

**Políticas de comunicação para os conteúdos digitais como  
estratégia de desenvolvimento:  
uma observação do caso brasileiro**

**Communication policies for digital content as a development  
strategy: an observation of the Brazilian case**

**Políticas de comunicación para contenido digital como estratégia de  
desarrollo: Una observación del caso brasileño**

Juliano Maurício de Carvalho

Doutor - Universidade Estadual Paulista Júlio Mesquita Filho – Unesp/ SP – Brasil

<https://orcid.org/0000-0001-8515-2457>

<http://lattes.cnpq.br/5849711278501873>

[juliano@faac.unesp.br](mailto:juliano@faac.unesp.br)

Pedro Santoro Zambon

Mestre - Universidade Estadual Paulista Júlio Mesquita Filho – Unesp/ SP – Brasil

<https://orcid.org/0000-0002-4832-2338>

<http://lattes.cnpq.br/4135636294511491>

[pedro.zambon@unesp.br](mailto:pedro.zambon@unesp.br)

Adriano Jorge Soares Arrigo

Bacharel - Universidade Estadual Paulista Júlio Mesquita Filho – Unesp/ SP –

Brasil

<https://orcid.org/0000-0001-6774-3368>

<http://lattes.cnpq.br/4767857846276818>

[arrigo.adriano@gmail.com](mailto:arrigo.adriano@gmail.com)

**Resumo:** No Brasil, até meados de 2011, as Políticas de Comunicação se restringiam a um processo regulatório que tangia sobretudo a questões de infraestrutura, quando o Ministério das Comunicações inicia uma Política Nacional para Conteúdos Digitais Criativos (PNCDC). Este é o tema central do artigo, que busca relatar o processo de construção dessa política e suas ações. O objetivo foi verificar de que forma a academia aborda essa temática, de modo a compreender as ações dos setores público e privado no contexto das políticas que vêm sendo desenvolvidas nos últimos anos. Para identificar, sistematizar e apresentar um esboço do cenário das abordagens acerca da temática, foi adotada uma Revisão Integrativa, que teve como objetivo identificar e resumir a construção empírica e/ou teórica.

**Palavras-chave:** Políticas de Comunicação, Conteúdos Digitais, Revisão Integrativa

**Abstract:** In Brazil, until mid-2011, the Communication Policy was restricted as a regulatory process that was focused mainly on infrastructure issues, when the Ministry of Communications initiated a National Policy for Creative Digital Content (PNCDC). This is the central theme of the article, which seeks to report the process of building this policy and its actions. The objective was to verify how the academy approaches this theme, in order to understand the actions of the public and private sectors in the context of the policies that have been developed in recent years. In order to identify, systematize and present a sketch of the scenario of the approaches on the subject, an Integrative Review was adopted, whose objective was to identify and summarize the empirical and / or theoretical construction.

**Keywords:** Communication Policy, Digital Contents, Integrative Review

**Resumen:** En Brasil, hasta mediados de 2011, las Políticas de Comunicación se restringían a un proceso regulatorio que se refería principalmente a cuestiones de infraestructura, cuando el Ministerio de Comunicaciones inicia una Política Nacional para Contenidos Digitales Creativos (PNCDC). Este es el tema central del artículo, que busca relatar el proceso de construcción de esa política y sus acciones. El objetivo fue verificar de qué forma la academia aborda esa temática, de modo a comprender las acciones de los sectores público y privado en el contexto de las políticas que vienen siendo desarrolladas en los últimos años. Para identificar, sistematizar y presentar un esbozo del escenario de los enfoques sobre la temática, se adoptó una Revisión Integrativa, que tuvo como objetivo identificar y resumir la construcción empírica y / o teórica.

**Palabras clave:** Políticas de Comunicación, Contenidos Digitales, Revisión Integrativa

## **Tema central, objetivos e caracterização do estudo**

As Políticas de Comunicação no Brasil, envolvidas com interesses hegemônicos, foram engendradas tendo em vista a manutenção da soberania concentrada dos oligopólios brasileiros da mídia. Esta manutenção se evidencia em situações tragicômicas como a ausência de uma "Lei Geral de Comunicação de Massa", conservando-se a radiodifusão sob a regulação do Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962, ou até mesmo na falta de revisão da já desatualizada Lei Geral das Telecomunicações de 1997.

Até meados de 2011, essas políticas se restringiam a um processo regulatório que tangia sobretudo a questões de infraestrutura. Foi na emergência do Plano Nacional da Banda Larga que a necessidade de fomento à produção de conteúdo entrou em pauta, empurrando para o Ministério das Comunicações a gestão de uma Política Nacional para Conteúdos Digitais Criativos (PNCDC). Este é o tema central do artigo, que busca relatar o processo de construção dessa política e suas ações. O objetivo é verificar de que forma a academia aborda essa temática, de modo a compreender as ações dos setores público e privado no contexto das políticas que vêm sendo desenvolvidas nos últimos anos.

Para estudar este caso, foram reunidas as publicações referentes ao tema em bases de dados disponíveis na internet, com a posterior análise dos artigos encontrados, a sistematização das correntes teóricas abordadas, das referências metodológicas e das abordagens acerca da Política Nacional para Conteúdos Digitais Criativos, além de se esboçar o cenário dessa política e da construção de conhecimento da área.

## **Metodologia de abordagem**

Para identificar, sistematizar e apresentar um esboço do cenário das abordagens acerca da temática, foi adotada uma Revisão Integrativa, que teve como objetivo identificar e resumir a construção empírica e/ou teórica, de forma a

sintetizar “vários estudos já publicados, permitindo a geração de novos conhecimentos, pautados nos resultados apresentados pelas pesquisas anteriores” (BOTELHO; CUNHA; MACEDO, 2011, p. 127).

Foram prospectadas as produções no *Google Acadêmico*, *Intercom*, *E-compós*, *Compolítica*, *Eptic*, *Ulepicc* e *SciELO*. As buscas nas bases foram feitas com as combinações dos seguintes descritores: “Conteúdos Digitais” e “Regulação”. Porém, por considerar a possibilidade de outros termos tratarem da temática específica do estudo, também foram buscados outros descritores, conforme mostra a Tabela 1 abaixo.

**Tabela 1** – Descritores alternativos para a busca.

| <b>Descritores Alternativos</b>        |
|--|
| "política* cultura*"                   |
| "Conteúdos Digitais" "ON DEMAND"       |
| "regulação" "ON DEMAND"                |
| “Política* de Comunicação” “Regulação” |
| “Política* de Comunicação”             |

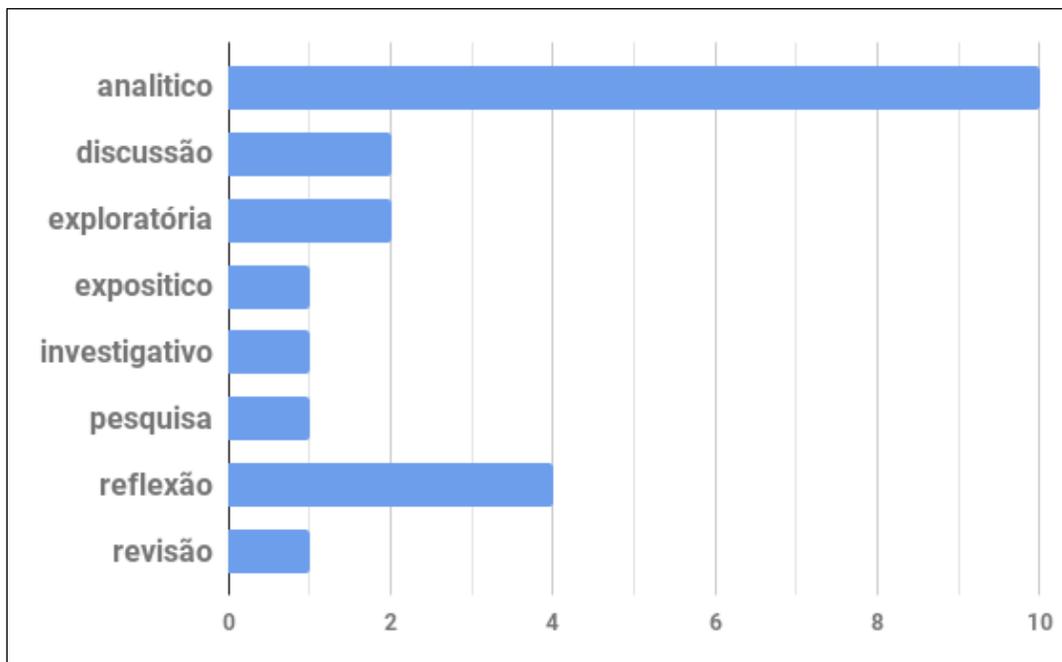
**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Identificamos que o descritor “Conteúdos Digitais”, apesar de utilizado no âmbito governamental para descrever o conjunto de políticas analisadas nesta pesquisa, não é consolidado academicamente. Observamos que em alguns artigos são empregados outros termos que tangenciam o escopo desta pesquisa. Ainda, “Regulação” trata de um aspecto mais amplo da política, fazendo com que o termo nem sempre apareça nos documentos pesquisados. Por isso, nós o substituímos por

descritores como “Política” e “Política de Comunicação”. A partir desse levantamento, foram realizadas as leituras para determinar se os documentos se enquadravam no recorte determinado, tendo sido selecionadas ao final 25 referências bibliográficas.

A leitura desses textos resultou na matriz de síntese, mostrando os temas de cada um dos artigos encontrados, assim como aspectos relacionados a eles. Segundo Botelho *et al.* (2011), “a matriz de síntese, ou matriz de análise, tem sido utilizada como ferramenta de extração e organização de dados de revisão da literatura em várias disciplinas, devido à sua capacidade para resumir aspectos complexos do conhecimento” (BOTELHO *et al.*, 2011, p. 131). Nesta pesquisa, a matriz de síntese fez parte da categorização dos estudos selecionados, possibilitando extrair os dados desses artigos. Foi necessária a utilização de um instrumento elaborado para ser aplicado a cada produção acadêmica escolhida (SOUZA; SILVA; CARVALHO, 2010), a fim de se fazer a sistematização dos documentos encontrados.

**Gráfico 1** – Abordagens dos documentos coletados.



A pequena quantidade de artigos encontrados revelou que as pesquisas sobre as Políticas de Comunicação para Conteúdos Digitais Criativos ainda são incipientes. A dificuldade foi enfrentada no método da revisão integrativa que, apesar de mostrar-se eficiente na busca dos documentos, teve que passar por ajustes metodológicos devido à escassez dos documentos sobre o tema.

Dos vinte e cinco documentos trabalhados nesta pesquisa, poucos apresentam uma análise específica sobre o tema. Os artigos, majoritariamente analíticos, percorrem toda a história das políticas culturais do país, mas abordam apenas tangencialmente a temática específica dos conteúdos digitais. O foco das discussões foi calcado no aspecto do empoderamento que as tecnologias digitais – sobretudo as TIC e a internet – propiciam para o indivíduo. A questão é relevante para o tema, pois faz questionar o papel dos conteúdos digitais no contexto brasileiro. É necessário, portanto, inteirar a produção de conteúdos digitais “buscando determinados efeitos nos indivíduos” (ALMEIDA, 2014, p. 288). No tocante às tecnologias, também se questionou a menção ao significado que o termo “cultura” representa para o Governo e a sua mudança de sentido a partir de 2011, tendo características que se aproximavam de seu sentido antropológico (ALMEIDA, 2014), porém que sucumbiu ao mercado econômico (RUBIM, 2008).

Por outro lado, percebeu-se que, pelo menos para alguns autores, a agenda das Políticas de Comunicação para Conteúdos Digitais Criativos no Brasil está sendo cumprida devido à pretensão, segundo os documentos governamentais, de articular os diferentes âmbitos criativos para estímulo de seus potenciais econômicos e simbólicos. Isso pode ser encontrado na integração entre o Decreto n. 8.944 (Cota de tela), o programa Brasil de Todas as Telas e o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA). O FSA coordena as ações desses programas através de linhas de produções que abrangem a criação de conteúdos digitais.

Dessas bibliografias e com o aporte de referências auxiliares, como documentos governamentais, construímos a trajetória da Política Nacional para Conteúdos Digitais Criativos.

## **Principais resultados e algumas reflexões**

Dos vinte e cinco artigos selecionados, oito analisam as políticas culturais brasileiras. Dentre esses, a maioria das análises tratam de revisar a história de determinados aspectos que envolvem mecanismos relacionados com os conteúdos digitais. Nos documentos encontrados que possuem como tema a perspectiva histórica, as décadas de 1950 e 1960 pareceram ser de extrema relevância devido às renovações de concessões dos serviços de radiodifusão e radiocomunicação em território nacional, assim como a outras importantes instituições como a Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (Ancinav) e à padronização da TV brasileira com o sistema japonês de radiodifusão (BOLAÑO, 2010). O trabalho “(Re)atando Políticas de Cinema no Brasil” (ESTEVINHO, 2015) parte da mesma década, mas para mostrar um desenvolvimento nas políticas cinematográficas brasileiras. Os anos 1990 também são importantes para ambos os autores. Bolaño (2010) explica que algumas inovações interessantes foram trazidas nessa década, como, por exemplo, a gratuidade de canais para o Senado, a Câmara Federal, as Assembleias Legislativas e Câmaras de Vereadores, entidades de caráter educativo-cultural, universidades e organizações comunitárias.

O então presidente do período neoliberal, Fernando Henrique Cardoso, aprimorou a discussão legislativa no que concerne às suas reformas liberais sob o Código Brasileiro de Telecomunicações.

Já Estevinho (2015) ressalta que as políticas neoliberais colocaram o interesse econômico acima dos valores culturais. Logo o desequilíbrio da burocracia desestabilizou o sistema de políticas públicas. O autor explica isso através do relacionamento entre as burocracias econômicas e culturais, também conhecido como paridade institucional. Se a paridade é alta, a área cultural do Estado terá grande autonomia para implementar suas normas e poderão ser selecionadas independente do seu grau econômico. A paridade institucional é importante pois ela consegue identificar o mecanismo de reprodução das políticas de cinema (ESTEVINHO, 2015). O autor afirma que “as instituições são produto de um processo temporal concreto”

(ESTEVINHO, 2015, p. 15), considerando, então, que as políticas são feitas a partir do tempo em que estão inseridas e que é difícil prever os próximos passos.

O que se ressalta, sobretudo, é a mudança de abordagem da política cultural havida com a entrada de Luiz Inácio Lula da Silva na presidência em 2003. Já no programa de governo da campanha de Lula em 2002, “A imaginação a serviço do Brasil”, uma das temáticas reservadas à proposta de uma nova política cultural envolvia a aproximação entre Cultura e Comunicação na busca por “novos critérios de relação com as grandes cadeias de entretenimento; Conselho Nacional de Comunicação Social; redes públicas de TV; estímulo à produção e difusão cultural regional; afirmação da identidade nacional por meio das identidades culturais regionais; respeito à diversidade étnico-cultural” (Coligação Lula Presidente, 2002, p. 9). A aproximação entre os processos culturais e comunicacionais foi importante para a construção das iniciativas adotadas por Gilberto Gil e Juca Ferreira no governo Lula, ao entenderem que as inovações no âmbito das comunicações produzem “transformações nas maneiras de pensar, na produção e recepção dos bens culturais, bem como nos comportamentos e nas identidades culturais” (MOREIRA; BEZERRA; ROCHA, 2010, p. 151).

Essa aproximação entende a centralidade que os meios de comunicação assumiram na atualidade, em um quadro cultural decorrente das transformações comunicacionais e tecnológicas, em que a dimensão simbólica é reconfigurada e ganha destaque. No documento resultante da 1ª Conferência Nacional de Cultura, realizada em 2007, há destaque para a afirmação de que “Comunicação é Cultura”, sendo observado um “cenário em que as grandes corporações de mídia redesenham a esfera pública, num processo de fabricação de desejos coletivos, que se incorporam ao cotidiano das pessoas com novas práticas e rotinas culturais” (1ª Conferência, 2007 p. 21).

Esses setores diferenciados, fortalecidos com a emergência de uma Sociedade da Informação, passam a contar com a elaboração de políticas transversais. Sem conseguirem separação entre os temas, as políticas culturais geridas desde 2003 por Gilberto Gil e depois por Juca Ferreira abriram espaço para uma perspectiva mais

ampla ao fomento à produção de conteúdo, implicando impactos diretos nas agendas históricas do campo das comunicações, como diversidade cultural e democratização.

Enquanto a Lei Rouanet foi o grande instrumento de política cultural do governo FHC, o objetivo do governo do PT era fortalecer a relação entre o Estado e a sociedade, assumindo um papel mais atuante na condução das políticas culturais, tendo em vista que seus antecessores fomentaram uma vasta série de iniciativas de cultura, sem, contudo, manter com o Estado a gestão política de tal processo. O programa da área de cultura da campanha de Lula, “A imaginação a serviço do Brasil”, apontava para esse modelo, propondo as ações culturais sob uma perspectiva antropológica, ampliando as políticas culturais para além dos setores tradicionais das artes e das letras, em uma proposta que inclui “os modos de vida, os direitos humanos, os costumes e as crenças; a interdependência das políticas nos campos da cultura, da educação, das ciências e da comunicação; e a necessidade de levar em consideração a dimensão cultural do desenvolvimento” (Coligação Lula Presidente, 2002, p. 12).

Foi constituída uma agenda pública para a Cultura, preocupada em revelar as múltiplas manifestações culturais brasileiras, articulada com a sociedade civil organizada, beneficiando sobretudo as cadeias culturais marginalizadas.

O Ministério da Cultura – MinC passa a nortear suas políticas por uma “cultura em três dimensões”, identificadas como a Dimensão Simbólica, traduzida nos valores, crenças e práticas que caracterizam a expressão humana; a Dimensão Cidadã, que parte do princípio de que os direitos culturais integram os direitos humanos e, portanto, são considerados como base na concepção das políticas culturais; e a Dimensão Econômica, entendendo cultura como elemento estratégico e dinâmico na economia dos países, geradora de trabalho e riqueza em um ambiente que valoriza a informação, a criatividade e o conhecimento (BRASIL, 2009).

Nesse contexto é elaborado, em abril de 2010, o documento base da Política Nacional para Conteúdos Digitais, dentro da Secretaria do Audiovisual. As características dessa política, em convergência com a área das comunicações, podem ser destacadas:

Uma Política Nacional para Conteúdos Digitais deve levar em consideração as diferentes dinâmicas da cadeia de valor englobada pela área das comunicações. Nesta proposta, voltada para abarcar os setores do audiovisual (cinema, televisão e animação), da música, dos jogos eletrônicos e da visualização, a estratégia será formulada a partir de frentes de atuação que visam superar alguns dos gargalos existentes e estabelecer parâmetros e diretrizes que garantam a expansão destes setores. (BRASIL, 2010, p. 7)

Salientando a cadeia de valor da área das comunicações, seus atores, fontes de financiamento e ações iniciais da política pública, essa proposta deixa clara a sobreposição entre as políticas culturais e as agendas de democratização de produção de conteúdo nos meios de comunicação. Com um cenário político regulatório mais simples, o Ministério da Cultura age naquilo que o Ministério das Comunicações não pode: construiu um cenário de fomento, embasado na diversidade cultural, dos conteúdos comunicativos.

O Ministério da Cultura, ocupado com as questões de infraestrutura, verifica o acesso à internet como um dos principais gargalos, entendendo a necessidade desse acesso para a construção da cidadania da Era Digital. Surge dessa demanda o Programa Nacional da Banda Larga (BRASIL, 2010b).

A construção do Programa Nacional de Banda Larga teve início no dia 15 de setembro de 2009, quando os principais ministérios que possuíam programas voltados para a inclusão digital foram convocados pela presidência com o objetivo de formular um programa que condensasse as iniciativas em curso e as propostas apresentadas, com o propósito de ampliar o número de usuários com acesso à internet em banda larga e, por consequência, o uso e a apropriação dos diferentes conteúdos e serviços digitais existentes no País (CGPID, 2010).

Esse objetivo foi perseguido em uma primeira etapa do programa, focada em garantir a disponibilidade de infraestrutura e o desenho de uma política produtiva e tecnológica compatível. Uma segunda etapa estaria na promoção de conteúdos digitais, aplicações e serviços. Em ambas as etapas, o programa apresentaria propostas transversais em diversas áreas temáticas, tais como governo eletrônico, educação, saúde, segurança pública, comércio e serviços, informação, entretenimento, entre outras (BRASIL, 2013).

Sua gestão ficaria por conta do comitê intersetorial instituído pelo Decreto n. 6.948, de 25 de agosto de 2009, o CGPID – Comitê Gestor do Programa de Inclusão Digital. Composto por representantes de nove ministérios, de duas secretarias e do Gabinete Pessoal do Presidente da República, o comitê ficou responsável por fixar as ações, metas e prioridades do programa, acompanhar e avaliar suas ações de implementação e publicar anualmente relatório de acompanhamento, demonstrando os resultados do programa.

As ações propostas foram distribuídas em seis diferentes dimensões: 1) normas de infraestrutura; 2) regulação de serviços; 3) incentivos fiscais e financeiros; 4) política produtiva e tecnológica; 5) rede nacional; 6) conteúdos e aplicações. Na dimensão 6 foram instalados dois grupos temáticos (GTs): o de Aplicações e Serviços, sob a coordenação dos Ministérios do Planejamento, Orçamento e Gestão e da Saúde; e o de Conteúdos, sob a coordenação dos Ministérios da Educação e da Cultura. A política para conteúdos digitais, que foi concebida inicialmente no âmbito da secretaria do audiovisual, foi levada pelo secretário Nilton Canito para dentro do GT.

O modelo conceitual para conteúdos do programa contempla três dimensões, categorias e quatro linguagens. As dimensões convergem com aquelas definidas em 2009 pelo documento do MinC que sintetiza as políticas de 2003 a 2010: “Cultura em três dimensões”. A primeira dimensão, simbólica, é voltada para o desafio de “colocar em circulação toda a demanda reprimida de um país amalgamado nas últimas décadas a partir de representações simbólicas unilaterais”; segue-se a ela uma perspectiva cidadã, que demanda o investimento na alfabetização digital, ancorada em “ofertas de serviços públicos e canais de participação social, de construção de cidadania, de pluralismo de opinião, de afirmação de identidades regionais dentro da nossa reconhecida diversidade”; e são completadas por uma dimensão econômica, que concebe como papel do Estado fomentar arranjos produtivos que estejam preparados para lidar com o barateamento da infraestrutura, mas que também se propõe a estimular a “contribuição de ambientes e atores não vinculados diretamente ao tradicional modelo privado-comercial de produção e distribuição de aplicações e conteúdos” (CGPID, 2010, pp. 60-61).

Antes da política para conteúdos digitais articulada dentro do PNBL, a única ação do Ministério que se relacionava com conteúdo era o fomento, sem recursos diretos, para o Ginga da TV digital e a discussão de interatividade. Sem envolver o desenvolvimento de aplicações, a iniciativa partia do apoio à cooperação internacional, à entrega de laboratórios e à capacitação para desenvolvimento de conteúdos interativos em Ginga. Apresentada ao Ministério do Planejamento como argumento para a aprovação de uma ação orçamentária específica para conteúdos digitais, foram solicitados e aportados 10 milhões de reais. Com o orçamento, incluíram-se várias atividades ligadas a conteúdos no programa 2025 do Plano Plurianual (PPA) 2012/2015 (ZAMBON, 2015).

No PPA, o Objetivo 0752 foi estabelecido diretamente para “Promover o uso de bens e serviços de comunicações, com ênfase nas aplicações, serviços e conteúdos digitais criativos para potencializar o desenvolvimento econômico e social do país” (BRASIL, 2012, p. 3). Com o PNBL sob responsabilidade do Ministério das Comunicações, ficou o papel de colocar em prática as políticas para conteúdos digitais formuladas durante a estruturação do plano na CGPID. Assim, são elaboradas as “Diretrizes para uma Política Nacional para Conteúdos Digitais Criativos” (BRASIL, 2011) que “tem como ponto de partida demonstrar que há uma latente necessidade de articulação entre os diferentes setores por ela abarcados e que o Governo Federal conta com uma sólida base político-administrativa para provocar a operacionalização de ações e programas de incentivo a este setor” (p. 3).

O objetivo é “integrar e estimular o potencial econômico das cadeias produtivas dos setores de audiovisual, jogos eletrônicos, visualização, música/som e aplicativos de tecnologia da informação e comunicação como forma de desenvolver e fortalecer os segmentos produtores de conteúdos digitais criativos no Brasil”. A Política foi materializada em três programas, o Ginga Brasil, voltado para o fomento da produção de aplicações interativas para televisão digital; o Arranjos Produtivos Locais Conteúdos (APL Conteúdos), voltado para o investimento em centros de produção e pós-produção de conteúdos digitais; e o Inovapps, edital voltado para a criação de aplicativos e jogos sérios para dispositivos móveis.

## Referências

ALMEIDA, M. A. de. Políticas culturais & ciência da informação: diálogos e desafios. *Ciência da Informação*, 2014, 43 (2), 284-297. [https://doi.org/10.14195/978-989-26-0319-3\\_5](https://doi.org/10.14195/978-989-26-0319-3_5)

BOLAÑO, C. R. S. O modelo brasileiro de regulação do audiovisual em perspectiva histórica. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, 2010, 4 (4), 10. <https://doi.org/10.29397/reciis.v12i3.1610>

BOTELHO, L. L. R.; CINHA, C. C. A. ; MACEDO, M. O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. *Gestão e Sociedade*, Belo Horizonte, 2011, maio/agosto, 5 (11), 121-136. <https://doi.org/10.21171/ges.v5i11.1220>

BRASIL, Ministério da Cultura. *Cultura em três dimensões: as políticas do Ministério da Cultura de 2003 a 2010*. Brasília, DF: MinC., 2009. <https://doi.org/10.22533/at.ed.79719250117>

BRASIL, Ministério da Cultura. *Política Nacional para Conteúdos Digitais*. Brasília: Secretaria do Audiovisual, 2010.

BRASIL, Decreto n. 7.174/10. 2010b. Recuperado em 5 fevereiro, 2018, de <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7174.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7174.htm)>.

BRASIL, Ministério das Comunicações. *Diretrizes para uma Política Nacional de Conteúdos Digitais Criativos*. Brasília. 2011.

BRASIL, Senado Federal. Resolução n. 44. *Proposta de Plano de Trabalho, Programa Nacional de Banda Larga (PNBL)*, 2013.

CGPID. *Programa Nacional da Banda Larga, Brasil Conectado*. Brasília: Secretaria-Executiva do Comitê Gestor do Programa de Inclusão Digital, 2010.

COLIGAÇÃO Lula Presidente. A imaginação a serviço do Brasil: programa de políticas públicas de cultura. São Paulo. 2002. Recuperado em 5 fevereiro, 2018, de <<http://www.construindounovobrasil.com.br/images/downloads/aimaginacaoaser vicodobrasil.pdf>>.

ESTEVINHO, T. (Re)Atando políticas de cinema no Brasil. *Anais do VI Congresso Compólitica*. PUC-Rio, 2015.



MOREIRA, F. R.; BEZERRA, L.; ROCHA, R. A secretaria do audiovisual/MinC no governo Lula: políticas de cultura, políticas de comunicação. *VI Encult: Encontro de Estudos Multidisciplinares de Cultura*, Salvador – BA, 2010. <https://doi.org/10.22533/at.ed.79719250117>

SOUZA, M. T. de *et al.* Revisão integrativa: o que é e como fazer. *Einstein* (São Paulo), 2010, março, 8 (1), 102-106.

ZAMBON, P. S. *Entrando na partida: a formulação de políticas de comunicação e cultura para jogos digitais no Brasil entre 2003 e 2014*. Dissertação de mestrado, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, SP, Brasil. 2015. <https://doi.org/10.14393/19834071.2013.17354>

**Data Recebimento:** 03/06/19

**Data Aprovação:** 09/07/19