

# **A Gestão por Territórios como Estratégia na Formação de Público de Equipamentos Culturais**

**Cleberli Fabiano Costa de Arruda**

SESC/Universidade La Salle

**Judite Sanson de Bem**

Universidade La Salle

## **RESUMO**

A gestão de equipamentos culturais no que compete à formação de público em espetáculos e shows realizados em teatros, bibliotecas, museus ou espaços destinados à fruição cultural diverge tanto no que diz respeito ao tipo quanto a localidade ou região em que está inserido ou mesmo o público que atinge. Desse modo, este estudo objetiva trazer à luz a estratégia da gestão pela territorialização utilizada diante das dificuldades encontradas pelos gestores de equipamentos culturais com base no estudo do Corredor Cultural da Vitória de Salvador-Bahia. Trata-se de um estudo de caso de caráter exploratório e método qualitativo. Assim, realizou-se uma triangulação entre a literatura, as ações que integram os espaços com soluções propostas e a coesão existente entre elas. Como principais resultados encontrou-se um conjunto de estratégias para promover o Corredor Cultural, contemplando ações institucionais e culturais.

**Palavras-chave:** Equipamentos culturais, Gestão cultural; Identidade e território; Territorialização da gestão.

## **ABSTRACT**

The management of cultural equipment with regard to the formation of audiences in shows and shows held in theaters, libraries, museums or spaces intended for cultural enjoyment differs both with regard to the type as well as the location or region in which it is located or even the public. that hits. This study aims to bring to light the management strategy for territorialization used in view of the difficulties encountered by managers of cultural facilities based on the study of the Cultural Corridor of Vitória in Salvador-Bahia. This is an exploratory case study and a qualitative method. Thus, there was a triangulation between the literature, the actions that integrate the spaces with proposed solutions and the existing cohesion between them. The main results are a set of strategies to promote the Cultural Corridor, including institutional and cultural actions.

**Keywords:** Cultural facilities, Cultural management; Identity and territory; Territorialization of management.

## 1 INTRODUÇÃO

Os equipamentos culturais aqui considerados, como os teatros, espaços de fruição artística, bibliotecas ou museus além da importância na promoção da cultura possibilitam a visibilidade de produções, de reflexões e temas à sociedade através das manifestações artísticas. Também são ferramentas, considerando o ponto de vista da cadeia produtiva do fazer artístico, pois constituem num espaço onde se executa e ocorre, ao mesmo tempo, a oferta da arte e o consumo por parte do público, o artista e sua obra. Do ponto de vista social, os mesmos são os espaços onde há convivência e trocas de uma comunidade.

Ainda sob a ótica produtiva ou do ponto de vista da economia, neste espaço se finaliza a entrega de um serviço ou obra que envolveu uma cadeia de produtores, iluminadores, artistas, coreógrafos entre outros trabalhadores da área fim que muitas vezes não se consegue mensurar. Porém, apesar de todas as potencialidades, os equipamentos culturais e sua gestão ainda não despertam a atenção para pesquisas, principalmente em áreas cujos desafios apresentam um contexto gerencial diferenciado das demais organizações com particularidades de ordem administrativa, econômica, social e política. Neste aspecto, seus gestores, geralmente respondem com estratégias centradas em esforços em dimensões voltadas para gestão de patrimônio, receitas, despesas, pessoas e isolam o equipamento em relação ao seu entorno e aos demais atores sociais que o compartilham.

Portanto, com base no exposto este estudo busca responder: Como as proposições encontradas pelos gestores de equipamentos culturais no que compete a formação de público em espetáculos e shows realizados em teatros, bibliotecas, museus ou espaços destinados à fruição cultural, baseado no estudo de caso do Corredor Cultural da Vitória de Salvador – Bahia convergem para a literatura que trata sobre o tema?

Assim, este estudo tem como objetivo geral trazer à luz as principais estratégias utilizadas diante das dificuldades encontradas pelos gestores de equipamentos culturais no que compete à formação de público baseado no estudo de caso do Corredor Cultural da Vitória de Salvador – Bahia, uma vez que este estudo trata de territorialização da gestão.

Deste modo, este estudo de caso, retrabalha a análise realizada sob a pesquisa de Santos (2016) no Corredor Cultural Vitória. Este bairro, segundo o Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural (IPAC, 2017) da Bahia é um dos mais valorizados do Estado, tendo sua ocupação iniciada no século XVI, mas seu apogeu em 1940, concentrando mais de 14 equipamentos culturais como, por exemplo, o Museu de Arte da Bahia (Figura 1), o Museu Carlos Costa Pinto, o Museu Geológico da Bahia (Figura 2), o Goethe-Institut Salvador-Bahia

e o Cinema do Museu. Assim, o corredor reúne a efervescência cultural de Salvador.

**Figura 1 - Museu de Arte da Bahia**



Fonte: Google imagens (2021).

**Figura 2 – Museu Geológico da Bahia**



Fonte: Google imagens (2021).

Assim, considerando o conjunto de oportunidades de ambiente buscou-se estudar conceitos e refletir acerca da identidade territorial, gestão por territórios ou territorializada, bem como identificar os benefícios deste modelo de gestão, suas oportunidades e potencialidades, considerando sua importância quanto a inserção destas organizações sejam elas públicas ou privadas, de atuação local, regional ou inserida em pequenas comunidades, bairros ou cidades.

## **2 IDENTIDADE E TERRITÓRIO**

Muitos são os conceitos para identidade e território, e suas relações mas neste estudo os conceitos devem auxiliar a entender como o a gestão dos equipamentos culturais podem contribuir para relação dos diferentes atores do território.

Para Haesbaert (2011), não é propriamente o espaço que forma uma identidade, mas a força política e cultural dos grupos sociais que nele se reproduzem e sua capacidade de produzir uma determinada escala de identidade, territorialmente mediada. Da perspectiva da Sociologia, Zygmunt Bauman, sociólogo polonês se preocupa com o tema focalizando o que denomina de modernidade líquida, e do inglês Stuart Hall, também sociólogo, que estuda as identidades culturais da perspectiva da pós-modernidade.

Dubar (1997) concebe identidade como resultado do processo de socialização, que compreende o cruzamento dos processos relacionais (ou seja, o sujeito é analisado pelo outro dentro dos sistemas de ação nos quais os sujeitos estão inseridos) e biográficos (que tratam da história, habilidades e projetos da pessoa). Para ele, a identidade para si não se separa da identidade para o outro, pois a primeira é correlata à segunda: reconhece-se pelo olhar do outro.

Também da perspectiva da Sociologia, mas com foco na pós-modernidade, Bauman (2005) define identidade como autodeterminação, ou seja, o eu postulado. Para o autor, as identidades comumente referem-se às comunidades como sendo as entidades que as definem. Existem dois tipos de comunidades: as de vida e destino, nas quais os membros vivem juntos em uma ligação absoluta e as comunidades de ideias, formadas por uma variedade de princípios. A questão da identidade só se põe nas comunidades do segundo tipo, onde há a presença de diferentes ideias e, por isso, também a crença na necessidade de escolhas contínuas.

A essência da identidade constrói-se em referência aos vínculos que conectam as pessoas umas às outras e considerando-se esses vínculos estáveis. O habitat da identidade é o campo de

batalha: ela só se apresenta no tumulto. Não se pode evitar sua ambivalência: ela é uma luta contra a dissolução e a fragmentação, uma intenção de devorar e uma recusa a ser devorado. Essa batalha a um só tempo une e divide, suas intenções de inclusão e segregação misturam-se e complementam-se (BAUMAN, 2005).

Hall (2006) apresenta o conceito do que denomina “identidades culturais” como aspectos de nossas identidades que surgem de nosso “pertencimento” a culturas étnicas, raciais, linguísticas, religiosas e, acima de tudo, nacionais. O autor entende que as condições atuais da sociedade estão “fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais”.

Hall cita o crítico cultural Kobena Mercer, para quem “[...] a identidade somente se torna uma questão quando está em crise, quando algo que se supõe como fixo, coerente e estável é deslocado pela experiência da dúvida e da incerteza” (MERCER, 1990, p.43). Alinhado a este conceito Castells (1999) diferencia os papéis de identidade, e traz um elemento chave na construção da identidade, as relações de poder. Segundo o autor uma identidade só pode ser formada quando ocorre uma resistência ao poder, envolvimento comum em um projeto ou por organização.

Também aqui se faz necessário compreender os conceitos de território, territorialidade e territorialização para o aprofundamento do tema. Buddy (1996/1995), entendendo o território como o espaço básico de todo país que busca estabilidade internacional. Território, segundo Haesbaert (2004) já nasce com uma dicotomia, sob o ponto de vista material, geográfico e simbólico com um viés acima de tudo de poder. Ainda o autor, territorialidade é um conceito que abarca território suas dimensões políticas geográficas e de poder, também traz as dimensões culturais e econômicas. A territorialização aqui trazida no campo da gestão é, segundo Santos (2018), uma estratégia que valoriza a identidade cultural, considerando as partes interessadas gerando benefícios interorganizacionais.

Já o conceito de identidade territorial não envolve coisas neutras que devem ser descobertas ou reveladas (DUARTE, 2017). Trata-se de uma estrutura política simbólica que, observada dentro de um certo intervalo a partir de suas características, confere ao território um significado especial, entre tantos outros possíveis. O território apresenta uma identidade potencial que pode ser adquirida das mais diferentes formas a partir do sistema de significados (relação cultural) e da forma de organização do poder (relações políticas) adotadas por indivíduos. Nesse caso, a organização é uma das participantes do exercício de suas ações no território e, portanto, sua identidade é afetada pelas mudanças dinâmicas do território e da

identidade, assim como as afetam desde suas ações (SARAIVA; CARRIERI, 2014). Existe um trânsito entre identidade organizacional e identidade territorial que não é apenas elemento comunicacional, mas, princípio fundamental (HATCH; SCHULTZ, 2008, 1997; SCHULTZ; HATCH, 2005) e político (DAVEL et al., 2016) de gestão.

Também Raffestin (1970) apresenta um conceito multidimensional de território e territorialidade em que elas ocorrem por meio de ações do Estado, mas também ocorrem por meio de outras ações sociais realizadas por empresários, organizações políticas e indivíduos.

## **2.1 Problemáticas na gestão de equipamentos culturais**

Fundamentais no processo final de execução de apresentações artísticas, sendo o local onde ocorre o grande momento de contato entre o artista e o público, espaço que pode não ser físico os “equipamentos culturais” são “tanto edificações destinadas a práticas culturais (teatros, cinemas, bibliotecas, centros de cultura, filmotecas, museus) quanto grupos de produtores culturais abrigados ou não, fisicamente, numa edificação ou instituição (orquestras sinfônicas, corais, corpos de baile, companhias estáveis, etc.)” (COELHO, 1997, p. 546).

Com a tangibilidade os grupos sociais podem exercitar a cidadania, em espaços que territorialmente são a representação de uma comunidade. No entanto estes espaços apresentam desafios à sua gestão, pois precisam viabilizar-se de forma econômica, satisfazer seus consumidores com uma curadoria assertiva que conversa e interage com esta comunidade. Estes equilíbrios são desafios do ponto de vista da gestão, mas também podem ser destacados outros, como a formação de plateia, considerando que havendo público pode-se buscar receita seja através na geração de recursos ou patrocínios (SANTOS, 2016).

Ainda soma-se a carência de recursos públicos cada vez maiores no setor cultural bem como a falta de política específica para equipamentos culturais. Também cabe registrar que o setor é historicamente dependente de subsídios estatais, seja por leis de incentivo, via editais públicos ou via sistema de entidades do Sistema S ou patrocínios de grandes empresas públicas/privadas, mas que de alguma forma tem a intervenção do estado. Assim, é fato que equipamentos, comunidades e artistas estão sendo impactados.

A dicotomia artística e gestão também é um dos desafios dos equipamentos culturais, refletindo a dupla natureza da organização ora com foco na mobilização e relações com os artistas, curadoria, hora num foco maior em gestão dos recursos financeiros, de pessoas ou mesmo administrando os desafios de manutenção predial, que nos casos de teatros ou similares põe-se como um grande desafio, pois segundo muitas vezes são prédios tombados ou

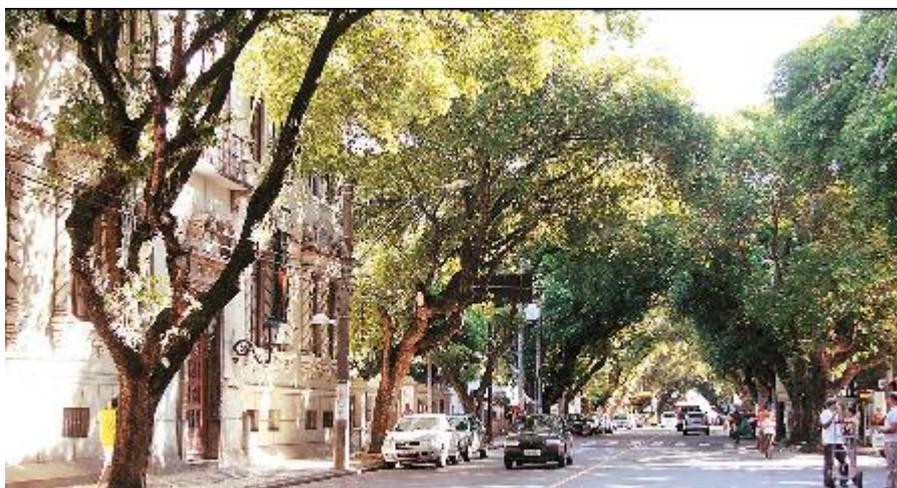
em idade avançada, exigindo um cuidado especial e destinação de recursos e esforços acima do previsível, que já são escassos a maioria dos equipamentos como consta na compilação da pesquisa aqui analisada (SANTOS, 2016). Dificuldades em comunicação também acarretam prejuízos ao processo curatorial. Acrescenta-se a tudo isso, o desafio da baixa representatividade política deste segmento cultural, situação que torna seus pleitos invisíveis aos formuladores de políticas públicas.

A carência de atenção também se reflete nas pesquisas acadêmicas sobre gestão de equipamentos culturais que ainda são limitadas. Em buscas recentes não se encontra o tema gestão de equipamentos culturais e sua relevância social (CARR, 2003; BOTELHO, 2003; BOURDIEU; DARBEL, 2003; DINES, 2012; SERAPIÃO, 2012).

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

No eixo teórico, o estudo em questão propõe-se a refletir sobre as pesquisas já realizadas que consideram sobre a gestão de organizações culturais, identidade organizacional e identidade territorial. O confronto e integração desses corpos teóricos permitirá a elaboração de uma compreensão mais plural e interdisciplinar sobre o tema além de validar ou não a estratégia de gestão por territórios como uma das alternativas à captação de público e formação de plateia. Trata-se de um estudo de caso de caráter exploratório a partir da realização de estudos realizados por Santos (2016) em 11 equipamentos culturais de Salvador- BA, os quais mantêm uma relação de vizinhança por se localizarem no Corredor da Vitória e suas imediações (Figura 3).

**Figura 3 - Corredor da Vitória – Bahia – vista parcial**



Fonte: Google imagens (2021).

Além disso, o Corredor apresenta uma grande concentração de equipamentos e oferta cultural, uma vez que ao longo de pouco mais de um quilômetro de extensão total encontram-se 14 equipamentos culturais, dentre eles alguns dos mais ativos e relevantes da cidade de Salvador. Conforme Oliveira (2018), a pesquisa exploratória é recomendada quando o tema escolhido é pouco explorado, dificultando a formulação e operacionalização de hipóteses. Para Gil (2019), o estudo de caso é considerado um estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, permitindo um conhecimento amplo e detalhado.

O grupo é composto por cinco museus, dois teatros e quatro escolas de idiomas, cujas instalações albergam espaços dedicados a atividades culturais, tais como, galerias, teatros e bibliotecas. Além disso, o trabalho de Santos (2016) envolveu também visitas em duas interorganizações colombianas: a Red de Parques Bibliotecas, em Medellín, e o Corredor Cultural del Centro, em Bogotá com o objetivo de entender se aqueles equipamentos são familiares aos estudados na Bahia/Brasil.

Quanto à sua natureza, trata-se de um estudo qualitativo em que as informações colhidas foram analisadas a partir da tradição da análise de conteúdo (COLBARI, 2014) dentro do foco interpretativo relacionado à práticas de gestão e à identidade territorial, mas também, em consonância com a dupla natureza (pesquisa e ação) deste método, dentro do foco interpretativo voltado para a geração de um conhecimento aplicado.

Os resultados encontrados no estudo de caso dão conta das dificuldades encontradas nas pesquisas realizadas por Santos (2016). A pesquisadora dividiu a pesquisa em quatro fases: fase de identificação das situações iniciais, fase de projeção das ações, fase de realização das atividades previstas e fase de avaliação dos resultados obtidos.

A pesquisa realizou-se entre junho de 2015 e março de 2016, junto a um grupo de gestores de onze equipamentos culturais de Salvador, estes gestores administram equipamentos que se situam no Bairro da Vitória na cidade de Salvador Bahia, onde tem-se um histórico de produção cultural além da presença de quatorze equipamentos culturais.

Considerando ainda os indicadores de desenvolvimento da região, segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNDU, 2000) o corredor da Vitória consegue se destacar com índices elevados de qualidade de vida medidos pelo IDH da cidade. Destaca-se o fato deste estudo aqui se ater a análise da primeira fase com suas proposições e sua aderência a luz das teorias. Assim, os dados e informações partem de uma revisão bibliográfica dos estudos existentes com o objetivo de elucidar o problema e os objetivos do trabalho.

### 3 RESULTADOS OBTIDOS E CONSIDERAÇÕES POSSÍVEIS

Após as visitas e os dados obtidos chegou-se a algumas considerações sobre os desafios gerenciais encontrados juntos aos gestores dos equipamentos culturais do Corredor da Vitória (Quadro 1).

**Quadro 1 – Desafios gerenciais dos gestores de equipamentos culturais**

<b>Dimensão gerencial</b>	<b>Tipos de desafios</b>	<b>Definições em ações cotidianas</b>
<b>Cultura organizacional</b>	Dupla natureza da gestão (artística e predial)	Harmonizar a dimensão artística e predial da gestão
		Atender ao grau de especialização e complexidade técnicas que ambas dimensões demandam
	Manutenção ininterrupta de suas atividades	Compatibilizar a natureza projetual da maior parte das fontes de financiamento com a condição ininterrupta de suas atividades
		Manter uma equipe permanente e mobilizada diante dos desafios de manutenção do fluxo de recursos financeiros
<b>Imagem das partes interessadas</b>	Pouca representatividade política	Pouca capacidade de auto-organização na busca de melhor interface com órgão responsáveis pelas políticas públicas para a cultura
	Diálogo com o espaço público	Pouco diálogo com órgãos do poder público responsáveis por políticas públicas de outras naturezas, mas que se relacionam com as atividades do segmento
		Necessidade de criar uma interface com a cidade e seus temas
	Diálogo com o público (mediação cultural)	Identificar a opinião e as expectativas do público em relação ao equipamento
Necessidade de estratégias de mobilização de públicos		
<b>Visão estratégica</b>	Definições curatoriais	Contextualizar acervos e atividades oferecidas com a razão de existir do equipamento e com o contexto externo no qual o equipamento se insere

Fonte: Santos (2016).

No quadro 1 pode-se encontrar uma série de desafios construídos a partir das entrevistas realizadas pela pesquisadora na primeira fase da sua pesquisa, em que de forma condensada pretende-se avaliar nas proposições finais bem como quais propostas atendem estes desafios. Assim, ao concluir a pesquisa elaborou-se um plano de ações dividido por dois (02) eixos temáticos. No eixo (01) um foram elencadas ações cooperativas visando potencializar forças do grupo. Trabalhando coletivamente, otimizando o processo de comunicação e fortalecimento do grupo visando a cooperação.

No eixo (02) dois, os gestores se propuseram segundo a autora a pensar sobre a articulação dos espaços visando estreitar as relações com público do entorno, trazendo esudantes para ocupar os espaços, visitaçãõ guiada e palestras para alunos. Com estas ações e nortes estabelecidos de forma coletiva entre os gestores dos equipamentos, pode-se com base na

literatura e nas ações realizadas perceber principalmente no eixo (02) dois uma aderência ao proposto na teoria, de considerar o entorno, seus atores e influenciadores como elementos fundamentais na gestão por territórios, porém pontos importantes preconizados na literatura não foram considerados, como mapeamento da região considerando seu perfil socio econômico indo além do indicador de desenvolvimento humano, mapeamento das lideranças formais e informais da região, com capacidade de mobilização da comunidade, e principalmente a interface entre a produção local profissionalizada ou não na área da cultural. Outro ponto que o conceito de gestão por território traz é a escuta dos atores, no planejamento ou construção de qualquer ação envolvendo-os na construção de qualquer projeto social cujo objetivo seja uma construção coletiva.

Outro ponto ignorado pelo grupo de gestores e de fundamental importância, que Bauman (2005) e Castells (1999) apontam para a formação dos territórios e da identidade, os conceitos de multiterritórios suas produções locais, bem como a interação entre os artistas locais e a comunidade, valorizando além dos artistas as relações estabelecidas por estes equipamentos e atores nos territórios da cidade.

Desse modo, um conceito importante que Castells traz e poderia ser considerado são as relações de poder que se construíram e continuam a configurar-se, incluindo o fato de que o equipamento irá se ater a construção de público uma das queixas dos gestores entrevistados. Portanto, deve-se considerar de que forma estas relações de poder estão estabelecidas, ou seja, quais são os atores, quais influências têm formal ou informalmente neste espaço, uma vez que para Castells (1999), a formação do processo de identidade como território se dá pelo poder ora em resistência a este, ora em de domínio ou em projetos de comum acordo, considerando que o espaço se configura com relações, nesta proposta poderia ter-se implementado um mapeamento das produções locais, das lideranças do território e suas vizinhanças estas relações como traz o autor contribuem para a formação do território.

Assim, a construção das soluções não ouviu as partes interessadas, suas expectativas, bem como fazer um mapeamento do entorno e considerar a participação dos mesmos na construção de uma programação que os inserisse enquanto produtores e público consumidor destes equipamentos.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O estudo de caso em questão apontou importantes reflexões no que tange as estratégias utilizadas diante das dificuldades encontradas pelos gestores de equipamentos culturais no que

compete a formação de público com base no estudo de caso do Corredor Cultural da Vitória de Salvador-Bahia. Desse modo, frente aos dois eixos apresentados, o caso aqui estudado considero que a pesquisa foi coerente com a literatura ao considerar o território como ferramenta de gestão cultural, propondo ações que integram os espaços com soluções conjuntas, otimizando as capacidades organizacionais, utilizando-se da comunicação e das relações intraorganizacionais como principal ponto de apoio em consonância com os autores.

As proposições não consideram um processo de mapeamento destas relações e de escuta do território, tampouco uma estratégia de aproximação da gestão a estas comunidades, lideranças e atores locais. O estudo contribuiu por meio de uma discussão fundamental para área da gestão cultural, trazendo uma estratégia negligenciada por equipamentos culturais, o seu entorno, já que as curadorias na maioria das vezes consideram propor uma cultura entendida e compreendida como sendo desejada pelos territórios, mas raramente ouve e traz a produção destes espaços para a visibilidade.

Neste aspecto, o resultado esperado converge para o fortalecimento das relações sociais entre as organizações inseridas no território, atividades sociais e intraorganizacionais, potencializando as oportunidades deste território, a participação do mesmo não apenas como plateia deste equipamento, mas ator participando com sua arte, apresentada neste e em outros equipamentos invertendo o princípio da arte posta e entendida como cultura, para seu consumo. Também proporcionar as trocas com outros artistas e atores locais entendendo os desejos de consumo deste público do entorno enquanto consumidor deste produto, e aproveitando destes potenciais como construção de um território pujante na economia criativa.

Considera-se que o tema pode ser amplamente ainda pesquisado entrelançando aqui campos da economia criativa, gestão cultural, gestão social e inovação podendo trazer importantes conquistas de desenvolvimento local, podendo potencializar não apenas o público espectador dos equipamentos culturais, mas também o turismo e a gastronomia gerando assim emprego e renda para comunidades e territórios.

## **REFERÊNCIAS**

ARAUJO, L. **As relações interorganizacionais**. In: RODRIGUES, S. B. ; CUNHA, M. (Ed.). Estudos organizacionais: novas perspectivas na administração de empresas, uma coletânea luso-brasileira. São Paulo: Iglu Editora Ltda., 2000, p. 501-523.

ARMANI, D. **O desenvolvimento institucional como condição de sustentabilidade nas ONG no Brasil**. In: Aids e sustentabilidade: sobre as ações das organizações da sociedade

civil. Brasília: Ministério da Saúde, 2001. p. 17-34. BAUMAN, Z. (2005). **Identidade:** entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

BOTELHO, I. Dimensões da cultura e políticas públicas. **Revista Perspectiva**, Vol.15, n. 2, p.73-83, 2001.

BOTELHO, I. Os equipamentos culturais na cidade de São Paulo: um desafio para a gestão pública. **Revista Espaço e Debates**, vol.23, n.43-44, p.1-18, 2003.

BOURDIEU, P.; DARBEL, A. **O amor pela arte:** os museus de arte na Europa e seu público. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, Zouk, 2003.

BOYLAN, P. (org.). **Como gerir um museu:** Manual Prático. Paris: ICOM, 2004.

BYRNES, W. J. Management and the arts. Burlington: Elsevier, 2003.

CÂNDIDO, M. M. D. **Gestão de museus**, um desafio contemporâneo: diagnóstico museológico e planejamento. Porto Alegre: Medianiz, 2013.

CANEDO, Daniele. **Democratização da cultura.** In: CULT – Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. Mais definições em trânsito. Salvador: Edufba, 2007.

CASTELLS, M. **O poder da identidade.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COELHO, T. Dicionário crítico de política cultural. São Paulo: Iluminuras, 1997.

\_\_\_\_\_. **O que é ação cultural.** São Paulo: Brasiliense, 2012.

CEZÁRIO, H. B. M.; DAVEL, E. **A mobilização cultural na gestão de museus:** aforça da participação comunitária e da identidade territorial. *Museologia & Interdisciplinaridade*, vol. 6, n.12, p. 84-104, 2017.

CEZÁRIO, H. B. M.; DAVEL, E. **Participação Comunitária e Identidade Territorial na Gestão de Museus:** A Mobilização Museológica Organizacional e Interorganizacional. *Cadernos de Sociomuseologia*, vol. 55, n. 11, p. 3-50, 2018a.

CEZÁRIO, H. B. M.; DAVEL, E. Participação e Identidade Territorial na Gestão de Museus: A Mobilização Museológica Técnica. **Revista Eletrônica Gestão & Sociedade**, vol. 13, n. 32, p. 2393-2422, 2018b.

CEZÁRIO, H. B. M.; DAVEL, E.; QUEROL, L. S. **Tecnologia social das mobilizações:** identidade e participação na gestão de iniciativas museológicas comunitárias. *Museologia e Patrimônio*, vol. 10, n. 2, p. 261-282, 2017.

CEZÁRIO, H. B. M.; DAVEL, E.; QUEROL, L. S.; SANCHO, E. Desafios da Gestão Participativa no Museu de São Brás em Portugal. **Revista de Administração Contemporânea**, vol. 22, n. 1, p. 138-162, 2018.

CHONG, D. Arts management. London: Routledge, 2002. Gestão de equipamentos Culturais com Base na Identidade Territorial *Gestão & Conexões = Management and Connections*

Journal, Vitória (ES), v.7, n.2, p. 07-42, jul./dez. 2018.

COLBARI, A. **A análise de conteúdo e a pesquisa empírica qualitativa**. In: MOULIN DE SOUZA, E.(Ed.). Metodologias e analíticas qualitativas em pesquisa organizacional. Vitória: EDUFES, 2014, p. 241-272.

DAVEL, E.; SANTOS, F. P.; DANTAS, M. Identidade Cultural de Territórios como Política de Gestão. **Anais do XL Encontro da Associação Nacional de Pós- Graduação e Pesquisa em Administração**, 2016.

DINES, Y. S. **Cidadelas da Cultura no Lazer**: uma Reflexão em Antropologia da Imagem sobre o SESC São Paulo. São Paulo: SESC, 2012.

DIONNE, H. **A pesquisa-ação para o desenvolvimento local**. Brasília: Liber Livro Editora, 2007.

DUARTE, F. **Space, Place and Territory**: A Critical Review on Spatialities. New York: Routledge, 2017.

FISCHER, T.; MELO, V. **Organizações e interorganizações na gestão do desenvolvimento territorial**. Organizações e Sociedade, v.11, n. Edição Especial, p. 13-41, 2004.

FOPP, M. A. **Managing museums and galleries**. London: Routledge, 1997.

GENOWAYS, H. H.; IRELAND, L. M. **Museum Administration: an introduction**. Walnut Creek: AltaMira Press, 2003.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 6 Edição. São Paulo. 2019

HAESBAERT, R. O mito da desterritorialização: do "fim dos territórios" à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

HALL, S. **Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

HARTLEY, J.; WEN, W.; LI, H. S. **Creative Economy and Culture**: Challenges, Changes and Futures for the Creative Industries. Los Angeles: Sage Publications, 2015.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

HATCH, M. J.; SCHULTZ, M. **Relations between organizational culture, identity and image**. European Journal of Marketing, vol. 31, n. 5/6, p. 356-365, 1997.

HATCH, M. J.; SCHULTZ, M. **Of bricks and brands: from corporate to enterprise branding**. Organizational Dynamics, vol. 38, n. 2, p. 117-130, 2009.

HATCH, M. J.; SCHULTZ, M. **Taking brand initiative**: how companies can align strategy, culture, and identity through corporate branding. São Francisco: Ed. Jossey-Bass, 2008.

KIESER, A.; NICOLAI, A.; SEIDL, D. **The Practical Relevance of Management Research**: Turning the Debate on Relevance into a Rigorous Scientific Research Program. *Academy of Management Annals*, vol. 9, n. 1, p. 143-233, 2015.

LORD, B.; LORD, G. D. **Manual de gestión de museos**. Barcelona: Ariel, 2005. MACKE, J. A pesquisa-ação como estratégia de pesquisa participativa. In: SILVA, A. B. (Org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais**: paradigmas, estratégias e métodos. São Paulo: Saraiva, 2006, p.207-239.

MAISON, T. **Gestão Museológica**: Desafios e Práticas. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.

MERCER, K. (1990). **Welcome to the jungle**. Em J. Rutherford (Org.), *Identity*. Londres: Lowrence and Wishart

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Cultura em números**: anuário de estatísticas culturais 2009. Brasília: MinC, 2009.

OLIVEIRA, Marya Marli de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. 7. Ed. Petrópolis, Riode Janeiro: Vozes, 2018.

RADBOURNE, J.; FRASER, M. **Arts management**: a practical guide. Saint Leonards: Allen & Unwin, 1996.

SACHS, I. **Desenvolvimento e cultura**; Desenvolvimento da cultura; Cultura do Desenvolvimento. *Organizações & Sociedade*, vol.12, n.33, p.151-165, 2005.

SANTOS, F. P.; DAVEL, E. **Pesquisa-ação em Prol da Cooperação Interorganizacional**: Debates, Repercussões e Práticas. *Farol - Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade*, vol. 5, n. 13, p.723-791, 2018.

SAQUET, M A.; BRISKIEVICZ, M. **Territorialidade e identidade**: um patrimônio no desenvolvimento territorial. *Caderno Prudentino de Geografia*, vol.1, n.31, 2009, p.3-16.

SARAIVA, L. A.; CARRIERI, A. D. P. **Territorialidade e identidade nas organizações**: o caso do mercado central de Belo Horizonte. *Revista de Administração Mackenzie*, vol. 15, n. 2, p.97-126,2014.

SCHULTZ, M.; HATCH, M.J. **A cultural perspective on corporate branding**: the case of LEGO Group. In: SCHROEDER, J. e SALZER-MORLING, M. (Ed.). *Brand Culture*. London: Routledge, 2006, p.15-33.

SAQUET, M A.; BRISKIEVICZ, M. **Territorialidade e identidade**: um patrimônio no desenvolvimento territorial. *Caderno Prudentino de Geografia*, vol.1, n.31, 2009, p.3-16

SCOTT, A. J. **The cultural economy of cities**. London: Sage Publications, 2000.

SENNETT, R. **O declínio do homem público**: as tiranias da intimidade. São Paulo:Record,

2014.

SERAPIÃO, F. **Centro Cultural São Paulo: espaço e vida.** São Paulo: Monolito, 2012.

SESC SP; FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO. **Públicos de Cultura.** São Paulo, 2013.

Disponível em: <<http://www.sesc.com.br/portal/site/publicosdecultura/sintese/>>.

Acesso em: 13/02/2021.