

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA RIFF. **Agência Riff.** Disponível em: <<http://www.agenciariiff.com.br/apresentacao/pt/?lang=pt&menu=/Agência Riff>>. Acesso em: Janeiro, 2011.

AGÊNCIA RIFF. **Alcione Araújo.** Disponível em: <<http://www.agenciariiff.com.br/autores/default.asp?filtro=&cod=Alcione%20ARA UJO&menu=>>>. Acesso em: Setembro, 2010.

ALARCÃO, Renato. **Renato Alarcão:** bio. Disponível em: <<http://www.renatoalarcao.com.br/>>>. Acesso em: Setembro, 2010.

ALENCAR, Eunice M. L. Soriano de. **A gerência da criatividade.** São Paulo: Makron Books, 2002.

ALENCAR, Eunice M. L. Soriano de; FLEITH, Denise de Souza. Contribuições teóricas recentes ao estudo da criatividade. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v.19, n.1, p.1-8. Janeiro-Abril, 2003.

ALVAREZ, José L.; SVEJENOVA, Silviya. Symbiotic careers in movie making: Pedro and Augustin Almodovar. Research paper, n.D/414. **IESE Research Papers.** IESE Business School, March 2000.

AMABILE, Teresa M. How to kill creativity. **Harvard Business Review**, v.76, n.5, p.76-87. September-October, 1998.

AMABILE, Teresa M.; KHAIRE, Mukti. Your organization could use a bigger dose of creativity. Here's what to do about it. **Harvard Business Review**, p.101-109. October, 2008.

ANAND, N.; PETERSON, Richard A. When Market Information Constitutes Fields: Sensemaking of Markets in the Commercial Music Industry. **Organization Science**, v.11, n.3, p.270-284, Special Issue: Cultural Industries: Learning from Evolving Organizational Practices, May-June, 2000.

ANDERSON, Chris. The Long Tail. **Wired**, v.12, n.10. October, 2004. Disponível em: <<http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>>. Acesso em: Dezembro, 2010.

- ARAÚJO, Alcione. **Pássaros de vôo curto**. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- BAIN, Alison. Constructing an artistic identity. **Work, employment and society**, v.19, n.1, p.25-46, 2005.
- BANKS, Mark. Autonomy Guaranteed? Cultural Work and the “Art-Commerce Relation”. **Journal for Cultural Research**, v.14, n.3, p.251-269. July, 2010.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 3.ed. Lisboa: Edições 70, 2004.
- BECKER, Howard. **Art Worlds**. University of California Press, 2008.
- BECKER, Howard; PESSIN, Alain. A Dialogue on the Ideas of “World” and “Field”. **Sociological Forum**, v.21, n.2, p.275-286. June, 2006.
- BENDASSOLLI, Pedro F.; WOOD JR., Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles; CUNHA, Miguel Pina e. Compreendendo as indústrias criativas. In: WOOD JR., Thomaz; BENDASSOLLI, Pedro F.; KIRSCHBAUM, Charles; CUNHA, Miguel Pina e (Org.). **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo: Editora Atlas, 2009a.
- BENDASSOLLI, Pedro F.; WOOD JR., Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles; CUNHA, Miguel Pina e. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**. v.49, n.1, p.10-18. São Paulo, Janeiro-Março, 2009b.
- BENGHOZI, Pierre-Jean; BENHAMOU, Françoise. The Long Tail: Myth or Reality? **International Journal of Arts Management**, v.12, n.3, p.43-85. Spring, 2010.
- BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Eve. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**, 3.ed. São Paulo: Perspectiva, 1992.
- BRUNO-FARIA, Maria de Fátima; VEIGA, Heila Magali da Silva; MACÊDO, Laura Ferreira. Criatividade nas organizações: análise da produção científica nacional em periódicos e livros de Administração e Psicologia. **Revista Psicologia: Organizações e Trabalho**, v.8, n.1, p.142-163. Janeiro-Junho, 2008.

CAIADO, Aurílio Sérgio Costa. Algumas considerações sobre Economia Criativa. **IV ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**. Faculdade de Comunicação/UFBa, Salvador-Bahia, Brasil. Maio de 2008.

CARNEIRO, Evandro. **Evandro Carneiro**: Biografia do artista. Disponível em: <http://www.galeriadomquixote.com.br/scripts/artistas/biografia.asp?artistaImp_id=37>. Acesso em: Outubro de 2010.

CAVES, Richard E. Contracts Between Art and Commerce. **Journal of Economic Perspectives**, v.17, n.2, p.73-83, Spring 2003.

CAVES, Richard E. **Creative industries: Contracts between art and commerce**. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 2000.

CAUDURO, Flavia Ferro. **Competências para a Atividade de Gestão de Empresas de Produção Artística e Cultural**: um estudo exploratório. Dissertação de Mestrado em Administração. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2003.

CHIAPELLO, Eve. **Artistes versus Manager**: Le management culturel face à la critique artiste. Ed. Métailié, 1998.

COLBERT, François. Entrepreneurship and Leadership in Marketing the Arts. **International Journal of Arts Management**, v.6, n.1, p.30-39, Fall 2003.

COLBERT, F.; NANTEL, J.; BILODEAU, S.; RICH, J. D. **Marketing Culture and the Arts**. Montreal: Presses HEC, 2001.

CRAIG, Ailsa; DUBOIS, Sébastien. Between art and money: The social space of public readings in contemporary poetry economies and careers. **Poetics**, v.38, n.5, p.441-460. October, 2010.

CRESWELL, J. W. Research Design: **Qualitative, quantitative and mixed methods approaches**. Thousand Oaks, CA: Sage, 2003.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. **Creativity: flow and the psychology of discovery and invention**. New York: Harper Perennial, 1997.

CUNHA, Maria Helena. Gestão Cultural: Construindo uma identidade profissional. **III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**. Salvador, Maio de 2007. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14310.pdf>>. Acesso em: Outubro, 2010.

CUNNINGHAM, Stuart D. The Creative Economy: Patterning the Future. **Dialogue: Academy of the Social Sciences in Australia**, v.26, n.1, p.15-23, 2007.

CUNNINGHAM, Stuart D. From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry, and Policy Implications. **Media International Australia, Incorporating Culture & Policy**, n.102, p.54-65, 2002.

CURRID, Elizabeth. The economics of a good party: social mechanics and the legitimization of art/culture. **Journal of economics and finance**, v.31, n.3, p.386-394. Fall 2007.

D'ASTOUS, Alain; COLBERT, François; MBAREK, Imene. **What Makes People Want to Read a Book?: An Experimental Study**. Disponível em: <http://www.gestiondesarts.com/fileadmin/templates/main/PDF_Publications/Titulaire/AIMAC8_d_Ast_Colb_Mbar.pdf>. Acesso em: Novembro, 2010.

DCMS. **Creative Industries Mapping Document**, 1998. Disponível em: <http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4740.aspx>. Acesso em: Junho, 2008.

DCMS. **Creative industries**, 2008. Disponível em: <<http://www.culture.gov.uk/3084.aspx>>. Acesso em: Junho, 2008.

DE MASI, Domenico. **Criatividade e Grupos Criativos**. Rio de Janeiro: Sextante, 2002.

DE MASI, Domenico. **O Ócio Criativo**: entrevista a Maria Serena Palieri. 3ª.ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2000a.

DE MASI, Domenico. **O futuro do trabalho**: fadiga e ócio na sociedade pós-industrial. 4ª.ed. Rio de Janeiro: José Olympio; Brasília, DF: Ed. da UnB, 2000b.

DEBENEDETTI, Stéphane. The Role of Media Critics in the Cultural Industries. **International Journal of Arts Management**, v.8, n.3, p.30-42, Spring 2006.

DeFILLIPPI, Robert; GRABHER, Gernot; JONES, Candace. Introduction to paradoxes of creativity: managerial and organizational challenges in the cultural economy. **Journal of Organizational Behavior**, v.28, p.511–521, 2007.

DOWBOR, Ladislau. Da propriedade intelectual à economia do conhecimento (Primeira parte). **Economia Global e Gestão**, v.15, n.1, p.9-29. Abril, 2010.

DOWBOR, Ladislau. **Da Propriedade Intelectual à Economia do Conhecimento**, 2009. Disponível em: <<http://dowbor.org/09propriedadeintelectual7out.doc>>. Acesso em: Dezembro, 2010.

EDITORA 7LETRAS. **Leitura tem 7Letras**. Disponível em: <<http://www.7letras.com.br/sobre/>>. Acesso em: Setembro, 2010.

EIKHOF, Doris Ruth; HAUNSCHILD, Axel. For Art's sake! Artistic and economic logics in creative production. **Journal of Organizational Behavior**, v.28, p.523-538, 2007.

ELSBACH, Kimberly D. Identity affirmation through 'signature style': a study of toy car designers. **Human Relations**, v.62, n.7, p.1041-1072. July, 2009.

EVARD, Yves; COLBERT, François. Arts Management: A New Discipline Entering the Milenium? **International Journal of Arts Management**, v.2, n.2. Montreal, Canada: HEC / University of Montreal, Winter 2000.

FILLIS, Ian. The Entrepreneurial Artist as Marketer: Drawing from the Smaller-Firm Literature. **International Journal of Arts Management**, v.7, n.1, p.9-21. Fall 2004.

FILLIS, Ian. Creative marketing and the art organisation: What can the artist offer? **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, v.7, n.2, p.131-145. May, 2002.

FILLIS, Ian. Being Creative at the Marketing / Entrepreneurship Interface: Lessons from the Art Industry. **Journal of Research in Marketing & Entrepreneurship**, v.2, n.2, p. 125-137, 2000.

FILLIS, Ian; RENTSCHLER, Ruth. The role of creativity in entrepreneurship. **Journal of Enterprising Culture**, v.18, n.1, p.49–81. March, 2010.

FILLIS, Ian; RENTSCHLER, Ruth. Using creativity to achieve an entrepreneurial future for arts marketing. **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, v.10, n.4, p.275–287. Special Issue: Creativity and the Nonprofit Marketing Organization. November, 2005.

FLEW, Terry; CUNNINGHAM, Stuart. Creative Industries After the First Decade of Debate. **The Information Society**, v.26, n.2, p.1-11, 2010.

FLORIDA, Richard; GOODNIGHT, Jim. Managing for Creativity. **Harvard Business Review**, p.1-8. July / August, 2005.

FONTES, Viviane. **As singularidades da gestão das empresas de produção cultural**, 2010. Disponível em: <<http://www.followscience.com/library/731/as-singularidades-da-gestao-das-empresas-de-producao-cultural>>. Acesso em: Novembro, 2010.

FULLER, Ted; WARREN, Lorraine; THELWALL, Sarah. Rethinking Business Models as Value Creating Systems. **Leonardo**, v.43, n.1, p.96-97. MIT Press: February, 2010
GARDNER, Howard. **Mentes que Criam: uma anatomia da criatividade observada através das vidas de Freud, Einstein, Picasso, Stravinsky, Eliot, Graham e Gandhi**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

GHELFI, Donna. Understanding the Engine of Creativity in a Creative Economy: An Interview with John Howkins. **WIPO, Creative Industries Division, Office of Strategic Use of Intellectual Property for Development, 2005**. Disponível em: <http://portal.unesco.org/culture/en/files/29861/11386318531cr_interview_howkins.pdf/cr_interview_howkins.pdf>. Acesso em: Junho, 2008.

GLYN, Mary Ann. When Cymbals become Symbols: Conflict over Organizational Identity within a Symphony Orchestra. **Organization Science**, v.11, n.3, Special Issue: Cultural Industries: Learning from Evolving Organizational Practices, p.285-298, May-June, 2000.

GOFFEE, Rob; JONES, Gareth. Leading clever people. **Harvard Business Review**, p.72-79. March, 2007.

GREFFE, Xavier. Introduction: L'économie de la culture est-elle particulière? **Revue d'économie politique**, v.120, n.1, p.1-34. Janvier-Février, 2010.

GUBA, E. **The paradigm dialog**. Newbury Park, CA: Sage, 1990

HAUNSCHILD, Axel. Managing Employment Relationships in Flexible Labour Markets: The Case of German Repertory Theatres. **Human Relations**, v.56, n.8, p.899-929, 2003.

HEISE, Tatiana; TUDOR, Andrew. Constructing (Film) Art: Bourdieu's Field Model in a Comparative Context. **Cultural Sociology**, v.1, n.2, p.165-187, July, 2007.

HESMONDHALGH, David; BAKER, Sarah. 'A very complicated version of freedom': Conditions and experiences of creative labour in three cultural industries. **Poetics**, v.38, n.1, p.4-20. February, 2010.

HIRSCH, Paul M. Cultural Industries Revisited. **Organization Science**, v.11, n.3, p. 356-361, May-June 2000.

ITAÚ CULTURAL. Biografia – Heloisa Seixas. **Enciclopédia Itaú Cultural – literatura brasileira.** Disponível em: <http://www.itaucultural.org.br/aplicexternas/enciclopedia_lit/index.cfm?fuseaction=biografias_texto&cd_verbete=5700&cd_item=35&cd_idioma=28555>. Atualizada em: Outubro, 2007a. Acesso em: Setembro, 2010.

ITAÚ CULTURAL. Biografia - Alcione Araújo. **Enciclopédia Itaú Cultural – teatro.** Disponível em: <http://www.itaucultural.org.br/aplicexternas/enciclopedia_teatro/index.cfm?fuseaction=personalidades_biografia&cd_verbete=690>. Atualizada em: Outubro, 2007b. Acesso em: Setembro, 2010.

ITAÚ CULTURAL. Petite Galerie. **Enciclopédia Itaú Cultural – artes visuais**. Disponível em: <http://www.itaucultural.org.br/aplicexternas/enciclopedia_ic/index.cfm?fuseaction=instituicoes_texto&cd_verbete=5372>. Atualizada em: Outubro, 2006. Acesso em: Novembro, 2010.

JONES, Peter; COMFORT, Daphne; EASTWOOD, Ian; HILLIER, David. Creative Industries: Economic Contributions, Management Challenges and Support Initiatives. **Management Research News**, v.27, n.11/12, p.134-145, 2004.

KORACAKIS, Teodoro. As coleções ficcionais de encomenda na literatura brasileira (1995-2004). Apresentado no *Io*. **Seminário Brasileiro Sobre Livro e História Editorial da Casa de Rui Barbosa**, 2004. Disponível em: <<http://www.uff.br/lihed/primeiroseminario/pdf/teodorokoracakis.pdf>>. Acesso em: Novembro, 2010.

KUBACKI, Krzysztof; CROFT, Robin. Artists' attitudes to *marketing*: a cross-cultural perspective. **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, v.11, n.4, p.335-345. November, 2006.

KUBACKI, Krzysztof; CROFT, Robin. Paying the piper: a study of musicians and the music business. **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, v.10, n.4, p.225-237. November, 2005.

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

LAMPEL, Joseph; LANT, Theresa; SHAMSIE, Jamal. Balancing Act: Learning from Organizing Practices in Cultural Industries. **Organization Science**, v.11, n.3, p.263-269, Special Issue: Cultural Industries: Learning from Evolving Organizational Practices. May-June, 2000.

LAWRENCE, Thomas B.; PHILLIPS, Nelson. Compreendendo as indústrias culturais. *In*: WOOD JR., Thomaz; BENDASSOLLI, Pedro F.; KIRSCHBAUM, Charles; CUNHA, Miguel Pina e (Org.). **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

LAWRENCE, Thomas B.; PHILLIPS, Nelson. Understanding Cultural Industries. **Journal of Management Inquiry**, v.11, n.4, p. 430-441, December, 2002.

LE THEULE, Marie Astrid; FRONDA, Yannick. The organization in tension between creation and rationalization: facing management views to artistic and scientific creators. **Critical Perspectives on Accounting**, v.16, p.749–786, 2005.

LEHMAN, Kim. Self-marketing and the visual artist. **10th International Conference on Arts & Cultural Management**, Dallas, Texas. June-July, 2009.

LIEFOOGHE, Christine. Économie créative et développement des territoires: enjeux et perspectives de recherche. **Innovations**, v.1, n.31, p.181-197, 2010.

LIMA, Carmen Lucia Castro. Debate sobre indústrias criativas: uma primeira aproximação para o estado da Bahia. **Revista Desenbahia**, n.5, p.103-129. Setembro, 2006.

LINS, Cristina Pereira de Carvalho. **Indicadores Culturais: Possibilidades e Limites**. Abril de 2006. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/upload/EdC_CristinaPereira_1148588640.pdf> Acesso em: Junho, 2008.

LURIXS. **Galeria**. Disponível em: <<http://www.lurixs.com/galeria.php>>. Acesso em: Dezembro, 2010.

LURIXS. **Lurixs Arte Contemporânea**, 2007. Disponível em: <http://www.lurixs.com/textos/lurixs_2007.pdf>. Acesso em: Janeiro, 2011.

MARKUSEN, Ann; WASSALL, Gregory H; DENATALE, Douglas; COHEN, Randy. Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches. **Economic Development Quarterly**, v.22, n.1, p.24-45. February, 2008.

MATHIAS, Béjean. Vers un management stratégique des fonctions de conception dans les entreprises artistiques: le cas de la création de jardins. **XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique**. Montréal, Juin 2007.

McGUIGAN, Jim. Creative Labour, cultural work and individualization. **International Journal of Cultural Policy**, v.16, n.3, p.323-335. August, 2010.

McLEOD, Charlotte; O'DONOHUE, Stephanie; TOWNLEY, Barbara. The elephant in the room? Class and creative careers in British advertising agencies. **Human Relations**, v.62, n.7, p.1011-1039. July, 2009.

MENGER, Pierre-Michel. Les artistes en quantités. Ce que sociologues et économistes s'apprennent sur le travail et les professions artistiques. **Revue d'économie politique**, v.120, n.1, p.205-236. Janvier-Février, 2010.

MENGER, Pierre-Michel. **Retrato do Artista enquanto Trabalhador: Metamorfoses do Capitalismo**. Lisboa: Roma Editora, 2005.

MENGER, Pierre-Michel. Artistic labor markets and careers. **Annual Review of Sociology**, v.25, p.541–574, 1999.

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. **Teoria & políticas da cultura: visões multidisciplinares**, p.95-113. Salvador: Edufba, 2007.

MOERAN, Brian. The book fair as a tournament of values. **Journal of the Royal Anthropological Institute**, v.16, n.1, p.138-154. March, 2010.

MOERAN, Brian. The organization of creativity in Japanese advertising production. **Human Relations**, v.62, n.7, p.963-985. July, 2009.

MOUTINHO, Marcelo. Biografia. **Marcelo Moutinho**. Disponível em: <<http://www.marcelomoutinho.com.br/biografia/>>. Acesso em: Setembro, 2010.

MOUTINHO, Marcelo. **Somos todos iguais nesta noite**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

MUMFORD, Michael D.; SCOTT, Ginamarie M.; GLADDIS, Blaine; STRANGE, Jill M. Leading creative people: Orchestrating expertise and relationships. **The Leadership Quarterly**, v.13, p.705–750, 2002.

MUMFORD, Michael D. Managing creative people: Strategies and Tactics for Innovation. **Human Resource Management Review**, v.10, n.3, p.313–351, 2000.

NAKANO, Davi. A produção independente e a desverticalização da cadeia produtiva da música. **Gestão & Produção**, v.17, n.3, p.627-638. São Carlos, 2010.

NAKANO, Tatiana de Cássia e WECHSLER, Solange Muglia. Criatividade: Características da produção científica brasileira. **Avaliação psicológica**, v.6, n.2, p.261-270. Dezembro, 2007.

NELSON, Camilla. The Invention of Creativity: The Emergence of a Discourse. **Cultural Studies Review**, v.16, n.2, p.49-74. September, 2010.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. O campo da pesquisa qualitativa e o Método de Explicitação do Discurso Subjacente (MEDS). **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v.20, n.1, p.65-73. Porto Alegre, 2007.

O'REILLY, Daragh. The *marketing/creativity* interface: a case study of a visual artist. **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, v.10, n.4, p.263–274. Special Issue: Creativity and the Nonprofit Marketing Organization. November, 2005.

PAROLIN, Sonia Regina Hierro. A Criatividade nas Organizações: um estudo comparativo das abordagens sociointeracionistas de apoio à gestão empresarial. **Caderno de Pesquisas em Administração**. São Paulo, v.10, n.1. Janeiro-Março 2003.

PINTO, Mario Couto Soares; COUTO-DE-SOUZA, Cristina Lyra. Mudança organizacional em uma empresa familiar brasileira. **Revista de Administração Pública**, v.43, n.3. Rio de Janeiro: Maio-Junho, 2009.

PLOSK, Alexandre. **As confissões do homem invisível**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

PLOSK, Alexandre. **Livro Zero**. São Paulo: Editora Planeta do Brasil, 2004.

POTTS, Jason. Creative industries & cultural science: A definitional odyssey. **Cultural Science**, v.1, n.1, p.1-18, 2008.

POTTS, Jason; CUNNINGHAM, Stuart. Four models of the creative industries. **Revue d'économie politique**, v.120, n.1, p.163-180. Janvier-Février, 2010.

POTTS, Jason; CUNNINGHAM, Stuart; HARTLEY, John; ORMEROD, Paul. Social network markets: a new definition of the creative industries. **Journal of Cultural Economics**, v.32, n.3, p.167-185, 2008.

PRESTES, Analu. **About Analu Prestes**. Disponível em: <<http://www.flickr.com/people/lalalu/>>. Acesso em: Setembro, 2010.

RECORD. **Grupo Editorial Record**. Disponível em: <<http://www.record.com.br/grupoeditorial.asp>>. Acesso em: Setembro, 2010.

REID, Wendy; KARAMBAYYA, Rekha. Impact of dual executive leadership dynamics in creative organizations. **Human Relations**, v.62, n.7, p.1073-1112, 2009.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing Cultural e Financiamento da Cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparativo**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

RIBEIRO, Ludmila Ferreira. Plural: atuação dinâmica e transversal do gestor cultural. **Revista Extraprensa**, v.1, n.5(3), p.1-13. Dezembro, 2009.

RIGBY, Darrell K.; GRUVER, Kara; ALLEN, James. Innovation in Turbulent Times. **Harvard Business Review**, p.79-86. June, 2009.

RONDEAU, Alain. Transformer l'organisation: comprendre les forces que façonnent l'organisation et le travail. **Gestion**, v.24, n.3, p.148-157. Automne 1999.

RØYSENG, Sigrid; MANGSET, Per; BORGEN, Jorunn Spord. Young Artists and the Charismatic Myth. **International Journal of Cultural Policy**, v.13, n.1, p.1-16, 2007.

RUFFATO, Luiz. **Mamma, son tanto felice**. São Paulo: Editora Record, 2005.

SANTOS, Andrea Maria dos et al. Guia Cultural: uma introdução. **São Paulo em Perspectiva**, v.15, n.2, p.49-54, 2001.

SECCHIN, Guilherme. **Guilherme Secchin**. Disponível em: <<http://www.gsecchin.com/>>. Acesso em: Setembro, 2010.

SEGERS, Katia; HUIJGH, Ellen. Clarifying the complexity and ambivalence of the cultural industries. Gent (Belgica): **Steunpunt Re-Creatief Vlaanderen**: Working paper, n.2, 2006. Disponível em: <http://www.re-creatiefvlaanderen.be/srv/pdf/srcvwp_200602.pdf>. Acesso em: Junho, 2008.

SEIXAS, Heloisa. **Uma ilha chamada livro**. Rio de Janeiro: Galera Record, 2009.

SHALLEY, Christina E.; ZHOU, Jing; OLDHAM, Greg R. The Effects of Personal and Contextual Characteristics on Creativity: Where Should We Go from Here? **Journal of Management**, v.30, n.6, p.933-958, 2004.

SILVA, José S. El cambio de época, el modo emergente de producción de conocimiento y los papeles cambiantes de la investigación y extensión en la academia del siglo XXI. In: Anales... **Conferencia Interamericana de Educación Agrícola Superior y Rural**. Panamá: Instituto Interamericano de Cooperación para a Agricultura (IICA), 1999.

SOUZA SILVA, José de. A mudança de época e o contexto global cambiante: implicações para a mudança institucional em organizações de desenvolvimento. In: LIMA, Suzana Maria Valle, et al. **Mudança Organizacional: teoria e gestão**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.

STARKEY, Ken; BARNATT, Christopher; TEMPEST, Sue. Beyond Networks and Hierarchies: Latent Organizations in the U.K. Television Industry. **Organization Science**, v.11, n.3, p. 299-305, Special Issue: Cultural Industries: Learning from Evolving Organizational Practices, May-June, 2000.

STEVENS, Rick. **Technology: Poetry and New Media**. Submitted: January, 2009. Disponível em: <<http://www.poetryfoundation.org/foundation/newmedia-StevensReport.html>>. Acesso em: Novembro, 2010.

TAYLOR, Stephanie; LITTLETON, Karen. Art work or money: Conflicts in the construction of a creative identity. **The Sociological Review**, v.56, n.2, p.275-292, 2008.

TEPPER, Steven Jay. Creative Assets and the Changing Economy. **The Journal of Arts Management, Law, and Society**, v.32, n.2, p.159-168. Summer 2002.

TESCH, R. **Qualitative Research: analysis types and software tools**. New York: The Falmer Press, 1990.

THOMPSON, Paul; JONES, Michael; WARHURST, Chris. From conception to consumption: creativity and the missing managerial link. **Journal of Organizational Behavior**, v.28, p.625-640, 2007.

THROSBY, David. Economic analysis of artists' behaviour: some current issues. **Revue d'économie politique**, v.120, n.1, p.47-56. Janvier-Février, 2010.

THROSBY, David. Preferred work patterns of creative artists. **Journal of economics and finance**, v.31, n.3, p.395-402. Fall 2007.

TOMA, Michael. Recent perspectives in the economics of the arts. **Journal of economics and finance**, v.31, n.3, p.383-385, Fall 2007.

TORRES, Antônio. **Biografia**. Disponível em: <<http://www.Antôniotorres.com.br/vida&obra.htm>>. Acesso em: Setembro, 2010.

TORRES, Antônio. **O Cachorro e o Lobo**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

TOWNLEY, Barbara; BEECH, Nic; MC KINLAY, Alan. Managing in the creative industries: Managing the motley crew. **Human Relations**, v.62, n.7, p.939-962. July, 2009.

TRIVIÑOS, A.N.S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1990.

UNCTAD. **Creative Economy Report 2008**. United Nations, 2008.

UNESCO. **International flows of selected cultural goods and services, 1994-2003: defining and capturing the flows of global cultural trade**. UIS - UNESCO Institute for Statistics, Montreal, 2005. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001428/142812e.pdf>>. Acesso em: Junho, 2008.

UNESCO. **Understanding Creative Industries: cultural statistics for public-policy making**. 2006. Disponível em: <http://portal.unesco.org/culture/en/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf>. Acesso em: Junho, 2008.

VENOSA, Angelo. **bio.** Disponível em: <<http://www.angelovenosa.com/biografia.html>>. Acesso em: Novembro, 2010.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração.** São Paulo: Atlas, 2004.

VOSS, Glenn B.; CABLE, Daniel M.; VOSS, Zannie Giraud. Linking Organizational Values to Relationships with External Constituents: A Study of Nonprofit Professional Theatres. **Organization Science**, v.11, n.3, p.330-347, Special Issue: Cultural Industries: Learning from Evolving Organizational Practices. May- June, 2000.

WERTHEIN, Jorge. **Políticas Culturais para o desenvolvimento: uma base de dados para a cultura.** UNESCO Brasília, setembro 2003. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001318/131873por.pdf>>. Acesso em: Junho, 2008.

WIJNBERG, Nachoem M.; GEMSER, Gerda. Adding Value to Innovation: Impressionism and the Transformation of the Selection System in Visual Arts. **Organization Science**, v.11, n.3, p.323-329, Special Issue: Cultural Industries: Learning from Evolving Organizational Practices. May-June, 2000.

WOOD JR., Thomaz; BENDASSOLLI, Pedro F.; KIRSCHBAUM, Charles and CUNHA, Miguel Pina e. Apresentação. *In*: WOOD JR., Thomaz; BENDASSOLLI, Pedro F.; KIRSCHBAUM, Charles; CUNHA, Miguel Pina e (Org.). **Indústrias Criativas no Brasil.** São Paulo: Editora Atlas, 2009a.

WOOD JR., Thomaz; BENDASSOLLI, Pedro F.; KIRSCHBAUM, Charles and CUNHA, Miguel Pina e. Apresentação. **Revista de Administração de Empresas**, v.49, n.1, p.8-9. São Paulo, Janeiro /Março, 2009b.

XAVIER, Adilson. **E. O atirador de ideias.** Rio de Janeiro: BestSeller, 2010.

XU, Fangqi; RICKARDS, Tudor. Creative Management: A Predicted Development from Research into Creativity and Management. **Creativity and Innovation Management**, v.16, n.3, p.216-228, 2007.

ZANELLA, Andréa Vieira; TITON, Andréia Piana. Análise da produção científica sobre criatividade em programas brasileiros de pós-graduação em psicologia (1994 - 2001). **Psicologia em estudo**, v.10, n.2, p.305-316. Maringá, Agosto de 2005.

GLOSSÁRIO

ABP - Associação Brasileira de Propaganda

AIGA - American Institute for the Graphic Arts

ANPAD – Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração

APCA – Associação Paulista de Críticos de Arte

CAL - Casa das Artes de Laranjeiras

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CCBB – Centro Cultural do Banco do Brasil

CCC – Centro Cultural dos Correios

DCMS - Department for Culture, Media and Sport

EnANPAD – Encontro anual da ANPAD

FIAP - Festival Iberoamericano de Publicidade

FLIP - Festa Literária Internacional de Paraty

FUNARTE – Fundação Nacional de Artes

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

ITC - International Trade Centre

MAC – Museu de Arte Contemporânea

MAM – Museu de Arte Moderna

MARTE - Museo de Arte de El Salvador, San Salvador, El Salvador

MADC - Museo de Arte y Diseño Contemporáneo, San Jose, Costa Rica

MoMA – The Museum of Modern Art, New York

OAB – Ordem dos Advogados do Brasil

ONU – Organização das Nações Unidas

PIB – Produto Interno Bruto

SESC - Serviço Social do Comércio

SNT – Serviço Nacional de Teatro

UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development

UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural
Organizations

UNDP - United Nations Development Programme

UPI – United Press International

WIPO - World Intellectual Property Organization

APÊNDICE

Roteiro de entrevista com artistas

Questão da pesquisa: como é o trabalho do *escritor / artista / ilustrador*?

1. Qual a sua atividade principal (outro trabalho ou dedicação exclusiva)?
2. Qual a sua formação acadêmica? Fez algum curso ligado à *escrita / artes*?
3. Como começou a *escrever / pintar / esculpir / desenhar*? Por quê?
4. Por que *escrever um livro / pintar/esculpir*? Por que *publicar / expor / vender*?
 - Trabalho X arte (prazer)
 - Comprometimento: obrigação X lazer
 - Motivação
 - Reconhecimento (sucesso, rejeição)
5. Como é o processo de *escrever um livro / pintar / esculpir / ilustrar*?
 - Ambiente de trabalho
 - Rotina: hábitos, horários etc
 - Obras 'sob encomenda'
 - Influência / troca – 'participação' de pares, família etc
6. Como foi o começo? Como *publicou o primeiro livro / vendeu a primeira obra*? Como foi a *primeira exposição*? E depois?
 - Processo de *publicação / divulgação / venda / exposição*
 - Contrato, Escolha da *editora / galeria*
 - Dificuldades / necessidades – O que espera da *editora / galeria*?
 - Modificação (capa, título etc.): apego, ciúme - *parent-child relationship*
7. Qual a obra que mais gostou de ter realizado? Em que ela é diferente das outras?
8. Qual a obra de maior sucesso? Em que ela é diferente das outras?
9. O que é ser *escritor / artista visual / ilustrador*?
10. Qual a maior dificuldade de ser *escritor / artista visual / ilustrador*?
11. Qual o maior prazer de ser *escritor / artista visual / ilustrador*?

Roteiro de entrevista com editores

Questão da pesquisa: como é o trabalho do editor?

1. Como se decide a quantidade total de livros a serem publicados por mês?
2. Como é a seleção (escolha) de um determinado livro para publicação?
 - Existe preferência por algum tipo de autor (estrangeiros X brasileiros, novos X consagrados)?
3. Quais os 'principais passos' para o lançamento?
 - Escolha de capa, título, quantidade de impressão, distribuição, divulgação (assessoria, feiras, eventos, propaganda)...
4. Qual o critério para definir o volume de investimento (propaganda etc) em cada livro?
 - Existe uma expectativa de vendas diferente para cada livro?
5. É muito diferente a estratégia de lançamento de um livro de um autor novo e de um já conhecido?
6. A dedicação (atenção) a todos os autores é semelhante?
7. Como é a relação com o escritor?
8. Qual o papel do agente literário? Ele é necessário?
9. O que poderia ser feito para otimizar o processo?
10. Qual é a maior dificuldade no trabalho do editor?
11. Qual é o maior prazer no trabalho do editor?

Roteiro de entrevista com agentes literários

Questão da pesquisa: como é o trabalho do agente literário?

1. Como é a seleção dos escritores?
 - Existe preferência por algum tipo de autor (estrangeiros X brasileiros, novos X consagrados)?
2. Quais as principais atividades de trabalho do agente literário?
 - Contato com editoras, assessoria de imprensa, feiras, eventos, divulgação...
 - Há interferência na criação?
3. Qual o critério para definir o investimento em cada autor?
 - Existe uma expectativa de retorno diferente para cada autor?
4. É muito diferente a estratégia para um autor novo e de um já conhecido?
5. A dedicação (atenção) a todos os autores é semelhante?
6. Como é a relação com o escritor?
7. O que poderia ser feito para otimizar o processo?
8. Como é a relação com as editoras?
9. Como você vê o papel do agente literário e das editoras em relação às mudanças introduzidas pelas novas mídias?
10. Qual é a maior dificuldade no trabalho do agente literário?
11. Qual é o maior prazer no trabalho do agente literário?

Roteiro de entrevista com gestores de artes visuais

Questão da pesquisa: como é o trabalho do *galerista / leiloeiro*?

1. Como se decide a quantidade total de obras e artistas e o *prazo de exposição das obras / frequência dos leilões*?
2. Como é a seleção (escolha) de uma determinada obra (artista) para *exposição / leilão*?
 - Existe preferência por algum tipo de artista (estrangeiros X brasileiros, novos X consagrados)?
1. Quais os 'principais passos' para divulgação?
 - Assessoria de imprensa, eventos (coquetel), mala direta, propaganda...
2. Qual o critério para definir o volume de investimento (propaganda etc) em cada *obra / artista / leilão*?
 - Existe uma expectativa de vendas diferente para cada *artista / leilão*?
3. É muito diferente a estratégia de exposição *de uma obra de um artista novo e de um já conhecido / para leilões com artistas novos ou já conhecidos*?
4. A dedicação (atenção) a todos os artistas é semelhante?
5. Como é a relação com o artista?
6. Qual o papel do *marchand*? Ele é necessário?
7. O que poderia ser feito para otimizar o processo?
8. Qual é a maior dificuldade no trabalho do *galerista / leiloeiro*?
9. Qual é o maior prazer no trabalho do *galerista / leiloeiro*?