

Políticas Culturais no Setor Audiovisual: Uma Análise do Plano Espírito Santo Criativo

José Edemir da Silva Anjo

Doutorando em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Lavras (PPGA/UFLA)

Arthur Gabriel Rocha Guedes

Mestrando em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Espírito Santo (PPGAdm/UFES)

RESUMO

O governo capixaba o plano de desenvolvimento econômico criativo para estado: o Plano Espírito Santo Criativo (ES Criativo). Este trabalho tem por objetivo investigar as iniciativas do plano ES Criativo no audiovisual capixaba. Para tal se apoiou na literatura sobre Economia Criativa, políticas públicas culturais no Espírito Santo e setor audiovisual. Em termos metodológicos, o trabalho uma metodologia qualitativa por meio de uma análise documental do cenário recente do setor audiovisual capixaba. A análise interpretativa desses dados possibilitou a construção de uma avaliação político-organizacional do programa. Nela identificou-se que mesmo propagandeado à sociedade e justificado como um caminho para o desenvolvimento econômico e sustentável a partir da Economia Criativa, o programa até então, pouco se efetivou nas mudanças sociais e econômicas no setor audiovisual.

PALAVRAS-CHAVE: Economia Criativa; Políticas Culturais; Audiovisual.

1 INTRODUÇÃO

As atividades culturais como a de festivais de cinema e mostras de produções audiovisuais locais fazem parte do circuito cultural que envolve o público capixaba. Nesse sentido, a uma necessidade pela fomentação de políticas públicas culturais mobilizam os idealizadores de todos os movimentos artístico-culturais locais para desenvolverem suas práticas criativas de forma democrática ao permitirem condições de manutenção e fortalecimento das expressões culturais.

Esse movimento pelo desenvolvimento de setores culturais ganhou notoriedade e atenção de governos a partir dos anos 90, onde surge o termo Economia Criativa, que abarca

os setores de meios audiovisuais, artesanato, o mercado editorial, as artes cênicas, o desing, os softwares, a arquitetura e a moda. (UNCTAD, 2012). Eles são apontados como culturais e criativos e correspondem a nova dinâmica social e econômica, em que a economia criativa passar a ser uma nova via de potencialidade estratégica para o desenvolvimento social, cultural e econômico através do potencial criativo e inovador presente na dinâmica da produção desses bens e serviços (MUZZIO; BARBOSA, 2018).

Diante disso, o atual governo do estado do Espírito Santo, por meio da Secretaria de Cultura do Espírito Santo (Secult-ES), elabora um plano de desenvolvimento econômico criativo para estado: o Plano Espírito Santo Criativo (ES Criativo). O ES Criativo objetivo construir políticas públicas para o desenvolvimento da economia criativa local, a partir da sistematização e integração de ações entre os setores criativos capixabas.

O plano se torna um caminho para o fortalecimento da economia capixaba entre 2016 e 2019. Assim, este artigo levanta a seguinte problemática: **quais os desdobramentos das ações do ES Criativo no setor audiovisual capixaba?** Como objetivo geral, busca-se investigar as iniciativas do plano ES Criativo no audiovisual capixaba. Esta pesquisa tem como objeto de estudo o setor audiovisual da cidade de Vitória, capital do Estado do Espírito Santo.

Diante disso, Jambeiro e Ferreira (2012) reforçam que por estudos que discutam as relações do processo de incorporação dos setores criativos, mais especificamente a indústria audiovisual, pois ressaltam para uma maior atenção para concentração de políticas nesse setor e das implicações de fomento e diversidade de conteúdo desse setor para uma democracia, com atenção as mudanças no campo audiovisual (MORAIS; JAMBEIRO; FERREIRA; 2017) e de formulação, execução e monitoramento de suas políticas públicas (FERREIRA; JAMBEIRO, 2014).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Economia Criativa e Políticas Públicas Culturais no Brasil

É no campo plural da produção de bens e serviços simbólicos e negócios criativa que surge o termo Indústria Criativa associada à importância financeira desse setor que passou a ter maior atenção por países e do mercado econômico, iniciado com a inserção na política pública do governo australiano nos anos 1990 (ALMEIDA; TEIXEIRA; LUFT, 2014; ADLER; FORBES; WILMOTT, 2008; BENDASSOLLI et al., 2009; LAMPEL; LANT;

SHAMSIE, 2009, UNCTAD, 2012). Assim, a Economia Criativa se insere nas políticas públicas que é um “campo de conhecimento que busca, ao mesmo tempo, ‘colocar o Governo em ação’ e/ou analisar essa ação (variável independente) e, quando necessário, propor mudanças no rumo ou curso dessas ações (variável dependente)” (SOUZA, 2006, p. 26).

Em 2010, a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) apresenta no Relatório da Economia Criativa a classificação das indústrias criativa, que gerou em um mapeamento das atividades e produtos desenvolvidos e por consequente, em tentativas de conceituar e definir o campo criativo. Esses modelos ampliam o escopo das indústrias criativas na área de produção e comercialização com representação das características estruturais do ambiente cultural (UNCTAD, 2012).

No portfólio da indústria criativa na política inglesa foram inicialmente inseridos no setor as atividades de artesanato, arquitetura, propaganda, artes e antiguidades, moda, design, audiovisual, editoração, artes cênicas (BENDASSOLLI et al., 2009). Não há então um modelo único a ser seguido nas indústrias criativas. O que há são tentativas de classificação de uma área vasta, cada vez mais dinâmica e moldada continuamente (BENDASSOLLI et al., 2009).

Partindo disso, há um movimento de processos de difusões nas indústrias criativas que começam a ser estimuladas de acordo com as características culturais locais para o aumento da produtividade e diferencial competitivo (BENDASSOLLI; BORGES-ANDRADE, 2011). Para Hui et al. (2005), o desempenho dos setores criativos deve-se basear em indicadores de resultados da produção, pois isso permite que os governos possam vir a elaborar suas políticas públicas.

No cenário brasileiro, mudanças em torno da economia criativa, da relação entre cultura e desenvolvimento, ocorrem a partir do início dos anos 2000 com a institucionalização de políticas culturais na elaboração e implementação das políticas culturais no país (DILÉLIO, 2014; NEUTGEM; DELLAGNELLO, 2017), como o Sistema Nacional de Cultura e o Plano Nacional de Cultura (ALVES, 2014a). Em 2011, tem-se o lançamento do Plano da Secretaria da Economia Criativa (PSEC) pelo Ministério da Cultura (MinC), com proposta de fomentar o desenvolvimento socioeconômico de forma sustentável via setores culturais (BRASIL, 2012; NEUTGEM; DELLAGNELLO, 2017).

As políticas culturais se configuram a partir de estímulos ao empreendedorismo cultural, como do SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), quem promovem ações político-

institucionais de financiamento cultural (ALVES, 2014b). Além de instituições públicas, houve também um movimento do setor privado por ver os setores da Economia Criativa como uma fonte alternativa para desenvolvimento econômico (DILÉLIO, 2014).

Com inspiração do modelo proposto pela UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento), o sistema FIRJAN (Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro), tem apresentado em seus estudos O panoramas à respeito dos setores criativos no âmbito nacional, apontando a estrutura de mercado e tendências socioeconômicas (ALVES, 2014b; DULÍLIO, 2014; FIRJAN, 2016).

Alves (2014b) e Lopes (2015) ressaltam que essa temática ganhou mais destaque principalmente no primeiro governo da presidenta Dilma Rousseff (2011- 2014), em que as políticas culturais, sobretudo do audiovisual estabeleceram-se mais incisivamente numa relação de interdependências entre Estado e mercado cultural no Brasil. Esses movimentos do governo nacional pelos setores da Economia Criativa conduzem para que governos estaduais e municipais colaborem nesse processo de condução de desenvolvimento socioeconômico pela via das políticas públicas culturais (MENEZES; BATISTA, 2015).

2.2 Políticas Públicas Culturais no Espírito Santo

A Economia Criativa ganha espaço na agenda de governos estaduais brasileiros, como em Pernambuco (MARÇAL et al., 2014; MARÇAL; SANTOS, 2018), Rio Grande do Sul (DILÉLIO, 2014), se tornando grande foco das discussões de agentes culturais das grandes instituições culturais. No governo de estado atual do Espírito Santo (2015-2018), a Economia Criativa passa a nortear a política pública cultural em seu planejamento estratégico o **Espírito Santo Criativo** (ROSALÉM; GIUBERTI; PANDOLF, 2017), sob as diretrizes da Secretaria de Estado da Cultura do Espírito Santo (SECULT-ES), órgão a qual compete a formulação, o planejamento e a implementação das políticas públicas estaduais.

Com status de programa de governo, o Espírito Santo Criativo tem como objetivo de potencializar o desenvolvimento do estado a partir do campo da Economia Criativa, a partir da integração com as demais políticas públicas, órgãos públicos e sociedade civil. São apontados cinco desafios fundamentais na estruturação do programa, a saber:

1. O levantamento, a sistematização e o monitoramento de informações e dados sobre a economia criativa para a formulação de políticas públicas ajustadas às realidades locais e regionais do estado.
2. O fomento à sustentabilidade de empreendimentos dos setores culturais e criativos, fortalecendo a sua competitividade e a geração de trabalho e renda.

3. A oferta de formação adequada para o preparo de gestores e profissionais atuantes nos setores culturais e criativos.
4. A institucionalização de políticas públicas de economia criativa efetivas. O desenvolvimento local e regional dos territórios exige uma concertação entre organizações públicas, empresas e instituições representantes da sociedade civil, com modelos de governanças democráticos e eficientes.
5. A criação e a adequação de marcos legais e infralegais necessários para o fortalecimento dos setores criativos, em aspectos associados ao direito trabalhista, tributário, administrativo etc. (ROSALÉM; GIUBERTI; PANDOLF, 2017, p. 176).

Essas ações são inseridas no Plano Estratégico Espírito Santo Criativo (Plano ES Criativo) o fortalecimento da economia capixaba entre 2016 e 2019. Para tanto, outros atores, com destaque para a Federação das Indústrias do Espírito Santo (Findes), Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN) e Sebrae-ES (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial Espírito Santo) na proposta de geração de emprego e renda a partir dos setores criativos (GOMES, 2016; ROSALÉM; GIUBERTI; PANDOLF, 2017). Sobre a formulação das políticas públicas culturais no Espírito Santo, Marques (2015), chama atenção para as limitações da uma efetiva participação política, por parte de instituições sociais e demais membros nos momentos de decisão política.

Gomes (2016) ressalta para necessidade de articulação dos atores políticos para desenvolvimento das ações do ES Criativo, na tentativa de aproximar os setores criativos do governo e sociedade. Dentre as ações iniciais do programa, tem-se a registrado ações, como fóruns e reuniões com os representantes de cada segmento cultural do estado com os representantes dos setores criativos, para estabelecer canal de informações e educação sobre a construção da política cultural do estado por meio da Economia Criativa (GOMES, 2016; ROSALÉM; GIUBERTI; PANDOLF, 2017).

2.3. O setor Audiovisual

É do impulso tecnológico que surge a indústria audiovisual, partindo da indústria do cinema inicialmente, com uma nova linguagem, uma estética, uma nova arte (a sétima). Os avanços técnicos de imagens em movimento acompanhadas de áudio impactou a indústria do cinema que transformava e se reconfigurava rapidamente sua linguagem, à medida que novas tecnologias produzem novos recursos, como hoje equipamentos mais sofisticados e *softwares*, o que resulta em novas mídias e formatos de processos, como de outros meios e outras linguagens desenvolvidas e técnicas aprimoradas a partir do cinema, como o caso do rádio e da televisão (BARONE, 2005; 2009; CANEDO, 2015).

Toda essa profusão leva uma ampliação do campo cinematográfico, que não está mais limitado ao produto cultural no cinema, na televisão se perpassa cada vez a plataformas digitais. Há uma mudança de linguagem desses produtos, e isso requer uma redefinição desse campo criativo da indústria para entender como **audiovisual** (áudio + vídeo). Para Martinez (2005), no audiovisual, a lógica industrial não deve estar associada somente ao caráter econômico da produção, mas estando essa produção entendida como o direito livre ao acesso para exploração das ideias e histórias criativas. O filme, por exemplo, é um produto subjetivo simbólico carregado de valor cultural.

O audiovisual pode ser compreendido como “[...] um campo contemporâneo de convergência de formatos, suportes e tecnologias, resguardadas as especificidades do cinema, da televisão, do vídeo e das mídias digitais (SILVA et al., 2009, p. 08). Essas especificidades estariam ligadas a lógica comunicacional dos meios audiovisuais com suas formatações inerentes a sua realização, mas também as estratégias do mercado. Diante disso, a indústria audiovisual poderia ser compreendida como um:

[...] conjunto dos processos voltados às atividades de produção, distribuição e consumo de produtos culturais denominados de obras ou produtos audiovisuais, elaborados a partir do registro combinado de imagens em movimentos e sons, em diferentes tipos de suporte (BARONE, 2005, p. 30).

O cinema, assim como televisão, o *videogame* e outras mídias interativas passam a pertencer ao campo do audiovisual. Sobre cinema, Canedo (2015), ressalta para a ideia de que essa indústria está em constante processo de expansão e modificações de linguagem por estar intrinsecamente ligada às Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) alinhada as dimensões culturais, políticas e econômicas, tornam-se cada vez mais complexas e amplas discutir questões nesse campo.

Ainda assim, dos setores que abarcam o audiovisual, o cinema sofre mais impactos dessas dimensões por suas peculiaridades e características distintas dos demais setores que compõe esta indústria (CANEDO, 2015), como a sua cadeia produtiva (produção, distribuição e exibição) possibilita o a ocorrência de diversos fenômenos audiovisuais (BARONE, 2009), inclusive sua dimensão econômica que torna essa cadeia tão desigual (CANEDO, 2015; DE VINK; LINDMARK; SIMON, 2012).

3 METODOLOGIA

Para compreensão da formulação e ações das políticas públicas do ES Criativo no setor audiovisual capixaba, realizou-se nesse uma pesquisa de natureza qualitativa com fins exploratórios (VERGARA, 2011), uma vez que, a escolha da abordagem qualitativa se torna essencial quando o pesquisador tem como objetivo de estudo compreender a construção e o desenvolvimento dos processos sociais (VERGARA, 2009).

Os sujeitos pesquisados foram os grupos políticos-institucionais do programa ES Criativo, sobretudo, no campo da Economia Criativa do setor audiovisual do Espírito Santo, por serem formuladores das políticas públicas para o setor, bem como as empresas e profissionais que fazem parte desse cenário local. Assim, os dados foram coletados de pesquisa documental. Os dados coletados para análise são secundários (VERGARA, 2011).

Os documentos pesquisados tratam-se relatórios de pesquisas promovidos pelo ES Criativo, por órgãos públicos e instituições de P&D que mapearam setores da Economia Criativa analisaram o cenário social e econômico de desenvolvimento dos setores criativos. A utilização de materiais na pesquisa científica, como destaca Hodder (1994), tem como vantagem a possibilidade de fazer inferências e observações daquilo que não foi dito. A análise se caracteriza como interpretativa, o que possibilita ao pesquisador ir além do que está expresso nos documentos.

4 RESULTADOS

4.1 Análise Político-Institucional do ES Criativo

Na formulação da política do plano ES Criativo, encabeçada pela Secult-ES, havia o destaque de alinhamentos institucionais de base local, principalmente da própria estrutura do governo do Estado, sobretudo do IJSN, Secretaria da Ciência, Tecnologia, Inovação e Educação Profissional (SECTI), Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo (FAPES), Secretaria de Estado da Educação (SEDU), por meio da Faculdade de Música (FAMES), Secretaria de Estado de Desenvolvimento (SEDES), Banco de Desenvolvimento do Espírito Santo (BANDES), Sebrae e Federação das Indústrias do Espírito Santo (FINDES).

Diante disso, observa-se que na articulação dos atores políticos foi apenas sido realizada uma relação entre atividades alinhadas entre as instituições públicas e sócias citadas acima, tendo pouca aproximação com instituições de classe do setor criativo, como o próprio

Conselho de Cultura do Estado, pastas de cultura dos municípios capixabas, sindicatos, associações da classe artística-cultural local.

Os canais de aproximação, como fóruns e reuniões com esses representantes do segmento cultural do estado ocorreram posterior ao estabelecimento de objetivos e diretrizes para o ES Criativo. As atividades foram realizadas mais no intuito de informar e apresentar o projeto, como uma política pública sem diálogo, como apontada por Gomes (2016) e Marques (2014). Algo que entra em desacordo com a proposta do plano de recorrer a um modelo de governança no processo de institucionalização do programa.

Para tanto, como forma de viabilizar as ações do projeto, realizou-se a contratação de consultores da área de gestão cultural para realização do mapeamento e diagnóstico dos setores criativos do estado. Gomes (2016) ressalta o embate político diante da forma da condução de estruturação e alocação dos recursos para o ES Criativo, em que não fora observado dentro já da própria equipe técnica do governo, pessoas capacitadas para tais atividades, sendo visto como falta de articulação interna em meio a escolha de uma contratação de equipe externa.

Como desdobramento da construção dessa nova política cultural, realizou-se um mapeamento da Economia Criativa capixaba, na tentativa de conhecer o campo criativo capixaba e como ele se encontra configurado. A Secult-ES em parceria principalmente com o IJSN ficaram a cargo disso, tendo como resultado de trabalho ainda em 2016, o “Painel de indicadores da Economia Criativa no Espírito Santo”. Esse estudo está composto de uma compilação de dados dos setores criativos.

Os dados coletados, quantitativamente e qualitativamente configuram na classificação dos setores criativos (ver quadro 1), que se aproxima dos modelos já estabelecidos, tanto pelo cenário internacional, caso do modelo proposto pela UNCTAD (2012), como dos primeiros estudos de mapeamento desses setores no Brasil realizados pela FIRJAN (2016). Nessa estruturação, houve atenção de ampliar setores, conforme a configuração já encontrada localmente, tendo assim, uma ampliação de setores de acordo com a realidade local capixaba (ver quadro 2). Observa-se também a maior aproximação com o modelo desenvolvido pela FIRJAN.

Quadro 1 – Classificação dos setores da Economia Criativa no Espírito Santo

Listagem Secult/IJSN		Comparativo com outras instituições	
Segmento	Descrição da Atividade	Unctad	Firjan

Design	Serviços de arquitetura	X	X
	Atividades técnicas relacionadas à arquitetura e engenharia		X
	Atividades paisagísticas		X
	Lapidação de gemas e fabricação de artefatos de ourivesaria e joalheria		X
	Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes		X
	Design e decoração de interiores	X	X
Teatro (artes cênicas)	Ensino de arte e cultura		X
	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares	X	X
	Criação artística	X	X
	Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas	X	X
Artesanato	Fabricação de produtos cerâmicos não-refratários não especificados anteriormente		
	Fabricação de artefatos de madeira, palha, cortiça, vime e material trançado não especificados anteriormente, exceto móveis		
Música	Fabricação de instrumentos musicais		X
	Atividades de gravação de som e de edição de música	X	X
Audiovisual	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	X	X
	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	X	X
	Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão	X	X
	Atividades de exibição cinematográfica	X	X
	Atividades de rádio	X	X
	Atividades de televisão aberta	X	
	Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura	X	X
	Atividades fotográficas e similares	X	X
TIC	Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda		X
	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis		X
	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis		X
	Consultoria em tecnologia da informação		X
	Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação		X
Festas e Celebrações	Aluguel de palcos, coberturas e outras estruturas de uso temporário, exceto andaimes		
	Serviços de organização de feiras, exposições, congressos e festas		
	Aluguel de equipamentos recreativos e esportivos		
	Agenciamento de profissionais para atividades esportivas, culturais e artísticas		

	Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte		X
Gatromomia	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas		
	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada		
	Serviços ambulantes de alimentação		

Fonte: Adaptado (IJSN, 2016).

Após esse levantamento, o ES Criativo teve como continuidade de ações, sistematização e o monitoramento das informações e dados sobre a economia criativa para a formulação de políticas públicas culturais de acordo com as às realidades locais e regionais do estado. Como resultado delas, tem-se a dois produtos. O primeiro, o Boletim da Economia Criativa, que apresenta trimestralmente a conjuntura dos setores criativos capixabas, com olhar para dados mais econômicos, principalmente do mercado de trabalho. O segundo produto, o Painel da Economia Criativa, que traz dados comparativos dos setores criativos a nível nacional, de forma que possibilita a comparação entre dados por regiões e estados.

Partindo disso, o ES Criativo tem avançado e voltado suas ações conforme a dinâmica dos setores criativos, em que se destacam ações promovidas nos segmentos de artesanato, gastronomia, audiovisual e tecnologias da informação e comunicação, em detrimento dos demais, tendo em vista os aspectos socioeconômicos de seus estudos iniciais. Como medida para um maior diagnóstico desses setores, o ES Criativo, através do IJNS tem realizado recentemente uma pesquisa aplicada, por meio de um questionário *online* em buscar de realizar prover informações mais detalhadas dos grupos envolvidos para formular políticas públicas específicas para alcançarem melhores práticas de atuação. Assim, esse estudo se delimitou a explorar as recentes políticas públicas no setor audiovisual capixaba.

5 CONCLUSÃO

Ao longo da análise do ES Criativo, infere-se que o programa teve forte inspiração nos modelos institucionais da UNCTAD e FIRJAN. Ainda que tenha buscado mapear e conceituar uma Economia Criativa própria, é possível dizer que a agenda do programa, em boa medida, importada e adotada sem muitos ajustes para a realidade política e histórica do estado do Espírito Santo. O Programa replicou um modelo pronto, em que se realizaram poucas adaptações no desenho do programa. Já durante o processo de implementação, identifica-se que o ES Criativo manteve somente o foco nos aspectos de gestão.

O ES Criativo tem sido utilizado como uma ferramenta gerencial de acompanhamento do planejamento e controle de metas como forma de trazer à tona o panorama econômico dos setores criativos, em que não há mecanismo efetivos de diálogo entre eles, como o caso do setor audiovisual, que não consegue produzir profundos impactos sociais. É inegável que o ES Criativo iniciou uma mudança na formulação, planejamento, monitoramento das ações e controle das políticas públicas culturais, com olhar para Economia Criativa capixaba.

Sobre os desdobramentos dessa nova política, com atenção e limitação ao setor audiovisual capixaba, não se pode deixar de reconhecer a fragilidade da articulação como as instituições culturais locais do setor, que poderiam contribuir para viabilizar e melhorar as condições das ações nos demais setores em conjunto. Outro ponto a se considerado é a falta de envolvimento e participação dos servidores públicos e da sociedade civil, em até de uma maior publicização do programa para que não se restringisse a mera propaganda governamental.

Ainda que se tenham modernizado algumas práticas de gestão do planejamento e monitoramento das políticas públicas culturais, o ES Criativo não capitaneou uma discussão política mais ampla sobre as práticas políticas tradicionais. Ainda que propagandeado à sociedade e justificado como um caminho para o desenvolvimento econômico e sustentável a partir da Economia Criativa, o programa até então, conseguiu muito pouco resultado no setor audiovisual e demais segmentos criativos atendidos. Por isso, infere-se que pouco se efetivou nas mudanças sociais e econômicas no setor audiovisual.

Por fim, este trabalho sugere a necessidade de aprofundar as pesquisas sobre a política pública cultural do nível estadual e municipal, sobretudo, de setores da Economia Criativa, como o caso do audiovisual que analisem não só os aspectos de gestão e organizacionais, mas que regatem historicamente as políticas e ações públicas para compreender sua relação com a realidade social os indicadores sociais.

Por isso, defende-se que é imprescindível às avaliações de políticas públicas não se restringir a um modelo. Por uma análise de uma política considere necessariamente os elementos do contexto como precedentes políticos que ajudam a explicar a construção da agenda e a questionar se o desenho e a implementação da política foram realmente matizados pelas peculiaridades locais de uma realidade que além de organizacional é, sobretudo, politicamente construída.

6 REFERÊNCIAS

ADLER, P., FORBES, L., WILLMOTT, H. Critical Management Studies. In A. BRIEF, J. WALSH, (Eds.). **Academy of Management Annals**. New York: AOM, 2008, Cap. 3 (1-61).

ALMEIDA, A. S.; TEIXEIRA, R. M.; LUFT, M. C. M. S. Mapeando a produção científica sobre economia criativa em periódicos nacionais e internacionais de 2000 a 2013. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, v. 8, n. 4, p. 23-47, 2014.

ALVES, E. P. M.. Cultura, mercado e desenvolvimento: a construção da agenda contemporânea para as políticas culturais. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 50, p. 185-193, 2014a.

ALVES, E. P. M.. As políticas culturais e a expansão dos mercados de cultura no Brasil: os usos teóricos e práticos do conceito/tema de economia criativa. **Desigualdade & Diversidade**, v. 14, p. 39-73, 2014b.

BARONE, J. G. R. S. **Comunicação e indústria audiovisual**: cenários tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro na década de 1990. 2005. 201 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

_____. **Comunicação e Indústria Audiovisual**: Cenários Tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro na década de 90. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

BENDASSOLLI, P.; WOOD JR. T.; KIRSCHBAUM, C.; CUNHA, M. P. Indústrias Criativas: definição, limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 49, n. 1, p. 10-18, 2009.

BENDASSOLLI, P. F.; BORGES-ANDRADE, J. E. Significado do trabalho nas indústrias criativas. **Revista de Administração de Empresas**, v. 51, p. 143-159, 2011.

CANEDO, D. P. O cinema global: economia criativa em um campo de trocas desiguais. In: BANDEIRA, M. G.; COSTA, L. F. (Org.). **Dimensões Criativas da Economia da Cultura**: primeiras observações. Salvador: EDUFBA, 2015. p. 57-70.

DENZIN, N.K.; LINCOLN, Y.S. **O planejamento da pesquisa qualitativa**: teoria e abordagens. Artmed: Porto Alegre, 2006.

DILÉLIO, R. C. Economia criativa e a nova agenda econômica: o sentido da abordagem classificatória para um fenômeno contemporâneo. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 50, N. 3, p. 206-217, 2014.

DE VINCK, S.; LINDMARK, S.; SIMON, J. P. **Statistical, ecosystems and competitiveness analysis of the media and content industries**: the Film Sector. Luxembourg: Publications Officer, 2012.

FERREIRA, F.; JAMBEIRO, O. Fomentando as Indústrias Criativas: uma Análise das Políticas Federais para o Audiovisual no Brasil. **Extraprensa**, v. 9, p. 90-100, 2014.

FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2016.

GOMES, D. D. **Diagnóstico do design na cidade de Vitória**: estratégias para uma política de design local. 2016. 259 f. Dissertação (Mestrado em Design). – Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Recife, 2016.

HODDER, I. The interpretation of documents and material culture. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (Orgs.) **Handbook of Qualitative Research**. Thousand Oaks: Sage, 1994.

HUI, D. et al. A study on creativity index. **Home Affairs Bureau, The Hong Kong Special Administrative Region Government**, 2005.

IDEIES. **Mapeamento da Indústria Criativa no Espírito Santo**. Vitória: FINDES, 2014.

IJSN. **Economia criativa no Espírito Santo**: Painel de Indicadores. Vitória: IJSN. 2016.

JAMBEIRO, O.; FERREIRA, F. Compreendendo as Indústrias Criativas de Mídia: contribuições da economia política da comunicação. **Revista Comunicação Midiática**, v.7, n.3, p.178-194, 2012.

JEFFCUTT, P; PRATT, A. C. Managing creativity in the cultural industries. **Creativity & Innovation Management**, v. 11, n. 4, p. 225-233, 2002.

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

LOPES, R. S. Uma nova agenda para a cultura: o discurso da economia criativa no governo Rousseff. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas; BARBALHO, Alexandre; CALABRE, Lia. **Políticas Culturais no governo Dilma**. Salvador: EDUFBA, 2015. p. 173-199.

MARTINEZ, A. **Democracia Audiovisual**: uma proposta de articulação regional para o desenvolvimento. São Paulo: Escrituras – Instituto Pensarte, 2005.

MORAIS, K.; JAMBEIRO, O.; FERREIRA, F. O audiovisual no campo da economia política da comunicação: abordagens, métodos e notas para uma agenda de pesquisa. **Revista Extraprensa**, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 04-23, 2017.

MARQUES, M. S. Políticas públicas culturais e participação: uma reflexão em torno de duas instituições artístico-culturais no Espírito Santo. In: **I Seminário Internacional de Ciência Política**, UFRGS, Porto Alegre, 2015.

MARÇAL, M. C. C.; MELLO, S. C. B. ; CORREA, M. I. S.; SOUZA, A. C. R. A experiência do primeiro ano de institucionalização da política pública “Economia Criativa” em Pernambuco. **Políticas Culturais em Revista**, v. 7, p. 228-248, 2014.

MARÇAL, M. C. C.; SANTOS, J. I. A. S. D. As Potencialidades e os Limites Presentes na Economia Criativa de Pernambuco no Período de 2013 – 2016. **Pensamento & Realidade**, v.

33, n. 2, p. 86-106, 2018.

MENEZES, R. A. G.; BATISTA, P. C. S.. Medidas de Políticas Públicas para as Indústrias Criativas. **Políticas Culturais em Revista**, v. 8, p. 185-205, 2015.

MUZZIO, H.; BARBOSA, F. C. No Caminho para uma Gestão Criativa: A Percepção dos Gestores da Economia Criativa sobre suas Experiências . **Revista de Administração da Unimep**, v. 16, n. 3, p. 108-131, 2018.

NEUTGEM, A. V.; DELLAGNELO, E. H. L. Cultura, Estado e Mercado: uma análise da representação de economia criativa no Anexo I do Plano da Secretaria da Economia Criativa. **Políticas Culturais em Revista**, v. 9, p. 511-534, 2017.

PANELA AUDIOVISUAL. **Catálogo**: 101 filmes Capixabas, Panela Audiovisual. Vitória, ES: 2014.

ROSALÉM, A.; GIUBERTI, A. C.; PANDOLF, R. S. ESPÍRITO SANTO CRIATIVO: A Construção de uma Política Pública. In: **Revista Observatório Itaú Cultural**, n. 23. São Paulo: Itaú Cultural, 2017.

RUAS, C. Políticas Culturais e o Cinema Capixaba. p. 35-42. In: **Milímetros**: Revista do Audiovisual Capixaba, n.7, 2017.

SILVA, A. R.; ROSSINI, M. S.; ROSÁRIO, N. M.; KLIPP, S. Manifesto Audiovisualidades. In: _____; _____. (Org.). **Do audiovisual às audiovisualidades**: convergência e dispersão nas mídias. Porto Alegre: Asterisco, 2009.

SOUZA, C. **Políticas Públicas: uma revisão de literatura**. Sociologias, Porto Alegre, n. 16, jul/dez 2006, p. 20-45.

VERGARA, S. C. **Métodos de coleta de dados no campo**. São Paulo: Atlas, 2009.

_____. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

UNCTAD. **Economia Criativa**: uma opção de desenvolvimento viável. Relatório de economia criativa 2010. São Paulo: Itaú Cultural, 2012.