

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL

LUÍZA ROSA DO NASCIMENTO SILVA

Administrar é preciso – uma reflexão sobre a administração na produção cultural-estudo
de caso Burburinho Cultural

Niterói

2017

LUÍÁ ROSA DO NASCIMENTO SILVA

ADMINISTRAR É PRECISO – UMA REFLEXÃO SOBRE A ADMNISTRAÇÃO NA
PRODUÇÃO CULTURAL – ESTUDO DE CASO BRUBURINHO CULTURAL

Monografia apresentada ao Curso de
Graduação em Produção Cultural da
Universidade Federal Fluminense,
como requisito parcial para obtenção
do Grau de Bacharel.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Flávia Lages

Niterói

2017

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Flávia Lages, orientadora, Marina Bay Frydberg, Wallace de Deus, integrantes da banca examinadora, assim como os outros professores que tive ao longo do curso por participarem da minha formação acadêmica e crescimento pessoal.

Agradeço à Karina Gracia, Silene Macedo, Bruno Oliveira, Nadja Nayra, Cissa Martins, Natália Ces e Mariana Souto pelo companheirismo e auxílio ao longo do curso.

RESUMO

A partir do princípio de que a administração é um pilar fundamental para a produção cultural, com base no estudo de caso da empresa Burburinho Cultural, podemos observar como saber gerir é um conhecimento indispensável na atividade de produzir cultura e empreender o melhor caminho para os profissionais da área.

Palavras-chave: administração, produtora cultural, Burburinho Cultural.

ABSTRACT

Taking as principle that administration is a fundamental pillar to cultural production, based on the study of the company Burburinho Cultural, is possible to observe that knowing how to manage is an indispensable knowledge to the activity of producing culture and running a firm is the best path to be taken by the professionals of the field.

Key-words: administration, cultural producer, Burburinho Cultural.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	6
1. CONCEITOS GERAIS.....	7
1.1 Cultura.....	7
1.2 Gestão Empresarial.....	9
1.2.1 Gestão Cultural.....	12
1.3 Noções de trabalho.....	13
2. PRODUÇÃO CULTURAL.....	16
2.1 Noções de produção cultural.....	16
2.2 Noções de produtora cultural.....	19
3. ESTUDO DE CASO – BURBURINHO CULTURAL.....	21
3.1 Histórico.....	22
3.2 Missão.....	23
3.3 Financiamento.....	24
3.4 Entrevistas.....	25

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....27

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS28

ANEXO 130

ANEXO 245

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa foi motivada pela experiência empírica que obtive nas poucas oportunidades que obtive de praticar a produção cultural, nelas pude notar a falta de habilidade dos responsáveis por projetos de organizá-los e orientar seus subordinados, a partir daí a administração surgiu como tema de interesse na procura por um recorte que tivesse relação com o curso optei pelo estudo da influência da administração empresarial numa Produtora Cultural e por questão de proximidade com uma das fundadora, Priscila Seixas, a Burburinho Cultural foi escolhida.

A metodologia de pesquisa se baseou na bibliografia de teóricos, que dissertaram sobre o tema e os conceitos-base utilizados, e através de entrevistas que possibilitaram a apreensão de informação do estudo de caso.

No conteúdo do texto o primeiro capítulo apresenta os conceitos básicos de Cultura, Gestão Empresarial, Gestão Cultural e Noções de Trabalho. O segundo capítulo conceitua Produção Cultural e Produtora Cultural e com ambos temas os princípios norteadores para a análise do estudo de caso no capítulo seguinte.

O terceiro capítulo toma conta de olhar mais de perto a Burburinho Cultural e por meio do depoimento, de Priscila Seixas e Carolina Rocha, ratificar que uma Produção Cultural sustentável pode e deve se utilizar de técnicas administrativas.

1. CONCEITOS GERAIS

1.1 A Cultura e seus Conceitos

Ao iniciarmos estudos no campo da produção cultural é fundamental a exposição do conceito que será norteador da pesquisa, principalmente em se tratar de um conceito amplo como cultura, a definição do termo determinará o posicionamento ideológico entorno do trabalho final.

Quanto ao conceito de cultura pode se dizer que em dias atuais mesmo após posicionamentos acadêmicos existe dificuldade na sua delimitação, decorrente da sua amplitude. Outro ponto relevante é a determinação do que é cultura, muitas vezes, feita por um Estado com uma visão elitizada exercendo políticas voltadas para concepções extremamente limitadas demonstrando preconceito à expressões mais populares de cultura.

Nos atendo ao meio acadêmico, o surgimento da necessidade de um estudo sobre este conjunto de signos e relações que denominamos cultura se deu no século XIX, com a nova configuração social advinda do nascimento das grandes metrópolis, ciências como sociologia e antropologia ganham espaço para se desenvolver e é a antropologia que nos fornece o primeiro conceito de cultura.

Edward Tylor é tido como o artífice do conceito “*Culture*” para construí-lo se utilizou de dois conceitos prévios, o termo alemão *Kultur* “ usando-o para simbolizar todos os aspectos espirituais de uma comunidade” e o termo *Civilisation* do francês “ referia-se principalmente às realizações materiais de um povo” “Em 1871, Tylor definiu cultura como sendo todo comportamento aprendido, tudo aquilo que independe de uma transmissão genética”, o novo conceito reafirma então a ideia de aquisição de conhecimento desvinculando a concepção de “aquisição inata, transmitida por mecanismos biológicos...”¹ a nova concepção permitiu novas possibilidades no entanto se mantinha conservadora por manter o aspectos evolucionistas, ou seja, Tylor entendia que existiam sociedades mais evoluídas/civilizadas que outras.

Franz Boas estudante alemão foi um incisivo questionador do método evolucionista, tendo como obra mais importante o desenvolvimento do particularismo histórico “segundo o qual cada cultura segue seus próprios caminhos em função dos

¹ Roque Laraia, 1986, Cap. 3, pp. 25 e 28

diferentes eventos históricos que enfrentou. A partir daí a explicação evolucionista da cultura só tem sentido quando ocorre em termos de uma abordagem multilinear”².

Já no século XX Alfred Kroeber, antropólogo americano, se atenta em diferenciar aquilo que é orgânico (genético, hereditário) daquilo que é cultural (adquirido através de um processo de aprendizagem).

Todos sabem que nascemos com certos poderes e adquirimos outros. Não é preciso argumentar para provar que algumas coisas de nossas vidas e constituição provêm da natureza pela hereditariedade, e que outras coisas nos chegam através de outros agentes com os quais a hereditariedade nada tem a ver. Não apareceu ninguém que afirmasse ter um ser humano nascido com conhecimento inerente da tábua de multiplicação, nem, por outro lado, que duvidasse de que os filhos de um negro nascem negros pela atuação de forças hereditárias. Contudo, certas qualidades de todo indivíduo são claramente sujeitas a debate e quando se compara o desenvolvimento da civilização como um todo, a distinção dos processos envolvidos apresenta muitas falhas. (KROEBER, 1949, p.234 apud LARAIA, 1986, p. 39)

Kroeber reforça a ideia que “o homem é o resultado do meio cultural em que foi socializado”, diferentes de outros animais que precisam sofrer a mudanças genéticas ao longo de gerações para estarem adaptados a novos ecossistemas, o homem através da cultura consegue mudar o meio em que vive para estar adaptado e depende dele para desenvolver ou não suas potências não bastando “a natureza criar indivíduos altamente inteligentes... é necessário que coloque ao alcance desses indivíduos o material necessário que o permita exercer a sua criatividade de uma maneira revolucionária”³.

Na modernidade Roger Kessing escreve o artigo “Theories of Culture” no qual compila teorias sobre a conceitualização da cultura, o primeiro grupo de teorias se refere à *cultura como um sistema adaptativo* “Mudança Cultural é primariamente um processo de adaptação equivalente à seleção natural” (MEGGEERS, 1977 apud LARAIA, 1986, p. 61); em segundo *como sistema cognitivo* “consiste de tudo aquilo que alguém tem de conhecer ou acreditar para operar de maneira aceitável dentro da sua sociedade” (GOODENOUGH, apud LARAIA, 1986, p. 62), em terceiro *como sistemas estruturais* “que define a cultura como um sistema simbólico que é uma criação acumulativa da mente humana. O seu trabalho tem sido o de descobrir na estruturação dos domínios culturais - mito, arte, parentesco e linguagem - princípios da mente que geram essas elaborações culturais” (LÉVI-STRAUSS, 1976 apud LARAIA, 1986, p. 62) e *como*

² Roque Laraia, 1986, Cap 4, p. 36-37

³ Roque Laraia, 1986, Cap 4, p. 46-48

sistemas simbólicos “... um conjunto de mecanismos de controle, planos, receitas; regras, instruções (que os técnicos de computador chamam de programa) para governar o comportamento” (GEERTZ, 1978 apud LARAIA, 1986, p. 63) e ainda dentro deste sistema David Schneider conclui que a “Cultura é um sistema de símbolos e significados. Compreende categorias ou unidades e regras sobre relações e modo de comportamento. O *status* epistemológico das unidades ou ‘coisas’ culturais não depende da sua observabilidade: mesmo fantasmas e pessoas mortas podem ser categorias culturais”. (SCHNEIDER, 1968 apud LARAIA, 1986, p. 64)

A partir destes teóricos é importante perceber que a cultura é algo mais amplo que o conjunto das artes, apesar de na prática os órgãos governamentais de cultura se ocuparem de fomentar letras, arte, folclore e outras formas de expressão da cultura nacional e pelo patrimônio histórico, arqueológico artístico e cultural do Brasil, a cultura de um povo por ser a lente que este vê o mundo também vai influenciar em como outras grandes áreas de interesse como educação, saúde, desenvolvimento social entre outras serão abordadas.

No século XXI no Brasil com a economia criativa temos uma maior aproximação entre cultura e economia e setores que não se enquadram no domínio das artes passam a ganhar espaço como forma de estímulos à esses dois campos, se antes setores como as artes clássicas, teatro, música, dança e artes plásticas eram o foco do investimento, com a Indústria Criativa, “modelo de desenvolvimento que tem como principais insumos, o conhecimento, o talento individual, a cultura e a tecnologia,” (MARINHO, 2012) passa a ganhar protagonismo.

Desta forma, tendo como pressuposto que a Cultura não pode prescindir do seu papel na Economia do país e vice-versa, trataremos do assunto a partir de trabalho de Campo e entrevistas nos capítulos a seguir.

1.2 Gestão Empresarial:

O segundo conceito base para o nosso trabalho é o de gestão, entenderemos ao longo do trecho sobre a gestão empresarial e gestão da cultura, suas características individuais e como é fundamental para o fazer cultural e conseqüentemente para a produção cultural.

Gerir ou administrar apesar de serem termos comumente relacionados à ambientes corporativos são práticas fundamentais do dia a dia de todas as pessoas, desde a forma como escolhemos guardar os nossos objetos pessoais no armário passando pelo modo como distribuimos as atividades cotidianas ao longo do calendário até a maneira na qual salário será repartido para o pagamento das contas, é necessário planejamento e uma boa gestão para que se alcancem os objetivos desejados.

“A administração é exatamente o processo de tomada de decisões sobre a utilização de recursos, alocação de pessoas, definição de prazos e objetivos, tendo em vista o alcance de um resultado.”⁴

Dentro do meio empresarial a aplicação de métodos administrativos é consolidada e de longa data, como expressei anteriormente administrar faz parte do dia a dia, mas é no século XIX que surgem teóricos que buscam entender cientificamente os elementos de uma produção para aprimoramento desta, sendo os clássicos Frederick Winslow Taylor, Jules Henri Fayol e Henry Ford.

Frederick Taylor engenheiro mecânico americano foi pioneiro em aplicar métodos científicos no interior das fábricas, se utilizando primeiramente de uma fábrica de lingotes de ferro, onde passou a observar o comportamento dos funcionários, percebeu que ali era aplicada o que denominou de “administração empírica” o que gerava uma falta de uniformidade das técnicas e dos métodos de trabalho. Com o intuito de mudar este quadro e tornar a produção mais eficiente começou aplicar o que nomeou de “administração científica”, passou a estudar o movimento dos operários e determinou que homens deveriam cumprir quais tarefas e como, gerando posteriormente o que chamamos de Organização Racional do Trabalho (ORT) que leva em conta nove pontos:

1. Análise do trabalho e estudo dos tempos e movimentos;
2. Estudo da fadiga humana;
3. Divisão do trabalho e especialização do operário;
4. Desenho de cargos e de tarefas;
5. Incentivos salariais e prêmios de produção;
6. Conceito de “homo economicus”;
7. Condições ambientais de trabalho;
8. Padronização;
9. Supervisão funcional

(MORAES, Joysi e MARIANO, Sandra R.H. Introdução à Administração. Rio de Janeiro: CEAD/UFF, 2012 Ap 2, p. 57)

⁴ MORAES, Joysi e MARIANO, Sandra, R.H. Introdução à administração. Rio de Janeiro: CEAD/UFF, 2012, Ap 1, p. 20

A partir dessa visão de organização empresarial, Taylor separa o grupo daqueles que executam (trabalhadores) daqueles que planejam (gerência), cabendo ao último grupo seguir quatro princípios básicos: planejamento, preparo, controle e execução.

Jules Fayol Através do seu livro “Administração Industrial Geral”, publicado em 1916, traz uma outra forma de análise da fábrica diferente de Taylor que examinou a hierarquia começando pela base. Fayol se atém ao alto escalão como exemplo para os outros níveis e, a partir disso, criou a seis funções essenciais de qualquer empresa, essas são:

Técnicas: produção, fabricação, transformação

Comerciais: compras, vendas, permutas

Financeiras: procura e gerência de capitais

Segurança: proteção de bens e pessoas

Contabilidade: inventários, balanços, preços de custo, estatísticas etc.

Administração: previsão, organização, direção, coordenação e controle.
(MORAES, Joysi e MARIANO, Sandra R.H. Introdução à Administração.
Rio de Janeiro: CEAD/UFF, 2012 Ap 2, p. 63)

Mantendo uma visão consistente de que administração é fundamental “na direção dos negócios: de todos os negócios, grandes ou pequenos, industriais, comerciais, políticos, religiosos ou de qualquer outra índole” (FAYOL, 1916 apud MORAES e MARIANO, 2012 Ap 2, p. 62).

Henry Ford faz sua contribuição à sistematização da produção industrial com aplicação dos estudos de Taylor adicionando três princípios de:

intensificação que consiste em diminuir o tempo de duração tanto da matéria-prima quanto do produto acabado dentro da fábrica

economicidade: com os mesmos pressupostos do anterior, só que em relação ao volume ou quantidade tanto do estoque da matéria-prima em transformação quanto do produto acabado.

produtividade: que consiste em aumentar a produtividade do trabalhador por meio da divisão do trabalho, ou seja, pela maior especialização possível a ainda alocando-os em uma linha de montagem.

(MORAES, Joysi e MARIANO, Sandra R.H. Introdução à Administração.
Rio de Janeiro: CEAD/UFF, 2012 Ap 2, p. 69 e 70)

Segundo Dennis Hanson define-se conceito moderno de gestão como:

“...a utilização de recursos humanos, tecnológicos, naturais e financeiros para a consecução dos fins propostos.

As funções da gestão envolvem planejamento, a organização, a liderança - motivação, a coordenação e o controle do progresso obtido.” (HANSON, 2006, p. 3)

Segundo Drucker “a responsabilidade primordial de uma empresa é servir os seus clientes provendo os bens e serviços que são razão da existência da empresa. O lucro não é o objetivo principal, mas uma condição essencial para sua existência continuada.” (DRUKER, 1993 apud HANSON, 2006, p. 3)

A partir da exposição destes teóricos a intenção é esclarecer como gestão /administração fornece os mecanismos para garantir que os meios levem a resultados desejados.

1.2.1 Gestão da Cultura

O fazer cultural por ser entendido como uma expressão natural de um povo, a ser preservado e respeitado, quando apropriado pelo sistema capitalista, com o mero intuito da produção de lucro leva em muitas ocasiões a rejeição da aplicação de técnicas empresarias de gestão na área da cultura.

Ao longo do tópico veremos como a administração é fundamental para o fazer cultural e que pode de maneira exitosa se adaptar ao mesmo sem necessariamente corrompê-lo, auxiliando a cultura a alcançar seus objetivos particulares caso envolvam lucro ou não.

Para Rubim, “diferente do que muitas vezes imagina o senso comum, a cultura é uma atividade, como toda a prática social humana que requer organização”. (RUBIM, 2005, p. 19). Afirmo ainda que, a organização “não é exigida apenas em manifestações de dimensões espetaculares ou em ações eventuais, mas aparece como obrigatória em atividades permanentes e não tão grandiosas”. (RUBIM, 2005, p. 20)

Como dito anteriormente o fazer cultural necessita de uma gestão, no entanto pela sua natureza específica demanda um outro tipo de gestão que não a empresarial, a Gestão Cultural, pois a cultura é em si uma ferramenta social, diferentemente de uma linha de produção que tem como finalidade a feitura de um objeto a ser consumido, o

produto e o produtor/consumidor da cultura não podem ser desligados, o objetivo é a construção de outros cenários para o desenvolvimento da sociedade.

“A Gestão Cultural é uma prática que está relacionada diretamente com a administração. Requer planejamento, organização, liderança, controle e coordenação. Na cultura é necessária a utilização das mesmas ferramentas. Entretanto, os atores envolvidos nessa área específica não são definidos tão claramente entre clientes e empresários. Na Elaboração de um projeto ou implementação de uma determinada política cultural, o público pode ser considerados um cliente, mas os artistas envolvidos instituições, produtores, prestadores de serviço, também são. Nesse sentido entende-se que a Gestão Cultural baseia-se no conceito de mediação e atrelada a isso, é possível entendê-la como um processo “narrativo”.” (SEIXAS, Priscila Notas de Aula da Disciplina Introdução aos estudos em produção cultural - Niterói: UFF, 2012)

Outro ponto importante a destacar é o papel daquele que se propõe a ser produtor cultural que também deve ser entendido de maneira diferenciada, ter um trabalho voltado para o fomento de expressões culturais e artísticas que sejam relevantes para sociedade em questão é algo a ser considerado.

“... o gestor cultural e das artes é um pioneiro social e um criador de esferas públicas relevantes e eficazes, destacando nessas atividades a comunicação como habilidade prevalente. A ênfase de seu treinamento é ou deveria ser, em competência social, imaginação cultural e conhecimento das artes.” (BENDIXEN, 2002 apud HANSON, 2006, p. 5)

A partir desta elucidação busco a desconstrução da ideia de que metodologias mercadológicas não possam beneficiar o campo cultural sem significar uma mudança de propósito do mesmo.

1.3 Noções de Trabalho

O terceiro bloco de conceitos introdutórios traz um reflexão sobre o trabalho e o trabalho cultural.

Com consulta ao texto de João Alfredo da Costa de Campos Melo júnior (2008) “O trabalho e seus críticos: um debate teórico” adquirimos uma visão geral sobre o conceito de trabalho ao longo da história.

Da antiguidade clássica até o início da idade moderna o trabalho era considerado apenas como uma atividade fim e essencial à sobrevivência humana, durante a idade média com Santo Agostinho passa a ser compreendido como algo divino. Com o avanço

do capitalismo e o surgimento das grandes industriais, já no fim do século XVIII e início do XIX, Hegel com o livro “Fenomenologia do Espírito”

concebe a sociedade a partir de suas relações de trabalho e troca, que promovem a exteriorização do homem. É preciso que se formem associações de trabalhadores para que o indivíduo consiga, por meio de seu trabalho, satisfazer suas necessidades e, ao mesmo tempo, fortalecer o conceito de trabalho e de troca: peças indispensáveis na exteriorização do sujeito produtor” (JÚNIOR, 2008, p. 9)

Ainda no mesmo período na Inglaterra Adam Smith cunha o conceito de divisão social do trabalho, a partir daí o trabalho é encarado como fonte de lucro e aqueles que ocupam postos nas fábricas são reorganizados para que se aumente a produtividade, o operário que antes era responsável pela feitura de toda a mercadoria passa a exercer uma parte do processo fabril, como consequência temos uma produção mais acelerada e uma alienação da massa do povo “...

Ora, a inteligência da maioria dos homens se forma necessariamente por suas ocupações corriqueiras. Um passa a vida inteira executando um pequeno número de operações simples não tem a possibilidade de desenvolver sua inteligência nem de exercer sua imaginação procurando maneiras de diminuir suas dificuldades, pois estas nunca ocorrem: ele perde, assim, naturalmente o hábito de desenvolver ou exercer essas faculdades, chegando, em geral, ao extremo da estupidez e da ignorância possíveis a um ser humano...” (SMITH, 1996 apud JÚNIOR, 2008, p. 11)

Temos aqui um ponto crucial pois o trabalho deixa de permitir a exteriorização do homem como havia pregado Santo Agostinho e passa a limitá-lo.

Em contraposição a Adam Smith Karl Marx denuncia “que a concorrência de mercado pode levar à desumanização e à alienação do trabalhador envolvido” (JÚNIOR, 2008, p. 12) entendendo que essa característica não é intrínseca à todo tipo de trabalho e que se este não for alienante pode sim permitir a autorrealização do homem que o exerce, no entanto em grande parte de sua obra especialmente “O Capital” Marx cria a imagem do “trabalho... construído, pensado e articulado como parte inerente ao capital, seja no campo simbólico, seja no campo material e concreto.”(JÚNIOR, 2008, p. 13)

Ainda no século XIX Emile Durkheim com “A Divisão do Trabalho Social” ratifica a importância do equilíbrio social que no período se via ameaçado pela

“dicotomia social” ocasionada pela desigualdade econômica e social da Revolução Industrial, que caso não fosse prevenida acarretaria num “desequilíbrio nas regras econômicas e morais da sociedade”. “A divisão social do trabalho, concebida a partir da solidariedade orgânica, se realizaria plenamente a partir do momento em que as desigualdades manuais e de trabalho fossem dirimidas, tanto no aspecto profissional quanto do mercado.” (JÚNIOR, 2008, p. 16). Para Durkheim o trabalho deveria ser o elo que une os homens e os mantém em harmonia.

Para terminar seus artigo Melo Junior disserta sobre Max Weber este, como o autor aponta, tem seu foco na importância do capitalismo para desenvolvimento humano, e o trabalho deve ser o meio e o fim.

O trabalho deve, ao contrário, ser executado como um fim absoluto por si mesmo - como uma vocação. Tal atitude não absolutamente um produto da natureza. Ela pode ser provocada por baixos salários ou apenas salários elevados, mas somente pode ser produto de um longo e árduo processo de educação” (WEBER, 1999 apud JÚNIOR, 2008, p. 17)

Weber carrega uma visão protestante sobre o trabalho, em a “Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo” mostra como ao longo dos séculos isso se perde, se antes o trabalho tinha como função glorificar à Deus, este chega no século XIX como instrumento hostil de sobrevivência.

No que toca o campo do trabalho cultural no século XXI com o surgimento da economia criativa e a aproximação do empreendedorismo a preocupação é que a produção artística e cultural não leve o mesmo fim que o trabalho industrial, sendo o mundo capitalista e os projetos dependentes de investimento é necessário que se atente para que a cultura não perca o seu poder de “exteriorização do homem” e manutenção de relações sociais para se tornar uma produção massiva e superficial empenhada apenas na competição mercadológica. É importante que os interesses culturais e comerciais caminhem juntos sem se sobreponem.

2. PRODUÇÃO CULTURAL

2.1 Noções de Produção Cultural

A produção cultural como ideia – pode ser aplicada de maneira ampla e de diversas formas, o que muitas vezes a torna difícil de definir. Há quem pense que se trata apenas da execução de eventos, festas com o único intuito de divertir, uma simples produção de lazer mas como veremos ao longo do capítulo, produção cultural tem um papel social imprescindível que toma várias frentes, seja através de ações de pequenos grupos permitindo a manutenção de expressões culturais, ou através da execução de projetos pensados por uma produtora para a ocupação de equipamentos culturais, seja ainda no âmbito das políticas culturais com o poder de modificar toda uma nação, abrindo espaço para novas realidades.

Produção origina-se da palavra produzir se relaciona com a ideia de criar, fabricar. Se pensarmos em uma análise econômica é a transformação de bens para formação de riquezas. Já a palavra cultura como vimos no primeiro capítulo se origina de dois termos, *Kultur* e *Culture* que simboliza os aspectos espirituais de um povo e suas realizações materiais. Unindo estes dois conceitos de maneira grosseira a produção cultural seria então aquela responsável pela “feitura” da cultura no entanto na prática a produção cultural se trata mais de um instrumento que permite maior divulgação/fomento da cultura através de seus projetos.

Se tomarmos como exemplo uma roda-de-samba que ocupa uma praça por vezes pouco frequentada, temos aí uma ótima demonstração de como a produção cultural pode ser observada num âmbito menor, neste caso, a mesma não é responsável pela criação do samba, ou sequer do ritual roda-de-samba mas é a iniciativa de executar, fazer viva uma expressão cultural que representa um grupo social e racial reunindo as pessoas num espaço público correntemente visto como não-lugar. O incentivo a vivência/ocupação dos espaços por manifestações que permitam diferentes grupos sociais exteriorizar suas singularidades, pode ser uns dos caminhos para se “produzir” cultura.

Outra forma de abordar a produção cultural é através do projeto cultural, neste caso de maneira menos intuitiva produtores culturais se detém ao planejamento e conceitualização de uma atividade cultural, seja para um evento único visando um público diverso, ocupação de equipamentos culturais como museus, teatros, cinemas, galerias etc até ações que envolvam um grupo social específico.

“ I - O QUE É UM PROJETO CULTURAL?

PRINCÍPIOS DE UM PRODUTOR CULTURAL:

- a) saber administrar e conjugar os diferentes conhecimentos em prol da definição de um projeto; b) ter instrumentos para apresentar o projeto de forma clara, concisa e inteligível (expressividade do projeto e qualidade técnica); c) Redação (redigir o projeto) + orçamento (cálculo) + planejamento do evento (administração) + design (programação gráfica o desenho)

PLANEJAMENTO:

‘Planejar é refletir e decidir em conjunto, de forma cíclica, quais as melhores alternativas de ação para adiante de uma situação problema, atingir certos objetivos.’ (Cléia Silveira, p.22) O planejamento envolve: análise, crítica, participação, decisão, e ação.

PROJETO

‘é um empreendimento claramente planejado e delimitado pelos seus objetivos, suas atividades, sua abrangência temporal e financeira, seus beneficiários diretos e indiretos. Constitui o nível mais específico do planejamento. O projeto, apesar de considerar os mesmos elementos de um programa possui um nível bem maior de detalhamento. é o planejamento para o curto prazo.’ (Cléia Silveira, p. 24)

É um instrumento de organização de uma proposta de trabalho, de materialização e concretização de uma ideia. Local de definição do a) conceito; b) agentes; c) público-alvo; d) infraestrutura necessária; e) programação; f) sustentabilidade.” (MATTOS, 2012 p. 1)

O projeto, assim, pode ser entendido como um guia e o meio para apresentar suas ideias. Para aqueles que desejam executar eventos e portanto concorrer a editais ou buscar financiamento direto, por exemplo, ter um projeto bem escrito, isto é, bem fundamentado, de fácil compreensão e objetivo é primordial para que os possíveis clientes enxerguem a real intenção do proponente e como ela se conecta com interesses dos financiadores.

Dentro dos equipamentos culturais cada atividade também terá um projeto/planejamento que vai apontar como tal deve ser feita, como ela dialoga com espaço e com público que o frequenta permitindo a formatação de um programa que construirá a identidade que se deseja para cada equipamento.

Já se a meta for trabalhar com um grupo social deve permitir que esse seja atuante na feitura do projeto, consultá-lo sobre quais são suas reais necessidades e desejos, sendo isto indispensável, pois a partir dessas demandas que será possível a escrita de um projeto que tenha objetivos factíveis e condizentes com o público-alvo.

Independente dos objetivos a delineação do projeto deve ser a mais completa e clara possível assegurando maiores chances de sucesso.

Se tratando da máquina pública a produção cultural toma a denominação de política cultural, as políticas culturais divergem dos projetos descritos anteriormente por se tratar de intervenções de proporções macro, tomando mais ainda a posição de

fomentadoras, as políticas culturais possuem um olhar mais abrangente buscando mapear, compreender, o mercado cultural e suas demandas para a criação de linhas de ação que alcancem/beneficiem de maneira mais ampla uma população.

“ Políticas culturais são formulações e/ou propostas desenvolvidas pela administração pública, organizações não-governamentais e empresas privadas, com o objetivo de promover intervenções na sociedade através da cultura... Para Canclini (2001:65) as políticas culturais resumem-se a um ‘conjunto de intervenções realizadas pelo estado, instituições civis e grupos comunitários organizados a fim de orientar o desenvolvimento simbólico, satisfazer as necessidades culturais da população e obter consenso para um tipo de ordem, ou de transformação social’ Teixeira Coelho (1997, p.292) completa... ‘promover a produção, a distribuição e o uso da cultura, a preservação e divulgação do patrimônio histórico e o ordenamento do aparelho burocrático por elas responsável’....’o estudo dos diferentes modos de proposição e agenciamento dessas iniciativas, bem como a compreensão de suas significações nos diferentes contextos sociais em que se apresentam.’”. (FÉLIX e FERNANDES, 2007)

Um exemplo de política cultural é o projeto Cultura Viva do Ministério da Cultura criado em 2004 e transformado em lei no ano de 2014. Através dos Pontos de Cultura, coletivos organizados que promovem a cultura e educação certificados pelo Ministério da Cultura , houve uma melhora na comunicação entre os agentes culturais possibilitando:

- Garantir o pleno exercício dos direitos culturais aos cidadãos brasileiros, dispondo-lhes os meios e insumos necessários para produzir, registrar, gerir e difundir iniciativas culturais;
- Estimular o protagonismo social na elaboração e na gestão das políticas públicas da cultura;
- Promover uma gestão pública compartilhada e participativa, amparada em mecanismos democráticos de diálogo com a sociedade civil;
- Consolidar os princípios da participação social nas políticas culturais;
- Garantir o respeito à cultura como direito de cidadania e à diversidade cultural como expressão simbólica e como atividade econômica;
- Estimular iniciativas culturais já existentes, por meio de apoio e fomento da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;
- Promover o acesso aos meios de fruição, produção e difusão cultural;
- Potencializar iniciativas culturais, visando à construção de novos valores de cooperação e solidariedade, e ampliar instrumentos de educação com educação;
- Estimular a exploração, o uso e a apropriação dos códigos, linguagens artísticas e espaços públicos e privados disponibilizados para a ação cultural.

(MINISTÉRIO DA CULTURAL, 2015)

As políticas culturais então são meio e fim, pois permite criar um terreno fértil de cultura, interação, renda e possibilitam aos agentes uma maior participação na criação de futuras diretrizes.

A partir desta breve exposição podemos conceber a produção cultural não só como um domínio importante dentro do conjunto de uma sociedade, mas um pilar crucial na organicidade da mesma, já que pensar a produção cultural significa refletir sobre os indivíduos, trabalhar com as diferenças buscando um diálogo abrangente e inclusivo.

2.2 Noções de Produtora Cultural

A diversidade do meio cultural e a alta produtividade dos seus agentes gera demanda por formalização ou seja a formação de empresas que trabalhem com elaboração e execução de projetos criando espaço para as produtoras culturais.

As produtoras culturais nada mais são que empresas/pessoas jurídicas que se especializam no mercado cultural, e como o mercado é diverso é comum que cada uma busque um campo de trabalho, há aquelas que optam pelo audiovisual produzindo filmes e materiais para a exibição televisiva como é o caso da Conspiração Filmes⁵ e da O2 filmes⁶ grandes conhecidas do meio por terem os seus trabalhos veiculados em emissoras como TV GLOBO e HBO , outras se aperfeiçoam na produção de grandes eventos como é caso da Rock World que tem como seu maior produto o “Rock in Rio”, apenas para citar alguns exemplos de maior conhecimento popular, ou ainda há aquelas que focam em teatro, dança sendo inúmeras as áreas de atuação.

Outra característica importante ao analisarmos uma produtora é o seu tamanho, muitas das vezes o número de funcionários fixos é reduzido sendo frequente as contratações temporárias para trabalhos específicos, desta forma diferente de outras carreiras em que o indivíduo se prepara para ser contratado e crescer dentro de uma instituição, o produtor cultural deve estar preparado para ser empreendedor para conseguir realizar seus projetos, daí a necessidade de obter um registro de pessoa jurídica.

“Pessoa jurídica é uma figura reconhecida pela [justiça](#) que se refere a uma [organização](#) ou grupo que tem [obrigações](#) e [deveres](#) a cumprir perante a lei,

⁵ www.conspiracao.com.br

⁶ www.o2filmes.com

além de possuir direitos e participar de ações judiciais, cuja [personalidade é independente](#) e diferenciada de cada um dos seus membros.

Conforme esta definição, pessoas jurídicas são associações, corporações e fundações constituídas de maneira legal tanto no campo civil como no campo mercantil ou industrial.

Para que uma pessoa jurídica seja constituída deve existir um trâmite administrativo em forma de inscrição em algum registro público, de maneira que possa comprovar com eficácia a existência de pessoas físicas e dos órgãos que regem sua atividade. Isso é realizado através de um ato jurídico chamado [constituição](#).” (PESSOA JURÍDICA. Conceitos.com. Publicado: 07/01/2016)

O trabalho com carteira assinada pode ser encontrado em algumas instituições como museus mas a porcentagem daqueles que o conseguem é baixa e o retorno financeiro pouco satisfatório.

“...por que na verdade a gente não tem uma indústria da cultura, não vejo dessa forma, até mesmo por exemplo quem movimenta muito mais dinheiro que são as empresas de cinema nem eles contratam funcionários , e, quase todo mundo é pj (pessoa jurídica) ... acredito mesmo nessa fórmula de você conseguir ter autonomia sobre sua capacidade produtiva...” (SEIXAS, 2017)

Um ótimo recurso é o registro de Microempreendedor Individual (MEI)⁷ dessa forma a prestação de contas se torna mais prática facilitando as contratações.

No site do SEBRAE encontramos uma importante ferramenta de orientação de como montar uma produtora cultural e as características importantes que esta pode possuir.

“O processo produtivo associado à produção cultural irá depender do nicho de negócio ou segmento de atuação da produtora, que pode incluir:

- a) Atuar na área de planejamento e gestão cultural, estabelecendo metas e estratégias para o fomento e a promoção da cultura, em nível público e/ou privado;
- b) Planejar, organizar e divulgar projetos e produtos culturais de toda natureza;
- c) Formatar projetos culturais para captação de patrocínio;
- d) Promover a integração entre a criação artística e a gerência administrativa na produção de espetáculos (teatro, dança, música, circo etc.), produtos audiovisuais (filmes, telenovelas, discos, CDs, DVDs), obras literárias, entre outros setores da indústria cultural;
- e) Atuar na curadoria e organização de mostras, exposições e festivais em diversas áreas artísticas;

7

- f) Trabalhar em setores de marketing cultural, desenvolvendo estratégias de investimento em projetos culturais;
- g) Exercer a gerência cultural e operacional em instituições públicas e privadas, atuando em centros culturais, galerias de arte, museus, bibliotecas, teatros, cinemas;
- h) Compor equipes governamentais de gestão cultural em níveis municipal, estadual e federal, auxiliando na definição de políticas públicas para a cultura;
- i) Contribuir nas ações de preservação e revitalização do patrimônio cultural;
- j) Atuar em ensino, pesquisa e extensão no magistério superior na área de Produção Cultural e áreas afins;
- k) Atuar como representante pessoal (personal representatives) para o artista e sua assessoria, incluindo:
 - a. A seleção de projetos em que o artista se envolve;
 - b. Todas as questões envolvendo divulgação, relações públicas e propaganda;
 - c. A adoção de um “formato” que melhor apresente o artista;
 - d. A seleção de locais e datas de forma a otimizar o trabalho e o retorno para o artista;
 - e. O estabelecimento dos tipos de vínculos que mais beneficiem a carreira do artista;
 - f. A seleção e a supervisão de pessoal que atue administrativa, financeira e legalmente para o artista.

Além das atividades de produção cultural propriamente dita, o empreendedor independente deverá dedicar-se ao controle administrativo do negócio (controle dos recebimentos e pagamentos, rotinas bancárias e contábeis, compra de materiais etc.) e o relacionamento comercial com clientes (inclui as atividades de captação de clientes ou venda dos serviços, orçamento, negociação, agendamento das visitas etc.)” (SEBRAE)

Desta forma a produtora cultural se encontra no mercado como o mecanismo que permite maior dinamização nas relações de trabalho e propicia aos produtores produzirem de maneira mais livre, uma vez empreendedores e não só funcionários de uma grande empresa é possível um foco maior na realização de seus próprios projetos que podem reunir as qualidades que seus autores desejarem.

3. ESTUDO DE CASO - BURBURINHO CULTURAL

O terceiro capítulo tem como propósito apresentação do estudo de caso, nele a produtora cultural escolhida, Burburinho Cultural, terá seu histórico brevemente apresentado, assim como sua atuação no mercado e suas formas de financiamento. A partir das entrevistas fornecidas por Priscila Seixas, co-fundadora, e uma de suas ex-funcionárias Carolina Rocha, ambas ex-alunas do curso de Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, teremos um panorama do que se trata administrar um

produtora cultural em face a um mercado como o brasileiro e ser funcionária neste tipo de organização.

3.1 Histórico

Como colocado no capítulo anterior um dos caminhos para aqueles que desejam trabalhar no meio cultural - produtores culturais especificamente - é a abertura da sua própria empresa. Assim muitos profissionais se deparam com a necessidade de trabalhar como autônomos, por ser considerada uma área mal remunerada e pela liberdade para execução de projetos particulares originais.

Eu nunca tive uma ilusão de trabalhar... eu nunca achei que mercado cultural pagasse bem, então eu achava que de certa forma para poder conseguir... fazer os próprios projetos, traçar os nossos... caminhar, era mais fácil caminhar de forma empreendedora do que com outras pessoas, entendeu?, e eu continuo acreditando nisso, de alguma forma acho que o empreender na área cultural ele mais produtivo, mais possível, do que você ficar trabalhando, efetivamente para outros (SEIXAS, 2017)

Levando em conta esse contexto um trio de alunas de Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense decidiu abrir sua própria empresa.

“A **Burburinho Cultural** é uma empresa fundada em 2006 tendo como horizonte a complexidade do campo da cultura, especializando-se em criação, planejamento, gestão e realização de projetos culturais. O trio fundador é formado por jovens bacharéis em Produção Cultural pela Universidade Federal Fluminense (UFF): Aline Cardoso, Dalva Santos e Priscila Seixas. Três formações iguais, mas com perfis complementares.”(BURBURINHO CULTURAL)

Na entrevista obtida na terça-feira, 8 de agosto de 2017, no restaurante Empório Macedônia no Catete, bairro do centro do Rio de Janeiro, Priscila Seixas expõe de maneira mais detalhada que tudo começou como um coletivo que ao fim foi formado por cinco pessoas sendo quatro produtores um designer e que a necessidade de trabalhar de maneira regulamentada fez surgir a necessidade de um pessoa jurídica, ou seja a criação de uma empresa registrada.

“ (...) Enfim a idéia inicial era de, sei lá, uma associação para dez doze, inicialmente ficaram cinco, era um designer e quatro produtores, cada um tinha uma atuação e aí a gente avançou para isso. Dentre estes meus sócios uma delas falava assim “olha eu vou servir cafezinho mas eu vou entrar, porque eu não quero perder a oportunidade”, eu já tinha alguns clientes que

trabalhavam na área de música, agenciava o Tunai na época, o Cabanas também tinha um trabalho que já faziam com alguns artistas já tinha um tempo e aí com isso acabava que a necessidade de ter um pj (pessoa jurídica) também para fazer o gerenciamento de carreira de artista de projetos era necessário e aí foi isso (...)" (SEIXAS, 2017)

3.2 Missão

A burburinho cultural foi criada com o intuito de promover a cultura, seus projetos envolvem shows de música, teatro, dança, a exemplo disso, durante o ano de 2012 em que fui aluna de Priscila Seixas a Burburinho Cultural executava um projeto de edital público que havia ganho para ocupar a sala Baden Powell no bairro de Copacabana na cidade do Rio de Janeiro.

Segundo o site da empresa o destaque, nos últimos anos, são os projetos de programação cultural nas áreas de música e artes cênicas para equipamentos culturais públicos, como as Salas Sidney Müller e Baden Powell e o Teatro Cacilda Becker, no Rio de Janeiro.

Sua missão é multiplicar as formas de participação na indústria da cultura, desenvolvendo mecanismos e estratégias para criação de parcerias entre os fundos públicos de incentivo e as iniciativas privadas, em prol de empreitadas culturais com efeitos concretos, de curto, médio e longo-prazo; um formato de Gestão cultural que envolve tanto os proponentes como todos os agentes em cada uma das instâncias pelas quais o projeto atravessa. (BURBURINHO CULTURAL)

Após a crise econômica, no ano de 2015, e com a retração do mercado levando a diminuição do número de editais e de recursos a empresa sofre uma reestruturação e passa a trabalhar em parceria com o Casarão Floresta⁸ empresa promotora de eventos que tem grande parte do seu produto shows musicais.

⁸ <https://www.facebook.com/casaraofloresta/>

3.3 Financiamento

Se tratando do mercado de cultura é sabido, por aqueles que nele trabalham, que há grande necessidade de recursos para orçamentos muitas vezes reduzidos, por tanto conhecer os meios de captação é fundamental especialmente pelos empreendedores de pequeno porte que abrem sua própria produtora.

A partir da entrevista dada por Priscila Seixas podemos destacar quatro maneiras mais frequentes de financiamento.

A primeira é através de projeto de lei com fomento direto do governo, ou seja, por meio de editais de incentivo à cultura, utilizado por instituições como CCBB.⁹ Neste modelo todos aqueles que tiverem projetos condizentes com o tema e caibam no orçamento proposto estão aptos a concorrer, sendo assim mais democrático que o fomento indireto, a conhecida Lei Rouanet¹⁰ prevê que empresas destinem parte de seus impostos a projetos aprovados pelo Ministério da Cultura. O problema aqui reside no fato de deixar à cargo de empresas privadas, frequentemente interessadas apenas em projetos que funcionem como marketing cultural, o fomento à cultura, sendo comum o proponente conseguir autorização do Ministério da Cultura para captação de recursos, mas na prática não encontrar organizações parceiras ameaçando assim a diversidade da produção cultural brasileira e sua efetiva função social de integração entre os indivíduos.

No campo Privado encontramos as outras duas formas principais de arrecadação de verba por intermédio de recursos diretos, uma pela bilheteria e venda de alimentos e bebidas, assim como outros produtos nos eventos produzidos e a segunda com maior poder de captação, o Marketing Empresarial, que acontece quando a empresa se identifica com um projeto cultural específico e tendo sua marca relacionada a ele, garantirá uma melhor imagem da empresa entre seus consumidores e portanto decide livremente pelo financiamento de tal. Modelo que não tem necessariamente compromisso com uma política preocupada com a diversidade do cenário cultural, mas que deveria ser estimulada pelo fato de ser uma iniciativa que não depende da engrenagem do Estado e por ter um orçamento mais flexível.

⁹ <www.bb.com.br/doc/pub/int/dwn/EditalCCBB20172018.pdf .>

¹⁰ Disponível em <<https://oglobo.globo.com/cultura/entenda-como-funciona-lei-rouanet->>.

O marketing é uma estratégia utilizada pelas empresas para que, por meio de patrocínios a projetos culturais, agreguem valor a sua marca

Grandes empresas são adeptas desta prática, mas os pequenos negócios também podem se beneficiar apadrinhando eventos e projetos para associar suas marcas e ganhar visibilidade.

Tudo o que uma empresa faz no mercado conta pontos negativa ou positivamente.

Associar-se à cultura e promover a inclusão de pessoas e instituições num mercado que só cresce a cada dia é também uma forma de sustentar a imagem institucional. (SEBRAE)

3.4 Entrevistas

Para desenvolver o estudo de caso entrevistei Priscila Seixas co-fundadora da Burburinho Cultural e ex-aluna do curso de Produção Cultural nos encontramos num restaurante no centro do Rio de Janeiro e fui com um questionário de guia para nossa conversa, o meu interesse principal era me informar sobre como está sendo a experiência de ter uma empresa que trabalha com cultura, com foco nos percalços administrativos e nas características que um profissional que deseja atuar área deve comportar.

De maneira dinâmica e realista ela foi respondendo as questões, colocou a importância da administração no que toca o empreendedorismo, entende que muitas vezes o profissional produtor cultural não tem grandes noções de como tocar uma empresa algo que na sua experiência fez falta já que no seu ponto de vista no Brasil não existe uma Indústria cultural consolidada e as de financiamento são escassas e muitas vezes restritas a um pequeno grupo. Apontou também que mesmo que não seja possível uma visão profunda de todas as funções da empresa, o produtor cultural precisa entender minimamente como elas funcionam, comentando a sua necessidade de fazer um curso de comunicação para melhor entender as mídias sociais. Outro ponto destacado foi o perfil de um produtor que deseja se sobressair no mercado, salientando que a formação acadêmica é importante, mas estar atento ao o que acontece no mercado é indispensável. E termina expondo a necessidade de um melhor preparo dos alunos dentro do curso de Produção Cultural através do oferecimento de uma discussão mais profunda sobre empreender.

Com intuito de adquirir outro ponto de vista sobre a mesma empresa enviei um questionário à Carolina Rocha, ex-aluna do curso de Produção Cultural e ex-funcionária da Burburinho Cultural. Em sua resposta ela coloca a relevância de sua experiência na

empresa pois conseguiu exercer diferentes funções como captação de recursos e gestão de projetos e obter um panorama de como funciona o mercado sem deixar de citar algumas dificuldades que pôde observar na parte administrativa da empresa em relação a captação de recursos.

As entrevistas se tornas assim um material útil para aqueles que buscam um testemunho de profissionais da área e quem sabe um estímulo para aprofundamento de estudos sobre o tema.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao iniciar este projeto de pesquisa o intuito era trazer à luz mais uma vez a relevância do estudo da administração para a prática da profissão de produtor cultural e entendi que, utilizar como estudo de caso uma produtora cultural seria uma forma de introduzir na discussão teórica experiências reais que explicitam a relação entre ambas atentando sempre para importância de se priorizar a produção que faz a mediação entre o público e a cultura.

Com a pesquisa podemos observar que para além da necessidade de organização e planejamento dos projetos a Produção Cultural é empreendedorismo, não bastando ter apenas iniciativas criativas. Uma vez que se decide abrir uma empresa, Produtora Cultural, é necessário saber lidar com os desafios do mercado, as crises econômicas, a escassez de políticas públicas que aumentem e democratizem os recursos para o campo da cultural por exemplo e superar os desafios internos como a divergência de opiniões entre os membros da equipe e o desenvolvimento de uma estratégia de comunicação forte entre outros e é exatamente onde administração se coloca oferecendo os recursos para que se chegue com menos turbulências aos objetivos desejados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LARAIA, Roque de Barros. Cultura: Um conceito Antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986.

MARINHO, Heliana. Economia Criativa do Rio de Janeiro e as MPE, 2012. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Menu%20Institucional/Sebrae_SET_nov12_ec_crtv.pdf>. Acesso em: 13 de mar. 2017

MORAES, Joysi e MARIANO, Sandra R.H. Introdução à Administração. Rio de Janeiro . CEAD/UFF, 2012, Ap 1 e 2

HANSON, Dennis. Gestão e Cultura: Um panorama dos argumentos pró e contra. In: III Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2006, Rio de Janeiro

COSTA DE CAMPOS MELO JÚNIOR, João Alfredo. O trabalho e seus críticos: um debate teórico. In: Revista de História e Estudos Culturais, Belo Horizonte, vol 5, n 3, setembro, 2008

MATTOS, Tête. Concepção e Elaboração de Projeto Cultural Festivais de Teatro. 2012

FÉLIX, Paula e FERNANDES, Taiane Política Cultural, 2007. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/maisdefinicoes/POLITICACULTURAL.pdf>>. Acesso em: 5 de ago. 2017

MINISTÉRIO DA CULTURA, Cultura Viva, 2015. Disponível em: <<http://cultura.gov.br/cultura-viva1>> Acesso em: 5 ago 2017

CONCEITOS.COM, Pessoa Jurídica, 2016. Disponível em: <<https://conceitos.com/pessoa-juridica/>> Acesso em : 10 set 2017

SEIXAS, Priscila. Entrevista concedida à Luíza Rosa. Rio de Janeiro, 8 de ago. 2017.
[A entrevista encontra-se no Anexo 1 desta monografia]

PORTAL SEBRAE, Como Montar uma Produtora. Disponível em :<
<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-produtora-cultural,b2b87a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em 15 set 2017

PORTAL SEBRAE, O que é ser MEI. Disponível
em:<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/o-que-e-ser-mei,e0ba13074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em 15 set 2017

BURBURINHO CULTURAL, Sobre. Disponível
em:<<http://www.burburinhocultural.com.br/sobre>> Acesso em: 20 set 2017

SEBRAE, Como elaborar um plano de marketing. Disponível em:<
<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/50-dicas-de-marketing-cultural,479b43f87dc17410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso 25 set 2017

ANEXO 1

Entrevista - Priscila Seixas - Burburinho Cultural

Luíza - O que a levou a abrir sua própria empresa? Como foi esse processo?

Priscila - Então... abri uma empresa antes de me formar, eu tinha 21 anos, pelo seguinte motivo... eu já trabalhava na época como consultora dentro de um escritório de uma associação que queria trabalhar capitando recursos para projetos, eles me pagavam uma verba de consultoria (então) fui estruturando tudo para eles. Para estruturar tudo para eles eu angariei, me aproximei, de várias pessoas que já tinham trabalhado comigo e eu fui atrás de várias pessoas que tinham projetos, entendeu?

A associação não deu certo, a pessoa que estava com objetivo fim de captar recursos achava que era uma coisa e era outra e eu acabei ficando com uma rede de contatos, na época, muito grande de pessoas produtores e artistas clientes que poderiam fazer trabalhos, aí na época *ficou* eu olhando para aquela equipe (e) falei “e aí o que a gente vai fazer?”. A gente resolveu “ahh... vamos abrir uma associação e tal... uma associação tem que ter quantas pessoas?” aí Aline (co-fundadora) “ahh não.... tem um amigo meu que também faz produção cultural já trabalha com teatro um tempão...”

Enfim a ideia inicial era de, sei lá, uma associação para dez, doze (pessoas), inicialmente ficaram cinco, era um designer e quatro produtores, cada um tinha uma atuação e aí a gente avançou para isso. Dentre estes meus sócios uma delas falava assim “olha eu vou servir cafezinho mas eu vou entrar, porque eu não quero perder a oportunidade”, eu já tinha alguns clientes que trabalhavam na área de música, agenciava o Tunai na época, o Cabanas também tinha tinham um trabalho que já faziam com alguns artistas já tinha um tempo e aí com isso acabava que a

necessidade de ter um pj (pessoa jurídica) também para fazer o gerenciamento de carreira de artista de projetos era necessário e aí foi isso.

Eu nunca tive uma ilusão de trabalhar.... eu nunca achei que mercado cultural pagasse bem, então eu achava que de certa forma para poder conseguir fazer os próprios projetos, traçar o nosso caminhar, era mais fácil caminhar de forma empreendedora do que com outras pessoas, entendeu? E eu continuo acreditando nisso, de alguma forma acho que o empreender na área cultural ele mais produtivo, mais possível do que você ficar trabalhando efetivamente para outros, não quer dizer que você não trabalhe para os outros em parcerias. Em parcerias de empresas você tem uma empresa eu tenho uma empresa, agente toca um projeto junto né?... acho mais válido, não acredito muito nesse (trabalho contratado)... só quando você está num processo muito de aprendizado mesmo e o meu aprendizado na universidade foi muito positivo porque eu fui realizadora do festival de música na faculdade durante cinco anos, então, eu aprendi muito dentro da faculdade favoreceu também para caramba.

L - Quais foram os maiores desafios? Como começar a abrir a empresa em termos de documentação...

P- A primeira coisa era definir um contador que fosse da área porque a gente queria um objeto social que desse conta da gente fazer projetos na área de cultura, não só de teatro, dança, como que fosse de cinema... e que não fosse muito caro. Logo depois, a gente se deparou com uma definição de visão sobre o negócio que logo um mês, dois meses depois, um dois sócios saiu, que era nosso sócio mais velho que era designer ele falou “cara isso não é para mim, vai demorar para gente ganhar dinheiro e preciso ganhar dinheiro para ontem” ele logo saiu a gente teve uma primeira mudança, primeira alteração contratual, assim, seis meses depois de a gente estar com contrato pronto, e também na época como a gente ainda tava num

processo de formação, nós éramos quatro... ainda tinha gente que estava estagiando, então a gente tinha uma dificuldade ainda de conseguir pensar coletivamente e tal... e logo,... a gente resolveu abrir um escritório porque a gente chegou a conclusão que o *homme office* não era bom para gente, a gente precisava de encontro, precisava de um lugar para encontrar as pessoas e tal... e aí a gente teve o desafio de montar o escritório, que foi meu escritório durante cinco anos, que era uma salinha na (Rua) Presidente Vargas e aí a gente fez uma brincadeira que *chamou* de casamento... e aí fizemos um open (abertura) fizemos uma lista de coisas e aí ganhamos ar-condicionado, mesa, cadeira, dos familiares mais próximos.

Então o desafio foi abrir um escritório e depois foi tentar... a gente tentou se dividir em departamentos, na época, tinha alguém que cuidava de comercial, outro cuidava de administrativo, a outra cuidava de produção executiva, a gente meio que se dividia, porque nós éramos quatro ... de quatro passamos para três, de três, de três passamos para dois.

Então a maior dificuldade primeira é você conseguir conciliar interesses e visão sobre a empresa, segunda a questão da sustentabilidade, porque assim quando você começa um negócio você tem que ter noção que ele demora para dar dinheiro e você já tem custo. Nosso caso a gente já tinha do escritório que não era alto mas ele existia...então acho que isso foi uma coisa que pegou no curto espaço de tempo e como nós éramos muitos para cada um ganhar uma graninha era difícil porque tinha que dividir por quatro...acho que foi mais ou menos por aí...

L- Você já tinha conhecimento administrativo? O quanto dele foi exigido para o gerenciamento da empresa?

P- Não tinha, nem eu nem ninguém e acho que isso é um problema, acho que a gente não aprende... na verdade a gente tem uma carreira que exige muito de empreender e a gente aprende muito pouco sobre isso, sobre como gerir isso na

vida, entendeu? O que significa isso na vida ... a gente vai aprendendo na prática tem algumas coisas que faltam até hoje dentro do campo da administração.

A gente usava sempre como mecanismo a (lei) Rouanet como referência então assim o gerenciamento da empresa acabava sendo o gerenciamento de um projeto, como a lei tinha todas as suas diretrizes, as rubricas, os valores, os impostos acabava que isso era nosso norte para gente poder fazer o gerenciamento da empresa, o que é um erro porque na verdade empresa de cultura no Brasil se viver só de projeto a tendência é não conseguir se sustentar por muito tempo, (es)ta aí ! A gente (es)ta vivendo um momento, agora, de crise total quase não tem dinheiro de fomento, dinheiro direto, dinheiro de patrocínio então cuidado ao pensar sustentabilidade da empresa para além dos projetos, pensar em serviços enfim...

L- Quais as características os indivíduos que se propõe a abrir uma produtora deve possuir, na sua opinião?

P- Bem vamos lá...para mim tem que ser produtor antes de qualquer coisa, tem que ter uma característica de produção, ser pró-ativo, saber resolver problema, muitas vezes ser psicanalista porque a gente trabalha com levantamento... a gente levanta projetos, esses projetos têm muitas variáveis no qual onde sempre tem problema, então antes de você querer abrir uma produtora você pode ser um excelente publicitário, excelente comunicador mas você tem que antes de qualquer coisa entender de produção, eu acho que isso é a primeira coisa. A segunda é ter uma comunicação forte (por) que os projetos para terem sucesso, para eles terem público, para eles conseguirem vender, ter patrocinadores, eles tem que ter uma área de comunicação muito forte então tem que muito conhecimento de mídia social para você poder trabalhar com as estratégia de comunicação dentro dos projetos, conseguir trabalhar em rede de forma colaborativa . Então tem que ter uma área de

formação de plateia muito importante dentro dos seus projetos, porque os projetos precisam ter números no final das contas porque seus patrocinadores querem ver... então comunicação tem que ser muito forte...

Terceiro tem a ver com a questão de relacionamento com o mercado no sentido de captação de recursos, isso pode vir por intermédio de alguém que já trabalhou com captação ou que tem um bom relacionamento ou que veio até de uma área comercial de alguma empresa que já tenha entrado em áreas de marketing de alguns projetos, área de captação enfim... e também pode ser a mesma pessoa que entenda ou não de elaboração de projeto para edital... porque o cara produtor, por exemplo, ele pode ser excelente produtor executivo, levantar um espetáculo do tamanho que for... mas não necessariamente ele é um bom enquadrador de projeto, não necessariamente ele sabe escrever, ele sabe fazer uma planilha orçamentária para edital, que também faça essa ponte com a área comercial entendo que existe iniciativa privada e iniciativa pública e tem o administrativo que eu acho que é a questão fundamental que é você conseguir pensar a empresa em números, porque acaba que no decorrer do negócio você gera projetos muito grandes, você muitas vezes tem que pegar giro empresarial, pegar empréstimo e você tem que ter uma cabeça muito boa para você entender como que aquilo ali é realmente necessário e aí esse mesmo administrador, pode ser a pessoa que cuida da administração dos projetos enfim...

Eu estou falando quatro mas de repente... o produtor executivo às vezes escreve projeto... mas assim são quatro coisas que são super importantes...

L- No histórico da sua empresa ela foi criada por um conjunto de sócios, foi difícil conciliar pessoas diferentes?

P- Tanto que saiu todo mundo. É na verdade assim o Antônio que eu falei saiu logo, ele chegou à conclusão que ia demorar para ganhar dinheiro e ele precisava de dinheiro não tinha jeito ele era professor e tal e ele vivia da grana dele de designer não tinha como ele ficar destinado ali (eu) e as minhas outras sócias a gente acabou não avançando por uma questão orçamentária como a empresa demorou para fazer volume de grana chegou uma hora que cada um foi correr atrás de possibilidades ... de dinheiro... fazer outros trabalhos e acabou que quem ficou mesmo com a produtora tocando o dia a dia fui eu e de certa forma sempre tive um outro campo de trabalho... (já) que eu fiz mestrado muito cedo e eu comecei a dar aula muito cedo então tinha outras fontes renda isso me *ajudaram* a conseguir tocar a burburinho mesmo no momento que ela não tava dando tanto retorno.

L- Quanto a parte administrativa como ela se desenvolveu ao longo desses dez anos? quais funções existem que não existem mais? quais são fundamentais?

P- Então em termos administrativos vou te falar do contador, tem que ter um bom contador porque eu não cuido de certidão, não cuido de nada disso, a gente sempre teve um contador pra cuidar disso, então existe a entrega dos extratos bancários e o contador faz toda a contabilidade de livro, você tem que ter alguém que você confia, a gente trocou de contador, a gente tinha uma empresa contábil muito boa mas que ela era muito cara, especializada em audiovisual e a gente acabou substituindo por uma empresa contábil que é muito voltada para terceiro setor então ela tinha um orçamento... um valor muito mais aceitável.

A gente chegou a ter seis funcionário na casa hoje em dia a gente não tem nenhum e foi muito difícil para gente no processo de desligamento, dos funcionários entenderem que um custo muito alto para uma empresa nessa lógica do Brasil de investimento para área cultural, a gente tem uma carga trabalhista alta e na hora de você mandar embora fica caro mesmo... rescisão, FGTS, enfim... hoje eu não acho

que o funcionário seja relevante, acho que o ideal é você trabalhar... você ganhar menos mas você trabalhar em parcerias, contratar um escritório de designer e pagar por um escritório de designer, contratar uma agência de mídia social e cada vez mais investir em capacitação própria para você ter um olhar... eu faço uma estratégia de mídia social, nunca vou operar mídia, porque não vou entender nunca de algoritmo de facebook, porque exige uma dedicação que eu não tenho tempo mas eu entendo de estratégia e eu posso contratar alguém , não sou perdida...

A burburinho hoje trabalha em parceria com o casarão floresta a gente tem uma área só de eventos, lá tem muitas pessoas que trabalham com a gente ...mas que trabalham no giro né...então tem produtores parceiros. Uma das coisas que eu acho que não faria novamente é inchar demais a empresa pelo menos não na lógica que a gente trabalhava antes que era basicamente vivendo de projeto...hoje a gente trabalha muito com o nosso compartilhamento de recursos, isso sou eu o thiago sócios, a gente trabalha *teti a teti* no dia a dia, o que a gente faz todo dia para agente poder controlar o todo e é basicamente isso a única coisa que eu não faria mesmo tem a ver com os funcionários e tal..

L- Com relação ao capital, quanto é necessário pela sua experiência para iniciar a empresa?

P- muito pouco basicamente o custo de abrir um CNPJ ... eu acho que hoje em dia pode começar até com o MEI , cria uma marca faz um MEI e aí depois você vai criando.... muito pouco muito pouco mesmo.

L- ao longo dos anos com o crescimento quais são as formas de financiamento?

P- as formas de financiamento ainda são os projetos de lei seja fomento direto ou indireto, ou seja, intermédio lei de incentivo ou grana direto do governo, só que a

gente tá vendo uma crise dessas formas de financiamento, a burburinho nesse momento ela virou sócia de uma casa de eventos então a gente vem trabalhando com fontes de recurso direto, ou seja, bilheteria, venda de cerveja, patrocínio de ativação de marca, tem sido uma alternativa nesse momento que a gente tá vivendo e agente também está vivendo com algumas prestações de serviço de produção executiva e tal a gente acaba fazendo projeto na caixa todo ano agora mesmo (no mês) agosto a gente vai fazer Brasília que é sempre uma boa forma de movimentar projetos e eu acho que existe um lugar aí, que a gente não chegou, que a gente não atingiu, nossa mão não chegou, que é realmente nos relacionamentos diretos com marketing de algumas empresas, a gente não tem esse acesso e já dialoguei com alguns captadores a gente já conseguiu grana algumas vezes por intermédio de captação de terceiros, acho que a Tim (empresa telefônica) investe em projetos mas quem aprova os projetos na Tim? não sei... eu sei que o Santander (banco) as vezes investe em projeto, que o Bradesco (banco) por exemplo.... já tive reuniões mas tem uma lógica muito voltada pro musical e são as mesmas pessoas ... então assim tem um braço aí que algumas pessoas tem acesso ligado a viabilização de projeto por intermédio de patrocinadores maiores e as vezes também envolve lei ou não as vezes envolve só marketing mesmo, esse é o tipo de movimentação de grana que a gente não atingiu mas eu acho que tem muita produtora que vive dessa forma.

L- você avaliaria ter uma produtora cultural um negócio lucrativo sim ou não?
Por quê?

P - depende da perspectiva assim.. eu acho que você não pode esperar ganhar dinheiro com produtora cultural tendo uma empresa do mesmo jeito sei lá...

L- Que um restaurante...

P- ...um restaurante, a lógica é outra mas que é válido sim você empreender na área porque existem possibilidades enfim... você pode empreender até mesmo sendo uma pessoa jurídica e trabalhando para alguns projetos, alguns equipamentos e por que não?

Na verdade a gente não tem uma indústria da cultura, não vejo dessa forma entendeu, até mesmo por exemplo quem movimenta muito mais dinheiro que são as empresas de cinema nem eles contratam funcionários quase todo mundo é pj (pessoa jurídica) ou então assim acredito mesmo nessa fórmula de você conseguir ter autonomia sobre sua capacidade produtiva só que isso não é pra todo mundo, não é todo mundo que tem uma predisposição para isso e eu acho que pra tal tem que investir muito em informação para você poder atuar em várias áreas dentro do segmento da produção , conhecer bastante gente e eu estou falando da perspectiva que é a minha, eu trabalhei pouco se não fosse pela burburinho, eu trabalhei muito pela burburinho, eu nunca fui, eu Priscila, contratada para trabalhar em algum lugar foi sempre a burburinho contratada para fazer alguma coisa e isso para mim sempre foi um caminho válido, o percalço que a gente teve.. com a crise e com diminuição de editais eu acho que se a gente tivesse um pouco mais de experiência administrativa a gente não teria tido tanto problema a gente poderia ter parado antes poderia ter diminuído a equipe antes mas como a gente sempre trabalhou “ahh não.. porque o mercado estava avançando, avançando” quando o mercado parou de avançar faltou uma visão ali estratégica mas eu acho que quem gosta da área eu acho que é válido entendeu, agora não vai trabalhar se não gostar da área por que aí vai se ferrar.

L - A partir da sua experiência quais seriam os maiores desafios do meio cultural? no que toca financiamento, gestão institucional e elaboração de projetos.

P - ... a sustentabilidade da área mesmo, por que a gente não tem um parâmetro , um padrão a gente viveu um momento que a gente tinha um edital de fomento todo ano , no ano passado não foi pago, a gente tinha um edital da

Eletrobras (empresa de energia) que saía todo ano hoje em dia não tem mais, a gente tinha um edital da Petrobras (empresa de petróleo) que era lançado todo ano agora não tem mais a caixa era todo ano, ano que vem não vai ter então a gente tá vivendo um momento de escassez, a gente estava em um momento de fortalecimento das políticas públicas para cultura que favoreceram que as empresas investissem na área, no setor, na transparência dos seus investimentos e a gente vive um momento que tá sendo ao contrário cada vez mais as empresas tem investido menos então... acaba que a gente tem mais dificuldade de chegar nesses recursos porque os editais eles são mais democráticos... o dinheiro continua existindo no mercado? continua mas foi o que eu te falei para poucas pessoas né... quando existe o edital ele é mais democrático todo mundo vai se inscrever e tal... pra gente pra burburinho para mim esse é o maior problema nesse momento que agente tá vivendo uma diminuição muito grande do número de editais no mercado e as possibilidades de viabilização de projetos eram, no caso da produtora, quase que 80% através disso.

L- O mercado de cultura, você já falou um pouco, é constantemente colocado em ascensão mas agora não passa mais por esse momento você vê claramente um declínio....

P - eu acho que é... esta se falando muito em criativo ultimamente, fortalecimento da indústria criativa, de ocupação de espaços, eu acho que de certa forma hoje eu faço parte de uma indústria criativa na medida que eu tô empreendendo a cultura e o entretenimento dentro de um equipamento de música e shows e eventos, foi a solução que para a gente foi válida, com certeza em termos de investimentos através de editais a gente vive um declínio, a gente tem uma esperança, uma expectativa, que na medida que as coisas, a economia volte a estabilizar, a questão política volte a estabilizar a gente volte a ter um outro cenário mas assim eu acho que pros dois três anos que eu tenho pela frente eu não tenho expectativa em relação isso, não em relação a prefeitura, não em relação ao

governo estadual que a gente tem , não em relação ao governo federal que a gente tem então...eu realmente acredito que a gente vai viver um momento um processo de escassez mesmo.... e aí é o momento de se pensar fora da expectativa da grana pública né... conseguir fazer negócio com grana privada, com ingresso, com a indústria criativa que são as outras possibilidades...

L- eu não conheço outro países mas eu imagino que exista mais um hábito de se investir fora da questão pública....

P.. é lá exige que seja muito equiparado, se você dá 20 o outro tem que dar 20, porque não é só o governo que tem que acreditar no seu projeto você também tem que acreditar né... mas em muitos países também na Europa principalmente que tem uma realidade parecida com agente no sentido de investimento cultural as pessoas não vivem só da cultura em Amsterdã acontece isso mesmo as pessoas fazem trabalho em outras áreas também, aqui não, aqui tem muita gente que vive da cultura que trabalha só pra cultura e aí eu acho que existe uma fragilidade em relação a isso, eu falo por mim mesma, eu provavelmente não tenho sofrido tanto pessoalmente com a oscilação porque eu sempre trabalhei na área de educação também e a pouco tempo atrás eu pensei até em fazer uma licenciatura em arte porque eu fiz um mestrado em arte, fiz produção cultural, fiz o mestrado em arte pensei “pô vou fazer uma licenciatura quem sabe de repente eu vou dar aula para criança” enfim.. eu acho que você tem que pensar em opções não da pra ficar pensando só numa linha reta porque é difícil e é mais difícil no mercado que a gente tem.

L- então você diria que as proporções atuais da sua empresa são pequenas?

P- eu acho que são pequenas a gente a gente diminuiu muito a quantidade de projetos sou só eu mais um sócio mas a gente trabalha em parceria com muita gente a gente tem uma agência de mídias que na verdade toca toda nossa estratégia, junto com a gente tem um designer, tem lá equipe toda dos eventos, tem produtor, tem barman, tem cozinheiro, tem vários produtores associados em parceria que fazem os eventos conosco, acho que a rede ampliou, sabe, mas o mesmo tempo que a rede ampliou a gente diminuiu em termos de equipe fixa então a gente tá investindo muito em gerenciamento remoto hoje mais do que nunca em trabalho com o Trello (<https://br.blog.trello.com/trabalho-remoto/>) que é uma ferramenta que a gente consegue ver os processos online, tem aplicativo então você consegue atualizar as nossas planilhas todas no drive (google drive), então tem aplicativo do drive que você consegue editar também cada coisinha, eu trabalho com o google agenda então toda nossa agenda de eventos se ao abrir pra você aqui agora você consegue ver ... (todos os meus eventos de agosto, setembro, por aí vai) e aí cada um, eu estou investindo muito em gerenciamentos remotos cada vez mais acho que eu tô até atrasada em relação a isso porque quando se começou a discutir a questão da cultura digital pela cultura, que teve seminário, as pessoas já falavam muito sobre isso a gente demorou um pouco mas eu uso o drive, o dropbox (<https://www.dropbox.com/>), o nosso servidor hoje tá quase todo no dropbox a gente está investindo cada vez mais em gerenciamento remoto, é um desafio porque exige muito de você ter as coisas muito organizadas transparentes, bonitinhas para que você não perca prazo, pra você se identificar. Eu ainda sinto falta do meu escritório físico a gente tem o escritório no Cosme Velho então a maioria das reuniões quando elas precisam acontecer, acontecem lá em cima, minha base meus livros, meus documentos estão todos dentro de um escritório, a gente ainda tem um servidor lá mas acaba que ele é nosso back up porque o servidor que a gente utiliza no dia a dia está no dropbox, eu não acredito mais no modelo que eu usava antes que é ter uma enorme equipe trabalhando fixo todo dia batendo cartão, não acredito mais nisso, acredito em todo mundo trabalhando, tendo seus rendimentos na execução dos projetos e de um recurso mais compartilhado, as pessoas ganhando

mais igual, você não tendo um gasto administrativo alto e conseguindo fazer avançar e impulsionar projetos dessa forma.

L- então você esta satisfeita com as proporções atuais da sua empresa?... lembro que você queria abrir filial em Brasília em 2012...

P-então a gente tem uma sócia em Brasília que é a Aline Cardoso a gente tem uma ONG em Brasília que é a Burburinho Arte e Educação e agora mesmo a gente ta fazendo a Caixa Brasília e ela está na produção local, existe ainda essa atuação RJ - Brasília , porque eu e o Thiago estamos aqui e a Aline está lá mas não mais com essa estrutura que eu tinha antes de equipes enfim...

L-... crescer seria fazer mais projetos...

P- Crescer em rede, em realizações mas não em estrutura física entendeu...

L- a burburinho cultural se encontra no mercado há 10 anos, que características foram relevantes para sua sobrevivência?

P- eu acho que na verdade a gente sempre teve uma capacidade muito bacana de montar nossas equipes eles sempre trabalharam super bem , a gente trabalhou de forma colaborativa e a gente teve bons projetos e uma das coisas que a gente sempre buscou é a autoria dos nosso projetos também, a gente trabalhou com muitos artistas parceiros mas os nosso projetos mais rentáveis foram aqueles no qual a autoria era nossa isso é bem importante também para você, a gente trabalhou muito tempo com gerenciamento de espaços e a gente trabalha até hoje então a gente geriu a sala Baden (Powell), a Sidney Miller, Cacilda (Becker), Guiomar Novaes

e agora hoje a gente está no gerenciamento do casarão floresta. Hoje surgem muitas demandas para a gente nesse processo de gerenciamento de espaço e a pouco tempo atrás uma possibilidade da gente gerenciar um teatro que está parado a um tempão existem muitas possibilidades nesse sentido então eu acho que a área de gerenciamento de programação de espaço, criação de rede, acho que é uma coisa que a gente tem a nosso favor que a gente gosta de fazer foi o que deu mais sustentabilidade para empresa nos últimos anos de 2011 para cá.

L- Para aqueles que desejam trabalhar numa produtora cultural, qual a melhor forma de se preparar em termos de educação, formação?...

P- Vou falar de novo sobre a perspectiva de quem tem uma produtora e quem trabalha em parceria, eu valorizo muito a formação do produtor na área, de alguma forma fazer uma faculdade ou fazer um tecnólogo e procurar conhecer pessoas, ter experiências e entender do mercado ter muito conhecimento de leitura.... as vezes você pode não ter uma excelente experiência mas você lê muito sobre o assunto, você conversa sobre qualquer perspectiva do que está rolando no momento, quais são os cenários, quais são os indicadores, eu acho que passa por aí e entender logo onde você quer trabalhar, porque você tem que saber como profissional empreendendo na área cultural quais são as suas melhores características, se você escreve muito bem, se você vai para campo muito bem, se você é um comercial muito bom, ou se você prefere cuidar do administrativo fazer uma boa prestação de contas, não quer dizer que você como profissional da área não vá fazer tudo isso mas se você der um giro no gerenciamento da sua carreira você tem que “puxar uma sardinha” para onde você sabe que você é melhor e investir nas áreas que você tem mais dificuldade. Eu fui fazer essa pós agora depois de um tempão tendo feito mestrado, fiz uma pós na área de comunicação porque era uma deficiência minha de comunicação, não de ser usuária de internet mas de entender o funcionamento eu fui fazer porque eu acho que ia agregar bastante e está sendo muito válido, eu acho

quanto mais você investir nisso e entender logo onde você tem os seus pontos mais fortes melhor.

L- O que você do nosso curso (Produção Cultural) no que ele pode melhorar?

P - O nosso curso nasce dentro de um departamento de arte ele sempre teve as cadeiras administrativas de planejamento, projeto cultural 1,2,3 e 4, planejamento cultural, administração e gerência mas isso nunca foi o forte curso tanto que ele era recheado de professores substitutos para essas áreas até muito pouco tempo atrás, agora teve concurso a gente contratou e tal então acho que tem que se investir ainda mais nesse cursos de administração e planejamento, acho que falta mesmo um lugar da administração que fala sobre a administração empresarial porque eu acho que a gente tem uma tendência a ser muito empreendedor na nossa área por que o mercado cultural em si ele é diferente ele não é um “blocadinho”, claro, você pode trabalhar no MAC (de Niterói), pode trabalhar no CCBB , pode trabalhar na Caixa Cultural mas quantas pessoas formadas efetivamente vão trabalhar dentro de uma estrutura formal de trabalho e quantas outras vão trabalhar dentro de uma estrutura mais empreendedora eu acho que ele deveria investir mais nesse entendimento do o que é esse mercado e como você pode ajudar seus alunos nisso.

ANEXO 2

Entrevista Carolina Rocha ex-funcionária da Burburinho Cultural

1. Luíza: Breve histórico da sua entrada na Burburinho Cultural, foi através de indicação ou entrevista?

Carolina Rocha : Nem indicação e nem entrevista. Fui aluna da Priscila Seixas por 2 anos na UFF e ela foi “coordenadora acadêmica” de um projeto que eu produzia dentro da Universidade, em dado momento quando já tinha terminado boa parte das disciplinas, pedi um estágio na empresa e ela me deu, uma vez que ela já me conhecia enquanto aluno e de certa maneira como profissional também.

2. L: Qual era sua função na empresa?

CR: Comecei como estagiária da área comercial e captação de recursos, depois passei a lidar com assistência geral dos projetos da casa (elaboração, executivo e prestação de contas). Após coordenar sozinha um projeto, durante um período conturbado na empresa, virei produtora executiva da empresa. Um ano depois fiquei como coordenadora de projetos, devido ao volume de projetos que eu gerenciava.

3. L: Gostava da função que ocupava? Se sim por quê? Se não que outra função gostaria de ocupar?

CR: Eu gostava da minha função, minha trajetória na Burburinho Cultural foi muito rica, pois eu podia circular pela área que mais me atraísse. Me identifiquei na coordenação de projetos, fazer o gerenciamento, produção e pós dos projetos os quais me envolvia.

4. L: A remuneração era satisfatória? Seguia a média do mercado?

CR: A remuneração nunca é satisfatória, mas seguia a média do mercado de empresas de produção cultural de pequeno/médio porte.

5. L: Quais foram suas primeiras impressões do ambiente de trabalho? Positivas e negativas

CR: Eu entrei na Burburinho muito deslumbrada com a área, achando tudo muito bacana! A equipe era muito acolhedora, mas pouco delegava, o que me fez ter um trabalho a mais de “conquistar a confiança” de certos colegas da equipe para poder realizar e crescer nos trabalhos que eu era demandada. Mas isso é muito mais haver as relações pessoais e afetivas que se estabelecem nos ambientes de trabalhos. Ao longo do meu crescimento e amadurecimento no trabalho, fui percebendo condutas e modelos de gestão que percebi que não se encaixavam mais no perfil de profissional que eu havia me tornado.

6. L: Se fosse gestora da empresa e pudesse fazer mudanças quais faria?

CR: Melhoraria a gestão financeira da empresa e estabeleceria modelos de contratos de prestação de serviço mais específicos com os parceiros, delimitando a função, obrigações e participações nos projetos.

7. L: O que motivou a sua saída da empresa?

CR: Ter outras referências de gerenciamento de projetos na área cultural, circular por outros perfis de projetos e pela empresa estar passando por momentos de dificuldade financeiras.

8. L: Como avalia sua experiência na empresa? Boa ou ruim por quê?

CR: Avalio que foi uma boa experiência, foram quase 04 anos de Burburinho Cultural, de estagiária a coordenação de projetos. Sou a profissional que sou pelos aprendizados adquiridos ao longo dos anos na Burburinho. Uma empresa que me permitiu ter autonomia em certo grau, circular pelas áreas afins, estabelecer parcerias estratégicas e entender como o mercado pode funcionar.