, até 2035, o Espírito Santo possa colher resultados que começam a ser plantados agora. Para levantar dados, debater sobre o setor, traçar perspectivas, identificar desafios e planejar o futuro deste segmento, ouvimos mais de 100 pessoas entre setor produtivo, academia e Poder Público.

Desejamos que a indústria da Economia Criativa seja propulsora de valor e inovação, integrada, inclusiva e sustentável, fortalecendo a cultura, o território e a economia capixaba, para continuar gerando oportunidades e desenvolvimento para o Espírito Santo. Acreditamos que, por meio da Rota, o Estado vai trilhar de forma mais rápida e eficiente o caminho para transformar o sucesso criativo e cultural em ganhos sociais e econômicos.

Boa leitura!

Cris Samorini
*Presidente da Federação das Indústrias
do Estado do Espírito Santo*

APRESENTAÇÃO

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESPÍRITO SANTO (SEBRAE)

Em um país tão rico em cultura e criatividade, o setor da Economia Criativa mostra grande relevância. Segundo dados levantados pelo Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN), no Espírito Santo a Economia Criativa é responsável por 6% do PIB e com tendência de crescimento a médio e longo prazo. Negócios e empreendedores atuantes no setor, cujo foco é criação, produção e distribuição de produtos e serviços, usando o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual, são fundamentais para o desenvolvimento do estado, razão pela qual o governo, por meio da Secretaria de Estado da Cultura (Secult), propôs o Programa ES+Criativo, do qual o Sebrae é importante parceiro e que possibilita ações alavancadoras do desenvolvimento, tais como a que é objeto deste trabalho.

Além do fazer, há a necessidade de estudar, aprofundar, ouvir e planejar. Por isso, o levantamento de dados, o mapeamento do setor, a identificação de tendências e os momentos com profissionais que atuam com e na Economia Criativa são primordiais. Dessa forma, é possível planejar o futuro do setor com inclusão, diversidade, estratégias e inovação.

Por meio da Rota Estratégica de Economia Criativa, executada pelo Observatório da Indústria (Findes) e realizada pelo Sebrae e Secult, propõe-se uma agenda estratégica de desenvolvimento sustentável da Economia Criativa no Espírito Santo com o horizonte de 2035. Ao longo dos próximos anos, o objetivo é potencializar o setor, de modo a estimular o crescimento sustentável, valorizar o trabalho criativo e coordenar ações e parcerias para a obtenção dos resultados pactuados no planejamento.

Cabe destacar a importância da cooperação dos segmentos. Unir-se e trabalhar coletivamente, com foco e sinergia, trará muitos resultados e reconhecimento aos negócios criativos e, nesse contexto, a tecnologia é uma aliada fundamental para entregas inovadoras, disseminação de trabalhos criativos e aumento da competitividade.

Com a Rota Estratégica de Economia Criativa, esperamos seguir contribuindo significativamente para o fortalecimento do setor, promovendo negócios, conhecimento, oportunidades e profissionalização.

Luiz Henrique Toniato

Diretor Técnico do Sebrae/ES

APRESENTAÇÃO

SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA DO ESPÍRITO SANTO (SECULT)

A Rota Estratégica de Economia Criativa consiste em um planejamento com ações de curto, médio e longo prazo, que envolve os diversos segmentos do setor criativo. Trata-se de uma entrega do nosso programa ES+Criativo em parceria com o Sebrae. Essa parceria, que tem sido muito frutífera ao longo dos últimos anos, nas imersões da cultura, nas festas da criatividade, em estudos, cursos e capacitações e na capilaridade das nossas políticas, segue firme e forte na Rota Estratégica de Economia Criativa.

Executado pelo Observatório da Indústria da Federação das Indústrias do Estado do Espírito Santo, o projeto reuniu os principais interessados do setor, os quais debateram e construíram uma visão de futuro unificada para todos os segmentos do setor criativo capixaba. Estamos falando da junção dos mais diversos agentes, como cineastas, designers, produtores, pesquisadores, empreendedores, especialistas e outros, que elaboraram uma agenda convergente de ações de todas as partes interessadas para concentrar esforços e investimentos.

Também por meio do projeto foram identificadas tendências e tecnologias-chave do setor que, em conjunto com as ações propostas, possibilitaram a elaboração do mapa com as trajetórias possíveis e desejáveis para o setor criativo capixaba. A construção da Rota Estratégica de Economia Criativa de forma coletiva, com identificação de projetos e ações que visam promover o desenvolvimento da cadeia produtiva da Economia Criativa no Espírito Santo, resulta em uma agenda convergente que estimula o engajamento de lideranças da cadeia criativa estadual.

A Rota Estratégica de Economia Criativa seguirá junto com o nosso programa ES+Criativo, que já há quatro anos, desde que foi lançado, segue desenvolvendo a Economia Criativa nos territórios do Espírito Santo por meio de políticas, diretrizes e ações integradas, norteadas por princípios de diversidade cultural, sustentabilidade, inovação e inclusão produtiva.

Fabrizio Noronha

Secretário da Cultura do Espírito Santo



REFLEXÃO PROSPECTIVA EM PROL DA INDÚSTRIA E DA SOCIEDADE

Elaborado no ano de 2018, o projeto **Setores Portadores de Futuro para o Estado do Espírito Santo**¹ foi desenvolvido a partir de uma **reflexão prospectiva** para a **identificação de setores, segmentos e áreas que serão indutores de desenvolvimento do estado**, posicionando-o em um patamar de competitividade no âmbito nacional e internacional no horizonte de 2035.

Nesse exercício coletivo, foram reunidos **179 especialistas** da indústria, da academia, do terceiro setor e do governo, no qual foram instigados a elencar setores, segmentos e áreas portadores de futuro para o estado. Esses foram organizados em três agrupamentos: **emergentes, estruturais e transversais**. O resultado compreendeu **17 setores, segmentos e áreas indutores de desenvolvimento** para o estado do Espírito Santo. Na ocasião também foram relacionadas **7 especificidades regionais**, designadas em razão do seu potencial no desenvolvimento local em algumas regiões do estado.

¹ Documento disponível na íntegra em: <https://portaldaindustria-es.com.br/categorias/industria-2035/arquivos>



ESPECIFICIDADES REGIONAIS

Automotivo e Autopeças
 Bens de Capital
 Borracha e Plástico
 Eletroeletrônica
 Mineração
 Minerais Não Metálicos
 Produtos Químicos

CONSTRUÇÃO DE UMA AGENDA CONVERGENTE PARA CADA SETOR, SEGMENTO E ÁREA

Diante da identificação de setores, segmentos e áreas mais promissores para o estado, foi reconhecida a necessidade de construir uma trajetória específica para o desenvolvimento de cada setor portador de futuro do estado. A partir disso, o projeto **Rotas Estratégicas para o Futuro do Espírito Santo 2035** propõe a articulação entre parceiros estratégicos para a construção do futuro desejado.

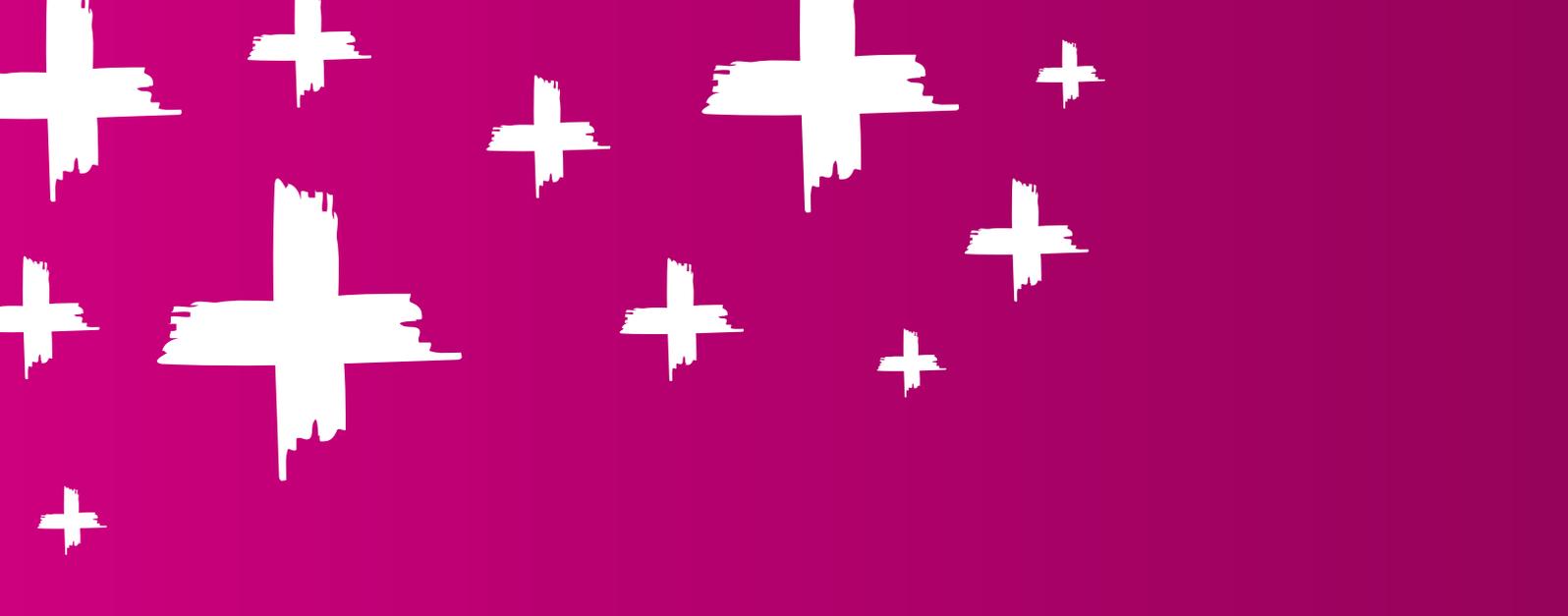
Essa reflexão instiga o engajamento de lideranças do setor público e privado na antecipação de decisões frente às incertezas. Assim, a mudança da atitude reativa para o modelo proativo configura-se como fundamental no contexto de busca pela competitividade.



SETORES PORTADORES DE
FUTURO PARA O ESTADO DO
ESPÍRITO SANTO 2035



ROTAS ESTRATÉGICAS
PARA O FUTURO DO
ESPÍRITO SANTO 2035



ES+CRIATIVO E A ROTA ESTRATÉGICA DE ECONOMIA CRIATIVA

A Rota Estratégica de Economia Criativa é uma das entregas contempladas pelo ES+Criativo: **Programa de Desenvolvimento da Economia Criativa do Espírito Santo**² e viabilizada por meio do convênio firmado entre o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e a Secretaria de Estado da Cultura (Secult).

² Para saber mais, acesse: <https://secult.es.gov.br/espírito-santo-criativo>.



O ES+Criativo tem como objetivo geral desenvolver a Economia Criativa nos territórios do Espírito Santo por meio de políticas, diretrizes e ações integradas, norteadas por princípios de diversidade cultural, sustentabilidade, inovação e inclusão produtiva. Seus eixos de atuação são:



GOVERNANÇA

Articulação, divulgação, ampliação e estímulo à implementação de políticas públicas de economia criativa.



ESTUDO, PESQUISA E METODOLOGIA

Levantamento, sistematização e monitoramento de indicadores, informações e dados do setor criativo.



CAPACITAÇÃO E FORMAÇÃO

Gestão de projetos e empreendimentos criativos.



TERRITÓRIOS CRIATIVOS

Identificação, desenvolvimento e fomento de territórios criativos no estado.



FOMENTO E FINANCIAMENTO

Incentivo à competitividade, promoção dos bens/serviços criativos, bem como à ampliação e ao aprimoramento das oportunidades de desenvolvimento profissional.



REDES

Sensibilização e mobilização dos atores públicos, privados e da sociedade civil sobre a importância da Economia Criativa no estado.



HUB DE ECONOMIA CRIATIVA

Estabelecimento de infraestrutura a partir de uma rede de interlocução, articulação e colaboração entre os agentes atuantes nos municípios.

SUMÁRIO

ROTAS ESTRATÉGICAS PARA O FUTURO DO ESPÍRITO SANTO 2035

18

A construção do Futuro	18
O que pretendemos alcançar com essa iniciativa?	19
Qual será o resultado desse exercício?	19
Qual foi o caminho que percorremos para a realização do projeto?	20
Quais foram as etapas estabelecidas para a condução do processo?	22
Instrução de Leitura do <i>Roadmap</i>	24

ROTAS ESTRATÉGICAS PARA O FUTURO DO ESPÍRITO SANTO – ECONOMIA CRIATIVA 2035

26

Qual futuro queremos para o setor de Economia Criativa?	26
Situação atual do setor de Economia Criativa: onde estamos?	28
Economia criativa no Espírito Santo	33
Futuro desejado: onde queremos estar em 2035?	42
Articulação e Integração	46
Infraestrutura e Logística	52
Política de Estado, Pública e Privada	56
Sustentabilidade e Mercado	66
Tendências e tecnologias-chave	74
Inteligência coletiva	82
Lista de abreviaturas e siglas	88
Referências	91
Anexo	94



ROTAS ESTRATÉGICAS PARA O **FUTURO** DO **ESPÍRITO SANTO** 2035

A CONSTRUÇÃO DO FUTURO

Com o propósito de traçar os caminhos a serem percorridos para a construção do amanhã, as **Rotas Estratégicas para o Futuro do Espírito Santo 2035** fazem parte de uma iniciativa de prospectiva estratégica para cada um dos setores, dos segmentos e das áreas identificados como promissores para a economia do Espírito Santo.

O QUE PRETENDEMOS ALCANÇAR COM ESSA INICIATIVA?

A partir da construção coletiva do projeto **Setores Portadores de Futuro 2035**, o passo subsequente compreende a reflexão prospectiva para cada setor, segmento e área com o objetivo de:

Desenhar visões de futuro para os setores, os segmentos e as áreas selecionados como promissores para o estado.

Identificar barreiras e fatores críticos de sucesso para o alcance das visões de futuro desejadas.

Elaborar agenda convergente de ações de todas as partes interessadas para a concentração de esforços e investimentos.

Identificar tendências e tecnologias-chave para a economia do Espírito Santo.

QUAL SERÁ O RESULTADO DESSE EXERCÍCIO?

A partir da sistematização dos conteúdos, serão elaborados mapas com as trajetórias possíveis e desejáveis para cada um dos setores, dos segmentos e das áreas portadores de futuro.

Esses mapas auxiliarão na constituição de um processo de governança para cada **Rota**, com vistas a articular a caminhada conjunta rumo ao futuro desejado.

QUAL FOI O CAMINHO QUE PERCORREMOS PARA A REALIZAÇÃO DO PROJETO?

Dentre as diversas possibilidades disponíveis para conduzir as reflexões de futuro, a metodologia selecionada para o projeto **Rotas Estratégicas para o Futuro do Espírito Santo 2035** é a **Prospectiva Estratégica** por meio do método *Roadmapping*.

CONSTRUÇÃO DO FUTURO: O PAPEL DA PROSPECTIVA ESTRATÉGICA

Pautada na análise dos futuros possíveis e em suas respectivas possibilidades, a **prospectiva estratégica**² permite a antecipação do porvir e o planejamento de longo prazo.

“O futuro é um domínio de liberdade, de poder e de vontade, constituindo um território a explorar futuros possíveis e um território a construir futuros desejáveis.”³

² GODET; DURANCE (2011).

³ JOUVENEL (2012).



ESTRUTURAÇÃO EM UMA LINHA DO TEMPO: **O MÉTODO *ROADMAPPING***

Compreende a interação de grupos de especialistas que, de forma compartilhada, criam visões de futuro e propõem ações de curto, médio e longo prazo. Os *roadmaps*, ou mapas do caminho, são representações gráficas simplificadas que comunicam de maneira eficaz intenções estratégicas, com vistas a mobilizar, alinhar e coordenar esforços das partes envolvidas para atender a um ou a vários objetivos⁴.

AONDE PRETENDEMOS CHEGAR?

O resultado desse exercício prospectivo consiste na **construção participativa de *roadmaps* estratégicos** para o estado do Espírito Santo, com horizonte temporal de 2035, para cada um dos setores, dos segmentos e das áreas⁵.

⁴ TREITEL (2005).

⁵ Setores Portadores de Futuro para o Estado do Espírito Santo 2035.

QUAIS FORAM AS ETAPAS ESTABELECIDAS PARA A CONDUÇÃO DO PROCESSO?



ATIVIDADES PREPARATÓRIAS

Compreendeu a realização de estudos sobre a situação atual e as tendências, bem como a mobilização de pessoas para subsidiar e propiciar as reflexões e os processos de inteligência coletiva.



Panoramas setoriais

Sistematização de indicadores, séries históricas e estatísticas relacionados à situação atual dos setores, das áreas e dos segmentos portadores de futuro.



Estudos de tendências

Identificação de fenômenos sociais e tecnológicos relacionados às dinâmicas presentes e futuras dos setores, das áreas e dos segmentos portadores de futuro.



Mobilização de atores

Mapeamento de um grande conjunto de especialistas. Para a seleção dos profissionais a serem convidados, é realizada uma criteriosa análise do potencial de contribuição acerca dos setores, dos segmentos e das áreas investigados.

SISTEMATIZAÇÃO DOS CONTEÚDOS

Os conteúdos oriundos dos estudos de base e da inteligência coletiva são enviados para a validação dos especialistas.

Esses conteúdos comporão o documento executivo e o *roadmap*, contendo as visões de futuro, os fatores críticos de sucesso e as ações de curto, médio e longo prazo a serem implementados no horizonte de 2035.



INTELIGÊNCIA COLETIVA

A etapa consiste na realização de painéis de especialistas, na consulta *web* e, quando necessário, em entrevistas presenciais ou a distância.

Alicerçada na dinâmica de *roadmapping*, a primeira etapa da construção da inteligência coletiva (painéis de especialistas) é realizada em quatro passos, nos quais as premissas fundamentais compreendem o compartilhamento de opiniões e anseios para a construção do planejamento para cada setor, segmento ou área.

SITUAÇÃO ATUAL

ONDE ESTAMOS?
Instiga os especialistas a refletirem e apresentarem a sua percepção e vivência a respeito do setor, do segmento e da área.

PARA ONDE QUEREMOS IR?

Os especialistas são instigados a propor onde o setor pretende estar no futuro, transcrito em propostas de visões de futuro.

VISÃO DE FUTURO

BARREIRAS E FATORES CRÍTICOS

O QUE IMPEDE ESSE FUTURO?
Os especialistas expõem as condições que impedem o alcance das visões de futuro e identificam os fatores críticos que irão possibilitar a superação dessas barreiras.

O QUE PRECISAMOS PARA ELIMINAR ESSAS BARREIRAS?

Nessa fase, são propostas ações de curto, médio e longo prazo alinhadas ao seu respectivo fator crítico e à visão de futuro.

PROPOSIÇÃO DE AÇÕES

INSTRUÇÃO DE LEITURA DO ROADMAP

VISÃO DE FUTURO

Explicita o posicionamento a ser alcançado pelo setor de Economia Criativa considerando o horizonte temporal de 2035.

AÇÕES

Explicitam as iniciativas de curto, médio e longo prazo necessárias para a transformação da situação atual e o caminho em direção à visão de futuro, distribuídas no horizonte temporal.

ECONOMIA CRIATIVA 2035
Ser propulsora de valor e inovação, integrada, inclusiva e sustentável, fortalecendo a cultura, o território e a economia capixaba.

FATORES CRÍTICOS

ARTICULAÇÃO E INTEGRAÇÃO

CONSTRUÇÃO DE UMA AGENDA CONVERGENTE PARA CADA SETOR, SEGMENTO E ÁREA

INFRAESTRUTURA E LOGÍSTICA

COMO LER O MAPA

MEIO AMBIENTE

SOCIAL

ECONÔMICO

DIGITALIZAÇÃO

PRODUÇÃO E CONSUMO CRIATIVO

TERRITÓRIOS CRIATIVOS

ACÇÕES

CURTO PRAZO	MÉDIO PRAZO	LONGO PRAZO
A001	A002	A003
A004	A005	A006
A007	A008	A009
A010	A011	A012
A013	A014	A015
A018	A019	A020
A023	A024	A025
A028	A029	A030
A033	A034	A035
A038	A039	A040
A043	A044	A045
A048	A049	A050
A053	A054	A055
A058	A059	A060
A063	A064	A065
A068	A069	A070
A073	A074	A075
A078	A079	A080
A083	A084	A085
A088	A089	A090
A093	A094	A095
A098	A099	A100
A103	A104	A105
A108	A109	A110
A113	A114	A115
A118	A119	A120
A123	A124	A125
A128	A129	A130
A133	A134	A135
A138	A139	A140
A143	A144	A145
A148	A149	A150
A153	A154	A155
A158	A159	A160
A163	A164	A165
A168	A169	A170
A173	A174	A175
A178	A179	A180
A183	A184	A185
A188	A189	A190
A193	A194	A195
A198	A199	A200
A203	A204	A205
A208	A209	A210
A213	A214	A215
A218	A219	A220
A223	A224	A225
A228	A229	A230
A233	A234	A235
A238	A239	A240
A243	A244	A245
A248	A249	A250
A253	A254	A255
A258	A259	A260
A263	A264	A265
A268	A269	A270
A273	A274	A275
A278	A279	A280
A283	A284	A285
A288	A289	A290
A293	A294	A295
A298	A299	A300
A303	A304	A305
A308	A309	A310
A313	A314	A315
A318	A319	A320
A323	A324	A325
A328	A329	A330
A333	A334	A335
A338	A339	A340
A343	A344	A345
A348	A349	A350
A353	A354	A355
A358	A359	A360
A363	A364	A365
A368	A369	A370
A373	A374	A375
A378	A379	A380
A383	A384	A385
A388	A389	A390
A393	A394	A395
A398	A399	A400
A403	A404	A405
A408	A409	A410
A413	A414	A415
A418	A419	A420
A423	A424	A425
A428	A429	A430
A433	A434	A435
A438	A439	A440
A443	A444	A445
A448	A449	A450
A453	A454	A455
A458	A459	A460
A463	A464	A465
A468	A469	A470
A473	A474	A475
A478	A479	A480
A483	A484	A485
A488	A489	A490
A493	A494	A495
A498	A499	A500

TENDÊNCIAS E TECNOLOGIAS-CHAVE

DIGITALIZAÇÃO

PRODUÇÃO E CONSUMO CRIATIVO

TERRITÓRIOS CRIATIVOS

TENDÊNCIAS E TECNOLOGIAS-CHAVE

Dizem respeito a temas que já estão estabelecidos, em andamento ou emergentes e que necessitam ser dominados pelos diferentes elos do setor de Economia Criativa.

ROTAS ESTRATÉGICAS PARA O FUTURO DO ESPÍRITO SANTO – ECONOMIA CRIATIVA 2035

QUAL FUTURO QUEREMOS PARA O SETOR DE ECONOMIA CRIATIVA?

Esta iniciativa está alicerçada no Programa ES+Criativo e no projeto Setores Portadores de Futuro para o Estado do Espírito Santo – no qual o setor de Economia Criativa foi priorizado como uma atividade estrutural. A escolha do setor justifica devido à sua atuação nas perspectivas política, social e cultural da dinâmica econômica capixaba e, não somente, em razão de sua importância como instrumento de desenvolvimento sustentável.

A Economia Criativa tem como principais ativos o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual. Dada suas características, o setor criativo permeia todas as atividades econômicas e promove a interligação entre aspectos culturais e tecnológicos da sociedade. Isso torna a Economia Criativa capaz de fornecer bens e serviços que traduzem tradições e histórias, além de fomentar a transformação digital da sociedade.

A inesgotabilidade e a natureza intertemporal dos seus ativos principais oferecem oportunidades, em especial no que tange às economias em desenvolvimento, para a superação dos principais desafios globais – que incluem a redução da pobreza e desigualdade social, bem como a promoção da igualdade de gênero, inclusão e sustentabilidade. O ano de 2021, à vista disso, foi declarado o Ano Internacional da Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável, durante a 74ª Assembleia Geral das Nações

Unidas na ONU (Organização das Nações Unidas). A escolha do ano ocorreu após a eclosão da pandemia de covid-19, momento que revelou as principais vulnerabilidades do setor e, ao mesmo tempo, reforçou toda sua capacidade de resiliência (UNCTAD, 2022).

O estado do Espírito Santo, na mesma direção das comunidades internacionais, tem promovido importantes iniciativas, tais como o Programa ES+Criativo e a adesão ao Pacto Global – que inclui o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Iniciativas como essas alavancam as oportunidades de crescimento da economia capixaba e promovem a Economia Criativa como um fator de competitividade econômica para o estado.

No entanto, há muitos desafios que permeiam a necessidade de infraestrutura física e digital de um ambiente regulatório apropriado para o desenvolvimento de pesquisas e inovações, bem como o protagonismo de medidas voltadas ao desenvolvimento humano. Com isso, desponta a necessidade de mapear os novos formatos de negócios, fomentar a inclusão e diversidade, estimular a conexão entre os agentes criativos e promover um ecossistema que seja inovador, resiliente e colaborativo.

Nesse sentido, este planejamento se torna ainda mais relevante, com o intuito de promover a convergência de esforços e impulsionar o setor de Economia Criativa. A **Rota Estratégica para o Futuro do Espírito Santo – Economia Criativa 2035** adentra como um direcionador dos caminhos a serem percorridos no futuro desejado para o setor.

Dada a relevância e as potencialidades a serem exploradas no estado, esta publicação configura a **construção de uma agenda convergente para as esferas pública e privada**. Assim, as próximas páginas compreendem a contextualização qualitativa e quantitativa da **situação atual** do setor de **Economia Criativa**.

Também serão apresentados os resultados provenientes da **inteligência coletiva**, que contou com a contribuição de **106 especialistas**. Nela, os participantes construíram **uma visão de futuro**, bem como levantaram **barreiras**, elencaram **fatores críticos de sucesso** e propuseram **ações de curto, médio e longo prazo** para o setor.



SITUAÇÃO ATUAL DO SETOR DE ECONOMIA CRIATIVA: ONDE ESTAMOS?

A Economia Criativa faz parte do cotidiano dos indivíduos há séculos, mas a definição do setor enquanto uma atividade da economia é relativamente recente. Um dos primeiros esforços de mapeamento das atividades criativas é datado de 1994, quando o governo da Austrália promoveu o programa *Creative Nation*, com o objetivo de preservar a cultura local por meio de uma política pública voltada à cultura que, por sua vez, também consistia em uma política econômica.

Poucos anos depois, o governo do Reino Unido também inseriu a cultura e outras atividades criativas nas agendas político-econômicas do país. A partir da criação do *Department for Culture, Media and Sport* (DCMS) em 1997, o Reino Unido passou a mensurar a participação dessas atividades na economia do país, bem como a identificar as oportunidades e os desafios do setor criativo.

Tão logo as políticas voltadas ao setor foram sendo desenvolvidas em diferentes partes do mundo, a delimitação e a conceituação das atividades criativas e culturais foram variando entre si⁷. Com os anos, a partir do surgimento de novas tecnologias e novos comportamentos sociais, as pesquisas sobre a Economia Criativa amadureceram até mesmo dentro dos próprios países pioneiros na conceituação do setor.

Já nos primeiros levantamentos de dados sobre as atividades criativas, o DCMS ressaltava as dificuldades em mensurar estatisticamente o setor, o que veio a ser comprovado nos esforços posteriores de diversas instituições e pesquisadores⁸. No entanto, essa dificuldade não foi um impeditivo para que a Economia Criativa ganhasse cada vez mais protagonismo nas discussões econômicas e sociais das últimas décadas, sobretudo a partir das crises econômicas globais.

Logo após a crise econômica mundial que ocorreu entre 2008 e 2009, a Unctad divulgou, em 2010, um extenso estudo denominado Relatório de Economia Criativa, que juntamente a outros materiais desenvolvidos pela instituição, se tornaram uma das maiores referências internacionais sobre o tema. O capítulo inicial desse relatório ficou a cargo de uma análise sobre a evolução dos conceitos que regem a Economia Criativa, demonstrando como o debate sobre o tema está em constante evolução.

Nesse documento, a Unctad propõe uma

⁷ De acordo com Serra e Fernandez (2014, p. 358), as principais diferenças da tipologia britânica em relação à australiana foram "a inclusão da área de publicidade e propaganda e a exclusão de atividades relacionadas à educação e à preservação de patrimônio histórico, bibliotecas e arquivos, mais por dificuldades metodológicas relacionadas à coleta e sistematização de informações do que por razões conceituais".

⁸ Após as sistematizações iniciais, outras instituições e pesquisadores passaram a propor metodologias para a conceituação e a mensuração dos dados econômicos da Economia Criativa. Segundo Cauzzi (2019), devido às diferentes abordagens sobre o tema, não há na literatura um consenso formado sobre quais atividades de fato compõem a Economia Criativa. Segundo a autora, a depender da instituição que analisa o setor, pode haver interpretações diferentes, bem como cálculos e estatísticas distintas. Por exemplo, alguns modelos de classificação do setor são baseados em direitos de propriedade, enquanto outros propõem uma configuração com base nos valores culturais das atividades, e há também os que são calcados nas intensidades criativas das ocupações dos trabalhadores.

definição para as atividades criativas⁹, as quais abarcam “os ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam a criatividade e o capital intelectual como insumos próprios” (UNCTAD, 2012, p. 8). Dessas atividades surgem bens (tangíveis ou intangíveis) e serviços que geram receita e que têm conteúdo criativo, valor econômico e objetivo de mercado. Os setores criativos foram então classificados em quatro grandes grupos:



Fonte: Baseado em Unctad (2008; 2012).

A partir dessa segmentação, a Unctad define¹⁰ que a Economia Criativa está baseada em ativos criativos com potencial para impulsionar o crescimento e o desenvolvimento econômico. Ao mesmo tempo que a Economia Criativa gera emprego e renda, também promove a inclusão social e a diversidade cultural.

Ainda segundo a instituição, a Economia Criativa se tornou pauta da agenda de desenvolvimento internacional, tanto nos países desenvolvidos quanto nas nações em desenvolvimento. Durante aquele período de crise (entre 2008 e 2009), os setores criativos se mostraram mais resistentes frente aos choques externos do que os setores tradicionais. Enquanto o comércio global registrou queda em 2008, o comércio criativo apresentou crescimentos consecutivos desde 2002, revelando o potencial econômico do setor criativo – sobretudo para aqueles países que buscavam desenvolver setores mais dinâmicos da economia.

Pouco mais de dez anos depois, o mundo viria a enfrentar uma nova crise econômica, dessa vez motivada por questões sanitárias, que foi a pandemia de covid-19. Nesse momento, ainda que o setor criativo tenha sido impactado economicamente, a importância do seu papel para a sociedade e a economia foi novamente colocada à mostra.

⁹ Chamadas de indústrias criativas pela Unctad.

¹⁰ Com uma referência ao conceito desenvolvido por John Howkins (2001), conforme apontado pela própria Unctad.

Os principais desafios enfrentados pelo setor criativo nesse período de pandemia, que culminaram em queda no número de empregos e receitas do setor, foram: o cancelamento de eventos presenciais, a interrupção de projetos, o fechamento dos espaços culturais, a redução da mobilidade das pessoas e a redução do poder de compra dos consumidores¹¹.

No entanto, a pandemia de Covid-19 pavimentou um novo caminho de oportunidades, em que pese todas as dificuldades vividas no período. Durante os momentos de adoção das medidas de distanciamento social, principalmente em 2020, ficou claro o papel relevante das atividades culturais no novo cotidiano imposto à maioria das pessoas. Por exemplo, os shows on-line dos artistas, a maior aderência às plataformas de streaming para consumo de produtos audiovisuais e o desenvolvimento de habilidades, como aulas de música e exercício físico, por meio dos conteúdos digitais.

Nesse período, muitos artistas e produtores culturais enfrentaram a oportunidade de desenvolverem trabalhos nas plataformas digitais, movimento que até então era menos explorado. Nesse sentido, o uso dos meios digitais na pandemia, embora não tenha compensado as receitas que seriam ganhas no mundo físico, ajudou a mitigar os efeitos

negativos da crise. Além disso, o período acelerou as discussões no setor sobre direitos autorais, segurança cibernética, modelos de competição e remuneração, acesso, entre outras questões.

Não apenas o setor produtivo respondeu às dificuldades do período, como também os governos locais precisaram reagir frente à crise para dar suporte ao setor. Nesse contexto, alguns governos direcionaram recursos financeiros à classe artística, suspenderam temporariamente determinadas obrigações fiscais e regulatórias e promoveram a cultura local por meio das mídias digitais.

Especificamente sobre a Economia Criativa do Brasil, no mapeamento do setor divulgado pela Firjan (Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro) em 2022, a Federação estimou que, mesmo no momento de crise, as indústrias criativas aumentaram sua participação na economia brasileira. No entanto, isso não quer dizer que não houve queda na atividade (mensurada pelo PIB) do setor no período. O ponto de atenção que a instituição ressalta é que a variação negativa no PIB criativo em 2020 foi bem menos intensa do que a contração do PIB da economia total¹².

Uma das explicações para uma variação negativa menos expressiva no setor criativo é que os impactos da pandemia sobre as atividades que compõem o setor no país foram diferentes entre si. Os segmentos que são mais dependentes da interação física com o público, como os espetáculos teatrais, shows, apresentações culturais e as atividades gastronômicas sofreram com efeitos mais intensos do que as áreas relacionadas com o desenvolvimento de

¹¹ Veja mais em Portolés (2022).

¹² Conforme apresentado no documento da Firjan, o resultado da queda do PIB criativo nacional foi de 0,8% em 2020, ao passo que o PIB total da economia brasileira, então divulgado à época, recuou 3,6%. A divulgação do resultado oficial do PIB do Brasil pelo IBGE, pouco tempo depois, recalculou que a queda do indicador foi de 3,3% naquele ano.

tecnologias – as quais, inclusive, registraram alguns crescimentos pontuais frente a 2019.

Muitas transformações foram desencadeadas pela pandemia, no entanto, alguns pontos que já eram debatidos entre os agentes do setor e também nos governos tornaram-se ainda mais relevantes. O primeiro deles é o reforço à importância do papel do profissional criativo e o segundo é a relevância do território para o desenvolvimento econômico.

Sobre o primeiro tópico, as características profissionais relacionadas à flexibilidade, adaptação e busca por soluções – inerentes aos profissionais criativos – são fundamentais em momentos de crise e cada vez mais demandadas pelo mercado. Se já faziam a diferença antes da eclosão da pandemia, os profissionais criativos tornaram-se ainda mais importantes para identificar as mudanças, lançar tendências e aproveitar as oportunidades. Além disso, “mais do que a produção dos produtos, o profissional criativo é capaz de formular diferentes experiências de distribuição e comercialização, agregando valor à produção, inclusive de setores ditos tradicionais” (FIRJAN, 2022 p. 19).

Já o segundo diz respeito à ligação entre as atividades criativas, sobretudo as culturais, e as especificidades regionais¹³. Ao mesmo tempo que essa última crise expôs as vulnerabilidades

da classe artística, cultural e criativa – especialmente no que diz respeito à seguridade social dos profissionais do setor – e identificou as potencialidades do profissional criativo, também incitou um movimento de voltar o olhar para dentro das comunidades.

Por um lado, embora não tenha sido em caráter de novidade, esse movimento explanou as discrepâncias entre as classes sociais no acesso à tecnologia, com forte desencadeamento sobre o desenvolvimento educacional, em especial nas escolas públicas de ensino¹⁴. Por outro lado, promoveu um fortalecimento das comunidades e redes de apoio com campanhas de estímulo à valorização das produções locais e, posteriormente, da retomada do comércio de produtos e prestação de serviços do setor. Mostrou, ainda, a importância da articulação local para a governança nos planejamentos do setor.

Essas governanças consistem em processos participativos e de engajamento dos agentes para a formulação de políticas integradas, com destaque para o papel da sociedade civil na formulação de políticas culturais¹⁵. A importância dessa governança se estende à garantia de representatividade, participação e inclusão nas tomadas de decisões em todos os níveis¹⁶.

Por fim, vale ressaltar que, além do engajamento das comunidades nos processos de governança, outras condições se fazem necessárias para um desenvolvimento sustentável da Economia Criativa, as quais já haviam sido mapeadas antes mesmo da pandemia e estão sistematizadas conforme o esquema a seguir:

¹³ De acordo com Closs e Oliveira (2017), alguns modelos de análise territorial com base nas atividades criativas são mais voltados à atração de novos atores criativos a partir do desenvolvimento cultural e tecnológico local, enquanto outros são mais focados na atração de potenciais consumidores. E há também aqueles que apontam para uma maior integração da sociedade civil no território, utilizando a cultura e a criatividade nas áreas de educação, sustentabilidade, aprimoramento individual e inclusão social.

¹⁴ Um estudo divulgado pelo Comitê Gestor da Internet (CGI.br) (2022) apontou que, antes da pandemia, apenas 14% das escolas públicas urbanas no país faziam o uso de algum tipo de plataforma de ensino a distância, frente a 28% das escolas particulares urbanas. Além disso, 54% das escolas públicas afirmaram utilizar as plataformas de redes sociais para interação entre escola e família, contra 79% na rede privada. Além da desigualdade tecnológica no Brasil, outros desafios do uso da tecnologia na educação, mapeados pelo Insper (2022), foram: o analfabetismo digital, os investimentos elevados em tecnologia, as atualizações tecnológicas e a segurança dos dados pessoais dos alunos.

¹⁵ Leia mais em Mujica (2022).

¹⁶ Essa temática vai ao encontro da meta 16.7 (Garantir a tomada de decisão responsiva, inclusiva, participativa e representativa em todos os níveis) dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU.



Gestão da propriedade intelectual

Um sistema efetivo de propriedade intelectual permite que as ideias, os produtos e os processos criativos possuam direitos legais, estimulando o retorno financeiro e o reconhecimento e evitando a falsificação deles.

Infraestrutura digital

Uma boa qualidade e abrangência de sinal e acesso à internet são fundamentais para estimular as indústrias criativas e promover benefício sociais e culturais.



Financiamento

É preciso mecanismos para promover relações com investidores, pois muitos projetos culturais e tecnológicos são onerosos e apresentam riscos.

Educação e habilidades

A atuação dos profissionais criativos, bem como o acesso à educação de qualidade são fundamentais tanto para os segmentos criativos quanto para os setores tradicionais.



Participação do Estado

Como consumidor e estimulador do setor (via licitações, concursos e editais), como agente de política local (viabilizando as cidades criativas) e como financiador da arte e cultura.

Fonte: Baseado em Newbiggin (2010).

A Economia Criativa vem sendo reconhecida como setor econômico gerador de riqueza, de modo a englobar tecnologia e cultura, ou seja, de modo a tratar dos saberes tradicionais culturais e do que há de mais moderno nas fronteiras tecnológicas. Abraçar essas atividades tão diversas só é possível pois o setor tem o olhar direcionado para o indivíduo de maneira inclusiva, em que os principais ativos para a geração de riqueza são a criatividade, o talento e a inovação.

Os produtos e serviços criativos fazem parte do dia a dia das pessoas e estão presentes nesse cotidiano em diferentes formas. Estão nas roupas, nos artigos de decoração das casas, na arquitetura de prédios e casas, nos pratos típicos da culinária, nas expressões culturais folclóricas das sociedades, nos podcasts, nas músicas e

nos filmes e séries disponíveis nas mais diversas plataformas de streaming, sem contar nas redes de conectividade da internet e dos inúmeros aplicativos instalados nos celulares. E os exemplos não se esgotam por aqui.

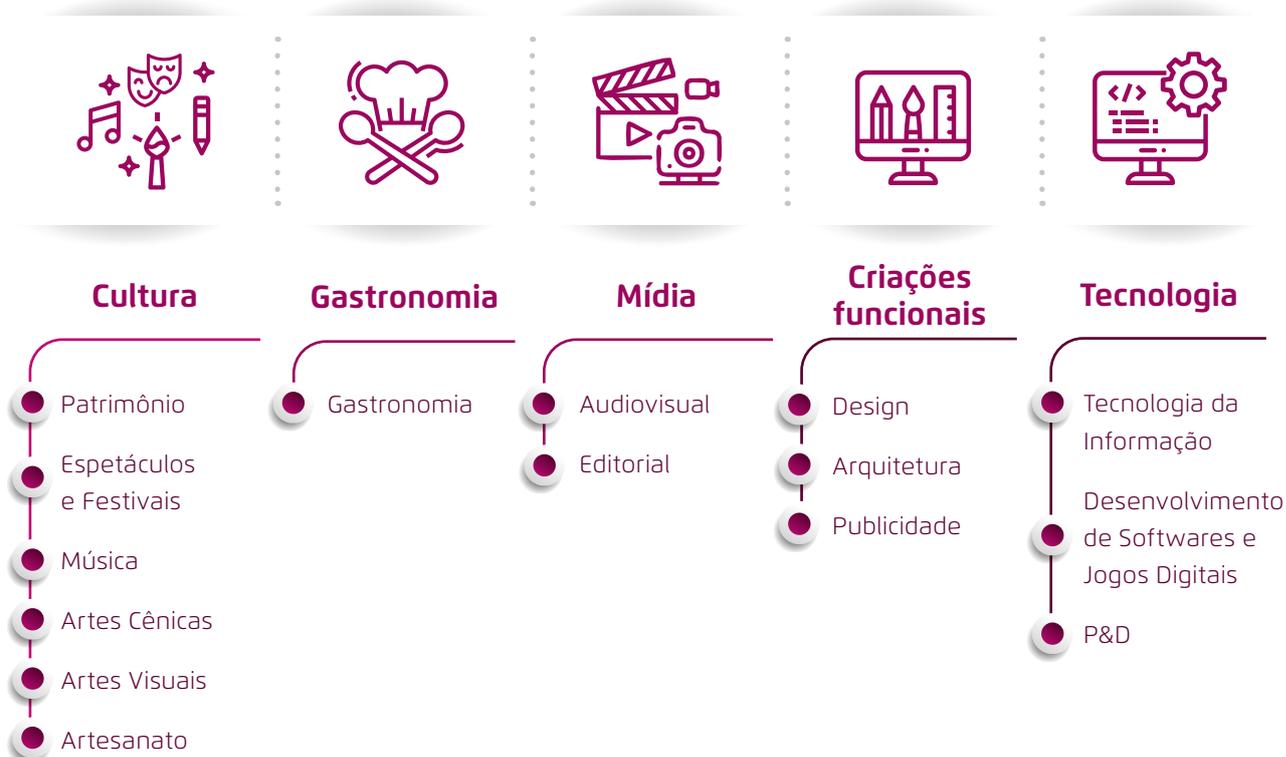
A Economia Criativa é então formada por um conjunto de atividades econômicas que colocam a criatividade, o capital intelectual e o conhecimento no centro dos processos de produção, distribuição e comercialização de produtos e serviços, os quais impulsionam o crescimento e desenvolvimento econômico de um determinado negócio ou local. Devido a essa relevância para a economia, bem como ao surgimento de novas oportunidades para o setor, na seção a seguir será analisado o contexto da Economia Criativa no Espírito Santo.

ECONOMIA CRIATIVA NO ESPÍRITO SANTO

A seção anterior pautou a importância econômica, cultural e social do setor da Economia Criativa e ressaltou que, embora os conceitos não estejam fechados na literatura e ainda haja espaço para discussão e proposições de novas análises, é fundamental avançar na coleta de dados e analisar o território no âmbito do setor. A presente seção tem como objetivo apresentar, de maneira sucinta, as informações do setor da Economia Criativa para o Espírito Santo.

Com base na classificação apresentada pela Unctad e a partir da análise de material sobre o Espírito Santo¹⁷, propõe-se a categorização do setor a partir da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), conforme Anexo 1, o qual foi resumido na Figura 1. Em suma, 15 segmentos foram identificados como atividades criativas, organizados em cinco grandes grupos:

Figura 1 - Classificação resumo das atividades criativas



Fonte: Baseado em IJSN (2016).

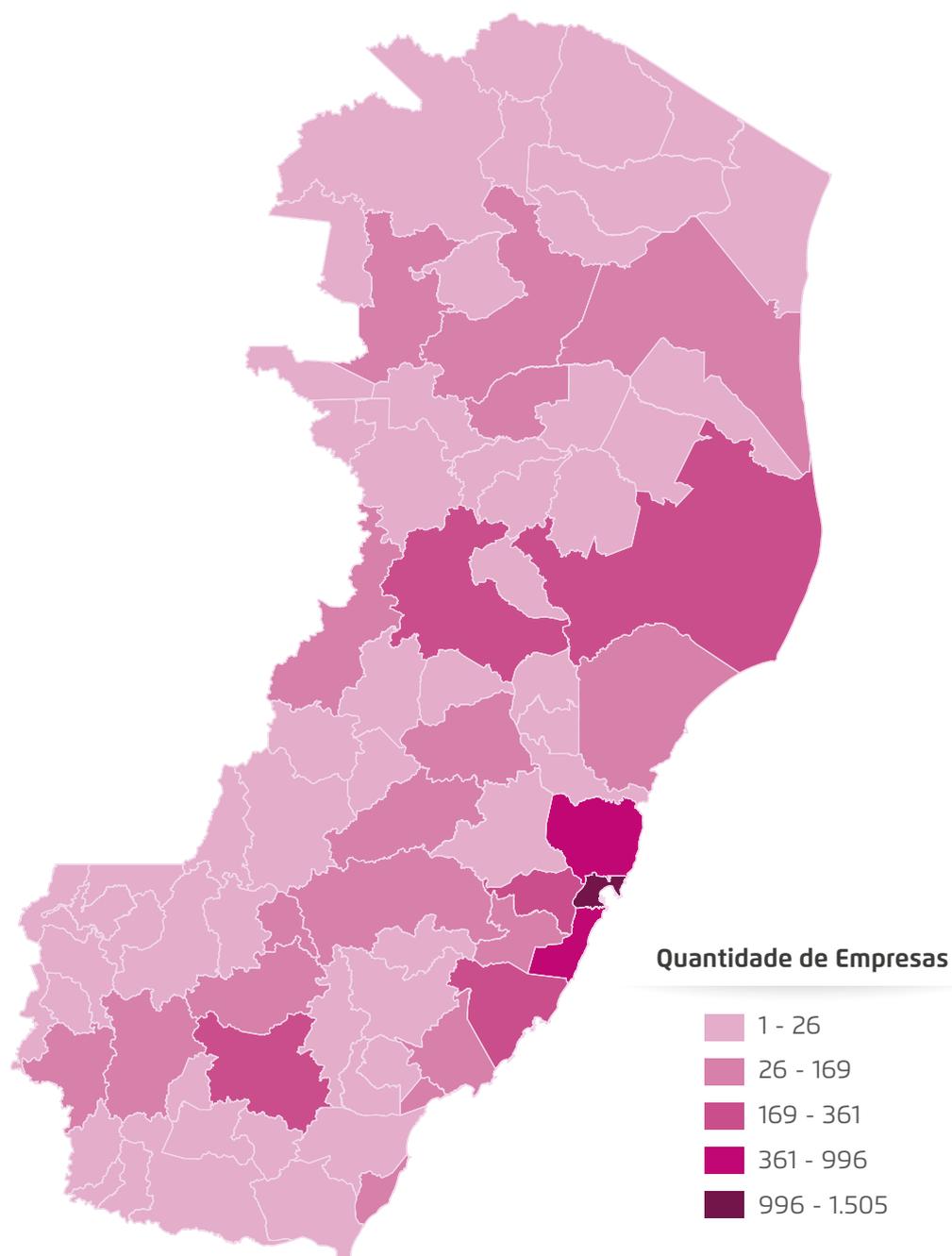
Elaboração: Observatório da Indústria/Findes.

A partir dessa delimitação é possível identificar que existem empresas de todos esses segmentos da Economia Criativa com atuação no Espírito Santo, as quais se encontram distribuídas em quase todo o território capixaba. A maior concentração dessas empresas ocorre na Macrorregião de Planejamento Metropolitana, especialmente nos municípios de Vitória e Vila Velha, seguida pela Macrorregião Central, mais especificamente nos municípios de Linhares e Colatina.

¹⁷ Para a delimitação das atividades que compõem a Economia Criativa no estado, os principais materiais consultados foram o Texto para Discussão nº 57 e os boletins do mercado de trabalho, elaborados pelo Instituto Jones do Santos Neves; o Estudo Especial sobre o Mapeamento da Indústria Criativa no Espírito Santo, realizado pelo Ideies, e o conteúdo disponibilizado no site da Secretaria de Cultura do Governo do Estado do Espírito Santo (Secult).

Além disso, também é possível identificar algumas especificidades locais. Nessas localidades de maior concentração, estão localizadas empresas de todos os segmentos criativos – o que pode ser justificado pelo caráter de desenvolvimento econômico do estado –, ao passo que nas demais macrorregiões há uma maior presença de empresas relacionadas às criações funcionais e aquelas voltadas à cultura.

Figura 2 - Distribuição das empresas criativas no Espírito Santo por município

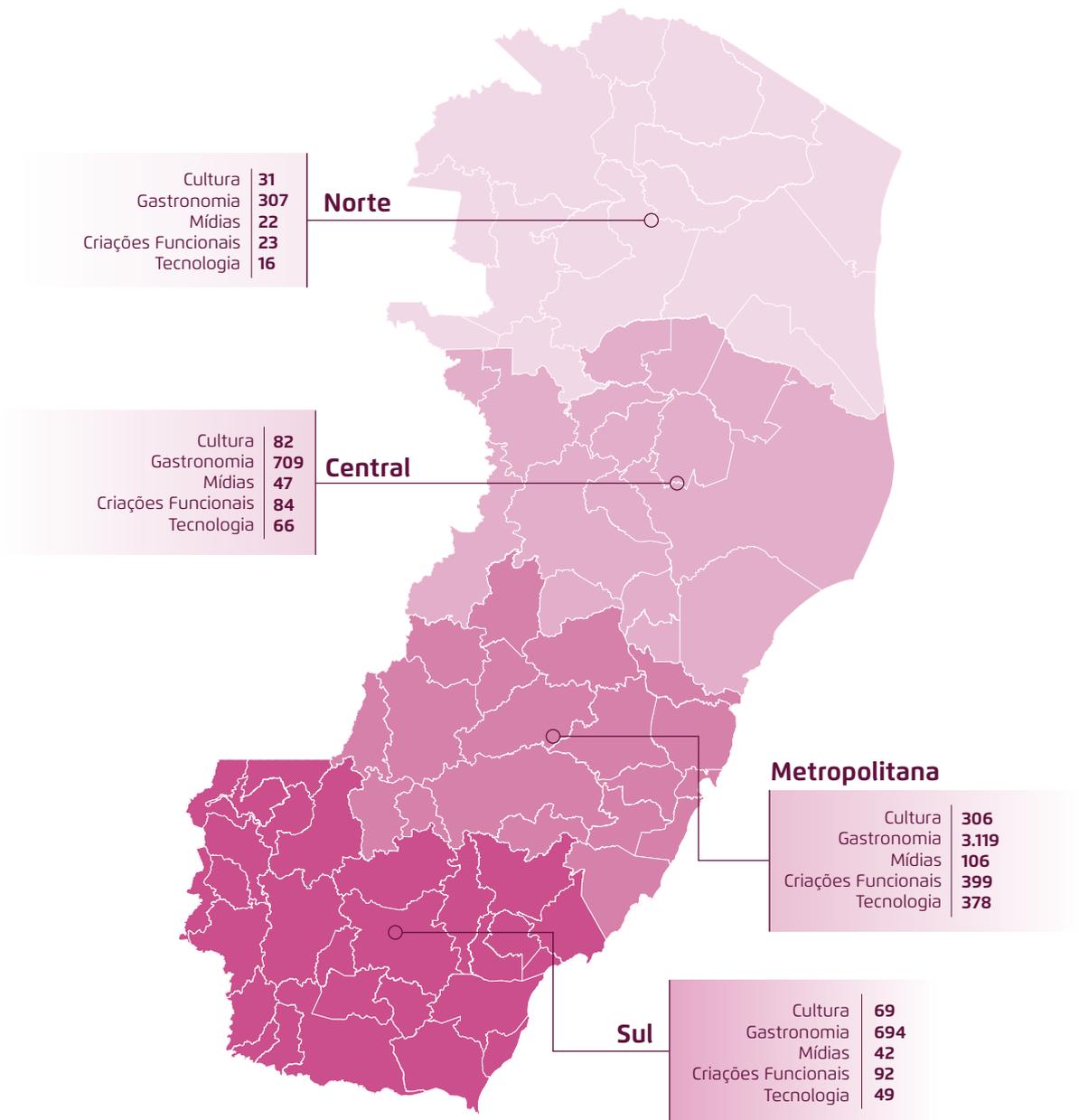


Fonte: Rais (2021).

Elaboração: Observatório da Indústria/Findes.

Outro fato interessante de se observar é a diversificação da natureza das empresas criativas no estado. Há estabelecimentos industriais relacionados à fabricação de joias e bijuterias, de brinquedos e jogos, de produtos cerâmicos e de produtos de artefatos diversos (madeira, palha, cortiça).

Figura 3 - Distribuição das empresas criativas no Espírito Santo por Macrorregiões de Planejamento



Fonte: Rais (2021).

Elaboração: Observatório da Indústria/Findes.

Há também empresas de criação e distribuição de mídias e de produtos audiovisuais, as quais, diferentemente do primeiro grupo, não possuem um formato específico de produto, pois pode ser uma gravação de música ou produção de um filme. Logo, o valor de mercado desse segmento costuma estar relacionado com o conteúdo e não com o formato do produto em si.

Ainda, existem estabelecimentos que compreendem as atividades de bibliotecas e museus, as artes de espetáculos e outras atividades ligadas ao patrimônio cultural do estado.

Ao fazer essa identificação, a Figura 1 também sinaliza como o setor criativo engloba pessoas que trabalham em diferentes campos, como aqueles voltados para artes, gastronomia e cultura, ciência e desenvolvimento de tecnologias, entretenimento e arquitetura e design.

Embora definir o que é Economia Criativa não seja um trabalho fácil e possa ter diferenças a depender de quem se propõe a estudar o setor, a dificuldade nesse mapeamento gera um obstáculo de identificação por parte do próprio profissional criativo. Muitas pessoas podem desenvolver trabalhos em um setor criativo ou para outros setores que tenham a criatividade como fundamento para o trabalho, sem saber que fazem parte do ecossistema da Economia Criativa.

Na atual estrutura econômica do Espírito Santo, estão presentes diversos profissionais criativos, alocados tanto diretamente nas atividades criativas quanto em outros segmentos tradicionais

da economia. Além disso, há também aqueles profissionais que desenvolvem o trabalho de apoio aos segmentos criativos, embora não estejam alocados em funções criativas.

Entre as profissões criativas¹⁸, a que mais emprega formalmente trabalhadores no estado é a de programadores e desenvolvedores. A maioria desses profissionais está alocada no setor criativo capixaba de Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), mas também é contratada nas atividades de comércio varejista e atacadista, no setor de transporte e logística, além de prestar serviços para empresas de consultoria em gestão de negócios.

Além disso, no corpo técnico da Economia Criativa do Espírito Santo há profissionais direcionados à promoção de pesquisas em diversas áreas, com destaque para as pesquisas em engenharia e tecnologia e em ciências da terra e meio ambiente. Há também profissionais de comunicação, publicidade e marketing, que estão sendo cada vez mais demandados em empresas de vários portes, devido aos novos comportamentos dos consumidores¹⁹.

Dentre as ocupações de suporte ao setor criativo capixaba que mais geram emprego formal estão aquelas de apoio ao setor gastronômico, como os cozinheiros, churrasqueiros, barman e pizzaiolos. Em seguida estão os analistas e operadores de TICs e os agentes do segmento de mídias, como os assessores, locutores e operadores de câmera.

¹⁸ As profissões criativas presentes na estrutura econômica do Espírito Santo foram calculadas utilizando-se a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO 2002) classificadas a partir do material citado na nota 11 e 17 e extraídas da Relação Anual de Informações Sociais.

¹⁹ A pesquisa da Kantar IBOPE Media (2022) relacionada ao mercado nacional da atividade publicitária em 2021 apontou que houve um aumento de 29% em investimentos em publicidade em relação a 2020 e que os consumidores estão cada vez mais conectados em plataformas diversas, recebendo de diferentes fontes as informações sobre os produtos e serviços.

Tabela 1 - Ranking das ocupações criativas que mais empregam formalmente no Espírito Santo, 2021

Rank.	Ocupação	Quantidade
1º	Programador e desenvolvedor	1.089
2º	Analista de negócios	938
3º	Confeiteiro	916
4º	Analista de pesquisa de mercado	663
5º	Designer gráfico	402
6º	Pesquisadores em geral	386
7º	Chefe de cozinha	371
8º	Bibliotecário	315
9º	Desenhista técnico	277
10º	Bordador em geral	274
11º	Arquitetos	262
12º	Gerente de marketing	232
13º	Analista de informações	213
14º	Gerente de suporte técnico de tecnologia da informação	196
15º	Gerente de projetos de tecnologia da informação	193
16º	Agente publicitário	172
17º	Gerente de pesquisa e desenvolvimento	156
18º	Editor	140
19º	Gerente de comunicação	136
20º	Jornalista	134
Total Ranking		7.465
Total Criativo		10.800

Fonte: Rais (2021).

Elaboração: Observatório da Indústria/Findes.

Um dos desafios do mercado de trabalho da Economia Criativa consiste na formação e na retenção do profissional criativo. Dois dos principais obstáculos do setor nessa temática consistem (i) na migração dos profissionais relacionados às áreas tecnológicas e (ii) na saída dos profissionais que se encontram em situação de informalidade, mas dentro da área criativa, para serem alocados em outras atividades fora do setor, porém formalizados.

Sobre o primeiro ponto, com a popularização do teletrabalho, a partir das medidas de distanciamento social provocadas pela pandemia, houve uma expansão dessa modalidade de atuação, o que interferiu na alocação daqueles profissionais de tecnologia que atendem a mercados globais. Sendo assim, a demanda interna também passou a concorrer com a demanda externa por profissionais criativos em áreas tecnológicas, sobretudo no que diz respeito à equidade de salários.

Há também a questão relacionada com a informalidade²⁰ do setor. Devido ao elevado grau de informalidade entre as pessoas ocupadas na Economia Criativa, pode haver a preferência entre alguns profissionais, sobretudo aqueles ligados aos saberes tradicionais e à transferência de conhecimento entre as gerações, pela inserção no mercado de trabalho formal em atividades tradicionais da economia, em detrimento da permanência em atividades criativas com atuação informal.

Duas maneiras de enfrentar esses obstáculos são a formação e a valorização do profissional criativo. Nesse sentido, o Espírito Santo conta com diferentes cursos superiores, classificados entre tecnólogo e bacharelado, relacionados com a Economia Criativa. Esses cursos se encontram distribuídos entre 13 municípios do estado, com relativa concentração na Região Metropolitana da Grande Vitória – que por sua vez apresenta maior proximidade com o mercado consumidor interno e externo e concentração das empresas criativas (Figura 4). Os de destaque em termos de quantidade de oferta de cursos são aqueles relacionados com as TICs, arquitetura e publicidade.

Vale ressaltar que o Espírito Santo conta também com iniciativas do Sistema S para a capacitação dos profissionais locais em diversos segmentos, tais como TICs, design e gastronomia, além de temas transversais, como práticas contábeis e vendas.

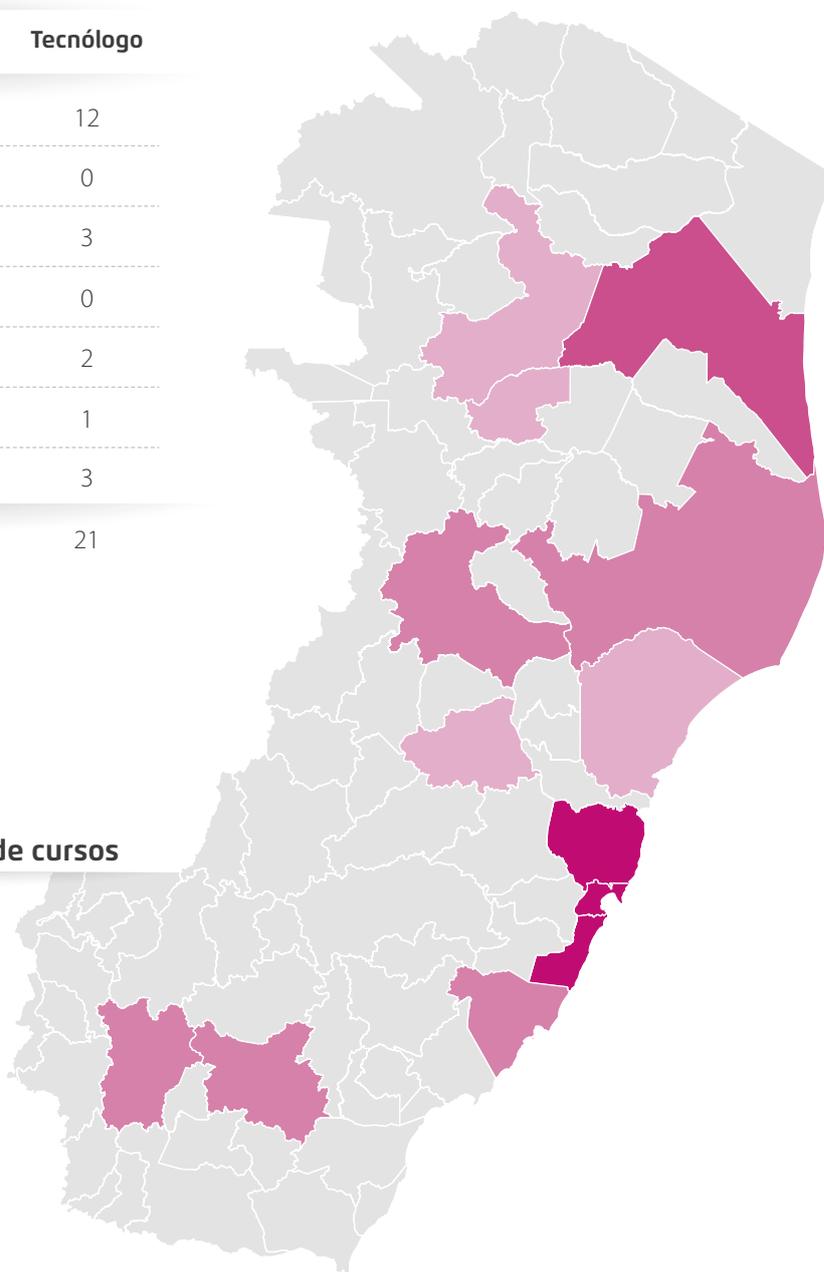
²⁰ O grau de informalidade no setor da Economia Criativa se encontra na média de 40% ao longo dos últimos 3 anos, conforme estimativas do IJSN e do Observatório da Indústria a partir dos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua).

Figura 4 - Distribuição e quantidade de cursos relacionados a cada segmento da Economia Criativa no Espírito Santo

Quantidade de cursos por segmento

Segmento	Bacharelado	Tecnólogo
Tecnologia	33	12
Arquitetura	19	0
Publicidade	10	3
Mídias	5	0
Design	4	2
Cultura	5	1
Gastronomia	0	3
Total	76	21

Quantidade de cursos



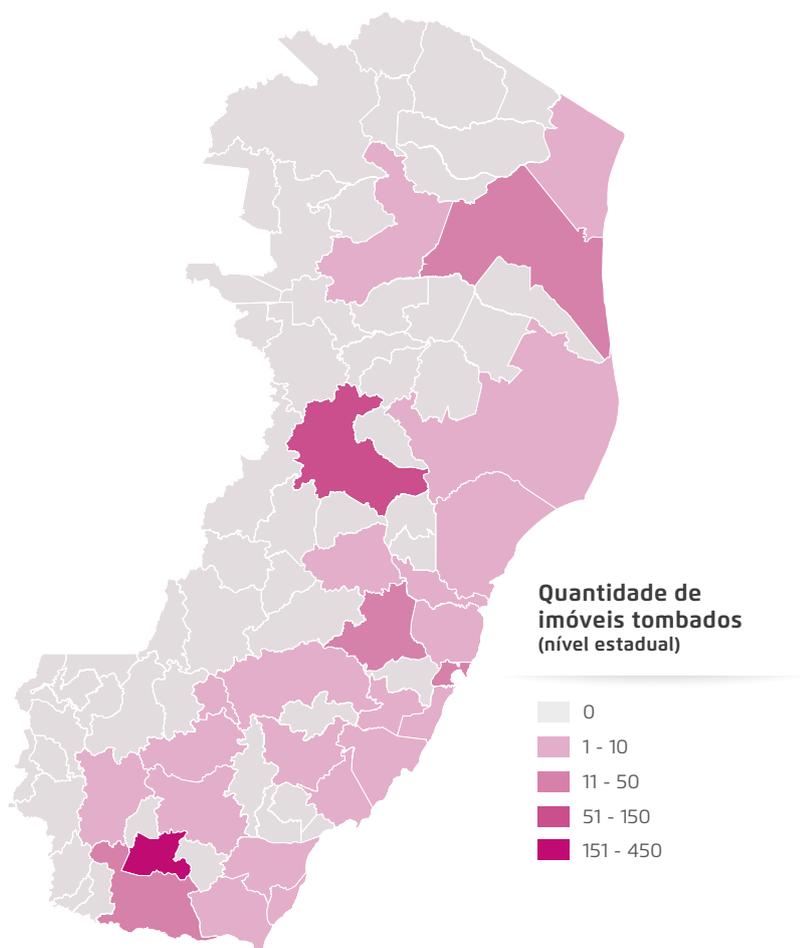
Fonte: INEP (2021).

Elaboração: Observatório da Indústria/Findes.

Além dessa análise voltada ao perfil das empresas e profissionais criativos no estado, que é de suma importância para o atendimento às demandas diversas e a constante evolução do mercado, uma outra vertente que se faz presente na Economia Criativa consiste na análise dos bens culturais do Espírito Santo. Essa análise está correlacionada com a preservação da identidade local e a promoção de valor histórico e arqueológico.

Atualmente existem mais de 600 bens imóveis tombados²¹ inscritos no Conselho Estadual de Cultura (CEC) do Espírito Santo, localizados em 26 municípios do estado. A maior parte deles se encontra no Conjunto Arquitetônico de Muqui. Além desse conjunto, também se destacam no estado o Núcleo Histórico de São Pedro de Alcântara de Itabapoana - pertencente ao município de Mimoso do Sul -, o Conjunto Arquitetônico de Santa Leopoldina, o Conjunto Arquitetônico de São Mateus e demais imóveis localizados na capital do estado e em outros municípios (Figura 5). Esse patrimônio edificado, juntamente com aqueles outros bens e acervos preservados pelas famílias e pelos indivíduos, são fundamentais para contar a história do estado e ajudar na documentação das práticas sociais, econômicas, culturais, religiosas e políticas outrora adotadas localmente.

Figura 5 - Municípios capixabas com imóveis tombados (nível estadual)



Fonte: CEC (2023).

Elaboração: Observatório da Indústria/Findes.

²¹ De acordo com a Secult-ES (2023), "O tombamento é o instrumento de reconhecimento e proteção do patrimônio cultural e pode ser feito quando os bens possuem uma importância histórica, etnográfica (em relação à etnia), cultural, artística ou paisagística para a sociedade ou para parte dela".

Sendo assim, esses bens culturais retratam os diferentes momentos históricos do estado²², tais como o início da ocupação do território capixaba, a chegada dos jesuítas e outros religiosos, a libertação dos escravizados e a socialização dos homens livres, a política de imigrações dos europeus e outras descendências, o desenvolvimento da economia cafeeira, o crescimento dos centros urbanos e a construção de edificações modernas e dos tempos atuais.

Existem também aqueles bens culturais imateriais, que dizem respeito às manifestações das tradições e que reforçam às identidades culturais e sociais locais. Estão registrados no Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) cinco bens culturais imateriais localizados no Espírito Santo (podendo ser com abrangências estadual, regional ou nacional): o ofício das Paneleiras de Goiabeiras, o Jongo, a Roda de Capoeira, o ofício dos Mestres de Capoeira e o Ofício das Baianas de Acarajé. Outras manifestações culturais de destaque no estado são: o Congo (com registro a nível estadual) e o Ticumbi, a Festa de São Benedito, a Festa da Penha, a Folia de Reis, o Carnaval – incluindo o Boi Pintadinho –, sem contar os mais diferentes tipos de práticas de artesanatos (como os de conchas, em escamas de peixe, em tecido e em madeira).

Outra atividade da Economia Criativa que também está correlacionada às manifestações culturais do estado é a gastronomia. Advinda de todo esse processo de transformação histórica do estado e consolidação da própria cultura local, a gastronomia capixaba é marcada por

influências indígena (como preparo de peixes e crustáceos), portuguesa (em especial os doces e os ingredientes, como ovos, azeite e temperos), italiana (marcada pela polenta, pelas massas e pelos embutidos) e africana (com destaque para a pimenta e outros temperos). Mas nem só de tradições vive o setor gastronômico do Espírito Santo, também marcado por eventos voltados às novas demandas do público consumidor e por constantes premiações de novas receitas e profissionais de destaque.

Esta breve apresentação das manifestações culturais do Espírito Santo, presentes nas mais diversas referências bibliográficas do estado, elucidam a relevância do eixo cultural para o desenvolvimento da Economia Criativa que, como dito anteriormente, também trabalha e desenvolve as atividades econômicas olhando para o território e o indivíduo.

Logo, a Economia Criativa é composta por diversos eixos, que vão do desenvolvimento de novas tecnologias à preservação do que há de mais tradicional na cultura local. É um setor que se encontra em todas as suas formas e atividades no estado, que possui uma janela de oportunidades para desenvolver novas aptidões e conquistar novos mercados. Também é um setor que se provou ser resiliente nas últimas crises econômicas e soube avançar em novas frentes de trabalho. Por fim, possui uma característica única frente a outros setores tradicionais, que consiste na fonte inesgotável dos recursos mais preciosos: a criatividade, o conhecimento e o capital intelectual – cujos estoques aumentam à medida que são usados.

²² Veja mais em Secult (2009).



FUTURO DESEJADO: ONDE QUEREMOS ESTAR EM 2035?

No exercício prospectivo realizado nos dias 25 e 26 de outubro, na cidade de Vitória, no Espírito Santo, os especialistas foram instigados a propor visões de futuro para o horizonte temporal de 2035.

Foi estabelecida a **visão de futuro:**



**SER PROPULSORA DE VALOR E
INOVAÇÃO, INTEGRADA, INCLUSIVA
E SUSTENTÁVEL, FORTALECENDO
A CULTURA, O TERRITÓRIO E A
ECONOMIA CAPIXABA.**



A visão construída coletivamente traz os elementos fundamentais para o desenvolvimento do setor de Economia Criativa no Espírito Santo, reafirmando o seu compromisso com a sociedade e refletindo sobre seus desafios e oportunidades.

Principais Barreiras

Durante o processo de *roadmapping*, os especialistas identificaram barreiras que impactam o setor criativo e precisam ser superadas para que a Economia Criativa do Espírito Santo, em 2035, seja **propulsora de valor e inovação, integrada, inclusiva e sustentável, fortalecendo a cultura, o território e a economia capixaba**. São elas:

- ▶ Baixa conscientização de empresariado sobre negócios de impacto e investimentos responsáveis.
- ▶ Baixa diversificação das fontes de fomento para o setor criativo.
- ▶ Baixa divulgação e alcance dos editais do setor criativo.
- ▶ Baixa participação de agentes capixabas em eventos externos.
- ▶ Baixa representatividade nos cargos de gestão e liderança do setor criativo.
- ▶ Baixa valorização do profissional criativo do estado.
- ▶ Baixa valorização dos coletivos sociais do setor criativo.
- ▶ Baixa valorização dos espaços culturais históricos do estado.
- ▶ Baixa valorização dos profissionais de artesanato do estado.
- ▶ Carência de ambiente regulatório adequado aos segmentos do setor criativo.
- ▶ Carência de cultura de inovação em pequenas e médias empresas do estado.
- ▶ Carência de dados e indicadores que reflitam o setor criativo no estado.
- ▶ Carência de espaços físicos voltados ao desenvolvimento do setor criativo.
- ▶ Carência de eventos do setor no estado.
- ▶ Carência de governanças colaborativas nos planejamentos do setor criativo.
- ▶ Carência de informações sobre o setor nas comunidades periféricas e no interior do estado.
- ▶ Carência de investimentos em pesquisa, desenvolvimento e inovação.
- ▶ Carência de mão de obra qualificada, em especial para os segmentos de TICs e audiovisual.
- ▶ Carência de políticas para a utilização de imóveis voltados aos projetos do setor.
- ▶ Carência de políticas públicas que estimulem o desenvolvimento do setor criativo.
- ▶ Carência de políticas públicas que reduzam a desigualdade ao acesso à tecnologia.
- ▶ Carência de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento de territórios criativos.
- ▶ Carência de qualificação em gestão e empreendedorismo pelos agentes criativos.

- ▷ Carência de recursos do orçamento público destinados ao setor criativo.
- ▷ Carência de regulamentação das profissões no setor criativo.
- ▷ Deficiência de infraestrutura tecnológica para o acesso à internet.
- ▷ Dificuldade de acesso a recursos para o desenvolvimento do setor criativo no interior do estado.
- ▷ Dificuldade de acesso ao crédito.
- ▷ Dificuldade de aquisição de equipamentos e insumos tecnológicos.
- ▷ Dificuldade de estimular o setor cultural nos territórios e nas comunidades periféricas do estado.
- ▷ Dificuldade de reconhecimento dos integrantes do setor como agentes criativos.
- ▷ Dificuldade de representação da economia criativa nas classificações metodológicas, como CNAE e CBO.
- ▷ Dificuldade na elaboração de projetos para captação de recursos em editais.
- ▷ Dificuldades em logística e distribuição dos produtos e serviços criativos.
- ▷ Elevada informalidade no setor.
- ▷ Escassez de estudos de análise e monitoramento do setor criativo.
- ▷ Escassez de produtos e serviços com certificações em sustentabilidade.
- ▷ Falta de alinhamento entre a sociedade e o poder público.
- ▷ Falta de alinhamento entre o ensino universitário e a demanda empresarial.
- ▷ Falta de alinhamento na interpretação de legislação aplicável aos projetos criativos.
- ▷ Falta de clareza nos critérios de editais.
- ▷ Falta de continuidade nas políticas públicas do setor criativo.
- ▷ Falta de cultura de planejamento estratégico empresarial pautado nos critérios ESG e em ODS.
- ▷ Falta de diálogo entre o setor empresarial tradicional e o setor criativo.
- ▷ Falta de integração entre os segmentos do setor.
- ▷ Falta de profissionais qualificados para a gestão de bens culturais.
- ▷ Falta de valorização da cultura negra e de povos originários.
- ▷ Falta de valorização dos ativos culturais locais.
- ▷ Insuficiência de quadro técnico nas instituições públicas e de fomento.
- ▷ Pouca autonomia de fazedores de cultura na comercialização de produtos e serviços.
- ▷ Pouca divulgação das políticas direcionadas ao setor criativo.
- ▷ Poucas iniciativas de inclusão e diversidade nas políticas públicas e projetos do setor.
- ▷ Pouco conhecimento dos gestores públicos sobre as novas legislações de cultura.

Fatores Críticos de Sucesso

A reflexão coletiva culminou na identificação de **quatro fatores críticos** de sucesso que englobam as condições impeditivas atuais e traduzem questões centrais que precisam ser trabalhadas por meio de ações transformadoras, sendo eles:

ARTICULAÇÃO E INTEGRAÇÃO

INFRAESTRUTURA E LOGÍSTICA

POLÍTICA DE ESTADO, PÚBLICA E PRIVADA

SUSTENTABILIDADE E MERCADO

Esses fatores críticos constituem-se em norteadores para a proposição das ações necessárias ao alcance da visão de futuro.

Ações

O diagnóstico sobre a situação atual e a identificação das barreiras alimentaram as reflexões e permitiram a identificação de **274 ações** a serem implementadas de acordo com o horizonte temporal de curto, médio e longo prazo.



ARTICULAÇÃO E INTEGRAÇÃO

São apresentadas **55 ações** de futuro, resultantes da reflexão coletiva, que traduzem a aspectos relacionados ao estreitamento das relações dos diferentes *stakeholders*²³ do setor, dentro e fora do estado, no intuito de integrar as demandas, os interesses e a atuação do setor de Economia Criativa do Espírito Santo, promovendo assim o reconhecimento desse setor.

²³ *Stakeholders* podem ser pessoas, áreas, organizações, entidades ou todos que estão interessadas direta ou indiretamente em um projeto.

AÇÕES DE CURTO PRAZO

- A 001** Acompanhamento das intenções de investimento do governo estadual direcionadas aos projetos do setor criativo
-
- A 002** Adoção de linguagem mais acessível em editais públicos e materiais informativos do setor criativo
-
- A 003** Adoção de medidas para a ampliação da participação de negros, mulheres, povos originários e LGBTQIAPN+ nas políticas para o setor
-
- A 004** Adoção de medidas para expansão da capilaridade dos editais da Fapes
-
- A 005** Ampliação da articulação entre designers capixabas de produtos e os diferentes segmentos da indústria do estado
-
- A 006** Ampliação da divulgação de programações culturais em locais com grande circulação de pessoas, como terminais, rodoviárias, praças e principais avenidas
-
- A 007** Ampliação da divulgação e ações de apoio às feiras do setor, entre elas a Feira Literária Capixaba (Flic) e ArteSanto
-
- A 008** Ampliação da estratégia de cocriação²⁴ nos segmentos do setor criativo no estado
-
- A 009** Ampliação de espaços de interlocução entre os agentes criativos para debate e proposição de políticas públicas para o setor
-
- A 010** Ampliação de produtos e serviços criativos disponíveis em línguas e sistemas de leitura acessíveis, tais como braille e libras
-
- A 011** Ampliação de programas voltados ao reconhecimento de coletivos sociais²⁵ como agentes de desenvolvimento econômico regional
-
- A 012** Aperfeiçoamento de metodologias para a definição de indicadores qualitativos e quantitativos do setor criativo capixaba
-
- A 013** Articulação da Amunes e do governo estadual para avanço e capitalização do setor audiovisual nos municípios
-

²⁴ Cocriação é uma estratégia orientada à criação colaborativa de produtos e serviços, que acontece quando uma empresa envolve seus diferentes públicos (colaboradores, fornecedores, clientes) e até mesmo outras empresas no processo de criação ou produção de algo.

²⁵ Organizações que têm como objetivo o fomento cultural atuando também na esfera social.

AÇÕES DE CURTO PRAZO

- A 014** Articulação dos segmentos criativos com as áreas tradicionais do setor industrial no sentido de adequar o modelo de negócios à nova realidade da economia
-
- A 015** Criação de núcleos criativos²⁶ nos municípios do interior do estado
-
- A 016** Criação de redes de agentes de economia criativa em diferentes comunidades periféricas do estado
-
- A 017** Criação de um canal destinado à articulação entre empresas e academia para aprimoramento da formação profissional
-
- A 018** Criação de um grupo de trabalho para conexão entre o segmento tecnológico e os saberes culturais tradicionais, com a participação de instituições públicas
-
- A 019** Criação do selo da moqueca capixaba para restaurantes que atenderem a critérios de preparo preestabelecidos
-
- A 020** Difusão do acesso à Carteira do Artesão no estado
-
- A 021** Estruturação de plataforma colaborativa para divulgação de eventos, ações e apresentações culturais do setor criativo
-
- A 022** Expansão da divulgação das ações e dos serviços prestados pelos sindicatos dos segmentos criativos
-
- A 023** Expansão de eventos periódicos entre os atores da área de jogos digitais no estado
-
- A 024** Fomento à realização de rotas turísticas culturais no estado
-
- A 025** Implementação e ampla divulgação de calendário de eventos culturais do estado
-
- A 026** Integração entre diferentes cursos universitários a fim de fomentar projetos de pesquisa e extensão voltados ao setor criativo
-

²⁶ Os Núcleos Criativos são definidos pela Ancine como “reunião de profissionais criadores, organizados por empresa brasileira independente, com a finalidade de desenvolver projetos de forma colaborativa” (ANCINE, 2018).

AÇÕES DE CURTO PRAZO

- A 027** Mapeamento contínuo das habilidades e competências profissionais criativas demandadas pelo mercado
-
- A 028** Mapeamento da cadeia produtiva do setor criativo capixaba, de acordo com cada segmento e suas especificidades
-
- A 029** Promoção da educação empresarial com foco em investimento responsável²⁷
-
- A 030** Promoção de diálogo sobre a regulamentação das profissões do setor criativo
-
- A 031** Promoção de eventos de integração entre os profissionais da área de TICs²⁸ no estado
-
- A 032** Promoção de eventos, feiras, festivais e circuitos culturais no estado que visem a integração entre os diferentes segmentos do setor criativo
-
- A 033** Promoção de práticas de residência industrial e técnica para profissional criativo
-
- A 034** Realização de campanhas de valorização de profissionais criativos do estado
-
- A 035** Realização de *hackathons*²⁹ e *bootcamps*³⁰ no estado voltados à programação
-
- A 036** Realização de *Meetup*³¹ voltado para agentes do segmento de TICs
-
- A 037** Realização de seminários no interior do estado para conscientização da importância da comunicação e publicidade na comercialização de bens e serviços
-
- A 038** Realização de um fórum criativo de fotografia no estado
-

²⁷ Os investimentos responsáveis são aqueles que são conscientes em relação às práticas sociais, ao meio ambiente e à governança corporativa.

²⁸ Tecnologia da Informação e Comunicação.

²⁹ Evento onde ocorre uma maratona competitiva, com local e duração predeterminados, onde empresas propõem desafios a serem resolvidos por equipes de especialistas. O objetivo final é a obtenção de soluções que possam impactar positivamente a atividade dessa organização.

³⁰ É um modelo de curso educativo em formato intensivo, que tem o objetivo de fornecer o máximo de conhecimento aos estudantes que desejam estabelecer uma carreira promissora na área da tecnologia. Ele permite que uma pessoa desenvolva habilidades importantes para a área, principalmente na área de desenvolvimento e programação, de forma ágil e aprofundada.

³¹ *Meetup* é um encontro informal em que as pessoas conversam, preferencialmente, de pé, facilitando a circulação e o *networking*

AÇÕES DE MÉDIO PRAZO

- A 039** Adoção de uma narrativa comum entre os produtores de cultura do circuito criativo de Vitória
-
- A 040** Ampliação de grupos para elaboração, análise e monitoramento de indicadores para o setor criativo
-
- A 041** Articulação entre o HUB ES+ e instituições de ensino para o desenvolvimento de pesquisas em tecnologias com aplicação no setor criativo
-
- A 042** Criação de fóruns entre as partes interessadas para o aprimoramento do ambiente regulatório do planejamento urbano das cidades inteligentes
-
- A 043** Criação do movimento de literatura de povos originários no estado
-
- A 044** Definição de tipologias do artesanato por especialistas em design, em conjunto com as comunidades locais, para criação de produtos a partir da concepção do território
-
- A 045** Desenvolvimento de parcerias entre o setor hoteleiro e os empreendedores locais para divulgação dos produtos capixabas
-
- A 046** Fortalecimento da articulação dos segmentos criativos com o ramo de fotografia no estado
-
- A 047** Fortalecimento da interação entre universidades e empresas para o desenvolvimento de pesquisas em Inteligência Artificial (IA)
-
- A 048** Inserção dos atrativos do Espírito Santo em plataformas nacionais para divulgar locações de produção audiovisual
-
- A 049** Promoção de eventos voltados à aproximação de produtores de conteúdo, emissoras de televisão e streaming para fins de comercialização de produtos e serviços
-
- A 050** Realização de mostra de jogos pelos profissionais de mídia digital do estado
-
- A 051** Revisão e reestruturação da CBO³² para contemplar de maneira mais fiel os segmentos do setor criativo
-

³² Classificação Brasileira de Ocupações.

AÇÕES DE LONGO PRAZO

A 052 Aprimoramento contínuo de um canal de comunicação entre a sociedade civil e o poder público para revisão e avaliação de diretrizes para o setor criativo no estado

A 053 Consolidação de uma governança integrada no setor criativo

A 054 Fortalecimento das associações específicas dos segmentos criativos no estado

A 055 Fortalecimento das redes estratégicas do setor criativo no estado



INFRAESTRUTURA E LOGÍSTICA

São apresentadas **29 ações** de futuro, resultantes da reflexão coletiva, que correspondem ao conjunto de atividades estruturantes que, por sua vez, envolvem as redes de transporte, energia e telecomunicações, bem como o aparato físico relacionados a esses eixos, que auxiliam na acessibilidade e no desenvolvimento socioeconômico dos diversos atores que compõem a cadeia produtiva do setor de Economia Criativa e demais agentes externos.

AÇÕES DE CURTO PRAZO

- A 056** Adoção de medidas para aumentar o fluxo de pessoas em áreas de convívio cultural
-
- A 057** Adoção de medidas para garantir condições adequadas de trabalho e de turismo na estrutura do galpão das Paneleiras de Goiabeiras
-
- A 058** Adoção de medidas para o fortalecimento da segurança pública em áreas culturais do estado
-
- A 059** Aperfeiçoamento da estrutura do galpão das Paneleiras de Goiabeiras para estoque e exposição da produção
-
- A 060** Construção de novos espaços destinados aos projetos e à integração do setor criativo
-
- A 061** Criação de uma *Film Commission*³³ no estado por meio de parceria público-privada
-
- A 062** Disponibilização de informações multilíngues³⁴ turísticas, culturais e históricas do estado por meio de totens digitais e *QR Code*
-
- A 063** Elaboração de mapas impressos e digitais do circuito criativo de Vitória e ampla divulgação em pontos estratégicos
-
- A 064** Implementação de legislações de zoneamento urbano nos municípios para desenvolvimento de territórios criativos no estado
-
- A 065** Inserção de cursos voltados à economia criativa nos municípios do interior do estado por meio da utilização de infraestrutura de polos educacionais existentes
-
- A 066** Promoção de espaços compartilhados que forneçam infraestrutura para profissionais criativos de comunidades periféricas do estado
-
- A 067** Promoção de grupos para compras coletivas de insumos em comum do setor criativo
-
- A 068** Recuperação de espaços físicos degradados dedicados à cultura
-

³³ O termo *Film Commission* tem origem na língua inglesa e define um órgão governamental, seja municipal, estadual ou federal, que incentiva, facilita e apoia a produção audiovisual – cinematográfica, televisiva ou publicitária – em locais públicos.

³⁴ Que existe, que se faz em várias línguas diferentes.

AÇÕES DE MÉDIO PRAZO

- A 069** Adoção de medidas para aumentar o investimento em infraestrutura para Web3³⁵
-
- A 070** Ampliação de bibliotecas itinerantes que alcancem comunidades periféricas do estado
-
- A 071** Ampliação do número de espaços educativos, tais como escolas de arte, dedicados à aproximação da sociedade com a cultura
-
- A 072** Conclusão dos principais projetos de infraestrutura destinados ao setor criativo no estado, tais como o Cais das Artes e a Cidade de Inovação
-
- A 073** Construção de um polo turístico local para promoção do artesanato das Paneleiras de Goiabeiras
-
- A 074** Criação de espaços compartilhados de inovação com infraestrutura tecnológica para os diferentes segmentos do setor criativo
-
- A 075** Garantia do aprimoramento da infraestrutura da malha rodoviária do estado para contribuir na circulação e distribuição dos produtos e serviços criativos
-
- A 076** Implantação de centros gastronômicos em espaços históricos do estado
-
- A 077** Implantação de um espaço de conexão entre cultura, criatividade e tecnologia nos moldes da Fábrica da Cultura 4.0
-
- A 078** Implementação da cobertura da rede 5G em todo o território do estado
-
- A 079** Viabilização do parque tecnológico no estado
-

³⁵ A terceira fase da internet, também conhecida como Web3, é gerida por meio de *blockchains*. Por meio delas, a Web3 promete descentralizar a rede e limitar a influência das grandes empresas de tecnologia.

AÇÕES DE LONGO PRAZO

A 080 Ampliação de cidades inteligentes no estado

A 081 Criação de um *Sandbox* Regulatório³⁶ para cidades inteligentes no estado

A 082 Expansão da infraestrutura de iluminação pública inteligente como suporte de serviços digitais

A 083 Garantia de adequação da infraestrutura tecnológica às novas gerações de redes móveis no estado

A 084 Implementação de um centro de interoperabilidade³⁷ para o desenvolvimento de tecnologias integradas para cidades inteligentes

³⁶ Ambiente regulatório experimental, criado com a finalidade de suspender temporariamente a obrigatoriedade de cumprimento de normas exigidas para atuação em determinados setores, mas com o monitoramento e a orientação dos órgãos reguladores.

³⁷ A interoperabilidade é a capacidade de diversos sistemas e organizações trabalharem em conjunto (interoperar), de modo a garantir que pessoas, organizações e sistemas computacionais interajam para trocar informações de maneira eficaz e eficiente.



POLÍTICA DE ESTADO, PÚBLICA E PRIVADA



São apresentadas **100 ações** de futuro, resultantes da reflexão coletiva, que englobam diretrizes coordenadas para os setores público e privado, com o objetivo de propor soluções relacionadas à legislação e normas, promoção de investimentos e inovação e articulação política e empresarial.



AÇÕES DE CURTO PRAZO

- A 085** Adoção de alíquotas fiscais diferenciadas no uso de imóveis subutilizados ou tombados para estabelecimento de empreendimentos criativos
-
- A 086** Adoção de medidas de incentivo a projetos voltados às temáticas da economia colaborativa, economia circular e economia do compartilhamento
-
- A 087** Adoção de medidas para a capacitação de agentes criativos em situação de vulnerabilidade social no estado
-
- A 088** Adoção de medidas para a simplificação do processo tributário de startups no estado
-
- A 089** Adoção de medidas para ampliação do reconhecimento de fotógrafos de natureza como agentes culturais
-
- A 090** Adoção de medidas para ampliar o acesso de comunidades periféricas aos bens culturais do estado
-
- A 091** Adoção de medidas para facilitar o acesso a equipamentos e insumos de custo elevado do setor criativo do estado
-
- A 092** Adoção de medidas para impulsionar negócios criativos por meio de investimentos patrocinados pelo setor privado local
-
- A 093** Adoção de medidas para promover a divulgação e a valorização da cultura e identidade capixabas
-
- A 094** Adoção de medidas para revitalização de bairros e prédios históricos no estado
-
- A 095** Adoção de medidas para valorização do patrimônio imaterial das Paneleiras de Goiabeiras
-
- A 096** Adoção de medidas para valorizar a autoestima da população local e estimular o pertencimento territorial
-
- A 097** Adoção de medidas que garantam recursos de editais para impulsionar os primeiros projetos profissionais de agentes criativos
-

AÇÕES DE CURTO PRAZO

A 098 Ampliação da disponibilidade de internet livre em espaços públicos e comunidades periféricas, reconhecendo o direito de acesso à internet por todas as pessoas

A 099 Ampliação da oferta de cursos voltados a programadores e desenvolvedores no estado

A 100 Ampliação das parcerias entre instituições públicas e privadas para salvaguarda de bens culturais imateriais reconhecidos no estado

A 101 Ampliação da participação da sociedade civil na elaboração e governança dos planos do setor

A 102 Ampliação da valorização e preservação do patrimônio cultural do estado

A 103 Ampliação de bolsas de pesquisa e extensão voltadas ao desenvolvimento da economia criativa no interior do estado

A 104 Ampliação de consultorias pelo Sebrae direcionadas aos empreendimentos criativos do estado

A 105 Ampliação de disciplinas relacionadas ao setor criativo nos currículos escolares

A 106 Ampliação de editais de fomento voltados para o desenvolvimento e a programação de jogos e aplicativos

A 107 Ampliação de editais voltados à difusão e comercialização dos produtos culturais no estado

A 108 Ampliação de fomento voltado ao segmento do audiovisual para projetos que valorizem o território e as narrativas locais

A 109 Ampliação de pesquisas e cursos de capacitação voltados para a temática do metaverso

A 110 Ampliação do acesso da produção local aos circuitos de teatro no estado

A 111 Ampliação do uso de recursos do Fundo Soberano³⁸ do estado para o desenvolvimento de negócios criativos

³⁸ O Fundo Soberano ES foi criado pela Lei Complementar nº 914, de 17 de junho de 2019, com o objetivo de garantir uma gestão responsável e de longo prazo das receitas provenientes da exploração dos recursos de petróleo e gás natural do estado, beneficiando as gerações atuais e futuras.

AÇÕES DE CURTO PRAZO

- A 112** Ampliação e sistematização de campanhas para divulgação dos ativos naturais do estado
-
- A 113** Aprimoramento do alinhamento entre instituições públicas estaduais e municipais em relação aos projetos do setor
-
- A 114** Aprovação do Projeto de Lei nº 1.176, que institui o Programa de Proteção e Promoção dos Mestres e Mestras dos Saberes e Fazeres das Culturas Populares
-
- A 115** Atualização da legislação de inovação estadual de acordo com o novo marco legal das startups e do empreendedorismo inovador
-
- A 116** Avaliação da demanda para ampliação de cursos superiores e técnicos de gastronomia no estado
-
- A 117** Capacitação do corpo técnico das secretarias municipais e estadual responsáveis pela pasta de cultura
-
- A 118** Capacitação dos gestores culturais em terminologias do setor criativo
-
- A 119** Capacitação dos gestores públicos municipais acerca dos conceitos de cidades inteligentes
-
- A 120** Capacitação dos gestores públicos para atendimento às demandas do setor criativo
-
- A 121** Criação de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)³⁹ no estado
-
- A 122** Criação de estrutura de governança colaborativa dos planos do setor criativo que inclua representantes de cada segmento
-
- A 123** Criação de projetos de apoio às escolas públicas voltados ao desenvolvimento de *soft skills* do corpo docente e discente
-
- A 124** Elaboração de políticas públicas regionais para municípios que contenham similaridades socioeconômicas e culturais
-

³⁹ Os Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) são estruturas turísticas diferenciadas que facilitam a interação e integração do visitante, antes, durante e depois da viagem, e incrementam a qualidade de sua experiência com o destino, por meio do uso de metodologias e tecnologias inovadoras.

AÇÕES DE CURTO PRAZO

- A 125** Elaboração de políticas que conscientizem sobre a importância da prática do valor justo compartilhado ao longo da cadeia de pequenos negócios do estado
-
- A 126** Estabelecimento de convênios para subsidiar a manutenção dos espaços culturais no estado
-
- A 127** Estabelecimento de critérios em editais de concessão com a exigência do uso de produtos locais ou regionais
-
- A 128** Estabelecimento de diretrizes de longo prazo para garantir a continuidade de políticas públicas do setor no estado
-
- A 129** Estruturação de mecanismos para identificar e valorizar servidores públicos inovadores
-
- A 130** Estruturação de programas de capacitação em atividades criativas voltados para profissionais transexuais
-
- A 131** Expansão de editais de pesquisas voltados ao patrimônio cultural imaterial do estado
-
- A 132** Expansão de programas de fortalecimento das artes e dos saberes tradicionais da cultura popular capixaba
-
- A 133** Fomento a cursos abertos para a sociedade, focados em inovação e criatividade, nos municípios do interior do estado
-
- A 134** Fomento a editais para projetos de desenvolvimento de tecnologias sociais⁴⁰
-
- A 135** Fomento a políticas públicas que reduzam a desigualdade ao acesso à tecnologia em comunidades periféricas
-
- A 136** Fomento à produção de teatro na rede de ensino do estado
-
- A 137** Fomento a projetos para formação de bandas, corais e orquestras nas escolas do estado
-
- A 138** Fortalecimento da capacitação de agentes criativos na etapa de submissão de projetos em editais de fomento
-

⁴⁰ Tecnologia social compreende produtos, técnicas ou metodologias replicáveis, desenvolvidas na interação com a comunidade e que representem efetivas soluções de transformação social.

AÇÕES DE CURTO PRAZO

- A 139** Fortalecimento de espaços culturais no interior por meio de intercâmbio entre agentes criativos das diferentes regiões do estado
-
- A 140** Fortalecimento de políticas públicas de preservação, restauro, ocupação e uso de sítios históricos no estado
-
- A 141** Fortalecimento e aprimoramento contínuo da Lei de Incentivo à Cultura Capixaba (LICC)
-
- A 142** Garantia da execução de recursos do orçamento público direcionados ao setor criativo, envolvendo as esferas estadual e municipais
-
- A 143** Implementação de política de patrimônio arqueológico no estado para o desenvolvimento de pesquisas e incentivo à socialização da cultura capixaba
-
- A 144** Popularização das informações sobre aplicação das leis de incentivo à ciência, tecnologia e inovação
-
- A 145** Promoção de cursos de capacitação em línguas estrangeiras para os agentes do setor criativo
-
- A 146** Promoção de cursos de empreendedorismo voltados para os agentes do setor criativo
-
- A 147** Promoção de incentivos fiscais e linhas de financiamento específicas para a área de inovação e tecnologia do estado
-
- A 148** Promoção de parcerias com empresas para inserção de outros atrativos nos museus, como cafeterias e teatros
-
- A 149** Promoção de políticas de incentivo fiscal à importação de equipamentos para os segmentos de TICs e audiovisual
-
- A 150** Promoção de políticas específicas de fortalecimento do setor criativo nas comunidades periféricas do estado
-
- A 151** Realização de *benchmarking* com governos estaduais para a elaboração de políticas públicas para o turismo capixaba
-
- A 152** Utilização da qualidade do acesso à internet como indicador de desigualdade socioespacial na política urbana
-

AÇÕES DE MÉDIO PRAZO

- A 153** Adoção de mecanismos de incentivos fiscais temporários direcionados a negócios criativos em migração de regime tributário
-
- A 154** Adoção de medidas para fomentar a fotografia histórica e contemporânea no estado
-
- A 155** Adoção de modelos de desenvolvimento para cidades baseados no reconhecimento das singularidades locais
-
- A 156** Ampliação da participação das áreas arqueológica e museal nas estratégias de políticas estaduais de turismo e cultura
-
- A 157** Ampliação de editais de incentivo à literatura negra e de povos originários do estado
-
- A 158** Ampliação do uso de ferramentas de mapeamento colaborativo na gestão pública como estratégia para mobilizar saberes e engajamentos comunitários
-
- A 159** Ampliação do uso de TICs para aperfeiçoar a capacidade de diagnóstico e gestão dos municípios, atribuindo valor para os ativos públicos urbanos
-
- A 160** Ampliação e aprimoramento da atuação do Programa ES+Criativo
-
- A 161** Aperfeiçoamento da governança pública voltada à construção de estratégias de planejamento urbano articuladas com a comunidade
-
- A 162** Avaliação de políticas públicas por meio de análise de indicadores qualitativos e quantitativos do setor
-
- A 163** Capacitação dos educadores de ensino regular para estimular o desenvolvimento de habilidades criativas dos alunos
-
- A 164** Consolidação do distrito criativo de Vitória
-

AÇÕES DE MÉDIO PRAZO

A 165 Criação de espaço físico destinado ao Museu da Imagem e do Som (MIS) Capixaba

A 166 Criação de novos territórios criativos no estado

A 167 Criação de um fundo estadual para o financiamento da preservação, do restauro, da ocupação e do uso do patrimônio histórico do estado

A 168 Criação de uma filмотeca, disponibilizada também via streaming, com acervo das obras capixabas

A 169 Estruturação de um *Sandbox* Regulatório para startups do estado

A 170 Expansão da oferta de qualificação em segmentos criativos para jovens em situação de vulnerabilidade social no estado

A 171 Fortalecimento das estruturas de governança colaborativa para atuação nos territórios criativos do estado

A 172 Implementação de leis municipais em consonância com a legislação estadual para o segmento de audiovisual

A 173 Implementação do Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico (Iepha/ES)

A 174 Incentivo à implantação de novos museus históricos municipais no estado

A 175 Incentivo à inclusão de cursos voltados ao setor criativo nas escolas técnicas fora da região metropolitana

A 176 Instituição de programas de seguridade social para artesãos capixabas

AÇÕES DE MÉDIO PRAZO

A 177 Modernização das bibliotecas públicas com atualização dos acervos e das tecnologias

A 178 Planejamento e implementação da infraestrutura digital como parte da infraestrutura básica das cidades do estado

A 179 Promoção de apoio técnico para os municípios na captação de recursos para projetos de cidades inteligentes e na realização de PPPs⁴¹

A 180 Promoção de medidas de incentivo ao desenvolvimento do turismo de base comunitária⁴² no estado

A 181 Revisão e reestruturação da CNAE⁴³ para contemplar de maneira mais fiel os segmentos do setor criativo

⁴¹ Parcerias Público-Privadas (PPPs) são contratos pelos quais o parceiro privado assume o compromisso de disponibilizar à administração pública ou à comunidade uma certa utilidade mensurável mediante a operação e manutenção de uma obra por ele previamente projetada, financiada e construída.

⁴² O turismo de base comunitária é o tipo de turismo no qual a comunidade organiza e presta serviços para os visitantes.

⁴³ Classificação Nacional de Atividades Econômicas.

AÇÕES DE LONGO PRAZO

A 182 Ampliação dos Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) no estado

A 183 Consolidação de projetos de desenvolvimento socioeconômico local, tendo como força motriz os segmentos culturais

A 184 Garantia da atualização contínua do arcabouço legal voltado à regulação de ativos digitais⁴⁴ para a proteção de empresas e consumidores

⁴⁴ Um ativo digital é uma representação digital de um bem existente, por exemplo, blockchain e criptomoedas.



SUSTENTABILIDADE E MERCADO

São apresentadas **90 ações** de futuro, resultantes da reflexão coletiva, as quais dizem respeito ao desenvolvimento sustentável do setor, levando em conta questões ambientais, de viabilidade econômica e os seus impactos no âmbito social e territorial. Contemplam também os mecanismos que promovem a competitividade do setor e a realização de negócios.



AÇÕES DE CURTO PRAZO

- A 185** Adequação de serviços de apoio locais voltados para o atendimento às demandas da produção do audiovisual
-
- A 186** Adoção de critérios de sustentabilidade ambiental como requisito para submissão de projetos em editais de fomento públicos e privados
-
- A 187** Adoção de medidas de fomento para o avanço do *blockchain*⁴⁵ no estado
-
- A 188** Adoção de medidas de incentivo à contratação de profissionais criativos do estado
-
- A 189** Adoção de medidas para ampliação e divulgação de linhas de financiamento destinadas ao setor criativo
-
- A 190** Adoção de medidas para capacitação de estudantes e profissionais em mídias digitais
-
- A 191** Adoção de medidas para instruir e assessorar sobre o depósito e a obtenção dos selos de Indicação Geográfica (IG)⁴⁶ no estado
-
- A 192** Adoção de medidas para melhoria da qualidade do atendimento ao cliente em bares e restaurantes no estado
-
- A 193** Adoção de medidas para valorização dos profissionais de atendimento ao cliente em bares, restaurantes e no comércio
-
- A 194** Ampliação da oferta de disciplinas de programação nas grades curriculares do ensino regular no estado
-
- A 195** Ampliação da participação do empreendedor criativo capixaba no modelo de negócios de *marketplace*
-
- A 196** Ampliação da qualificação de lideranças empresariais do estado quanto a projetos e ações que envolvam ESG⁴⁷ e ODS⁴⁸
-

⁴⁵ A tecnologia do *blockchain* é utilizada para armazenar e transmitir informações operacionais de forma transparente e segura criptograficamente, sem a necessidade de um órgão de controle central.

⁴⁶ As Indicações Geográficas (IGs) são ferramentas coletivas de valorização de produtos tradicionais vinculados a determinados territórios. Elas possuem duas funções principais: agregar valor ao produto e proteger a região produtora.

⁴⁷ Os princípios da Environmental, social and corporate governance (ESG), ou governança ambiental, social e corporativa em português, abrangem três pilares de boas práticas de sustentabilidade das empresas relacionados ao meio ambiente, à sociedade e à governança corporativa. As empresas que implementam critérios ESG como estratégia podem ser mais resilientes e gerar valor de longo prazo ao se comprometerem com esses pilares. Entre os resultados positivos que as práticas de ESG podem gerar estão a obtenção de vantagens competitivas para as empresas, melhoria da reputação do setor perante os stakeholders e a sociedade, atração de investimentos e influência positiva nas cidades e na cadeia produtiva.

⁴⁸ Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são metas pactuadas pelos 193 países-membros da ONU como foco em superar os principais desafios de desenvolvimento da população mundial levando em consideração a sustentabilidade ambiental e social.

AÇÕES DE CURTO PRAZO

- A 197** Ampliação da utilização dos produtos capixabas com Indicação Geográfica (IG) nas práticas de cursos de gastronomia e nos restaurantes do estado
-
- A 198** Ampliação das premiações de produtos e serviços dos diversos segmentos do setor criativo no estado
-
- A 199** Ampliação de canais de venda das Paneleiras de Goiabeiras por meio de parcerias com lojas, restaurantes e espaços do setor criativo
-
- A 200** Ampliação de certificações de empresas e profissionais do estado em temáticas de sustentabilidade ambiental e social
-
- A 201** Ampliação de eventos e feiras ligados à produção orgânica e familiar como uma forma de conectar as famílias rurais ao setor criativo
-
- A 202** Ampliação de iniciativas para redução de desperdícios e resíduos em bares e restaurantes do estado
-
- A 203** Ampliação de negócios de impacto⁴⁹ no estado
-
- A 204** Ampliação de parcerias interinstitucionais voltadas à promoção e ao desenvolvimento de materiais sustentáveis
-
- A 205** Ampliação de práticas de inovação nas pequenas e médias empresas do estado
-
- A 206** Ampliação de programas de capacitação, atração e retenção de mão de obra jovem para o setor
-
- A 207** Ampliação do acesso e desburocratização de linhas de crédito para o setor criativo
-
- A 208** Ampliação do marketing cultural por meio da divulgação de museus como opção de lazer e de atividades educativas no estado
-
- A 209** Ampliação dos profissionais do estado com capacitação na área de TICs, por meio de ensino profissionalizante e de nível superior
-

⁴⁹ Os negócios de impacto atuam de acordo com a lógica do mercado, como um modelo de negócio comum que busca retorno financeiro, mas a diferença é que precisam se comprometer a medir o impacto que geram na sociedade ou no meio ambiente.

AÇÕES DE CURTO PRAZO

- A 210** Ampliação na oferta de disciplinas de empreendedorismo nos cursos de ensino regular e profissionalizante
-
- A 211** Aperfeiçoamento da capacitação de profissionais em gestão de projetos especializada no setor criativo
-
- A 212** Aperfeiçoamento da gestão dos negócios criativos por meio de consultorias, eventos, capacitações e *benchmarking*⁵⁰ em centros de referência
-
- A 213** Aprimoramento da logística de distribuição dos produtos do setor criativo
-
- A 214** Atração de investimentos para aceleradoras voltadas aos serviços e projetos de metaverso, jogos digitais e NFTs⁵¹
-
- A 215** Capacitação de contadores nas leis de incentivo à cultura para instruir agentes criativos e empresas sobre o direcionamento e o acesso aos recursos possíveis
-
- A 216** Cessão de espaços públicos para a realização de feiras, oficinas e rodadas de negócios do setor criativo
-
- A 217** Criação da Feira de Economia Criativa no estado
-
- A 218** Criação de campanhas para disseminação de boas práticas em economia circular aplicáveis ao setor
-
- A 219** Criação de plataforma digital voltada à divulgação de projetos para captação de recursos públicos e privados
-
- A 220** Criação de um *hub* dedicado à pesquisa e ao desenvolvimento de jogos digitais no estado
-
- A 221** Criação de um *hub* voltado a soluções de Web3 e *blockchain* no estado
-
- A 222** Desenvolvimento de mecanismos de valorização de mulheres no segmento de gastronomia no estado
-

⁵⁰ Uma estratégia que busca otimizar o desempenho de uma empresa a partir da análise das melhores práticas do mercado em que ela está inserida.

⁵¹ NFT é a abreviação de "*Non-Fungible Token*", que em português significa "Token Não Fungível" e o token é um símbolo eletrônico que representa um bem.

AÇÕES DE CURTO PRAZO

- A 223** Difusão de modelos de valorização de produtos culturais regionais como marcas coletivas, IGs, certificações, entre outras estratégias
-
- A 224** Estímulo ao aumento da representatividade de minorias em cargos de gestão e liderança no setor
-
- A 225** Estruturação de documentos de *compliance* e boas práticas de governança por meio da atuação de instituições do setor
-
- A 226** Estruturação de programação alternativa ao carnaval que integre os diversos segmentos do setor criativo
-
- A 227** Expansão do uso de canais de comércio on-line para micro e pequenos empresários e profissionais do setor criativo
-
- A 228** Fomento à criação de *Places Branding*⁵² nas regiões do estado
-
- A 229** Fomento à participação de profissionais criativos em feiras e rodadas de negócios nacionais e internacionais
-
- A 230** Fomento a programas de pré-incubação⁵³ de empresas do setor criativo
-
- A 231** Fomento a redes autogestionadas⁵⁴ nos segmentos do setor criativo
-
- A 232** Fortalecimento da memória e valorização dos mestres artesãos capixabas
-
- A 233** Fortalecimento de programas de intraempreendedorismo⁵⁵ no estado
-
- A 234** Fortalecimento dos programas de conservação dos símbolos da fauna e flora do Espírito Santo para impulsionar o turismo no estado
-

⁵² O conceito de *Place Branding* envolve uma série de ações de posicionamento dos destinos, baseadas em suas características e vocações, em que se potencializam identidades e fortalecem os lugares, a partir do envolvimento das pessoas que ali vivem. É um conceito do marketing que mistura a ideia de marca com o destino turístico, na intenção de ressaltar as características peculiares e do local, que o tornam um diferencial.

⁵³ Pré-incubação é uma fase do programa de incubação na qual se encontram projetos ainda não totalmente maduros, em busca da modelagem mais adequada para o negócio e de uma conclusão mais apurada sobre a viabilidade técnica, mercadológica e financeira do projeto/solução em desenvolvimento.

⁵⁴ Autogestão é a administração de um organismo pelos seus participantes, em que todos participam das decisões administrativas em igualdade de condições.

⁵⁵ Intraempreendedorismo é quando os colaboradores de uma empresa pensam e agem de forma a buscar inovações para o ambiente e o negócio da empresa a partir do capital interno.

AÇÕES DE CURTO PRAZO

- A 235** Instituição de embaixadores dos segmentos criativos a fim de atuar na interlocução do setor capixaba no cenário nacional
-
- A 236** Mapeamento de locações⁵⁶ no estado para produções do audiovisual
-
- A 237** Mapeamento e divulgação das oportunidades para investimentos no setor criativo no estado
-
- A 238** Padronização de critérios de fiscalização da vigilância sanitária em bares e restaurantes no estado
-
- A 239** Popularização de aulas-show de receitas capixabas para apresentar as potencialidades da gastronomia do estado
-
- A 240** Promoção de cursos para desenvolvimento e ensino de técnicas do artesanato, incluindo conhecimentos sobre gestão, história, inovação e tecnologia
-
- A 241** Promoção de estratégias para geração de diferenciais competitivos por meio da valorização das identidades locais
-
- A 242** Promoção de eventos e rodadas de negócios em parceria com redes de investidores privados
-
- A 243** Promoção de exposições capixabas voltadas aos segmentos de design e arquitetura
-
- A 244** Promoção do turismo de experiência⁵⁷ vinculado à divulgação de bens culturais materiais e imateriais do estado
-
- A 245** Realização de *benchmarking* de boas práticas com instituições e empresas internacionais, através de eventos e missões
-
- A 246** Realização de concursos públicos voltados à ampliação do corpo técnico das instituições de fomento do estado
-
- A 247** Realização e atração de eventos criativos com alcance nacional e internacional
-

⁵⁶ Locais, fora do estúdio, onde são filmadas cenas externas de produções audiovisual.

⁵⁷ É uma maneira de atingir o consumidor de forma mais emocional, por meio de experiências que geralmente são organizadas para aquele fim. A ideia é estimular vivências e o engajamento em comunidades locais que geram aprendizados significativos e memoráveis.

AÇÕES DE MÉDIO PRAZO

- A 248** Adoção de medidas para reduzir a informalidade do setor criativo no estado
-
- A 249** Ampliação da capacitação técnica em atividades de apoio do setor audiovisual
-
- A 250** Ampliação da divulgação do artesanato capixaba a partir de novas peças publicitárias
-
- A 251** Ampliação da oferta de cursos superiores na região norte do estado voltados para os segmentos do setor criativo
-
- A 252** Ampliação da participação da literatura negra e de povos originários no mercado editorial do estado
-
- A 253** Ampliação de mercados para produtos e serviços do setor criativo capixaba
-
- A 254** Ampliação de premiações para agentes criativos de destaque no estado
-
- A 255** Ampliação do uso de estratégias de MPV⁵⁸ nas empresas do estado
-
- A 256** Aplicação de políticas de conservação e conscientização do uso de recursos nos territórios criativos do estado
-
- A 257** Aumento da autonomia e engajamento de Pessoas com Deficiência (PcD) nas questões urbanas relacionadas à transformação digital
-
- A 258** Criação do selo do distrito criativo de Vitória
-
- A 259** Disseminação do uso de métricas voltadas à avaliação de negócios de impacto no estado
-
- A 260** Fomento à captação internacional de recursos financeiros para execução de projetos de cidades inteligentes no estado
-
- A 261** Fomento à gamificação⁵⁹ por meio do desenvolvimento de jogos digitais interativos
-

⁵⁸ Mínimo Produto Viável (MPV) é uma forma de montar e testar as ideias iniciais do projeto.

⁵⁹ A gamificação consiste, basicamente, na prática e na implementação de funcionalidades usadas em jogos para qualquer outro contexto.

AÇÕES DE MÉDIO PRAZO

- A 262** Fomento a *spin-offs*⁶⁰ de empresas criativas capixabas
-
- A 263** Fomento ao desenvolvimento de projetos de arquitetura inovativos, integrados e sustentáveis
-
- A 264** Fortalecimento da atuação do Sistema S para suporte à elaboração e gestão de modelos de negócios do setor criativo
-
- A 265** Fortalecimento de incubadoras, aceleradoras, parques e condomínios tecnológicos para impulsionar o ecossistema de inovação no estado
-
- A 266** Mapeamento de rotas de escoamento existentes e potenciais para os produtos do setor criativo
-
- A 267** Promoção de capacitação dos agentes criativos voltadas à soluções em *blockchain*
-
- A 268** Revisões das grades curriculares dos cursos de graduação e pós-graduação em comunicação social do estado para atender as demandas do mercado
-

AÇÕES DE LONGO PRAZO

- A 269** Ampliação de iniciativas que promovam a inclusão de mulheres, comunidades LGBTQIAPN+, negros (as), povos originários e PcDs no mercado formal de trabalho
-
- A 270** Consolidação do setor criativo como propulsor do desenvolvimento sustentável do estado
-
- A 271** Fortalecimento da atuação do FindesLab como ambiente promotor de inovação no estado
-
- A 272** Fortalecimento de microeconomias locais por meio de práticas alinhadas ao conceito glocal⁶¹
-
- A 273** Garantia da economia criativa como propulsora de valor e inovação
-
- A 274** Realização de feiras no metaverso destinadas aos negócios criativos do estado
-

⁶⁰ Lançamento de um produto ou negócio, a partir de uma empresa já existente.

⁶¹ União dos termos "Global" e "Local", que se refere a tendências e ideias globais ou de outras culturas que podem ser adaptadas e aplicadas no âmbito local, como a adaptação da moda internacional à realidade regional.

TENDÊNCIAS E TECNOLOGIAS-CHAVE

Tendências se referem a fenômenos sociais, econômicos e ambientais, bem como mudanças comportamentais e tecnológicas que possuem impacto transformador do futuro. Os sinais de tendências, por sua vez, capturam fenômenos emergentes e disruptivos que atentam para inovações e ajudam a antecipar o futuro. As tendências somadas às tecnologias, ao se tornarem de domínio das instituições, contribuem sobremaneira para alavancar o desenvolvimento e a competitividade dos setores econômicos assim como o surgimento de oportunidades e novos negócios.

A economia criativa é composta por um conjunto de segmentos que mesclam artes e saberes diversos e compartilham entre si a utilização da criatividade como elemento central na elaboração dos seus produtos e serviços. Nessa linha, as tendências do setor caminham tanto na direção do desenvolvimento de novas tecnologias quanto na utilização de tecnologias já existentes de maneiras transversais por atividades tradicionais e inovadoras. Isso permite a criação de novas profissões e novos negócios, além de fortalecer aqueles que já existem.

O setor vem passando por transformações nos últimos anos e foi impactado de forma bastante variada pela pandemia da covid-19. Durante o período de adoção de medidas de contenção do vírus, o fechamento de locais públicos e a necessidade de interromper diversos projetos do audiovisual impactaram segmentos que dependiam exclusivamente de interação física com os produtores de conteúdo, público e os clientes. Gastronomia, teatros, cinemas, galerias de arte e locais de eventos sofreram perdas significativas em seus rendimentos.

No entanto, o distanciamento social impulsionou a digitalização e a adoção de novas tecnologias no setor criativo, o que impactou diretamente no segmento de tecnologia da informação e comunicação (TIC). Para se conectar com o público, empresas e artistas tiveram que utilizar plataformas digitais para produzir e distribuir suas produções. Além disso, a popularização de tecnologias imersivas de realidade estendida e o aumento da demanda por experiências digitais, permitiram que o setor criativo gerasse novas formas de entretenimento e arte.

Para os próximos anos, a tendência é que esses processos continuem e se intensifiquem, abrindo espaço para novos formatos de interação, apresentação e consumo de conteúdo, o que certamente afetará segmentos como os de artes e espetáculos, museus virtuais, tour interativo por sítios históricos e a divulgação do artesanato regional.

Vários governos e órgãos internacionais, como a União Europeia e a Unctad, observam que a economia criativa terá uma grande importância para a geração de renda e desenvolvimento

econômico sustentável nos próximos anos. Ela se apresenta como um instrumento essencial para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS) presentes na Agenda 2030 da ONU e nas estratégias de *Environmental, Social, and Corporate Governance* (ESG) adotadas pelas empresas privadas.

Além disso, o setor criativo aponta também para procedimentos de inclusão socioeconômica das comunidades mais vulneráveis, atendendo a um conceito mais amplo de sustentabilidade. Nesse sentido, as tendências para o setor são pensadas em contextos que levem em consideração as questões relativas ao meio ambiente, ao social e ao econômico.

Meio ambiente

As transformações e tendências no campo da economia criativa levam em consideração alternativas que buscam a utilização de recursos renováveis e sustentáveis. O mercado já demanda produtos que atendem às questões ambientais e os novos negócios criativos deverão estar cada vez mais atentos à preservação do planeta.

Social

A economia criativa tem potencial de promover a inclusão social e a geração de renda para populações mais vulneráveis. O engajamento artístico e cultural pode ampliar as oportunidades, permitir a participação cidadã e o empoderamento de comunidades tradicionais, mulheres e jovens. As tendências no setor deverão embarcar estratégias que melhorem a condição dessas pessoas com a introdução de políticas de aumento do valor percebido, estratégias de compartilhamento de valor na cadeia de produção e medidas que busquem a melhoria da autoestima da população local.

Econômico

A criatividade das pessoas leva em consideração os fatores culturais e tradicionais de sua região e seus saberes tecnológicos para a produção dos produtos e serviços criativos. A junção dessas características faz com que o território tenha potencialidades próprias que devem ser aproveitadas com o intuito de aumentar os rendimentos dos negócios já existentes e induzir a abertura de novos negócios lucrativos.

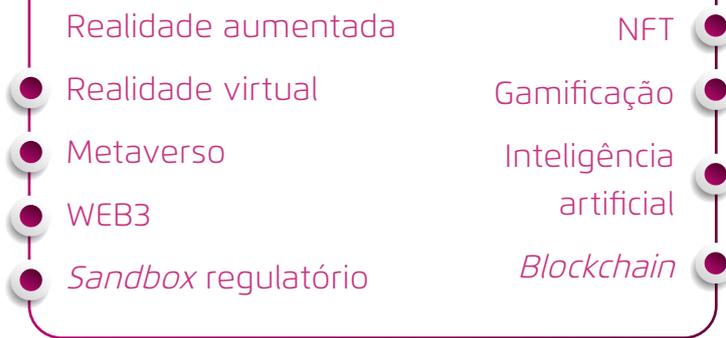
Ainda vale ressaltar que as tendências para a economia criativa apontam para ações modernizantes e inovadoras nas cidades, bem como na forma de integração e articulação da população nos meios urbanos. Em um futuro próximo serão introduzidos elementos de cidades inteligentes nas diversas localidades do país que apontam para uma maior eficiência na administração dos recursos públicos, no aumento da utilização de Internet das Coisas (IoT), na infraestrutura urbana e na organização

das atividades de lazer, dentre outros benefícios. Isso já desponta como um grande potencial de negócios em diferentes frentes, como a montagem de grandes bancos de dados, os investimentos e a construção da infraestrutura urbana e as novas formas de fazer e divulgar a cultura e a arte.

Dada as colocações acima e buscando uma caracterização comum das tendências, foi possível agrupá-las em três vetores, tais como a digitalização, o consumo e a produção criativa e os territórios criativos.

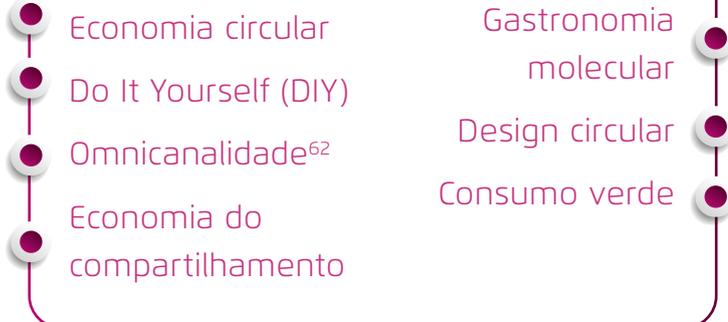
Digitalização

Ganhou muita força no período da pandemia, principalmente com o aumento da demanda de serviços on-line e digitais, e tem um potencial de gerar novos negócios futuros. Essa tendência continuará para os próximos anos e transbordará para uma série de segmentos da economia criativa.



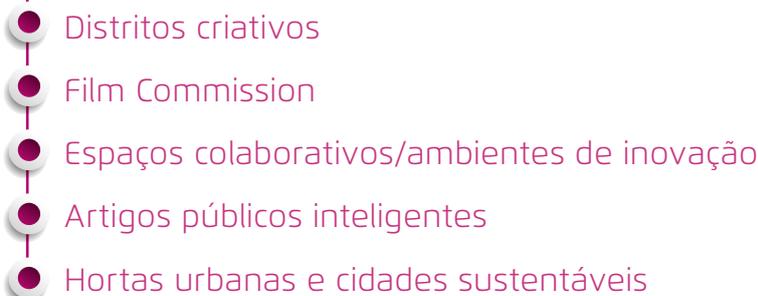
Produção e consumo criativo

Concentra elementos de mudanças na produção e no consumo vindos de um novo comportamento dos consumidores e novas exigências deles para um consumo mais sustentável, inclusivo e diversificado.



Territórios criativos

Aponta iniciativas que melhoram a integração dos elementos de uma cidade ou região para a promoção da criatividade, levando em consideração o avanço de novas tecnologias para as cidades, questões humanistas e sustentáveis.



⁶² O omnicanal é o termo em português do conhecido omnichannel, em inglês. O significado de omnicanal é comunicação em múltiplos canais que oferecem uma experiência unificada ao cliente.

O quadro abaixo apresenta a descrição das tendências e as tecnologias-chave que embasaram a elaboração da Rota Estratégica. Destaca-se que as tecnologias abordadas neste documento não são exaustivas e, principalmente, em se tratando da economia criativa, é comum de se esperar o surgimento de várias outras soluções inovadoras para o setor ao longo do tempo.

DIGITALIZAÇÃO

REALIDADE AUMENTADA

A Realidade Aumentada (RA) é uma forma de aprimorar a experiência imersiva do usuário de bens e serviços criativos, através da integração entre espaços físicos e componentes do mundo virtual. A RA combina os elementos do mundo digital e real, gerando interação em tempo real entre aplicações 3D de objetos virtuais e reais. Além de ser utilizada em lojas virtuais, a RA é aplicada em projetos de arquitetura, como o planejamento e o design de ambientes. Esse tipo de inovação também pode ser utilizado em museus, para interatividade com obras de arte e bens culturais e em tours em sítios históricos.

REALIDADE VIRTUAL

A Realidade Virtual (RV) é utilizada para ampliar a experiência imersiva do usuário de bens criativos e serviços criativos. Por meio da utilização de óculos de realidade virtual, há a inserção completa do indivíduo em um mundo 3D virtualmente planejado com efeitos visuais e sonoros. As aplicações são diversas e podem ser encontradas em museus 4.0, galerias de arte digital, jogos realistas, pesquisa e desenvolvimento, entre outros.

METAVERSO

Mundo digital descentralizado que resulta em uma intersecção entre arte, cultura e tecnologia. É um ambiente no campo digital onde as coisas de valor podem ser trocadas e o conteúdo pode ser comercializado. Pode ser organizado como um ecossistema, que impactará na maneira como as pessoas interagem e trocam ativos digitais tokenizados. Além de ser possível comercializar ativos autorais como músicas e obras de arte, o metaverso demandará profissionais criativos, como designers gráficos, diretores de arte, editores de imagem e ilustradores, para construção de mundos virtuais.

WEB3

Terceira geração da internet que utiliza tecnologias como a inteligência artificial e *blockchain* na base do seu funcionamento. A partir da Web3, as compras e os registros de artes digitais podem ser realizados por meio de NFTs, sem a necessidade de intermediários, utilizando apenas a *blockchain* e possibilitando uma maior segurança para os usuários.

DIGITALIZAÇÃO

SANDBOX REGULATÓRIO

As novas tecnologias interferem nos hábitos e nas relações culturais, que são regulados pelas leis de um território. Como as legislações podem demorar para serem alteradas, elas podem se tornar entraves para o desenvolvimento de um ambiente de inovação. Nos *Sandbox* Regulatórios, o ambiente experimental permite, temporariamente, que empresas testem o oferecimento de serviços e produtos inovadores e disruptivos sem que o quadro regulatório existente limite a aplicação de novas tecnologias. Esses ambientes são aplicados tanto para a criação de produtos por startups quanto em novas tecnologias de cidades inteligentes.

NFT

Os *Non-Fungible Tokens* são registros baseados em *blockchain*, que podem transformar obras de arte e jogos em ativos digitais únicos, exclusivos e autênticos. A partir de uma NFT é possível comercializar músicas, artes digitais, itens de jogos, para citar algumas possibilidades, sem a necessidade de intermediários e com a proteção dos direitos autorais.

GAMIFICAÇÃO

Os elementos de jogos digitais têm sido utilizados como soluções em projetos e processos de vendas, treinamentos e planos de fidelidade. O processo de gamificação incorpora regras, desafios e objetivos nos processos que estimulam a competição e a colaboração entre usuários. Com o auxílio da realidade aumentada ou virtual, a gamificação também tem sido utilizada como ferramenta de engajamento, disseminação e preservação de patrimônios culturais e naturais.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Desenvolvimento e contínuo aprimoramento de sistemas computacionais capazes de desempenhar tarefas que, normalmente, demandam inteligência humana. Análise de grandes bancos de dados, aprendizado incremental e tomada de decisões são exemplos de habilidades desenvolvidas pelas máquinas dotadas de IA, as quais podem ser empregadas no auxílio às atividades criativas, que vão desde a produção roteiros, criação de publicidade direcionada, embarcadas em brinquedos interativos, em projetos arquitetônicos de casas inteligentes até na composição de músicas e obras de arte.

BLOCKCHAIN

Crescente utilização de tecnologia de armazenamento e distribuição de dados em blocos virtuais criptografados e imutáveis que podem ser acessados por partes interessadas somente para conhecimento do conteúdo neles registrados e verificação de autenticidade. Na Economia Criativa, essa tecnologia ganha espaço no registro de obras digitais e direitos autorais, além de permitir a venda direta ao consumidor.

PRODUÇÃO E CONSUMO CRIATIVO

ECONOMIA CIRCULAR

Intensificação de estratégia de produção e consumo que rompe com o tradicional modelo econômico linear caracterizado pela geração de grandes volumes de resíduos e pelos altos índices de ineficiência e desperdício. A economia circular propõe um modelo em que produtos, componentes e materiais são mantidos circulando pelo maior tempo possível na cadeia em ciclos técnicos e biológicos. No segmento de design de produtos, os resíduos de uma determinada produção podem se tornar insumos para o desenvolvimento de novos artefatos, mercadorias e objetos.

DO IT YOURSELF (DIY)

As técnicas DIY demandam o serviço de arquitetos e designers de interiores para uma nova destinação de materiais descartados em um outro contexto. Essa prática, também conhecida como *upcycling*, é aplicada em pequenas reformas residenciais, customização de roupas e criação de artefatos decorativos utilizando-se de alguma intervenção criativa.

ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO

Modelo de mercado caracterizado pela geração de valor a partir do uso comum de bens, espaços e instrumentos e na organização dos cidadãos em redes. O conceito está estreitamente ligado ao desenvolvimento de tecnologias e softwares de comunicação, que são responsáveis pela intermediação do compartilhamento de bens e serviços. Por meio de grande volume de dados (*Big Data*) gerados nos aplicativos de compartilhamento, empresas podem produzir insights sobre novos produtos e serviços utilizando TICs. Além disso, os setores cultural e audiovisual também podem se beneficiar da locação de máquinas e dos financiamentos via *crowdfunding* (financiamento colaborativo).

OMNICALIDADE

Conhecido como Varejo 3.0, esse formato propõe uma gestão integrada de todos os canais de venda, capaz de gerar a melhor experiência de compra para o cliente. A ideia é que os canais de venda e marketing de uma empresa não compitam entre si, mas sejam integrados, sinérgicos e consistentes. Na economia criativa, os segmentos que dependem do varejo podem utilizar a convergência entre os canais de vendas físicas e virtuais para atender seus clientes de forma direta, integrada e sinérgica.

PRODUÇÃO E CONSUMO CRIATIVO

GASTRONOMIA MOLECULAR

Área da gastronomia que utiliza técnicas da indústria de alimentos na cozinha tradicional. Essas técnicas, que utilizam componentes químicos, são capazes de gerar alterações na textura, na forma e nas sensações do alimento/refeição original. Durante o processo criativo é possível alterar o modo de planejar, preparar e degustar diversas receitas.

DESIGN CIRCULAR

Intensificação de pesquisas e do desenvolvimento de materiais com o intuito de agregar novas características e propriedades aos produtos e reduzir a pegada de carbono nas indústrias. No setor de moda, destacam-se iniciativas orientadas ao desenvolvimento e à aplicação de fibras mais resistentes, dos têxteis inteligentes, de colas tecnológicas e de fibras naturais na confecção de roupas, calçados e acessórios. A adesão à tendência também está associada ao engajamento de marca e ganho de competitividade.

CONSUMO VERDE

Associado à consciência ambiental, saúde e bem-estar, os consumidores estão buscando alternativas sustentáveis para o consumo. Além da ética alimentar, a tendência também está conectada com a redução dos riscos ambientais e de escassez ecológica, com impactos no consumo de alimentos, roupas e cosméticos.

TERRITÓRIO CRIATIVO

DISTRITOS CRIATIVOS

Estão atrelados à revitalização de espaços públicos e áreas urbanas, tais como praças, centro históricos e bairros, com base no desenvolvimento de negócios criativos. Normalmente, a formação desses distritos se dá por iniciativa popular ou união de empreendimentos e profissionais criativos, juntamente com o amparo do poder público e do ecossistema local de produção na proposição de leis e regulamentos para o território definido. Nesses habitats são incentivados maiores contatos com a cultura e com os talentos locais, demonstrando a identidade do território e fomentando atividades inovadoras.

TERRITÓRIO CRIATIVO

FILM COMMISSIONS

Define uma empresa, pública ou PPP, que forma um elo com as comunidades locais e as produtoras, facilitando e apoiando a produção audiovisual em áreas públicas, estabelecendo padrões regulamentares e legais e atuando como um núcleo de intercâmbio de informações de produções. Os estabelecimentos dessas organizações favorecem a captação e o apoio ao audiovisual, oferecendo oferta de locações, estúdios, questões burocráticas envolvendo autoridades locais e agilidade nas liberações necessárias. Além do atrativo turístico, as *Film Commissions* promovem a imagem do patrimônio público local com o aumento do sentimento de pertencimento, estimula a criatividade e impulsiona as qualificações locais relacionadas ao setor audiovisual.

ESPAÇOS COLABORATIVOS/ AMBIENTES DE INOVAÇÃO

Com novos hábitos de trabalho em ascensão e mais profissionais sem locais de trabalho fixos, cresce a demanda por plataformas colaborativas e locais destinados ao *coworking*. Edifícios e condomínios, estruturas compartilhadas, parques tecnológicos, incubadoras, aceleradoras, *hubs*, espaços de *coworking* e *open labs* são entendidos como espaços para a difusão de tecnologias. Esses ambientes também são vetores propícios à inovação e ao empreendedorismo, constituindo ambientes característicos da nova economia baseada no conhecimento.

ATIVOS PÚBLICOS INTELIGENTES

O planejamento das cidades é influenciado pelas novas tecnologias digitais e isso leva a uma mudança nos projetos com a inclusão de ativos inteligentes. Essas novas tecnologias já estão permitindo uma melhor gestão dos ativos urbanos, o monitoramento da degradação dos ativos públicos e o fornecimento de uma gama de serviços para a população, tais como, tais como internet pública de qualidade acoplada à infraestrutura de iluminação pública e o melhor uso das vagas de estacionamento em áreas de grande movimentação.

HORTAS URBANAS E CIDADES SUSTENTÁVEIS

Os grandes centros urbanos têm vários espaços propícios à produção de alimentos, como terrenos baldios e telhados de edifícios. A utilização dessas áreas para a implementação de hortas contribui, em muitos sentidos, para a sustentabilidade e o bem-estar nas cidades e para a criação de novos postos de trabalho e da aproximação do mercado consumidor à produção de hortaliças. Além disso, o grande volume de lixo orgânico produzido nas cidades pode ser destinado para essas localidades e utilizado como compostagem na adubação.

INTELIGÊNCIA COLETIVA

	NOME	INSTITUIÇÃO⁶³
1	ALEXANDRE AUGUSTO DE DEUS PONTUAL	Ana Bandeira Chocolates
2	ALEXANDRE PEREIRA CHAHAD	Agência de inovação do Instituto Federal do Espírito Santo (Agifes)
3	ALEXSSANDRO MELO FURTADO	Locomotipo Centro Capixaba de Design (CCD)
4	ANA CARLA FONSECA REIS (CAINHA)	Garimpo Soluções
5	ANA CLAUDIA BERWANGER	Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes)
6	ANA IVONE SALOMON MARQUES	Aderes (Agência de Desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas e do Empreendedorismo)
7	ANDRÉ GOMYDE PORTO	Instituto Brasileiro de Cidades Humanas, Inteligentes, Criativas e Sustentáveis (IBRACHICS)
8	ANDRÉ LUIS GOMES LIRA	CULTIVE
9	ANDRÉA ARAÚJO REGGIANI	Sindicato da Indústria de Joalheria, Bijuteria e Lapidação de Gemas do Estado do Espírito Santo (Sindijoias)
10	ANGELA GOMES DE SOUZA	Design, Arquitetura e Urbanismo Sustentáveis (DAUS)
11	ANILTON SALLES GARCIA	Instituto de Inovação Tecnológica da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes)
12	ANISME PAIM DE ASSIS	Porão Criativo
13	ANTONIO FERNANDO DORIA PORTO	AD Consult Soluções Corporativas Instituto Brasileiro de Cidades Humanas, Inteligentes, Criativas e Sustentáveis (IBRACHICS)
14	ARTHUR CARLOS BAUTZ	Sindicato da Indústria de Joalheria, Bijuteria e Lapidação de Gemas do Estado do Espírito Santo (Sindijoias) Bautz

⁶³ Refere-se às instituições às quais os especialistas pertenciam durante o período de contribuições para a construção das ações (outubro de 2022 a janeiro de 2023).

15	BARBARA OHANNA MOREIRA	Companhia de Desenvolvimento, Tecnologia e Inovação de Vitória (CDTIV)
16	BERENICIA CORREA NASCIMENTO	Associação das Paneleiras de Goiabeiras (APG)
17	BIANCA AMORIM SPERANDIO	Vila Consultoria Crush
18	BRUNO GOMES MOREIRA	Spicine São Paulo Film Commission
19	BRUNO LEONARDO DE LIMA	Sagui produções
20	CAETANO MONTEIRO	Agência Chuva
21	CAMILA MESQUITA CHISTÉ OLIVEIRA	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai)
22	CARINE CARDOSO	Faesa Associação de Profissionais da Propaganda (APP) Carine Cardoso Estratégias para Marcas
23	CARLOS FRANCISCO OLA	Grupo Teatral Gota, Pó e Poeira
24	CARLOS MAGNO CORREA SANTOS	Finordia Sindicato da Indústria Cinematográfica do Estado do Espírito Santo (Sinaes) Conselho Temático da Economia Criativa (Conect)
25	CAROLINA BIBERG MAIA	Secretaria de Estado da Cultura do Rio Grande do Sul (Sedac)
26	CAROLINE MAURI	Rede Gazeta Fonte Hub
27	CÉLIA REGINA FONTES	Ateliê Lia Fontes Coletivo ACALME (Ampliação do Cuidado com Arte, Livros/Leitura, Mediação e Empreendedorismo)
28	CESAR PIVA	Polo Audiovisual da Zona da Mata
29	CLAIR DA CUNHA MOURA JUNIOR	SoulKitembo
30	CLAUDIA SOUSA LEITÃO	Tempo de Hermes Universidade Estadual do Ceará (Uece)
31	CRISTIANE MARTINS DO CANTO	Associação Cultura Capixaba (Cuca)
32	DANIEL CARAMURU ARRAIS	Associação Capixaba de Tecnologia e Inovação (Act!on) Conselho Temático da Micro e Pequena Empresa (Compem) DCA Sistemas e Soluções

33	DANIEL GONÇALVES MORELO	MM Projetos Culturais
34	DANIELA KLEIN	KICK
35	DENIS FERRARI	Azys Inovação Associação Capixaba de Tecnologia e Inovação (ACT!ON)
36	DUANA PEIXOTO PEREIRA	MM Projetos Culturais
37	EDER FORMIGONI VALADARES	Finordia Sindicato da Indústria Cinematográfica do Estado do Espírito Santo (Sinaes) Conselho Temático da Economia Criativa (Conect)
38	EDSON POLONI LOBO DE AGUIAR	Sui generis Ed Lobo Produções
39	EDUARDO BARCELOS	Web3 Club WeBelieve Hub
40	ELENIZIA DA CONCEIÇÃO BATISTA	Árvore Casa das Artes
41	ELISA MACHADO TAVEIRA	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan)
42	ELOISA HELENA FERREIRA LUCIDATO	Associação das Paneleiras de Goiabeiras (APG)
43	IVALDO PEREIRA PORTELA	Museu Solar Monjardim
44	FABIANO ARAÚJO COSTA	Faculdade de Música do Espírito Santo "Maurício de Oliveira" (Fames)
45	FABIANO RODRIGUES DE PAULA	CEET Vasco Coutinho Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes)
46	FABIO COELHO MARTINS	Fábrica de Pios Maurílio Coelho - Indústria e Comércio Maurílio Coelho
47	FABRÍCIO COSTA SILVA	A Oca – Bistrô, Ateliê e Hostel
48	FELIPE DA SILVA GOMES	Monomotor Design
49	FELIPE NADER DA SILVA	Ave Design Centro Capixaba de Design (CCD)
50	FIDEL HUGO PRANDO	Ctrl Play
51	FLÁVIA GONZAGA	Spicine São Paulo Film Commission
52	FRANCISCO ALVES RIBEIRO FILHO (CHICO RIBEIRO)	Balaio Design + Estratégia Conselho Temático da Economia Criativa (Conect) Centro Capixaba de Design (CCD)

53	FRANCO MACHADO	Mogai Conselho Temático da Economia Criativa (Conect)
54	GABRIEL ALMEIDA ALBUQUERQUE	Pesquisador
55	GIOVANY GAVA	Studio Naípe Centro Capixaba de Design (CCD)
56	HEGLAE MALHEIROS MAIA	Kawaii Games
57	HUGO CRISTO SANT'ANNA	Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes)
58	ISABELA CASTELLO MIGUEL	Decoranea
59	IZOLINA PASSOS SIQUEIRA	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) – ES
60	JÉSSICA GOMES TRISTÃO	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) – ES
61	JOÃO ALBERTO DE QUEIROZ (JOHNNY LARANJEIRA)	Armazém da Criatividade Porto Digital
62	JOELMA PASSOS DOS SANTOS	Designer
63	JOSÉ CARLOS DE OLIVEIRA	Logicalis Brasil
64	JUAREZ JOSÉ HENRIQUE CAMPOS (CHEF JUAREZ CAMPOS)	Casa do Chef Juarez Oriundi
65	JUCIMAR DOS SANTOS ROCHA	Ave Design Centro Capixaba de Design (CCD)
66	JULIANA LISBOA SANTANA	Cidade Quintal
67	LATUSSA BIANCA LARANJA MONTEIRO	Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN)
68	LEONARDO BIS DOS SANTOS	Instituto Federal do Espírito Santo (Ifes)
69	LEONARDO LOPES DE OLIVEIRA	Instituto Federal do Espírito Santo (Ifes)
70	LEONARDO PREST MERÇON ROCHA	Fotógrafo Instituto Últimos Refúgios
71	LICIA MESQUITA RAMOS	Impact Hub Vitória
72	LILIAN FIGUEIRA CAVALCANTE JEVEAUX	Serviço Social da Indústria (Sesi) – ES
73	LORENA GLADYS CALIMAN MEJIA	Banco de Desenvolvimento do Espírito Santo (Bandes)
74	LORENA LOUZADA VERVLOET	Secretaria de Estado da Cultura (Secult)

75	LUANA PEREIRA LORIANO	Instituto das Pretas
76	LUCIANO RAIZER MOURA	Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes) Associação Capixaba de Tecnologia e Inovação (ACTION) Fundação Espírito-Santense de Tecnologia (Fest)
77	LUIS CLAUDIO MAGNAGO ANDRADE	Conselho Temático da Economia Criativa (Conect)
78	LUIZ EDUARDO ABREU HADAD	MUDA – Cambiatus
79	LUIZ SALOMÃO RIBAS GOMEZ	Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Cocreation Lab
80	MARCELO LAGES	Fórum Brasileiro de Ópera, Dança e Música de Concert Conselho Temático da Economia Criativa (Conect)
81	MARIA ISABEL LOUZADA LEMOS	Artesã Observatório da Indústria/Findes
82	MARIANNE MALINE DE LIMA	Secretaria de Estado da Cultura (Secult)
83	MARLENE MARTINS DE OLIVEIRA	Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes)
84	NEMÉZIO VIEIRA DE ANDRADE FILHO	Sindicato da Indústria da Construção Civil no Estado do Espírito Santo (Sinduscon) Conselho Temático da Economia Criativa (Conect)
85	NIASE BORJAILLE FERREIRA	Mindworks Associação Capixaba de Tecnologia e Inovação (ACTION)
86	NOELIA DA SILVA MIRANDA	Editoria Nsoromma
87	ORLANDO LOPES ALBERTINO	Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes)
88	PRISCILA CEOLIN GONÇALVES PEREIRA	Palete Parque
89	PRISCILA GAMA DE OLIVEIRA	Instituto das Pretas
90	PRISCILA RICARDO DOS SANTOS DA SILVEIRA	Oxy Marketing Grupo de Estudos em Criatividade e Inovação (Geci/Ufes)
91	RAPHAEL GASPAR TEBALDI DA SILVA	MAKNA Hub Criativo Virtual

92	RENATA AGOSTINE VESCOVI	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) – ES
93	ROBSON MALACARNE	Instituto Federal do Espírito Santo (Ifes)
94	RONALDO BARBOSA	Museu Vale
95	RUTE SANTOS DE JESUS	Secretaria de Estado da Cultura (Secult)
96	SAULO RIBEIRO AMORIM	Editora Cousa
97	SILVIO SOLEDADE	Associação dos Profissionais de Propaganda (APP)
98	SIMONE MARÇAL	Parceiros do Bem MM Projetos Culturais
99	TATIANA APARECIDA FERREIRA DOIN	Fundação Estadual de Inovação em Saúde - iNOVA Capixaba
100	VALDIR BRUNELLI VALÉRIO JUNIOR	Consultor
101	VALDIRENE CORRÊA VASCONCELLOS	Companhia de Desenvolvimento, Tecnologia e Inovação de Vitória (CDTIV)
102	VICTOR GUEDES BARBOSA	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Espírito Santo (Fapes)
103	VICTOR HUGO KÖRTING DE ABREU	Faesa Mobo Games
104	VITOR ESTEVÃO SILVA SOUZA	Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes)
105	VITÓRIA DE MATTOS DIAS	Spicine São Paulo Film Commission
106	YURI BATALHA MAGALHÃES	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan)

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACALME	Ampliação do Cuidado com Arte, Livros/Leitura, Mediação e Empreendedorismo
Action	Associação Capixaba de Tecnologia e Inovação
Aderes	Agência de Desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas e do Empreendedorismo
Agifes	Agência de inovação do Instituto Federal do Espírito Santo
Amunes	Associação dos Municípios do Espírito Santo
APG	Associação das Paneleiras de Goiabeiras
APP	Associação de Profissionais da Propaganda
ArteSanto	Feira Nacional do Artesanato do Espírito Santo
Bandes	Banco de Desenvolvimento do Espírito Santo
CBO	Classificação Brasileira de Ocupações
CCD	Centro Capixaba de Design
CDTIV	Companhia de Desenvolvimento, Tecnologia e Inovação de Vitória
CEC	Conselho Estadual de Cultura
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
Conect	Conselho Temático da Economia Criativa
Compem	Conselho Temático da Micro e Pequena Empresa
Cuca	Associação Cultura Capixaba
DAUS	Design, Arquitetura e Urbanismo Sustentáveis
DCMS	<i>Department for Culture, Media and Sport</i>
DIT	Destinos Turísticos Inteligentes
ESG	<i>Environmental, social and corporate governance</i>
Faesa	Faculdades Integradas Espírito-santense
Fames	Faculdade de Música do Espírito Santo "Maurício de Oliveira"
Fapes	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Espírito Santo

FBODM	Fórum Brasileiro de Ópera, Dança e Música de Concerto
Fest	Fundação Espírito-Santense de Tecnologia
Fiep	Federação das Indústrias do Estado do Paraná
Findes	Federação das Indústrias do Estado do Espírito Santo
Firjan	Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
Flic	Feira Literária Capixaba
Geci	Gerência de Economia Criativa
IA	Inteligência Artificial
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBRACHICS	Instituto Brasileiro de Cidades Humanas, Inteligentes, Criativas e Sustentáveis
Iepha	Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico
IG	Indicação Geográfica
IJSN	Instituto Jones dos Santos Neves
iNOVA Capixaba	Fundação Estadual de Inovação em Saúde
IoT	<i>Internet of Things</i> ou Internet das Coisas
Iphan	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
LGBTQIAPN+	Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros, Queers, Intersexos, Assexuais, Pansexuais, Não-binário e mais
LICC	Lei de Incentivo à Cultura Capixaba
MIS	Museu da Imagem e do Som
MPV	Mínimo Produto Viável
NFT	Non-Fungible Token
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
ONU	Organização das Nações Unidas
PcD	Pessoas com Deficiência
PIB	Produto Interno Bruto

PNAD Contínua	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua
PPP	Parceria Público-Privada
QR	Quick Response
RA	Realidade Aumentada
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
RV	Realidade virtual
Sebrae/ES	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Espírito Santo
Secult/ES	Secretaria de Estado Cultura
Senai/ES	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
Sesi/ES	Serviço Social da Indústria
Sinaes	Sindicato da Indústria Cinematográfica do Estado do Espírito Santo
Sindijoias	Sindicato da Indústria de Joalheria, Bijuteria e Lapidação de Gemas do Estado do Espírito Santo
Sinduscon	Sindicato da Indústria da Construção Civil no Estado do Espírito Santo
TIC	Tecnologias da inovação e comunicação
Uece	Universidade Estadual do Ceará
Ufes	Universidade Federal do Espírito Santo
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
Unctad	United Nations Conference on Trade and Development

REFERÊNCIAS

- ÁFRICA DO SUL. Departament: Arts and Culture. **Cultural and Creative Industry (CCI) Trend**. Johannesburg: [s. n.], 22p., 2018.
- AMERICANS FOR THE ARTS. **10 Trends that will Impact Arts, Culture, and the Creative Economy in 2021**. Washington DC: [s. n.], 11p., 2020.
- AUSTRALIAN GOVERNMENT. **Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy**, October 1994. Disponível em: <https://webarchive.nla.gov.au/awa/20031203235148/http://www.nla.gov.au/creative.nation/contents.html> Acesso em: 9 fev. 2023.
- BRASIL. ANCINE divulga resultado final da Chamada PRODAV 03, de Núcleos Criativos. **Ancine**, 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/assuntos/noticias/ancine-divulga-resultado-final-da-chamada-prodav-03-de-nucleos-criativos>. Acesso em: 10 jan. 2023.
- BRASIL. **Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991 - Lei Rouanet**. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8313compilada.htm#:~:text=L8313%20compilada&text=LEI%20N%C2%BA%208.313%2C%20DE%2023%20DE%20DEZEMBRO%20DE%201991.&text=Restabelece%20princ%C3%ADpios%20da%20Lei%20n,Pronac\)%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%AAs](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8313compilada.htm#:~:text=L8313%20compilada&text=LEI%20N%C2%BA%208.313%2C%20DE%2023%20DE%20DEZEMBRO%20DE%201991.&text=Restabelece%20princ%C3%ADpios%20da%20Lei%20n,Pronac)%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%AAs). Acesso em: 7 nov. 2022.
- BRASIL. Ministério do Trabalho e Previdência. **Relatório de informações socioeconômicas (RAIS)**. Disponível em: https://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_rais_estabelecimento_id/login.php. Acesso em: 18 jan. 2019
- CAUZZI; C. L. **Determinando os setores criativos brasileiros**: aplicação do modelo de intensidade criativa. 160p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-Graduação em Economia. Porto Alegre, Rio Grande do Sul, 2019.
- CB INSIGHTS. **12 Tech Trends to Watch Closely in 2022**. Nova York: [s. n.], 70p., 2022.
- CONSELHO ESTADUAL DE CULTURA (Espírito Santo). **Bens imóveis tombados**. CEC, 2023. Disponível em: <https://secult.es.gov.br/Media/Secult/2023/Bens%20IMO%CC%81VEIS%20Tombados%20-%20CEC%20-%20300323.pdf>. Acesso em: 04 abr. 2023.
- CLOSS, L.; OLIVEIRA, S. R. Economia criativa e territórios usados: um debate baseado nas contribuições de Milton Santos. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 15, n. 2, Artigo 9, Rio de Janeiro, abr.-jun., 2017.
- COMISSÃO ECONÔMICA PARA A AMÉRICA LATINA E O CARIBE – CEPAL; ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS IBERO-AMERICANOS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA – OEI. **A contribuição da cultura para o desenvolvimento econômico na Ibero-América**. Madri: Organização dos Estados Ibero-Americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI), 2021. 308p. Disponível em: <https://oei.int/pt/escritorios/secretaria-geral/publicacoes/la-contribucion-de-la-cultura-al-desarrollo-economico-en-iberoamerica>. Acesso em: 8 mar. 2023.
- COMISSÃO EUROPEIA. **Advanced Technologies for Industry – Sectoral Watch: technological trends in the creative industries**. Bruxelas: [s. n.], 29p., 2021.
- DELLOITTE. **The future of the creative economy**. Londres: [s. n.], 77p., 2021.
- EDUCAÇÃO em um cenário de plataformação e de economia dos dados: problemas e conceitos. **Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR**. São Paulo, SP: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2022.
- ESPÍRITO SANTO (Estado). **Secretaria de Estado da Cultura**. Conselho Estadual de Cultura. Patrimônio Cultural do Espírito Santo. Vitória: Secult, 2009.
- FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO – Firjan. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: Firjan, 2022. 104p. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/economiacriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa2022.pdf>. Acesso em: 7 nov. 2022.

FORBES COUNCILS MEMBER. 15 Customer Behavior Trends Emerging this year. **Forbes**, Nova York, 2021. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2021/03/15/15-customer-behavior-trends-emerging-this-year/?sh=658b732114d9>. Acesso em: 5 out. 2022.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS – FGV. **A cultura na economia brasileira**. Rio de Janeiro: FGV Projetos, 2015. 164p. Disponível em: <https://conhecimento.fgv.br/sites/default/files/pdf.pdf>. Acesso em: 7 nov. 2022.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS – FGV. **Relatório sobre os impactos econômicos da Covid-19: Economia Criativa**. Rio de Janeiro: FGV Projetos, 2020. 24p. Disponível em: https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/economiacriativa_formatacaosite.pdf. Acesso em: 7 nov. 2022.

GODET, M.; DURANCE, P. **A prospectiva estratégica: para as empresas e os territórios**. Paris: Unesco, 173p., 2011.

GOMYDE, A.; FREES, C.; DÓRIA, F.; CAMPOLARGO, M. (org.). **O Futuro das CHICS: como construir agora as cidades humanas, inteligentes, criativas e sustentáveis**. Brasília: [s. n.], 410p., 2020.

IDEIES. **Setores Portadores de Futuro para o Estado do Espírito Santo 2035**. Espírito Santo, Ideies. 112p., 2018.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA – INEP. **Censo da Educação Superior**. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/web/guest/microdados>. Acesso em: 13 mar. 2023.

INSTITUTO DE ENSINO E PESQUISA – Insper. Tecnologia na educação: quando inovação e conhecimento se unem. **Insper**, 2022. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/noticias/tecnologia-educacao/>. Acesso em: 9 fev. 2023.

INSTITUTO JONES DOS SANTOS NEVES – IJSN. **Economia criativa no Espírito Santo**. (Texto para discussão, 57). Vitória: IJSN, 60p., 2016. Disponível em: http://www.ijsn.es.gov.br/attachments/article/4675/TD57_Economia_Criativa_no_Espirito_Santo.pdf. Acesso em: 7 nov. 2022.

JOUVENEL, B. de. **The Art of Conjecture**. London and New York: Routledge Taylor & Francis Group, 326p., 2012.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Inside Advertising 2022: a retomada do crescimento**. [S. l.: s. n.], 2022. Disponível em: <https://kantariibopemedia.com/conteudo/estudo/inside-advertising-2022/>. Acesso em: 12 mar. 2023.

MUJICA, M. M. Building resilient and sustainable cultural and creative sectors. In: UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO). **Reshaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good**. Paris: França, 2022. p. 43-69.

NAÇÕES UNIDAS. Conferência das Nações Unidas sobre comércio e desenvolvimento (Unctad). **International Year of Creative Economy for Sustainable Development, 2021**. Genebra: [s. n.], 2019.

NAÇÕES UNIDAS. Conferência das Nações Unidas sobre comércio e desenvolvimento (Unctad). **Creative Industry 4.0 towards a new globalized creative economy**. Genebra: [s. n.], 56 p., 2021.

NEWBIGIN, J. **A economia criativa: um guia introdutório**. London: British Council, 2010.

PORTOLÉS, J. B. COVID-19: Testing times for the diversity of cultural expressions. In: UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO). **Reshaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good**. Paris: França, 2022. p. 33-40.

- SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA - SECULT. Conselho Estadual de Cultura. **Patrimônio cultural do Espírito Santo – Arquitetura**. Espírito Santo, Secult. 560 p., 2009.
- SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA - SECULT. Economia Criativa. **Secult**, 2022. Disponível em: <https://secult.es.gov.br/economiacriativa>. Acesso em: 7 nov. 2022.
- SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA - SECULT. Tombamento. **Secult**, 2023. Disponível em: <https://secult.es.gov.br/tombamento>. Acesso em: 12 mar. 2023.
- SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO. Site do Descubra o Espírito Santo, 2022. Disponível em: <https://descubraoespiritosanto.es.gov.br/>. Acesso em: 7 nov. 2022.
- SERRA, N.; FERNANDEZ, R. S. Economia criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. **Revista de Administração e Inovação**, vol. 11, núm. 4, p. 355-372, out.-dez., 2014.
- TREITEL, R. **Roadmap et roadmapping**: tout ce que vous voulez savoir sur les roadmaps et vous n'avez jamais osé demander. [S. l.: s. n.], 2005. Disponível em: <http://igart.free.fr/>. Acesso em: 1 ago. 2019.
- UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT – UNCTAD. **Creative Industry 4.0 towards a new globalized creative economy**. Genebra: [s. n.], 56p., 2021.
- UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT – UNCTAD. **Creative Economy outlook**. Genebra: [s. n.], 2022.
- UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT – UNCTAD. **International Year of Creative Economy for Sustainable Development, 2021**. Genebra: [s. n.], 2019.
- UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT – UNCTAD. **Relatório de economia criativa 2010**: economia criativa uma, opção de desenvolvimento. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012. 424p. Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_pt.pdf. Acesso em: 7 nov. 2022.

ANEXO

Tabela 2 - Relação da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) da cadeia produtiva do Setor de Economia Criativa

Grandes Setores	Segmentos	Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE	
Cultura	Patrimônio	9101-5/00	Atividades de bibliotecas e arquivos
		9102-3/01	Atividades de museus e de exploração de lugares e prédios históricos e atrações similares
		9102-3/02	Restauração e conservação de lugares e prédios históricos
		9002-7/02	Restauração de obras de arte
	Espetáculo e Festivais	8230-0/01	Serviços de organização de feiras, exposições, congressos e festas
		7721-7/00	Aluguel de equipamentos recreativos e esportivos
		7739-0/03	Aluguel de palcos, coberturas e outras estruturas de uso temporário, exceto andaimes.
		9001-9/06	Atividades de sonorização e iluminação
		9493-6/00	Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e a arte
		9001-9/05	Produção de espetáculos de rodeios, vaquejadas e similares
		8230-0/02	Casas de festas e eventos
	Música	3220-5/00	Fabricação de instrumentos musicais, peças e acessórios
		5920-1/00	Atividades de gravação de som e de edição de música
		9001-9/02	Produção musical
		8592-9/03	Ensino de música
	Artes Cênicas	8592-9/01	Ensino de dança
		8592-9/02	Ensino de artes cênicas, exceto dança
		9001-9/01	Produção teatral
		9001-9/03	Produção de espetáculos de dança
		9001-9/99	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares não especificadas anteriormente
		9001-9/04	Produção de espetáculos circenses, de marionetes e similares
		9003-5/00	Gestão de espaços de artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas

Grandes Setores	Segmentos	Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE	
Cultura	Artes Visuais	7420-0/01	Atividades de produção de fotografias, exceto aéreas e submarina
		7420-0/02	Laboratórios fotográficos
		7420-0/03	Atividades de produção de fotografias aéreas e submarinas
		8592-9/99	Ensino de arte e cultura não especificado anteriormente
		9002-7/01	Atividades de artistas plásticos, jornalistas independentes e escritores
	Artesanato	1622-6/99	Fabricação de outros artigos de carpintaria para construção
		1629-3/01	Fabricação de artefatos diversos de madeira, exceto móveis
		1629-3/02	Fabricação de artefatos diversos de cortiça, bambu, palha, vime, e outros materiais trançados, exceto móveis
		2349-4/99	Fabricação de produtos cerâmicos não refratários não especificados anteriormente
		3211-6/01	Lapidação de Gemas
		3211-6/02	Fabricação de artefatos de joalheria e ourivesaria
		3211-6/03	Cunhagem de moedas e medalhas
		3212-4/00	Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes
	Gastronomia	Gastronomia	5611-2/01
5611-2/03			Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares
5611-2/04			Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas, sem entretenimento
5620-1/01			Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para empresas
5620-1/03			Cantinas - serviços de alimentação privativos
5620-1/04			Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar
5611-2/05			Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas, com entretenimento
5620-1/02			Serviços de alimentação para eventos e recepções - bufê
5612-1/00			Serviço ambulantes de alimentação
Mídias			Audiovisual
	6010-1/00	Atividades de rádio	
	5914-6/00	Atividades de exibição cinematográfica	

Grandes Setores	Segmentos	Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE	
Mídias	Audiovisual	5913-8/00	Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão
		6022-5/02	Atividades relacionadas à televisão por assinatura, exceto programadoras
		6022-5/01	Programadoras
		5911-1/99	Atividades de produção cinematográficas, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente
		5911-1/02	Produção de filmes para publicidade
		5911-1/01	Estúdios cinematográficos
		5912-0/02	Serviços de mixagem sonora em produção audiovisual
		5912-0/99	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificados anteriormente
		5912-0/01	Serviços de dublagem
		7420-0/05	Serviços de microfilmagem
		7420-0/04	Filmagem de festas e eventos
	Editorial	5811-5/00	Edição de livros
		5812-3/02	Edição de jornais não diários
		5812-3/01	Edição de jornais diários
		5822-1/01	Edição integrada à impressão de jornais diários
		5822-1/02	Edição integrada à impressão de jornais não diários
		5821-2/00	Edição integradas à impressão de livros
		5819-1/00	Edição de cadastros, listas e outros produtos gráficos
		5829-8/00	Edição integrada à impressão de cadastros, listas e outros produtos gráficos
		5823-9/00	Edição integrada à impressão de revistas
		7490-1/01	Serviços de tradução, interpretação e similares
		5813-1/00	Edição de revistas

Grandes Setores	Segmentos	Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE	
Criações funcionais	Design	3240-0/01	Fabricação de jogos eletrônicos
		3240-0/99	Fabricação de outros brinquedos e jogos recreativos não especificados anteriormente
		7410-2/02	Design de interiores
		7410-2/99	Atividades de design não especificadas anteriormente
		7410-2/03	Design de produtos
		8130-3/00	Atividades Paisagísticas
	Arquitetura	7111-1/00	Serviços de Arquitetura
		7119-7/99	Atividades técnicas relacionadas à engenharia e arquitetura não especificadas anteriormente
		7119-7/03	Serviços de desenho técnico relacionados à arquitetura e engenharia
	Publicidade	6391-7/00	Agência de Notícias
		6399-2/00	Outras atividades de prestação de serviços de informação não especificadas anteriormente
		7312-2/00	Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação
		7311-4/00	Agências de publicidade
		7319-0/99	Outras atividades de publicidade não especificadas anteriormente
		7319-0/02	Promoção de vendas
		7319-0/03	Marketing direto
		7319-0/04	Consultoria em publicidade
		7319-0/01	Criação de estandes para feiras e exposições
		7320-3/00	Pesquisa de Mercado e de Opinião pública
7490-1/99		Outras atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente	
7490-1/05		Agenciamento de profissionais para atividades esportivas, culturais e artísticas	

Grandes Setores	Segmentos	Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE	
Tecnologia	Tecnologia da informação	6209-1/00	Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação
		6204-0/00	Consultoria em tecnologia da informação
		6311-9/00	Tratamento de dados, provedores de serviço de aplicação de serviços de hospedagem na internet
		6319-4/00	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet
	Desenvolvimento de softwares e jogos digitais	6201-5/02	Web Design
		6201-5/01	Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda
		6203-1/00	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não customizáveis
		6202-3/00	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis
	P&D	7210-0/00	Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências físicas e naturais
		7220-7/00	Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências sociais e humanas

Fonte: Comissão Nacional de Classificação (CONCLA) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Elaboração: Observatório da Indústria/Findes.

Tabela 3 - Relação da Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) da cadeia produtiva do Setor de Economia Criativa

123310	123605	123705	131105	131115
142310	142315	142330	142335	142505
142510	142515	142520	142525	142530
142535	142605	201205	203005	203010
203015	203020	203025	203105	203110
203115	203120	203125	203205	203210
203215	203220	203225	203230	203305
203310	203315	203320	203405	203410
203415	203420	203505	203510	203515
203520	203525	212205	212210	212215
212305	212310	212315	212320	212405
212410	212415	212420	212430	213430
214105	214110	214115	214120	214125
214130	214335	214340	214345	214350
214370	251110	251405	253110	253115
253120	253125	253130	253135	253140
261105	261110	261115	261120	261125
261130	261135	261140	261205	261210
261215	261305	261310	261405	261415
261430	261505	261510	261515	261520
261525	261530	261605	261610	261615
261620	261625	261705	261710	261715
261720	261725	261730	261805	261810
261815	261820	262105	262110	262115
262120	262125	262130	262135	262205
262210	262215	262220	262230	262235
262305	262310	262315	262320	262325
262330	262405	262410	262415	262420
262425	262505	262605	262610	262615
262620	262705	262710	262805	262810
262815	262820	262825	262830	262905
271105	271110	317105	317110	317115
317120	317205	318105	318405	318410
318415	318420	318425	318430	318505
318805	318810	318815	325005	354820
354825	371110	371210	371305	371310

372105	372110	372115	372205	373105
373110	373115	373120	373125	373135
373140	373145	373205	373210	373215
373220	373225	373230	374105	374110
374115	374120	374125	374130	374135
374140	374145	374150	374155	374205
374210	374305	374310	374405	374410
374415	374420	374425	375105	375110
375115	375120	376105	376110	376205
376210	376215	376220	376225	376230
376235	376240	376245	376250	376255
376305	376310	376315	376320	376325
376330	376405	376410	376415	395105
395110	424110	424115	510135	513205
513420	513440	513605	513610	513615
516130	740110	741120	741125	742105
742110	742115	742120	742125	742130
742135	742140	751005	751010	751015
751020	751110	751115	751120	751125
751130	752105	752115	752230	752305
752310	752315	752320	752325	752330
752405	752410	752415	752430	760605
761303	761306	761309	761312	761315
761318	761321	761324	761327	761330
761333	761336	761339	761342	761345
763005	763310	765005	765010	765015
765215	765310	765315	765405	766120
766140	766150	766155	768105	768110
768115	768120	768125	768130	768205
768210	768305	768315	768320	768605
768705	768710	776405	776410	776420
776425	791105	791110	791115	791120
791125	791130	791135	791140	791145
791150	791155	791160	833205	840120
848310	848405	848410	848415	848420
915205	915210	915215		

Fonte: Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), baseado em IJSN (2016)

Elaboração: Observatório da Indústria/Findes.



observatório
da indústria

ES+SEUS IDEIAS VALEM MAIS CRIATIVO



GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria da Cultura



<https://secult.es.gov.br/>