



**Universidade Federal Fluminense – UFF**  
**Instituto de Artes e Comunicação Social – IACS**  
**Produção Cultural**

**A INTERFACE ENTRE UNIVERSIDADE E SOCIEDADE:  
ESTUDO SOBRE O PROJETO CULTURAL “SEMANA DE PRODUÇÃO  
CULTURAL (IACS/UFF), 1ª EDIÇÃO: 2017”**

**ALESSANDRO RICARDO DE JESUS**

**Niterói, RJ**

**2019**

ALESSANDRO RICARDO DE JESUS

**A INTERFACE ENTRE UNIVERSIDADE E SOCIEDADE:  
ESTUDO SOBRE O PROJETO CULTURAL “SEMANA DE PRODUÇÃO  
CULTURAL (IACS/UFF), 1ª EDIÇÃO: 2017”**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para a obtenção do título de bacharel do curso de Produção Cultural do Instituto de Artes e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Alice Nunes Costa

**Universidade Federal Fluminense**

**Niterói, RJ**

**2019**

ALESSANDRO RICARDO DE JESUS

**A INTERFACE ENTRE UNIVERSIDADE E SOCIEDADE:  
ESTUDO SOBRE O PROJETO CULTURAL “SEMANA DE PRODUÇÃO  
CULTURAL (IACS/UFF), 1ª EDIÇÃO: 2017”**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para a obtenção do título de bacharel do curso de graduação em Produção Cultural do Instituto de Artes e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Alice Costa

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Prof. Dra. Maria Alice Chaves Nunes Costa (orientadora - IACS/UFF)

---

Prof. Dra. Neide Aparecida Marinho (IACS/UFF)

---

Prof. Mestre Luiz Carlos Mendonça (IACS/UFF)

**Universidade Federal Fluminense**

**Niterói, RJ**

**2019**

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de agradecer primeiramente a Deus por ter me dado forças para seguir em frente e superar as adversidades de caminho.

A minha mãe e minha família que me apoiaram nessa trajetória e estiveram ao meu lado em todos os momentos.

Aos professores que me orientaram e guiaram nesse processo de aprendizagem, em especial ao professor Luiz Mendonça, a professora Neide Marinho e a professora Patrícia Saldanha, professores que mudaram minha vida e a forma que vejo o futuro.

Aos amigos que fizeram parte dessa jornada, em especial a Patrícia, companheira que estive ao meu lado em todos os momentos, incentivando e dando o apoio.

E agradecer a minha orientadora Maria Alice, pessoa que eu tive o prazer de ter como professora, orientadora e amiga, que me mostrou que a relação entre aluno e professor pode e deve ser maior que o simples contato em sala de aula, minha eterna gratidão pela sua presença na minha jornada acadêmica.

## RESUMO

JESUS, Alessandro Ricardo de. **A INTERFACE ENTRE UNIVERSIDADE E SOCIEDADE: ESTUDO SOBRE O PROJETO CULTURAL “SEMANA DE PRODUÇÃO CULTURAL (IACS/UFF), 1ª EDIÇÃO: 2017”**. Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Produção Cultural do Instituto de Arte e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense. Orientadora Profa. Dra. Maria Alice Nunes Costa. Niterói: Universidade Federal Fluminense, Departamento de Arte (IACS/UFF), 2019.

Esse trabalho de conclusão de graduação em produção cultural tem como objetivo relatar e analisar sobre o estudo do projeto cultural "Semana de Produção Cultural" edição 1ª Edição de 2017. Esse estudo se faz necessário devido à importância e a relevância deste projeto junto aos alunos de produção cultural, por se tratar do primeiro projeto totalmente idealizado e concebido por alunos do curso. A partir dos parâmetros utilizados e dos registros de todo o processo desde a sua concepção, pré-produção, produção e pós-produção, esse estudo visa o registro desse projeto pioneiro e inovador dentro do curso de produção cultural e, de suma importância para a vida acadêmica e profissional desses alunos. Fazemos uma análise dos estudos utilizados na preparação deste projeto, utilizando os autores e textos utilizados dentro de sala de aula, teóricos que abordam o tema da interação entre a universidade e a comunidade e a importância disso dentro da construção e realização do projeto. Esse trabalho também visa levantar todas as possibilidades e qual é o papel do aluno de produção cultural dentro do curso no seu diálogo com a comunidade externa, quais são os passos e quais são as ferramentas utilizadas para que esse aluno possa se desenvolver dentro da universidade, criando projetos que não se limitem ao âmbito acadêmico, mas crie um diálogo entre a universidade e a sociedade civil, expandindo e ampliando seu campo de atuação, se valendo do espaço público da universidade como ferramenta de transformação social.

**Palavras-chave:** extensão universitária, produção cultural, projeto cultural

## ABSTRACT

JESUS, Alessandro Ricardo de. THE INTERFACE BETWEEN UNIVERSITY AND SOCIETY: STUDY ON THE CULTURAL PROJECT "WEEK OF CULTURAL PRODUCTION (IACS / UFF), 1st EDITION: 2017". Completion of the Undergraduate in Cultural Production of the Institute of Art and Social Communication of the Fluminense Federal University. Advisor Profa. Dr. Maria Alice Nunes Costa. Niterói: Fluminense Federal University, Department of Art (IACS / UFF), 2019.

This work of completion of undergraduation in cultural production aims to report and analyze about the study of cultural project "Week of Cultural Production" edition 1st Edition of 2017. This study is necessary due to the importance and relevance of this project with the students of cultural production, because it is the first project totally conceived and designed by students of the course. Based on the parameters used and the records of the whole process from its design, pre-production, production and post-production, this study aims to record this pioneering and innovative project within the course of cultural production and, of great importance for the academic and professional life of these students. We make an analysis of the studies used in the preparation of this project, using the authors and texts used in the classroom, theorists that approach the theme of the interaction between the university and the community and the importance of this within the construction and realization of the project. This work also aims to raise all possibilities and what is the role of the student of cultural production within the course in his dialogue with the external community, what are the steps and what are the tools used for that student to develop within the university, creating projects that are not limited to the academic scope, but create a dialogue between the university and civil society, expanding and expanding its field of action, using the public space of the university as a tool for social transformation.

**Keywords:** university extension, cultural production, cultural project

*É fundamental diminuir a distância entre o que se diz e o que se faz, de tal forma que, num dado momento, a tua fala seja a tua prática.*

*Paulo Freire*

## **SUMÁRIO**

### **1. INTRODUÇÃO**

### **2. HISTÓRICO DA “SEMANA DE PRODUÇÃO CULTURAL” E FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

2.1. Histórico da Construção do Projeto Cultural: “Semana de Produção Cultural”

2.2. O papel da Universidade Pública e o seu entorno Sociocultural

2.3. Estratégias para a Acessibilidade Cultural: A questão do marketing cultural

### **3. AS ETAPAS DA “SEMANA DE PRODUÇÃO CULTURAL DE 2017”**

3.1. Produção Cultural 1: A Pré-Produção

3.2. Produção Cultural 2: A Produção

3.3. Produção Cultural 3: A Pós-Produção

### **4. ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA DA 1ª EDIÇÃO SEMANA DE PRODUÇÃO CULTURAL**

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

### **REFERÊNCIAS**



## 1. INTRODUÇÃO

O Bacharelado em Produção Cultural da UFF de Niterói foi criado no ano de 1995, sendo um projeto pioneiro no país. Sua estrutura contempla estudos das linguagens artísticas, das teorias da arte e da cultura e em especial do planejamento, organização e gestão da cultura.

O profissional egresso vem ocupando variados espaços de trabalho: produtoras culturais próprias, setores executivos e gestores de instituições culturais públicas e privadas, mediadores entre artistas e públicos, pesquisadores e professores de instituições de ensino superior. O quadro crescente da profissionalização e organização da cultura no país vem alargando o espaço de trabalho destes profissionais.

Com seu pioneirismo em expandir o pensamento sobre a cultura nos campos sociais, políticos, econômicos e antropológicos, o projeto da Semana de Produção Cultural 2017 é resultado da aplicação desses conhecimentos de maneira prática, na experimentação e execução desse projeto.

Este trabalho visa relatar os processos referentes à realização da Semana de Produção Cultural 2017, que ocorreu na cidade de Niterói, município do Rio de Janeiro, nos dias 27 a 30 de novembro de 2017. O projeto propôs a realização de palestras, mesas redondas, apresentação de trabalhos e de projetos, eventos culturais e oficinas. Todo o evento foi organizado e produzido por estudantes do curso de Produção Cultural, coordenados e supervisionados pela professora Maria Alice Chaves Nunes Costa e o professor Luiz Mendonça, em parceria com o Centro de Artes da UFF, englobando questões importantes para essa carreira em nossa sociedade e apresentando, também, atividades ligadas à arte, ao teatro, ao cinema, à música, etc. O evento teve como alvo estudantes e profissionais de produção cultural, integrantes da sociedade civil, da universidade e demais interessados em conhecer a profissão. A entrada foi franca e a classificação livre.

A 1ª edição da “Semana de Produção Cultural 2017”, ocorreu na cidade de NITERÓI, município do Rio de Janeiro, de 27 a 30 de novembro de 2017. O projeto propôs a realização de palestras, mesas redondas, apresentação de trabalhos e de projetos, eventos culturais e oficinas. Todo o evento foi organizado por estudantes do curso de Produção Cultural, coordenados e supervisionados pela professora Maria Alice Chaves Nunes Costa, em parceria com o Centro de Artes da UFF, englobando questões importantes para essa carreira em nossa

sociedade e apresentando, também, atividades ligadas à arte, ao teatro, ao cinema, à música, etc. O evento teve como alvo estudantes e profissionais de produção cultural, integrantes da sociedade civil, da universidade e demais interessados em conhecer a profissão. A entrada foi franca e a classificação é livre.

O objetivo geral foi o de realizar um evento que promovesse a integração entre a universidade, sociedade civil e o campo das artes da maneira mais abrangente possível, se apropriando dos espaços públicos da cidade de Niterói e abrindo a universidade para a sociedade, não apenas participar do evento, como também ser um agente transformador e interativo. Nesse sentido, a Semana de Produção Cultural 2017, consistiu em desenvolver e promover atividades e debates relacionados à profissão de produtor cultural, abrangendo também áreas afins como música, teatro, cinema e de outros eventos. Estudar o mercado da profissão do produtor cultural a partir do intercâmbio de experiências entre os atuais e os futuros profissionais da área, utilizando os *campi* da UFF, Universidade Federal Fluminense e, também, os diversos aparelhos culturais que a cidade de Niterói possui, como locais de encontro para essa troca.

**Dentre os objetivos específicos, estiveram:**

- Debater os desafios enfrentados pelos produtores culturais no contexto atual;
- Procurar entender o potencial da profissão no âmbito nacional, promovendo a valorização desta atividade;
- Proporcionar a troca de experiências e saberes ligados à profissão, agregando assim conhecimentos para além da sala de aula;
- Apresentar um panorama das realizações no campo da produção cultural;
- Integrar os presentes e os futuros profissionais da área, abrindo possibilidade de intercâmbio entre eles;
- Estimular o contato com os meios artísticos, promovendo assim a diversidade cultural;
- Compreender a natureza da transdisciplinaridade do ofício;
- Debater os desafios enfrentados pelos alunos de Produção Cultural dentro da Universidade;
- Visibilizar o curso de produção cultural;

- Integrar a comunidade local ao meio universitário e aos aparelhos culturais da cidade de Niterói, criando nestes uma consciência de pertencimento e valorização destes espaços.

A Semana de Produção Cultural 2017 foi motivada por diversas razões de suma importância para a profissão, para os alunos, para a universidade e para a própria sociedade. Por se tratar de um projeto que tinha como tema central a formação do produtor cultural e a sua importância como agente social, levamos a possibilidade de abordar questões e fomentar debates à aplicação profissional desse mercado de trabalho que ainda é muito informal. Procurando auxiliar no processo de formação de profissionais competentes, a semana realizou atividades desafiadoras que a profissão exige. Tendo como convidados e participantes estudantes, professores da graduação e profissionais atuantes da área, entre outros interessados, havendo, assim, uma grande troca de experiências envolvendo desde a graduação até o mercado de trabalho. Propiciando, ainda, debates importantes voltados sobre o tipo de profissionais da cultura que a universidade vem formando e sobre que mudanças são necessárias para melhorar esse trabalho.

O projeto se fez importante, também, para a própria cidade de Niterói, já que realizou diversos eventos artísticos oferecidos para a população de forma gratuita, sendo assim um meio de estimular o vínculo de pertencimento entre a cidade e aqueles que fazem parte dela, despertando no cidadão o desejo de apoderar-se dos espaços públicos, pertencentes a ele por direito.

O contato com a arte e a cultura também foi uma questão que abordamos em nosso projeto. Por meio de apresentações e aulas de cunho artístico e cultural, as quais contaram com a participação dos universitários, sociedade civil e professores, criamos uma rede de estímulo entre todos aqueles que se permitirem estar nesse ambiente.

O evento propiciou, ainda, a possibilidade de integração entre os estudantes de Produção Cultural e de diferentes cursos, dentro da própria UFF. Pelo fato de a vida acadêmica ser muito corrida e cheia de atividades, geralmente não há projetos dentro da universidade que agreguem diferentes saberes ou que promovam a colaboração mútua entre cursos distintos. Por envolver pessoas de outras graduações em algumas etapas do projeto, tornamos a universidade um ambiente mais integrado em si mesmo, criando, ainda, a consciência de que o ambiente universitário pode, e deve, ser usado para atividades que fogem ao padrão professor-aluno e

que, nem por isso, elas se configuram como menos importantes do que o modelo tradicional de aula.

Não obstante, o projeto ainda fazia parte de uma pauta usualmente levantada por nós, estudantes de Produção Cultural. Ele representou uma possibilidade de experienciar a formação de forma prática dentro da grade de matérias do curso, que é em sua maioria teórica e pouco permite essa possibilidade. A chance de trabalhar junto com o restante do ambiente universitário e, principalmente, com uma comunidade externa advinda de todo o Brasil e transformando o projeto em algo real, agregou bastante na experiência, conhecimento e contato de cada um dos alunos envolvidos no projeto.

O diferencial deste projeto foi um marco para o curso de Produção Cultural como um todo, pois reuniu, alunos de Produção Cultural da UFF, palestrantes e alunos de diversas universidades do Brasil, agregando diferentes experiências sobre a área da produção;

- Esse é foi apenas o evento inaugural. Já ocorrendo uma segunda edição e uma terceira em processo de pré-produção;
- No ano de realização do projeto o curso de Produção Cultural completava 21 anos de existência. E partiu da iniciativa dos alunos o evento em comemoração à essa data;
- Propiciou uma interação da comunidade acadêmica com os aparelhos culturais da cidade de Niterói;
- Entrada franca, democratizando o acesso aos espaços culturais.

## **2. HISTÓRICO DA “SEMANA DE PRODUÇÃO CULTURAL” E FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1. Histórico da Construção do Projeto Cultural: “Semana de Produção Cultural”**

A primeira edição da semana de produção cultural nasceu do anseio dos alunos do curso de Produção Cultural em compartilhar pesquisas, trabalhos de campo, práticas culturais e atividades relacionadas curso de produção cultural, não somente no campo acadêmico, mas também no campo da profissão do produtor, trazendo para a universidade não só uma discussão acadêmica, mas também com a comunidade externa, profissionais da área, pesquisadores e artistas. Visando uma troca de conhecimento e um debate acerca da produção na contemporaneidade.

O primeiro esboço do projeto começou a ser pensado no primeiro período de 2017 dentro da matéria de projeto cultural, ministrada pela Profa. Dra. Maria Alice. Sendo a ideia a princípio, realizar alguns seminários com a participação de alguns palestrantes de diversas áreas dentro da academia oferecendo como complemento a realização de alguns cursos. Porém com base em estudos, debates e encontros com alunos, viu-se a necessidade de um evento maior e mais amplo, que pudesse abranger não só a parte acadêmica da produção, como também o campo profissional da produção cultural, trazendo agentes culturais que pudessem agregar com o conhecimento e experiência na atuação em diversos segmentos culturais. A partir desse momento deixamos de lado a ideia dos seminários e começamos a pensar em um evento maior que pudesse contemplar diversas áreas da produção e comungar com outras universidades e espaços que também dialogam com o campo da arte e cultura.

Partindo das reflexões e debates, começamos a pensar em uma semana repleta de atividades, compostas por mesas de debates, oficinas, apresentações artísticas, mostra de curtas, minicursos e palestras. Utilizando não só o espaço da Universidade, como também o espaço da cidade de Niterói, criando um canal de troca de ideias entre a comunidade em torno da Universidade com o meio acadêmico.

Após estudos referentes à produção cultural e várias reuniões e debates acerca do tema, foi definido que o tema central para o evento seria "Desafios e realizações do Brasil contemporâneo."

A ideia desse tema surgiu a partir de discussões dentro de sala e pelo momento político que o país estava passando naquele momento, a não muito tempo o MinC - Ministério da Cultura havia sido distinguido e se transformado em uma secretaria, diminuindo suas funções e atribuições, isso levou a uma série de discussões dentro de sala da importância de se ter um ministério da cultura e qual seria os ganhos e conquistas das realizações na área de produção cultural junto à sociedade.

Com o tema já definido do evento, começamos a fazer a escrita do projeto e convidamos dois professores para fazerem a supervisão do mesmo; Professora Maria Alice que já ministrava matéria projeto cultural I, mas também ficou como supervisora e coordenadora do projeto junto com o Professor Luiz Mendonça que também fez parte da supervisão e deram suporte na escrita do mesmo. Todo o processo de escrita do projeto levou aproximadamente dois meses. uma vez que ainda não temos maturado muito a ideia e sempre estávamos em processo de mudança.

O projeto foi escrito de forma conjunta a quatro mãos. Tentando abranger de forma simples todos os campos da arte possíveis e visando sempre atender a uma demanda da sociedade em conjunto com a universidade. A ideia central do projeto sempre foi estabelecer uma relação entre a academia e a comunidade do entorno da universidade. fazendo com que as pessoas pudessem adentrar na universidade e não só participar de uma oficina ou de um minicurso, mas que eles pudessem ser agentes transformadores dentro da universidade.

Esperávamos com isso que existisse uma relação com a população, que pudessem abraçar o projeto e trazer a compreensão do pertencimento do espaço da universidade pública.

A partir disso pensamos que seria muito interessante a comunicação entre as universidades, neste período a UERJ estava passando um momento de crise. em período de greves e corte de verbas e recursos. Então tivemos a ideia de convidar no mínimo um representante de uma universidade pública próxima e que todas as mesas tivessem pelo menos a participação de uma mulher.

Esses critérios foram criados para que a comunicação se tornasse mais abrangente, podemos dar voz a todos. o máximo de pessoas possível. Após o projeto escritos os nomes levantados começamos a fazer uma série de reuniões com espaços que pudessem fazer parte do evento. O primeiro espaço em questão foi Centro de Artes UFF, por intermédio do Professor Luiz Mendonça conseguimos uma reunião com então coordenador do centro de artes Guilherme Guelman, pessoa que nos recebeu de braços abertos e abraçou a ideia do projeto. também

fazendo algumas indicações e ponderações, através dele conseguimos um apoio institucional da pró-reitoria de assuntos estudantis.

Através da professora Maria Alice conseguimos também um apoio financeiro da UFF através de um edital da PROPPI/UFF. Onde conseguimos recursos para custeio de materiais para oficinas e conseguimos também trazer o César Maurício; Produtor Cultural e Coordenador do projeto "Favela é Isso Aí" da cidade de Belo Horizonte.

## **2.2.O Papel da Universidade Pública e o seu entorno Sociocultural**

A universidade, como organização que contribui para a criação, conservação e análise crítica da cultura, a formação de cidadãos independentes e comprometidos com os problemas de seu tempo e com o desenvolvimento da pesquisa científica, sua complexidade certamente aumentou, visto que está imersa em uma sociedade que também aumentou em complexidade.

Os problemas das universidades não estão mais característicos de um estado ou de uma região, mas, como o conhecimento, global: abordando os interesses locais e nacionais e as internacionalizações da aprendizagem e pesquisa. Essa internacionalização da universidade reforçará sua tendência universalista, homogeneizadora, ao mesmo tempo em que procurará manter a singularidade de cada um, também reforçará sua respectiva identidade cultural.

Para obtenção da universidade, enquanto estrutura de referência na qualidade de ensino, esta deve proporcionar, de maneira eficaz, efetiva e eficiente, tudo aquilo que lhe define enquanto universidade: a difusão do conhecimento; o ensino; a extensão; e. pesquisa. É necessário que se entenda de onde estamos partindo, ou seja, a atual estrutura da universidade, em particular as públicas.

O presente trabalho busca um recorte acerca da difusão cultural que, neste capítulo, tem relação com o papel da universidade e o seu retorno em desenvolvimento social para a sociedade, “mantendo a universidade como uma estrutura de referência que está sendo continuamente aperfeiçoada, há vários fatores que devem convergir incontestavelmente para que isto se realize.” (GAIRÍN, 2000 p.5):

As universidades públicas são ditas assim por conta de seu financiamento público, ou seja, o financiamento feito por meio do dinheiro arrecadado pelo estado brasileiro. Como a Constituição Federal deixa claro, o dinheiro arrecadado pelo estado brasileiro, sob os cidadãos

brasileiros – ou aqueles que estão presentes no território brasileiro, deve ser afim da melhoria da qualidade vida social, para o desenvolvimento e investimento (BRASIL, 1988). O investimento dado a universidades, é no mesmo sentido de outros órgãos do estado brasileiro e, em relação a como universidade pode atuar para a melhoria da qualidade de vida, isto se divide em três partes: ensino; pesquisa; e extensão.

Segundo Gairin (2000), os campos que definem uma instituição enquanto universidade são os mesmos que definem seu campo de atuação que proporcionam retorno em qualidade de vida para a sociedade. Explica Gairin (2000), que tal retorno não é feito de forma imediata, e que isto requer parte essenciais que afetam ao resultado final.

Alguns destas partes estão no: (GAIRIN, 2000 P. 11-12)

- Planejamento: inclui diagnóstico, programas de intervenção e auto avaliação permanente;
- Formação: como adaptação constante de recursos humanos a novas necessidades pessoais e institucionais;
- Perseverança e compromisso com a mudança: demandas coletivas de aprendizagem, onde o propósito está em livrar-se dos modos anteriores de comportamento. Este fato é acompanhado por uma perda de segurança adquirida;
- Tempo: se concluímos que as mudanças são procedem.

Mais apropriado do que falar de massificação cultural através da universidade, é falar em democratização cultural também através da universidade. A massificação é apenas um efeito do processo de democratização; como aponta Arruda (2017), o processo de democratização do acesso à cultura tem se dado de forma lenta, e isto se explica pelo atravessamento sócio histórico que os fatos possuem sobre o Brasil.

De acordo com a mesma pesquisadora, o acesso à cultura no Brasil está atrelado ao mercado; e isto significa estar diretamente ligado às questões socioeconômicas de quem consegue, ou não, adquirir arte e demais expressões da cultura. Neste sentido, aponta que o acesso à cultura daqueles que possuem baixa renda é um dever do estado, sob Lei Constitucional e compromissos de termos em documentos internacionais, como a Declaração Universal sobre a Diversidade cultural (2002, p.1):

Os direitos culturais são parte integrante dos direitos humanos, que são universais, indissociáveis e interdependentes. O desenvolvimento de uma diversidade criativa exige a plena realização dos direitos culturais, tal como os define o Artigo 27 da Declaração Universal de Direitos Humanos e os



artigos 13 e 15 do Pacto Internacional de Direitos, Econômicos, Sociais e Culturais.

A responsabilidade social da educação pública reside no fato de que, a Educação é um suporte essencial para o desenvolvimento da cultura, qualquer que seja a forma. A cultura deve ser focalizada como um tronco comum no qual a identidade é sustentada com uma variedade de singularidades nas quais diferentes grupos étnicos, sociais e nacionais são diferenciados. É dos enxertos no tronco que vai da multiculturalidade à interculturalidade, onde o confronto entre o semelhante e o diferente é superado, a tolerância se torna um método e sincretismo em um horizonte.

Com relação à educação das universidades, estas são um importante caminho para a melhoria do acesso à cultura, e sua democratização; não somente no acesso à difusão da produção cultural, como também na expansão cultural, isto é, expandir as noções de cultura, seu consumo e, por quem, esta cultura é produzida.

Complementando com isto, Arruda diz que:

No Brasil, o campo da arte e da cultura representa hoje um importante elo entre as Instituições de Ensino Superior (IES) e as sociedades em seu entorno, sendo uma das áreas prioritárias de atuação do Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Instituições Públicas de Educação Superior Brasileiras (FORPROEX). A regional Sudeste do FORPROEX está desenvolvendo o projeto Corredor Cultural FORPROEX Sudeste, que realiza a circulação de produções culturais – música, artes da cena, exposições, cursos e oficinas – entre IES públicas de Minas Gerais, São Paulo, Espírito Santo e Rio de Janeiro, promovendo, por meio da extensão, o intercâmbio entre as instituições e as sociedades em que estão inseridas (2017, p.1).

A forma expansiva da produção cultural dentro da universidade sendo vista do modo que pensa Arruda (2017), necessita de uma educação universitária também expansiva; ou seja, a formação do produtor cultural, para que este exerça sua profissão de acordo com a visão aqui adotada de cultura, de difusão da cultura e valorização de expressões culturais que não possuem visibilidade, deve ser voltada para a prática de realizações culturais que aproximem a universidade do campo social que está imersa, seja por meio da intervenção universitária na sociedade – como por exemplo através de projetos além dos muros universitários; seja por meio da intervenção social na universidade, aumentando a acessibilidade social nas universidades.

Corroborado com isto, Arruda (2017) menciona a formação de profissionais que estão nas áreas produção cultural:

No Brasil, o Plano Nacional de Cultura, instituído em 2010, reflete a visão da UNESCO tanto no que tange ao conceito de cultura quanto também nas ações previstas para a formação de agentes culturais. As três dimensões da cultura ali colocadas – simbólica, cidadã e econômica – demonstram a complexidade assumida pelo campo, que exige, para seu desenvolvimento, cada vez mais profissionais qualificados para a sua gestão e realização, formação a ser assumida também pela universidade, não somente para seus estudantes, como também para os agentes culturais com atuação pública e privada em todo o seu entorno (2017, p1).

Portanto, a produção cultural, como qualquer coisa que também é produzida, também necessita de consumo. Mas o consumo da cultura, tanto é feito por aqueles que possuem condições para isso, quanto por aqueles que não possuem verba para isto. Estamos falando da intervenção do estado, na proporção de acesso à cultura.

Assim, se a cultura é algo que se tem consumo, e que este consumo é - legitimado por lei- como um direito de todos, o que está em discussão é a melhoria da qualidade de acessibilidade social.

O projeto propunha a integração em todas as esferas possíveis e imagináveis: querendo reunir dentro do mesmo espaço alunos, professores, funcionários e comunidade. Como foco os alunos de ensino médio das escolas públicas da redondeza. Foi avaliado que essa seria uma oportunidade para essa galera ser apresentada à universidade com verdade e afeto, afastando a sensação de distanciamento natural desse ambiente.

A principal função da universidade é tornar o ensino, a pesquisa, a criação e o desenvolvimento cultural integrados e capacitados para produzir simultaneamente o ensino superior, a pesquisa científica e o desenvolvimento cultural, todos processados juntos em um espaço comum; que permite a formação pessoal de alto nível, graças à informação que lhe é dada, como produto da criação intelectual da pesquisa acadêmica, assim reivindicada por um país que aspira modernizar.

Neste mesmo sentido, de acordo com Priori (2007), é necessário que a universidade esteja imersa aos processos sociais, assim como seja um catalisador de mudanças sociais. Como muito bem destacada o autor ainda, uma das formas de se fazer isto é através do incentivo à cultura. Segundo o mesmo:

Ampliar as fronteiras entre a universidade e a sociedade significa propor a abertura da universidade para a sociedade. Isso implica em estabelecer políticas para defender e compartilhar os bens comuns, que são os conhecimentos e os saberes. São funções tanto da sociedade como da

universidade, colocar o conhecimento e o saber a serviço da democracia e da justiça social. Sabemos que, no Brasil, os elos entre as universidades e a sociedade sempre estiveram voltados para alguns segmentos específicos, sobretudo os setores produtivos e as elites econômicas (PRIORI 2007, p.8).

Nos últimos tempos, a cultura gradualmente começou a redefinir seu papel *vis-à-vis* a economia e o desenvolvimento. Há pouca dúvida sobre sua importância como indutor do desenvolvimento e da coesão social, seu papel relevante diante da questão da diversidade cultural, da integração das comunidades minoritárias, dos processos de igualdade de gênero e dos problemas das comunidades urbanas e rurais marginalizadas. Os setores políticos estão começando a perceber e reconhecer que a cultura desempenha um papel muito mais importante do que eles supunham e descobriram que decisões políticas, iniciativas econômicas e financeiras e reformas sociais têm muito mais chances de progredir com sucesso se simultaneamente a perspectiva cultural é levada em conta para atender às aspirações e preocupações da sociedade. A contribuição da cultura como fator de coesão frente aos processos de aprofundamento das desigualdades econômicas e tensões de convivência social também é destacada de maneira especial. Essa tendência é particularmente evidente na dimensão que representam em termos de trocas de bens e serviços culturais entre as economias das nações.

Por intermédio do LACCOPS – Laboratório de Investigação em Comunicação Comunitária e Publicidade Social, conseguimos o contato da coordenação do Colégio Estadual Dom Walmor, escola em que foram realizadas uma série de oficinas de vídeos com alunos secundárias.

Foi então que pensamos em convidar os alunos para participarem da mostra de curtas que estava na programação do evento, a proposta era de que os alunos não iriam só assistir as exibições dos curtas, mas também exibir os trabalhos resultantes do projeto do LACCOPS junto ao colégio.

Com ajuda da coordenação do IACS - Instituto de Arte e Comunicação Social, conseguimos a locação de um ônibus e conseguimos levar ao centro de artes aproximadamente 60 alunos, que além de participarem da mostra de curtas, puderam fazer uma visita guiada ao MAC - Museu de Arte Contemporânea de Niterói e assistir apresentações artísticas no mesmo espaço.

Essa interação foi de grande sucesso, a interação dos alunos secundaristas junto aos espaços e atividades propostas resultou em um intercâmbio de ideias e criamos uma relação junto a esses alunos, abrindo a possibilidade de mais atividades conjuntas.

### 2.3. Estratégias para a Acessibilidade Cultural: A questão do marketing cultural

O marketing se tornou uma das principais áreas da logística empresarial, ou de tudo aquilo que queira algo representativo de si, de sua instituição, organização ou governo. É um dos grandes investimentos que o setor econômico tem feito nos últimos anos.

No mundo contemporâneo, onde o acesso à internet é algo comum, o marketing se tornou o ponto fundamental para que a reprodução feita possa causar o sentimento esperado por quem a desenvolve. Isto levando em conta a finalidade que aquilo se destina, no sentido econômico, por exemplo; em que a exposição através do marketing para divulgação e compra.

A conceituação de marketing cultural, parte do que se propõe o marketing, portanto. Trata-se da divulgação da cultura, com a finalidade de que esta tenha cada vez mais investimentos, seja de forma privada ou pública. Como aponta Kotler (2005):

“O marketing é a ciência e a arte de explorar, criar e proporcionar valor para satisfazer as necessidades de um mercado-alvo com rentabilidade. O marketing identifica necessidades e desejos insatisfeitos. Ele define, mede e quantifica o tamanho do mercado identificado e o seu potencial de lucro. Identificam com precisão quais segmentos a empresa tem capacidade de servir melhor, além de projetar e promover os produtos e serviços adequados” (KOTLER, 2005: p. 13).

Pode-se datar o começo do estudo de marketing cultural nos territórios do Estados Unidos que, entretanto, como aponta, não é onde todas as técnicas e metodologias utilizadas no estudo do marketing cultural foram nasceram e foram desenvolvidas.

“Existe um consenso razoável acerca da origem recente do marketing cultural, sempre datada e localizada nos Estados Unidos de pós Segunda Guerra. Uma viagem mais longa, no entanto, adquire um papel elucidativo dos sentidos do marketing cultural” (RUBIM, 1997 p.7).

Segundo Reis (2006), a própria atividade de mecenato possui resquícios importantes para o entendimento do conceito de marketing cultural. Atividades de mecenato são investimentos pessoais em cultura, onde esta prática começou desenvolvida ainda no estado romano, e passou a ser uma influência importante quando o estado se apropriou do mecenato, com o intuito de difundir a ideia de nação através da cultura.

A expressão mecenato parece ter sido forjada como referências às atividades desenvolvidas por Gaius Maecenas, amigo pessoal do Imperador Caio Augusto, que exerceu funções administrativas no império romano, entre 30 a.C. e 10 a.C. Embora sem um título oficial, ele substituiu o imperador durante sua ausência, o que lhe conferia plena autonomia na alocação de recursos.

Maecenas foi um grande articulador das ligações entre o Estado romano e o mundo das artes. Além de admirar a produção artística e de ele mesmo ser um escritor, Maecenas parece ter percebido que, ao aproximar artistas, filósofos e pensadores do governo que representava, ele carregava para o Estado a aceitação e o prestígio de que os artistas gozavam junto a população” (REIS, 2006: p.06)

Em relação aos dias atuais, o investimento é feito tanto pelo setor público, quanto setor privado – em uma relação já descrita anteriormente; esta relação mencionada, possui algumas brechas importantes para que se constitua um acesso à cultura de qualidade, como por exemplo o fato do investimento em cultura ser uma forma de empresas se difundirem. O patrocínio do evento, permite associar a marca aos atributos do artista e / ou seu espetáculo, gerando uma imagem positiva em seus mercados-alvo e, além disso, permite atrair interessados na cultura e / ou arte e se constituir em um momento auspicioso fazer promoção de vendas através da distribuição de amostras aos participantes do evento, presente de ingressos; realização de uma função exclusiva para clientes na forma de direitos públicos;

Isto por sua vez tem impacto direto em como a cultura se difunde, e o que de cultura se difunde. Segundo Lavallo (2009) o que ocorre é uma massificação da produção cultural de empresas, onde se torna inviabilizado o mesmo canal para outros que produzem cultura com outro viés, que não visando apenas o econômico.

A difusão da cultura pela cultura, sendo assim, não é feita de forma correta; isto muito tem relação com as brechas apresentadas nas leis de incentivo à cultura. Claro que isto também afeta aquele que consome cultura, e sobretudo aquele que não possui acesso à cultura, porque os espaços onde a cultura circula ficaram cada vez mais estreitos para o investimento da cultura por cultura.

Segundo aspecto do Marketing Cultural envolve a gestão do "marketing" como uma das bases para criar e manter organizações culturais; É uma versão ou adaptação de "marketing" (tão amplamente aplicada em outras indústrias) à arte e à cultura. É necessário, do ponto de vista do autor, que no passado, as atuais práticas de patrocínio sejam a única maneira de entregar ao público todo o esforço criativo e razão de ser da organização. Portanto, "marketing" é considerado como uma das ferramentas para encontrar novas formas de financiamento.

O patrocínio às artes por arte é muita das vezes a única forma que movimentos culturais têm como sobrevivência pois atua enquanto um órgão social. Como aponta Lavallo (2009), vários projetos culturais são estratégias também para a conscientização e formação cidadã, isto porque muitos tem o contato com a arte e o seu pensamento filosófico de expressão.

Assim, a atuação destes meios de difusão cultural deveria ser mais bem aproveitada, tanto pelas empresas privadas, quanto pelos órgãos públicos. O trabalho feito por iniciativas culturais, que visam o ensino através da arte como um dos princípios, é um importante componente socializador e educativo para crianças de lugares aonde as iniciativas estatais não chegam com frequência, como em áreas periféricas da cidade e rurais.

É uma relação explícita de dependência da arte para com seu financiador, ou seja, daqueles que produzem o bem simbólico com aquele que viabiliza sua realização. A empresa escolhe ou, muitas vezes, planeja uma ação cultural de acordo com seus valores, linha de atuação ou até mesmo segmento de mercado. O objetivo compreende a valorização da marca empresarial por meio de uma expressão artística. Vincular a marca a uma manifestação cultural diferencia a empresa das demais e abre a oportunidade de mostrar ao mercado que suas preocupações vão além da lucratividade e de seus negócios específicos. Porém, não basta fornecer o dinheiro para a realização de um determinado projeto e enviar a logomarca de patrocinadora para divulgação.

É importante que a instituição financiadora tenha um planejamento para atuação no projeto antes, durante e decorrente àquele investimento feito. Além disso, é necessário avaliar o reflexo que a manifestação artística patrocinada causou na sociedade.

O marketing cultural, entendido como "marketing" aplicado às manifestações artísticas, é uma disciplina que possui um amplo campo de atuação nas possíveis indústrias culturais, dada a diversidade das artes, como criações humanas. Uma variedade de sucessos exemplares em todo o mundo em áreas de literatura, música, artes cênicas, entre outros, tornam-se um motor que apoia o desenvolvimento econômico de um país para passar em outras áreas que podem ser exploradas, como, por exemplo, o turismo.

Nessa ordem de ideias, é benéfico para os empreendedores culturais e para o país em geral, não se contentar exclusivamente com a estratégia de promoção, mas aproveitar as ferramentas que o marketing oferece para aplicá-las e assim ampliar seu espaço de crescimento e sustentação. Torna-se necessário, então, conhecer e localizar seus consumidores e potenciais clientes (plateias, espectadores, plateias) em suas diferentes esferas.

O conhecimento estratégico permite identificar e aproveitar as oportunidades oferecidas pelo mercado e a estruturação de uma forma organizada de Planos de "Marketing", para alcançar o fortalecimento da empresa e, por onde, a proposta de conquista econômica, garantindo sua durabilidade e seu sucesso tanto no aspecto artístico quanto no A última

afirmação constitui um convite para aplicar os conceitos de gestão da disciplina, nas indústrias das manifestações artísticas, para aproveitar a revolução da globalização e da tecnologia.

**Fotos: Por uma Universidade Pública Aberta (cedidas por Maria Alice Costa, 2017)**



### **3. AS ETAPAS DA “SEMANA DE PRODUÇÃO CULTURAL DE 2017”**

Neste item, apresentaremos as três etapas principais para o planejamento de um projeto cultural. Tais como: a pré-produção produção e pós-produção. elementos são de suma importância uma vez que é feito da maneira correta, é possível fazer um acompanhamento e um desenvolvimento melhor do projeto a ser executado, com as etapas descritas e desenhadas fica mais fácil para acompanhamento de toda equipe referente a quais processos serão realizados, datas e prazos e quais atividades serão ser realizadas. Ficando o desenvolvimento do projeto fica mais orgânico e evitando contratempo ou até mesmo erros. Essas etapas também definem a vida útil do projeto, definindo seu começo e termino.

#### **3.1. Produção Cultural 1: A Pré-Produção**

A pré-produção é o momento fundamental e de suma importância para o projeto uma vez que a parte do planejamento do mesmo. Todos os processos do projeto vão ser desenhados nessa parte do projeto, nesse momento que são levantados todos os detalhes dos processos, escopo, tempo, custo, quais são os recursos utilizados, planejamento de gerenciamento de comunicação, orçamento, planejamento logístico e etc. Neste momento do projeto é aonde são definidas todas as diretrizes e quais serão os passos que serão dados em cada etapa do projeto.

Durante nossa pré-produção foram definidos os seguintes tópicos:

- Apresentar o projeto para a coordenação do curso;
- Buscar apoio da coordenação e colegiado do curso;
- Buscar parcerias de organizações externas à universidade;
- Buscar patrocínios para o evento;
- Buscar apoios estudantis;
- Apresentar o projeto para a FAN, solicitando a utilização dos aparelhos culturais da cidade;
- Elaborar a logo do evento;
- Inscrever o projeto em um financiamento coletivo;



- Buscar apoio financeiro para cartazes e banners de divulgação;
- Solicitar previamente à coordenação do IACS o uso de salas;
- Garantir a possibilidade de emissão de certificados de horas;
- Criar páginas de divulgação nas redes sociais;
- Divulgar chamadas;
- Convidar profissionais para ministrar workshops e oficinas;
- Convidar profissionais para palestrar sobre diferentes assuntos relacionados à profissão;
- Convidar profissionais para se apresentarem nos eventos culturais;
- Convidar alunos para apresentarem seus trabalhos ou projetos;
- Convidar artesãos para a exposição e venda de seus produtos na feira cultural;
- Criar o evento no Facebook;
- Agendar o uso da sala Interartes, no IACS, durante a semana;
- Programar onde, como e quando será realizada cada uma das atividades dentro da cidade de Niterói;
- Entrar em contato com fotógrafos para registrarem o evento;
- Confirmar a presença dos convidados;
- Divulgar a programação do evento, tanto por meios eletrônicos, quanto por folders e cartazes;
- Fazer plaquinhas de homenagem aos criadores e idealizadores do curso;
- Fazer reuniões periódicas com os produtores;
- Criar uma escala de horários entre os produtores e dividir funções;
- Organizar a logística dos eventos culturais e mesas a serem realizados.

## **CRONOGRAMA**

Ver anexo II

## **CONTRAPARTIDA**

- Acadêmica
  - Emitir certificado de horas complementares para os estudantes participantes.
- Contrapartida ao patrocinador/apoiador
  - Divulgação da marca através dos meios de comunicação;
  - Uso da logomarca em todos os materiais distribuídos, tanto por meios físicos quanto virtuais;
  - Menção de abertura.
- Contrapartidas sociais
  - Estimular a democratização da cultura e da inclusão social, a partir de uma apropriação do espaço acadêmico;
  - Programa educativo;
  - Estimular uma integração nacional entre os cursos de Produção Cultural pelo Brasil;
  - Classificação livre;
  - Entrada franca.
- Contrapartidas ambientais
  - Aumentar a visibilidade do local;
  - Ocupar o espaço de forma produtiva;
  - Objetivos alinhados aos princípios dos locais em questão.

## **ORÇAMENTO**

Ver anexo III

### **3.2. Produção Cultural 2: A Produção**

É nessa etapa que tudo o que foi planejado será executado. Nesse momento também é feito monitoramento do projeto, onde a verificação e acompanhamento do que está sendo executado, para saber se tudo o que foi planejado está sendo devidamente executado e se houve alguma divergência ou se ainda é preciso fazer um replanejamento e ajustes na execução. Neste momento começam a acontecer reuniões constantes de equipes diariamente para saber se aquilo que foi planejado durante a pré-produção está sendo executado e se há necessidade de nenhuma alteração no cronograma.

Atividades realizadas durante a produção do projeto:

- Organização das salas, espaços da cidade e ferramentas, como cabos, som e projetores antes do evento;
- Recepção de convidados externos
- Recepção do público em geral
- Reuniões para acompanhamento das atividades
- Monitoramento do andamento do evento;

→ Dia 27 de novembro (segunda-feira)

#### **Centro de Artes da UFF**

**16:00h - Apresentação Artística: Makala**

**16:10h - Cerimônia de abertura**

**16:30h - Mesa Os 21 Anos do Curso de Produção Cultural**

Convidados:

- Doutor Gilberto Schmutz Gouma
- Doutor Wallace de Deus Barbosa
- Doutor Luiz Augusto Fernandes Rodrigues

- Doutora Marina Bay Frydberg
- Doutora Neide Aparecida Marinho
- Marcelo Murta Velloso

MEDIAÇÃO: Mestre Luiz Carlos Mendonça

**19:00h - Apresentação artística: Tatubeleza**

→ Dia 28 de novembro (terça-feira)

**Centro de Artes da UFF**

**10:00h - Mostra de curtas**

**Instituto de Artes e Comunicação Social - Sala Interartes**

**10:00h - Palestra Direito Autoral**

Palestrante: Nehemias Gueiros

**11:30h - Seminário: "Até que ponto o direito pode interferir na arte? Uma análise do queer museu e outros casos"**

**14:00h - Oficina: O Corpo Brincante**

Oficineiro: Luiz Mendonça

**16:00h - Mesa-redonda: A Universidade na Construção do Produtor Cultural**

Convidados:

- Mestre Kyoma Silva Oliveira
- Doutor Leonardo Caravana Guelman
- Doutor João Guerreiro

MEDIAÇÃO: Simone Alves Reis

**17:40h - Lançamento do livro “Territórios Criativos”**

**18:00h - Mesa-redonda: O Dia a Dia do Produtor**

Convidados:

- Gloria Regina
- Rafaella Furtado
- Cesar Mauricio
- Beto Jr.

MEDIAÇÃO: Júlia Requião

---

**Instituto de Artes e Comunicação Social - Salas Diversas**

**10:00h - Oficina: Locução, curiosidades da arte de falar (Laboratório de Áudio)**

Oficineira: Selma Boiron

**10:00h - Oficina Gravura (Sala C100)**

Oficineiro: César Maurício

**15:00h - Oficina: Customização de Camisas (Sala C210)**

Oficineira: Beatriz Martins

**16:30h - Oficina: Mandala (Sala C210)**

Oficineira: Fátima catarino

→ Dia 29 de novembro (quarta-feira)

---

**Centro de Artes da UFF**

**10:00h - Mostra de curtas**

**14:00h - Workshop de Música Corporal**

Professoras: Clarice Maciel e Amanda Appel

**Instituto de Artes e Comunicação Social - Sala Interartes**

**14:00h - Mesa-redonda: O Espaço da Mulher na Construção do produtor Cultural**

Convidados:

- Giordana Moreira
- Doutora Marisa Melo
- DJ EveHeve

MEDIAÇÃO: Juliana Amaral

**16:30h - Minicurso: Planejamentos de campanha para projetos culturais**

Ministradora: Patrícia Saldanha

**19:00h - Palestra: Memecelebridades**

**Instituto de Artes e Comunicação Social - Salas Diversas**

**10:00h - Oficina: Gravuras (Sala C100)**

Oficineiro: César Maurício

**Museu de Arte Contemporânea**

**10:00h - Oficina: Fotografia sensorial**

Oficineira: Maria Alice Costa

**14:00h - Apresentação Artística: Coral do Projeto More**

**15:00h - Apresentação artística: Papagaio Sabido**

**16:30h - Apresentação artística: Sarau Espaço Avançado**

→ Dia 30 de novembro (quinta-feira)

**Museu Janete Costa de Arte Popular**

**14:00h - Oficina: O Corpo Brincante**

Oficineiro: Luiz Mendonça

**16:00h - Oficina: Customização de Camisas**

Oficineira: Beatriz Martins

**Instituto de Artes e Comunicação Social - Salas Diversas**

**10:00h - Oficina: Mandala (Sala C100)**

Oficineira: Fátima Catarino

**Instituto de Artes e Comunicação Social - Sala Interartes**

**10:30h - O que o financiador quer ouvir? - Comunicação transversal**

Palestrante: Bruna Kassis

**15:30h - Mesa-redonda: Cultura, Cidade e Sociedade**

Convidados:

- Claudio Salles
- Doutora Lia Cabral Baron
- Filipe Gonçalves
- Doutor Pablo Nabarrete

MEDIAÇÃO: Doutora Maria Alice Costa

**18:00h - Cerimônia de encerramento**

### **3.3. Produção Cultural 3: A Pós-Produção**

Esse é o momento de fazer o fechamento e encerramento do projeto e elaborar os relatórios que servirão como documentação do projeto. Desta forma, deve-se avaliar com a equipe e registrar todo o histórico do projeto, desde o que foi bem e pode inspirar a criação de um modelo de projeto, ao que não foi tão bem e pode ser evitado no próximo trabalho, corrigindo assim eventuais erros.

- Desproduzir o evento;
  - Fazer reunião pós-evento
  - Entregar os certificados.
- 
- Estratégia de divulgação
    - Ver anexo I



#### **4. ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA DA 1ª EDIÇÃO SEMANA DE PRODUÇÃO CULTURAL**

Todas as etapas do projeto desde a sua concepção pré-produção produção e pós-produção foram planejadas e realizadas por alunos do curso de produção cultural, mesmo com alguns alunos sem algum tipo de experiência na área de produção, nos colocamos de forma colaborativa e construtiva. Fizemos com que as pessoas que tinham experiência e vivência em produção ficasse na mesma equipe de trabalho com pessoas que não haviam participado de nenhum projeto antes, como resultado, tivemos uma troca gigante de aprendizado e uma melhor construção do projeto.

Foi um desafio muito interessante, porque precisávamos conciliar as aulas, matérias que ainda eram aplicadas, provas e em alguns casos, estágios e trabalho com os compromissos de agenda para planejamento de logística e toda a parte burocrática que faz parte de realização de um projeto.

Foi interessante notar o engajamento dos alunos do primeiro período do curso de produção cultural, que tiveram uma noção em uma experiência real em projeto já no início da formação e mesmo com todas as dificuldades dentro do processo, tivemos um resultado muito satisfatório.

A equipe de produção executiva da primeira semana de produção cultural não foi composta somente por alunos do curso de cultural, tivemos a participação de alunos de publicidade, cinema, biblioteconomia, arquivologia, jornalismo, hotelaria, direito, arquitetura e administração. Todos compartilhando do mesmo objetivo; democratização do espaço público e ir além das atividades propostas em sala de aula.

Isso faz parte de um processo de apropriação dos alunos junto com a universidade, onde rompemos as barreiras dos portões e das salas de aula, as ocupamos de maneira efetiva como espaço público efetivo, criando diálogo entre a sociedade e a academia.

Já sabíamos, desde o início do projeto, que teríamos dificuldade com a parte financeira e de custeio de toda a produção. Após várias reuniões, foi sugerido que montássemos um financiamento coletivo.

A proposta vinha da ideia central do projeto, que se baseava na participação e construção coletiva do mesmo e após a montagem e lançamento do financiamento, começamos uma

campanha de divulgação, onde alunos, professores, familiar e qualquer pessoa que estivesse engajada ou interessada em colaborar com o projeto poderia fazer o apoio financeiro.

Felizmente, essa iniciativa fez muito sucesso e conseguimos um retorno de aproximadamente R\$ 1.000,00 (um mil reais). Esse dinheiro foi todo utilizado dentro do projeto na aplicação de compra de materiais para o evento, camisas para equipe, materiais diversos e *coffe brake*.

Também tivemos uma outra parte que foi financiada pela própria UFF através da aprovação do Projeto encaminhado pela profa. Maria Alice à PROPPI. Felizmente, a professora Maria Alice supervisionou o nosso projeto e fomos contemplados com um valor que foi aplicado na sua integralidade ao custeio de todo o material para as oficinas e minicursos e, passagem aérea do diretor artístico da ONG “Favela é Isso Aí” (Minas Gerais), Cesar Mauricio Alberto, que nos proporcionou palestras e oficinas.

Essa integração entre as pessoas compartilhando interesse comum e de colaboração coletiva foi de suma importância para o projeto, uma vez que está em toda sua essência.

Todas as pessoas que quiseram participar tiveram espaços de voz e pudemos construir o projeto em conjunto com os alunos de produção cultural, nesse momento começamos a pensar que isso pode e deve ser expandido para toda a universidade, os projetos não precisam ser necessariamente de um curso ou de pessoas, projetos como o da semana de produção cultural são maiores do que os próprios indivíduos que fazem parte dele, eles pertencem a sociedade e deve ser direcionada para criamos diálogos e pontes entre a universidade e a sociedade civil.

Os principais pontos de crítica referente ao projeto da semana de produção cultural foi a falta de apoio institucional vindo da coordenação do curso de produção cultural, infelizmente fizemos algumas solicitações para que houvesse um engajamento maior institucional dentro da coordenação do curso; como liberação de aluno ou até mesmo reuniões de colegiado para propor junto com alguns professores um planejamento, onde queríamos alinhar o que é passado no dia a dia dentro de sala de aula e suas aplicações no cotidiano da produção.

Dentro do período, onde estávamos organizando o projeto, marcamos uma reunião junto com o colegiado do curso de produção cultural com o objetivo de apresentar o projeto, solicitando o apoio e liberação de alguns professores que durante o período da semana pudessem ter as aulas disponibilizadas para os alunos pudessem participar do projeto.

Infelizmente essa reunião não chegou a acontecer, chegamos a marcar uma data, porém só esteve presente a professora Neide Marinho, vice coordenadora do curso que foi nosso contato junto à coordenação do curso. Infelizmente não tivemos no apoio institucional da coordenação, porém a mesma professora se prontificou a liberar alunos e acompanhar o projeto, o que foi uma grande ajuda.

Outro desafio encontrado foi na área da logística e conhecimentos específicos da área da produção, conteúdos que não temos nenhum direcionamento dentro do próprio produção cultural. Planejamento de orçamentos, planilhas orçamentárias cotação de produtos, logística de um modo geral, foram itens que tivemos um pouco de dificuldade na execução uma vez que não temos esses itens na nossa grade curricular nem matéria ou até mesmo em laboratórios. Isso foi um ponto a ser observado é até levado a coordenação após o evento, para talvez, pudéssemos pensar mudanças que viessem a suprir essa necessidade que os alunos do curso relatam.

Porém vendo isso também observamos que existe uma vontade maior do que todas essas adversidades dentro do próprio corpo de alunos, tivemos o engajamento muito forte em correremos atrás desse conhecimento que não tínhamos e aplicando ele dentro do projeto.

Felizmente isso mostra o quão os alunos de produção cultural e os alunos do Instituto de Artes estão focados em produzir e utilizar o espaço da universidade como um grande laboratório para eles e isso acrescenta não só na vida acadêmica das pessoas mas na vida profissional e quem sabe na carreira futura.

Realizamos uma análise do Projeto Cultural: "Semana de Produção Cultural", também por meio da Matriz SWOT, para avaliar os pontos positivos e negativos, tanto internos quanto externos. Com o intuito de colaborar para o aprimoramento de edições futuras, para a segunda edição do projeto, foi analisada essa matriz e feitos ajustes necessários para que não ocorresse os mesmos problemas, O que foi de grande valia para a equipe que realizou a segunda edição.

## MATRIZ SWOT

	Positivo	Negativo
Interiores	<b>FORÇAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Engajamento da equipe</li><li>- Facilidade na comunicação</li><li>- Participação de pessoas não diretamente relacionadas ao curso de produção cultural</li><li>- Acessos aos espaços</li><li>- Colaboração de professores na supervisão do projeto</li></ul>	<b>FRAQUEZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Falta de experiência em produção dos alunos</li><li>- Dificuldade na organização de horários da equipe</li><li>- Excesso de burocracia em conseguir equipamentos emprestados no IAC</li><li>- Falta de apoio da Coordenação do curso</li><li>- Falta de engajamento entre os professores na liberação dos alunos ou na montagem de propostas de atividades envolvendo o projeto</li></ul>
Externos	<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Editais internos</li><li>- Abertura na utilização de espaços públicos de Niterói</li><li>- Apoio da FAN - Fundação de Arte de Niterói</li><li>- Parceria com a PROAES</li><li>- Parceria com escola pública</li></ul>	<b>AMEAÇAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Calendário restrito de eventos</li><li>- Não participação de alunos do curso de produção cultural de outras universidades devido a falta de transporte</li><li>- Dificuldade em planejar logística para os alunos secundaristas convidados, tais como: transporte e alimentação</li><li>- Greve e Paralisação de terceirizados</li><li>- Deslocamento de equipamentos e equipe entre os espaços</li></ul>

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A Semana de Produção Cultural 2017 foi motivada por diversas razões de suma importância para a profissão, para os alunos, para a universidade e para a própria sociedade. Por se tratar de um projeto que tinha como tema central a formação do produtor cultural e a sua importância como agente social, levamos a possibilidade de abordar questões e fomentar debates à aplicação profissional desse mercado de trabalho que ainda é muito informal. Procurando auxiliar no processo de formação de profissionais competentes, a semana tratou de atividades desafiadoras que a profissão exige. Tendo como convidados e participantes estudantes, professores da graduação e profissionais atuantes da área, entre outros interessados, havendo, assim, uma grande troca de experiências envolvendo desde a graduação até o mercado de trabalho. Propiciando, ainda, debates importantes voltados sobre o tipo de profissionais da cultura que a universidade vem formando e sobre que mudanças são necessárias para melhorar esse trabalho.

O projeto se fez importante, também, para a própria cidade de Niterói, já que a realização dos eventos artísticos foram oferecidos para a população de forma gratuita, tornando-se assim um meio de estimular o vínculo de pertencimento entre a cidade e aqueles que fazem parte dela, despertando no cidadão o desejo de apoderar-se dos espaços públicos, pertencentes a ele por direito.

O projeto criou, ainda, a possibilidade de integração entre os estudantes de Produção Cultural e de diferentes cursos, dentro da própria UFF. Pelo fato de a vida acadêmica ser muito corrida e cheia de atividades, geralmente não há projetos dentro da universidade que agreguem diferentes saberes ou que promovam a colaboração mútua entre cursos distintos. Por envolver pessoas de outras graduações em algumas etapas do projeto, visamos tornar a universidade um ambiente mais integrado em si mesmo, criando, ainda, a consciência de que o ambiente universitário pode, e deve, ser usado para atividades que fogem ao padrão professor-aluno e que, nem por isso, elas se configuram como menos importantes do que o modelo tradicional de aula.

Não obstante, o projeto ainda fez parte de uma pauta usualmente levantada por nós, estudantes de Produção Cultural. Ele representou a possibilidade de experienciar a formação de forma prática dentro da grade de matérias do curso, que é em sua maioria teórica e pouco

permite essa possibilidade. A chance de trabalhar junto com o restante do ambiente universitário e, principalmente, com uma comunidade externa advinda de todo o Brasil e transformar nosso projeto em algo pertencente a sociedade, agregando bastante na experiência, conhecimento e vivência de todos que fizeram esse projeto acontecer.

## **REFERÊNCIAS:**

ARRUDA, Malu (entrevistada). O papel da universidade nas políticas culturais. Itaú Cultural. 11 set 2017. Disponível em <<https://www.itaucultural.org.br/o-papel-da-universidade-nas-politicas-culturais-malu-arruda>> Acesso em: 05 jun de 2019.

BARACHO, Maria Amarante Pastor (Coord.). Diagnóstico dos investimentos em cultura no Brasil. Pesquisa contratada pelo Minc à Fundação João Pinheiro. Belo Horizonte: MinC, 1997. v. 1.

BUENO, Heloísa. Projeto cultural: reflexões para além de um instrumento técnico in Encontro de estudos multidisciplinares em cultura. Salvador, 2011.

CESNIK, Fabio; MALAGOGI, Maria. Projetos Culturais: elaboração, aspectos legais, administração, busca de patrocínio. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.

COELHO, Teixeira. Dicionário Crítico de Política Cultural. São Paulo: Iluminuras, 1997.

CUNHA, J. L. da; RÖWER, J. E. Ensinar o que não se sabe: estranhar e desnaturalizar em relatos (auto)biográficos. Educação, Cascavel, v. 39, n. 1, 2014.

DINO. Investimento em marketing digital tem previsão de crescimento de 12% ao ano até 2021. Terra Notícias. 12 set 18. Disponível em <<https://www.terra.com.br/noticias/dino/investimento-em-marketing-digital-tem-previsao-de-crescimento-de-12-ao-ano-ate-2021,83b72b9740f639094370ee4f6e468640x6hlt55r.html>> Acesso em 10 mai 2019.

GARCIA CANCLINI, Nestor. Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo, 1997.

GITSIN, Paulo. A produção cultural em tempos (des) encantados. Niterói, 2016.

GUELMAN, Leonardo; ROCHA, Vanessa. Interculturalidade. Niterói: Eduff, 2004.

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia: identidades e política entre o moderno e o pós-

moderno. Bauru, 2001.

KUPER, Adam. Cultura: a visão dos antropólogos. Bauru: Edusc, 2002.

LAVALLE, Adrián Gurza. Cidadania, igualdade e diferença. In: Ministério da cultura. Cultura em números: anuário de estatísticas culturais. Brasília: MinC, 2009.

MALAGODI, Maria Eugênia; CESNIK, Fábio de Sá. Projetos culturais: elaboração, administração, aspectos legais, busca de patrocínio. São Paulo: Escrituras, 1999.

OBSERVATÓRIO DO DIREITO À COMUNICAÇÃO. Ministro interino avalia que Lei Rouanet é “perversa” e pouco democrática. Intervozes: Coletivo Brasil de Comunicação Social. Notícias. 22 ago 2008. Disponível em: <<http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=21681>>. Acesso em: 15 mai de 2019.

OLIVIERI, Cristiane. NATALE, Edson. (Organizadores). Guia brasileiro de produção cultural: Ações que transformam a cidade. 1ª edição. São Paulo: Edições SESC São Paulo, 2016.

PRIORI, A. Universidade e desenvolvimento regional. Revista Espaço Acadêmico. v. 7; n.77, 2007

PROJETOS CULTURAIS: como elaborar, executar e prestar contas. Brasília: Instituto Alvorada Brasil: Sebrae Nacional, 2014.

PROJETOS CULTURAIS: como elaborar, executar e prestar contas. Brasília: Instituto Alvorada Brasil: Sebrae Nacional, 2014.

RUBIM, Linda (org.). Organização e produção da cultura. Salvador: UFBA, 2005.

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA (SESI). DEPARTAMENTO NACIONAL. Estudo das leis de incentivo à cultura/SESI.DN. Brasília: SESI/DN, 2007. Vol. 2

UNESCO. Declaração Universal da Diversidade Cultural. 2002. Disponível em <[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/diversity/pdf/declaration\\_cultural\\_diversity\\_pt.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/diversity/pdf/declaration_cultural_diversity_pt.pdf)> Acesso em 02 jun 2019.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
COORDENAÇÃO DA GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL - GGR

### ATA DE APRESENTAÇÃO DE TRABALHO FINAL DO CURSO DE PRODUÇÃO CULTURAL

#### IDENTIFICAÇÃO DO TRABALHO

Nome do Candidato: <b>ALESSANDRO RICARDO DE JESUS</b>		Matricula: 213 033 043
Título do Trabalho: <b>"A INTERFACE ENTRE UNIVERSIDADE E SOCIEDADE: ESTUDO SOBRE O PROJETO CULTURAL "SEMANA DA PRODUÇÃO CULTURAL (IACS/UFF), 1ª EDIÇÃO: 2017"</b>		
Orientador(a): <b>Drª. Maria Alice Nunes Costa</b>		
Categoria: <b>Monográfico</b>	Data da Apresentação: <b>22/07/2019</b>	

#### BANCA EXAMINADORA

1º Membro (Presidente): <b>Drª. Maria Alice Nunes Costa</b>
2º Membro: <b>Me. Luiz Carlos Mendonça</b>
3º Membro: <b>Drª. Neide Aparecida Marinho</b>

#### AVALIAÇÃO:

Análise / Comentário UM DOS PRINCIPAIS TRABALHOS REALIZADOS SOBRE A IMPORTÂNCIA DA PRODUÇÃO CULTURAL É A SUA CAPACIDADE DE TRANSFORMAÇÃO SOCIAL. ENCAIINHAMOS A NECESSIDADE DE CONTINUIDADE DA "SEMANA CULTURAL" SEMPRE RESSALTANDO A RELAÇÃO E A INTERFACE ENTRE A COMUNIDADE ACADÊMICA E A SOCIEDADE
Nota Final (média dos três integrantes da Banca Examinadora): <b>10,0 (dez)</b>
ASSINATURAS: <b>Has</b> 1º Membro (Presidente) <b>Coelho</b> 2º Membro <b>[assinatura]</b> 3º Membro





UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE PRODUÇÃO CULTURAL



**INSTRUMENTO DE AVALIAÇÃO DO TRABALHO FINAL DO CURSO DE PRODUÇÃO CULTURAL**

NOME DO CANDIDATO:

ALESSANDRO RICARDO DE JESUS

TÍTULO DO TRABALHO:

"A INTERFACE ENTRE UNIVERSIDADE E SOCIEDADE: ESTUDO SOBRE O PROJETO CULTURAL "SEMANA DA PRODUÇÃO CULTURAL (IACS/UFF), 1ª EDIÇÃO: 2017"

ORIENTADOR(A):

Drª. Maria Alice Nunes Costa

CATEGORIA:

( X ) Monográfica

DATA DE APRESENTAÇÃO:

22/07/2019

Os graus devem ser obtidos a partir da média entre os três avaliadores.  
Esta ficha deve ser entregue junto com a Ata final, e não será encartada na monografia.

**I – APRESENTAÇÃO ESCRITA**

40% - (cada item até 1,0) Grau: 4,0

( 4,0 ) Estrutura metodológica (método adequado, problematização, objetivos, referencial teórico)

( 4,0 ) Formatação (respeito às normas técnicas)

( 4,0 ) Elementos pré-textuais, textuais e pós-textuais (aspectos formais em relação aos elementos: pré-textuais –tudo que estiver antes da introdução, p. ex. capa, folha de rosto, relação de abreviaturas, sumário; textuais –formatação do corpo do trabalho em si, rodapés, capítulos etc; pós-textuais –tudo após a conclusão, ou seja formatação da bibliografia, anexos.)

( 4,0 ) Clareza e correção da linguagem

**II – CONTEÚDO**

40% - (cada item até 1,0) Grau: 4,0

( 4,0 ) Coesão e coerência textual

( 4,0 ) Relevância do tema

( 4,0 ) Referências adequadas e atualizadas

( 4,0 ) Argumentação consistente

**III – APRESENTAÇÃO ORAL**

20% - (cada item até 1,0) Grau: 2,0

( 4,0 ) Exposição do trabalho

( 4,0 ) Respostas à arguição

Rubrica do orientador(a):

Grau Final:

10,0