

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

CÍNTIA TAVARES DOS SANTOS

**PRODUÇÃO CULTURAL: UM ESTUDO DA TRAJETÓRIA DA PROFISSÃO
ATRAVÉS DO BACHARELADO DA UFF**

NITERÓI

2019

CÍNTIA TAVARES DOS SANTOS

**PRODUÇÃO CULTURAL: UM ESTUDO DA TRAJETÓRIA DA PROFISSÃO
ATRAVÉS DO BACHARELADO DA UFF**

Monografia apresentada ao Instituto de Artes e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Produção Cultural, sob a orientação do Prof. Dr. João Luiz Pereira Domingues.

NITERÓI

2019

Ficha catalográfica automática - SDC/BCG
Gerada com informações fornecidas pelo autor

S237p Santos, Cíntia Tavares dos
PRODUÇÃO CULTURAL : UM ESTUDO DA TRAJETÓRIA DA PROFISSÃO
ATRAVÉS DO BACHARELADO DA UFF / Cíntia Tavares dos Santos ;
João Luiz Pereira Domingues, orientador. Niterói, 2019.
58 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Produção
Cultural)-Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e
Comunicação Social, Niterói, 2019.

1. Produtor/Gestor Cultural. 2. Formação Acadêmica em
Produção/ Gestão Cultural. 3. Políticas Culturais. 4.
Mapeamento em Formação Cultural. 5. Produção intelectual.
I. Domingues, João Luiz Pereira, orientador. II. Universidade
Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social.
III. Título.

CDD -

CÍNTIA TAVARES DOS SANTOS

**PRODUÇÃO CULTURAL: UM ESTUDO DA TRAJETÓRIA DA PROFISSÃO
ATRAVÉS DO BACHARELADO DA UFF**

Monografia apresentada ao Instituto de Artes e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Produção Cultural.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. João Luiz Pereira Domingues – Orientador – UFF

Prof. Dr. Luiz Augusto Fernandes Rodrigues – UFF

Prof^a. Dra. Marina Bay Frydberg – UFF

Rodrigo Moraes Bittencourt Scisinio Alonso - Bacharel em Produção Cultural - UFF

Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano - UFF

NITERÓI

2019

Aos meus pais, irmãs, familiares e amigos que, com muito carinho e apoio, não mediram esforços para que eu chegasse até esta etapa de minha vida.

Ao Curso de Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense do campus de Rio das Ostras-RJ e Niterói-RJ, e às pessoas com quem convivi nesses espaços ao longo desses anos.

Aos professores, estudantes e todos os profissionais da área da cultura e do entretenimento.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por me dar a dádiva de poder acordar todos os dias para fazer o meu melhor. A minha mãe Cleonice e meu pai Exedito, por serem meu esteio, consentirem as minhas escolhas e terem me incentivado a sempre correr atrás dos meus sonhos sem deixar meus estudos em segundo plano. As minhas irmãs Patrícia e Maísa que sempre me apoiaram e não mediram esforços para que eu pudesse concluir os meus estudos. E a todo amor, carinho e cuidado dedicado por eles mesmo à distância. Afinal, passei os momentos mais difíceis da minha vida no período em que estive na faculdade e longe da minha família.

A minha tia Maria Cristina que ensinou que na vida nunca devemos parar de estudar e correr atrás dos nossos objetivos, que me disse uma vez “o não a gente já tem então não perdermos nada ao correr atrás para conseguir um sim, pois ele é que fará toda a diferença em nossas vidas”, que desde criança me fez ser apaixonada por cultura ao me levar a diversas programações durante as férias e que nesta reta final me cedeu sua casa para que eu pudesse escrever com tranquilidade esta monografia.

Ao meu orientador João e minha coordenadora Marina que me deram a oportunidade de participar do projeto de desenvolvimento acadêmico “Mapeamento na Formação em Produção Cultural” onde me apaixonei mais ainda pelo curso. Por ter me acolhido tão bem quando cheguei de “transferência” do campus de Rio das Ostras-RJ, pelas conversas nos intervalos, das aulas e as orientações que me proporcionaram conhecer novos conceitos e ideias para este trabalho.

Aos amigos que fiz em Rio das Ostras que se tornaram minha família quando a minha não pode estar presente e fizeram meu período na faculdade ser puro amor e administração de conflitos. Em especial as meninas que me acolheram com tanto amor, Laís Perdomo que foi meu primeiro contato na cidade, me proporcionou a felicidade de fazer parte da eterna Casa 2, a Gabriela Cordeiro, Christiano Kochem, Isabela Quinelatto e as minhas eternas mosqueteiras Marina Porto e Taynara Santos, que além de amor, amizade e companheirismo me tornaram membro de suas famílias.

A todos os amigos de Niterói, a Thays Pantuza que foi meu anjo da guarda, em especial aos amigos da Unitevê, que me ensinaram que respeito é uma das coisas

mais importantes que conquistamos na vida. E aos meus 4EVER André Libânio, Matheus Bizarrias e Gabriela Billwiller, minha eterna gratidão pela amizade, cuidado amor e carinho.

As pessoas que colaboraram com este trabalho e todos os envolvidos no Projeto de Desenvolvimento Acadêmico “Mapeamento na Formação em Produção Cultural”, egressos, coordenação e secretaria do curso de Produção Cultural sejam através das respostas ao questionário, dados fornecidos ou palavras de incentivo.

“Cultura é todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem enquanto membro de uma sociedade. ”

Edward Burnett Tylor

RESUMO

No Brasil, a demanda por profissionais capazes de desenvolver projetos culturais tem crescido nos últimos anos. Por se tratar de um campo extremamente amplo e diversificado, o mercado tem exigido profissionais com uma formação igualmente diversa, preparados para atuar nas diferentes áreas da cultura. Nesse sentido, o presente estudo buscou verificar se a formação acadêmica no curso Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, campus Niterói, atende as expectativas dos egressos e egressas sobre sua formação e sua atuação profissional no mercado. Foi realizada a análise dos dados coletados no projeto de desenvolvimento acadêmico “Mapeamento na Formação em Produção Cultural”, que viabilizou o desenvolvimento deste estudo.

Palavras-chaves: Graduação em Produção Cultural; Produtores e Produtoras Culturais; Formação; Mapeamento; Política Cultural.

ABSTRACT

In Brazil, the demand for professionals capable of developing cultural projects has grown in recent years. Because it is an extremely broad and diversified field, the market has demanded professionals with an equally diverse background, prepared to work in different areas of culture.

In this sense, the present study seeks to verify, through the analysis of the data collected in the academic development project "Mapping in the Formation in Cultural Production", to verify if the academic formation in the Cultural Production course of the Fluminense Federal University, Niterói campus, about their training and their professional performance in the market.

Keywords: Graduation in Cultural Production; Cultural Producers; Formation; Mapping; Cultural Policy.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: O “lugar” dos produtores culturais - AVELAR, Rômulo. O avesso da cena: notas sobre Produção e Gestão Cultural. 4 ed. Belo Horizonte: Ravel Cultural, p. 50 – 51, 2014 _____	23
Figura 2: Os “lugares” dos gestores culturais - AVELAR, Rômulo. O avesso da cena: notas sobre Produção e Gestão Cultural. 4 ed. Belo Horizonte: Ravel Cultural, p. 50 – 51, 2014. _____	23
Figura 3: Fluxograma Curso de Produção Cultural – Universidade Federal Fluminense – Niterói _____	28
Gráfico 1: Gênero _____	33
Gráfico 2: Naturalidade _____	33
Gráfico 3: Idade _____	34
Gráfico 4: Turmas _____	34
Gráfico 5: Raça _____	35
Gráfico 6: Assistência Estudantil _____	36
Gráfico 7: Ações Afirmativas _____	37
Gráfico 8: Inserções no mercado de trabalho _____	41
Gráfico 9: Atuação no mercado de trabalho _____	41
Gráfico 10: Vínculos trabalhistas temporários e permanentes _____	42
Gráfico 11: Salário médio de um produtor cultural _____	46

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
CAPÍTULO 1 – O DESENVOLVIMENTO CULTURAL NO BRASIL	16
1.1 Abordagens do Ministério da Cultura	16
1.2 Setor Cultural	19
1.3 O curso de graduação	20
1.4 Produtores e Produtoras Culturais: que profissão é essa?	22
CAPÍTULO 2 – FORMAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL	25
2.1 O Curso da Universidade Federal Fluminense, <i>Campus</i> Niterói	25
2.1.1 Projeto Pedagógico do Curso	28
2.1.2 Grupo de Estudo, Laboratório ou Grupo de Pesquisas	31
2.2 Perfil dos Egressos e Egressas	32
CAPÍTULO 3 – A FORMAÇÃO ACADÊMICA E O MERCADO DE TRABALHO	39
3.1 Trajetória Profissional	42
3.1.1 Mercado de trabalho e o Micro Empreendimento Individual (MEI)	44
3.1.2 Faixa Salarial – Produtor/Gestor e Produtora/Gestora Cultural	45
3.2 Condições Laborais no Campo da Cultura	47
CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53
ANEXO I:	55

INTRODUÇÃO

A Produção Cultural surgiu na minha vida em 2003/2004, quando vi a novela “Celebidades” transmitida pela Rede Globo em horário nobre, trazendo as produtoras culturais Maria Clara Diniz (Malu Mader) e Laura (Cláudia Abreu) como protagonistas. A partir daquele momento procurei por cursos no estado de São Paulo, mas naquela época só existia um curso de pós-graduação na Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP). Os cursos de graduação só eram ofertados em duas instituições, na Universidade Federal Fluminense (UFF) no estado do Rio de Janeiro e na Universidade Federal da Bahia (UFBa) no estado da Bahia. Enquanto prestava vestibular para Universidade Federal Fluminense, sem sucesso, resolvi fazer um curso de Tecnologia em Eventos para não ficar sem estudar e continuei prestando vestibular até ingressar em 2012. Na faculdade, a produção cultural teve sua maior influência na minha vida, principalmente em 2015 quando participei do projeto de desenvolvimento acadêmico “Mapeamento na Formação em Produção Cultural”, sendo convidada, neste mesmo ano, pelo Centro de Artes da UFF, a participar como assistente de produção do Seminário Nacional de Formação Artística e Cultural realizado em Brasília- DF.

O tema foi escolhido com base em observações do meu dia a dia como estudante do curso de Produção Cultural, ao participar dos projetos já mencionados surgiram questões sobre a função dos produtores e produtoras culturais, quem são esses profissionais, qual sua esfera de atuação, além da importância do seu papel no setor cultural do país e se a formação acadêmica no curso atende às expectativas dos egressos e egressas ao entrarem no mercado de trabalho.

Buscarei também, por meio da análise dos dados levantados, entender o que significa no Brasil a formação em Produção Cultural e o que propõe o curso de formação acadêmica nesta área, além de conhecer a visão dos egressos e egressas do curso de Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, campus Niterói, sobre sua formação acadêmica e sua atuação no mercado de trabalho, considerando tais questões do cotidiano dos estudantes desse curso.

Tendo em vista a complexidade e variedade de funções desempenhadas pelos produtores/gestores e produtoras/gestoras culturais, o tema da pesquisa se torna importante à medida que permitirá aos estudantes, professores e profissionais recém-formados, um retrato dos possíveis caminhos profissionais dos produtores e produtoras culturais.

Para alcançar os objetivos de conhecer a visão dos egressos e egressas do Bacharelado em Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense do campus Niterói-RJ acerca de sua formação acadêmica, se é compatível com as necessidades do mercado de trabalho, bem como seu perfil sociocultural, utilizou-se uma breve pesquisa histórica sobre o desenvolvimento da cultura no Brasil e o que significa a produção cultural no país, através da análise dos dados colhidos no projeto de desenvolvimento acadêmico “Mapeamento na Formação em Produção Cultural”, onde recuperamos dados gerais e fizemos uma série de questões abertas.

Inspirado no projeto de mesmo nome realizado pelo Prof. Dr. Luiz Augusto Fernandes Rodrigues e publicado na revista Pragmatizes em 2011, o projeto de desenvolvimento acadêmico “Mapeamento na Formação em Produção Cultural” foi desenvolvido em quatro fases, sob a orientação do Prof. Dr. João Luiz Pereira Domingues e da Prof^a. Dra. Marina Bay Frydberg. Minha inserção no projeto foi por meio do processo de bolsa de assistência estudantil para desenvolvimento acadêmico. Ao ser contemplada, fui apresentada ao projeto e me interessei de imediato pela proposta. Começamos com a triagem dos egressos e egressas do curso no período de 1995 à turma de 2012, com formação até o segundo semestre de 2016. Em seguida, com a revisão do questionário criado em 2011 pelo Prof. Dr. Luiz Augusto Fernandes Rodrigues no primeiro mapeamento do curso; Logo após veio a criação no Google Formulários de um novo questionário utilizando abordagens quantitativa com setenta e quatro questões abordando temas como: dados pessoais, dados educacionais (graduação/pós-graduação), trajetória profissional, informações sobre o mercado de trabalho, avaliação do curso/sugestão para o curso, avaliação da pesquisa; E por último fizemos a aplicação do questionário aos 575 egressos, obtendo 128 respostas.

Na recuperação dos dados gerais foram analisadas as respostas do questionário “Mapeamento na Formação em Produção Cultural” abordado dentro dos

temas: dados pessoais, dados educacionais, trajetória profissional, informações sobre o mercado de trabalho, avaliação do curso/sugestão para o curso, avaliação da pesquisa, dados como idade, raça/cor, gênero, naturalidade, semestre de ingresso, semestre de término, ações afirmativas, mudança de cidade, utilização de recursos da faculdade, projeto pedagógico, atuação profissional, vínculos trabalhistas, tempo de trabalho, condições laborais, respondidos por cento e vinte e oito egressos e egressas formados em diferentes períodos da graduação. Já as questões dissertativas presentes no questionário com os seguintes tópicos: dados pessoais, percepções sobre o mercado de trabalho, visão sobre o curso de bacharelado em produção cultural da Universidade Federal Fluminense serviram de complementação dos temas presentes nas questões de caráter mais fechados.

O foco desta monografia foi o corpo de egressos e egressas do curso de bacharelado em Produção Cultural na Universidade Federal Fluminense *campus* Niterói-RJ com ingresso no curso no período de 1995 a 2012 e formação até o segundo semestre de 2016. Do total de 575 egressos, 128 (22,2%) responderam o questionário até o momento da análise em 30 de janeiro de 2018.

A escolha de utilizar a recuperação dos dados gerais foi estipulada para que na análise dos dados tivéssemos um número significativo de egressos e egressas, um aprofundamento maior de determinadas questões e um embasamento teórico do que é a produção cultural e sua formação.

Dessa maneira, obtivemos uma percepção mais abrangente dos dados analisados, pois o método quantitativo permite considerações mais generalizadas e o contexto histórico promove o debate entre o que os egressos acham da formação em questão e a real necessidade de ter se criado o curso. (GOLDENBERG, 2007.p 63)

Este trabalho foi elaborado em três capítulos. No primeiro capítulo faço uma descrição do desenvolvimento cultural do país que está relacionada ao sistema político de cada época no Brasil, abordando as diversas formas que cada governo se referiu a cultura, em alguns casos como prioridade para o desenvolvimento humano, em outros uma forma de comércio, por meio de leis de incentivos onde empresas privadas através de renúncias fiscais movimentava o setor.

No segundo capítulo abordo como surgiu à formação acadêmica na área de Produção Cultural no país, trazendo informações do primeiro curso acadêmico que surgiu em 1995, pela Universidade Federal Fluminense, que está em vigência até os dias de hoje. Neste capítulo tento abordar qual o propósito dessa formação, segundo a proposta da Universidade Federal Fluminense do *campus* Niterói, trazendo suas diretrizes, projeto pedagógico e o perfil dos egressos e egressas deste curso desde a primeira turma em 1995 à turma de 2012, com formação até o segundo semestre de 2016, por meio da recuperação dos dados gerais e questões abertas.

No terceiro e último capítulo, observo qual a visão dos egressos e egressas sobre sua formação acadêmica e o mercado de trabalho. Quais foram suas expectativas durante o curso e após estarem formados. Para essa análise utilizei como base as questões dissertativas da pesquisa retirada do projeto de desenvolvimento acadêmico “Mapeamento na Formação em Produção Cultural”.

Este trabalho contém ideias construídas por meio da leitura dos autores envolvidos na política cultural do país como: Luiz Augusto Fernandes Rodrigues, Antônio Albino Canelas Rubim, Rômulo Avelar e Teixeira Coelho que contribuem com conceitos a respeito da cultura e da profissionalização em Produção Cultural. Além das publicações de Lia Calabre, Maria Helena Cunha, Leonardo Figueiredo Costa e Alexandre Barbalho, João Luiz Pereira Domingues que serão utilizadas como apoio para o aprofundamento das questões relativas às Políticas Culturais, pesquisa e formação e o que significa a profissão dos produtores e produtoras culturais no Brasil.

CAPÍTULO 1 – O DESENVOLVIMENTO CULTURAL NO BRASIL

O desenvolvimento cultural no Brasil aconteceu por meio de diversos governos, por entenderem que a cultura reflete o modo de vida de uma sociedade, além de interferir em seu modo de pensar e agir, sendo fator de fortalecimento da identidade de um povo e, sem dúvida, de desenvolvimento humano.

1.1 Abordagens do Ministério da Cultura

“Desde o período imediatamente posterior ao pós-guerra, a cultura vem recebendo atenção cada vez maior por parte do Estado”. (BARBALHO, 2005, p.33)

Desde a década de 1930 foram inauguradas as políticas culturais de caráter mais sistemático, mas a partir de 1985, no Governo de José Sarney, a cultura no Brasil passa obter uma estruturação por meio de um ministério isolado, o Ministério da Cultura (MinC), que anteriormente fazia parte do Ministério da Educação e Cultura (MEC). Essa separação possibilitou a criação de políticas nacionais próprias no setor cultural.

Em 1986, surgiu a primeira lei federal de incentivo fiscal à cultura, Lei nº 7.505 conhecida como Lei Sarney, que estimulava as empresas do setor privado, por meio de renúncia fiscal, a investirem em projetos e instituições de cunho cultural, com o objetivo de criar um mercado para o setor cultural brasileiro.

O artigo 215 da Constituição Federal (1988) visa garantir a todos os cidadãos brasileiros o efetivo exercício dos direitos culturais, o acesso às fontes da cultura nacional e a liberdade das manifestações culturais. Em 1991, na troca de governo o MinC vira Secretaria de Cultura. O Governo Collor traz como alternativa a Lei Sarney, a Lei 8.813 conhecida como Lei Rouanet. Essa alteração acontece por, entre outros problemas, a lei Sarney não avaliar os projetos ao qual o incentivo era destinado, inviabilizando sua efetivação.

Em 1993, no Governo de Itamar Franco, a Secretaria de Cultura volta a ser MinC e de 1995 a 2002, no Governo de Fernando Henrique Cardoso, sua atuação se concentra em medidas voltadas para o mercado. O ministro da cultura neste período foi Francisco Weffort que adotou o lema “Cultura é um bom negócio” devido a redução das políticas públicas para a área da cultura recorreu-se ao desenvolvimento da

cultura por meio das empresas privadas, concedendo o benefício fiscal às empresas que entravam com patrocínios, surge assim a fase do marketing cultural no Brasil, trazendo a necessidade de conhecimentos mais detalhados para a efetividade da produção e gestão cultural.

“A possibilidade de novas fontes de financiamento (estimuladas pelo Estado); a valorização de projetos de visibilidade e apelo “comercial ou institucional” que despertassem o interesse das empresas investidoras; a competitividade entre projetos e a valorização de padrões de excelência técnica e artística, alterou as relações no campo da cultura e exigiu dos produtores um esforço acentuado para se enquadrar nos novos padrões da política cultural brasileira.” (GADELHA; BARBALHO, 2016. p 78)

A partir desse momento, produtores e gestores culturais começam a procurar por dispositivos e mecanismos que permitam sua inserção no mercado que nasce com forte ascensão. O número de projetos com investimento pela lei, cresce expressivamente em 1995, mesmo ano que entra em funcionamento a lei do audiovisual, um mecanismo de apoio indireto a projetos audiovisuais através de incentivos fiscais, oficialmente Lei Federal 8685 de 20 de julho de 1993, trazendo um grande volume de projetos que contribuíram de forma positiva para que as pessoas tivessem mais acesso à cultura.

Em 2000, o deputado Gilmar Machado (PT/MG) apresenta uma Proposta de Emenda Constitucional (PEC) que resulta no Plano Nacional de Cultura (PNC). O Plano Nacional de Cultura é um conjunto de princípios, objetivos, diretrizes, estratégias e metas que devem orientar o poder público na formulação de políticas culturais.

Durante os oito anos de governo de Luiz Inácio Lula da Silva, nas gestões de Gilberto Gil (2003-2008) e de Juca Ferreira (2008-2011) fica evidente que o MinC se torna o agente central na proposição e implementação de políticas culturais que valorizavam a diversidade cultural brasileira, sendo esta entendida como um valor a ser preservado e reconhecida nas dimensões simbólica, social e econômica. Com isso, o MinC procurou abrir um diálogo direto com agentes produtores de cultura a fim de ouvir suas opiniões e demandas.

No Governo de Dilma Roussef em 2011, Anna de Holanda fica responsável pelo ministério e sua proposta é trabalhar ao lado do MEC com o compromisso de qualificar o ensino no Brasil já que neste período o MEC queria mais cultura nas

escolas. Começando assim a fomentar os processos criativos brasileiros, neste mesmo ano criou-se a Secretaria de Economia Criativa com intuito de vincular a relação entre cultura, economia e sociedade. Um método muito utilizado por outros países, a tendência da época, era incluir a economia criativa nas políticas públicas para a cultura. (JORDÃO; BRICHE; ALLUCCI, 2016. p 39)

Em 2012, surge a Instituição do Sistema Nacional de Cultura (SNC), segundo o *site* do Ministério da Cultura o SNC é:

“um processo de gestão e promoção das políticas públicas de cultura, em regime de colaboração de forma democrática e participativa entre os três entes federados (União, estados e municípios) e a sociedade civil, tendo por objetivo promover o desenvolvimento humano, social e econômico com pleno exercício dos direitos culturais”. (<http://portalsnc.cultura.gov.br>)

Entre 2014 e 2015 nasce a Instituição da Política Nacional de Cultura Viva (PNCV), lei 13.018 de julho de 2014, regulamentada pela Instrução Normativa/MinC nº 01, de 07/04/2015, que conforme diz a Cartilha da Política Nacional de Cultura Viva, ela é:

“A primeira política de base comunitária do Sistema Nacional de Cultura. A sociedade brasileira é beneficiária dessa Política Nacional que prioriza os povos, grupos, comunidades e populações que estão em situação de vulnerabilidade social, com reduzido acesso aos meios de produção, registro, fruição e difusão de sua cultura, e que demandam maior reconhecimento de seus direitos humanos, sociais e culturais”. (MINISTÉRIO DA CULTURA. *Cartilha da Política Nacional de Cultura Viva*. Brasília: MinC, 2015.)

De 2015 em diante o Programa Nacional de Economia da Cultura (PNEC) surge para cuidar especificamente dos assuntos relacionados a Economia da Cultura. Segundo o secretário de Políticas Culturais daquele período Guilherme Varella, era necessário ressaltar que o Ministério da Cultura operava a partir do conceito de economia da cultura, partindo principalmente da abordagem da Unesco que a define como o conjunto de atividades econômicas relacionadas à criação, produção, circulação, difusão, consumo e acesso de bens, serviços e conteúdo de natureza cultural. (JORDÃO; BRICHE; ALLUCCI, 2016. p 42)

Conseqüentemente a trajetória da cultura até o presente momento pode ser entendida como uma somatória de esforços e participações diversas, tornando-se harmônica a política nacional.

1.2 Setor Cultural

“O setor cultural brasileiro vive um processo de franca expansão. O momento é de ampliação da infraestrutura e multiplicação das oportunidades, numa dinâmica estimulada pelo afluxo inédito de recursos para a área. Toda a cadeia produtiva da cultura se fortalece, com a inoperação de um número expressivo de profissionais, empresas, instituições e fornecedores de natureza diversas. A cultura ganha nova dimensão, inclusive do ponto de vista econômico.” (AVELAR, 2014,p.25)

No Brasil, é preciso entender que o setor cultural apresenta em um mesmo contexto espaço-temporal, diversidades e contradições, as quais se destacam a convivência entre expressões culturais espontâneas e produções culturais voltadas para algumas indústrias já estabelecidas. (JORDÃO; BIRCHE; ALLUCCI, 2016, p.23)

Em 1980 houve uma transformação na cultura brasileira, período em que ficava centralizada em São Paulo e no Rio de Janeiro a gestão e produção de profissionais da área, tornando os outros estados meros expectadores do que circulava no país. Com isso os artistas, produtores e gestores desses estados acabavam migrando para os estados do Rio de Janeiro ou de São Paulo, sendo raras as pessoas que permaneciam em seus estados para trabalhar com a cultura.

Segundo Rômulo Avelar (2014, p.29) com o passar do tempo as coisas mudaram no país, “começaram a florescer iniciativas de valorização dos traços locais e de mobilização das comunidades pela preservação de seus saberes e fazeres”. Isso gerou trabalhos locais, onde os artistas, gestores e produtores não precisavam mais da aprovação dos dois grandes estados, diminuindo significativamente o êxodo nos estados espectadores que passaram a atuar em suas próprias regiões.

De acordo com algumas pesquisas, como o *Diagnóstico dos Investimentos em Cultura no Brasil* realizada pela Fundação João Pinheiro em 1998 e o *Sistema de Informações e Indicadores Culturais* publicados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2006 e depois uma nova edição em 2007, o setor cultural ganha força econômica no país por gerar sozinho um crescimento maior que os outros setores, considerando que a cultura faz parte do consumo gerado pelas famílias brasileiras, ultrapassando a área da educação e ficando atrás de áreas como alimentação e moradia.

O crescimento do setor cultural trouxe consigo algumas questões sobre a desigualdade social brasileira por conta da má distribuição social, quando uns são mais favorecidos que outros. Com isso, as empresas privadas passaram a fazer parte dessas discussões, sendo convidadas a investirem em projetos que favoreciam as comunidades nas quais estavam inseridas, inclusive ações na área da cultura, iniciando-se uma fase de *marketing* cultural dessas empresas, garantindo assim sua permanência no mercado.

“O patrocínio à cultura, como consequência, vem sendo cada vez mais utilizado como ferramenta de aproximação das organizações com seus públicos, num movimento que se potencializa ainda mais pela aplicação de leis de incentivo que se multiplicaram pelo país. Tais mecanismos de renúncia fiscal, embora passíveis de inúmeras críticas, apresentam-se como um atrativo a mais para as empresas injetarem recursos significativos na área cultural.” (AVELAR, 2014, p38)

A ascensão do setor cultural brasileiro com o passar dos anos ocasionou mudanças no processo de trabalho da área. O aumento de projetos, instituições, espaços e equipamentos mudou drasticamente a maneira de atuação dos agentes relacionados à produção cultural, pois surgiram novos procedimentos nos processos de gestão e captação de recursos, exigindo desses profissionais qualificação, pois não havia mais espaço para o improviso ou amadorismo, até então comum no meio cultural brasileiro. O mercado começou a ficar mais rígido e rigoroso quanto aos padrões de qualidade, pois as práticas utilizadas apenas na base das experiências e saberes dos agentes envolvidos na cultura não eram mais o suficiente.

“É patente a necessidade de instrumentalização dos profissionais da área para o desempenho de suas funções, diante dos múltiplos desafios que se impõem nesse novo contexto. A necessidade de profissionalização bate às portas das instituições culturais públicas e privadas, dos grupos artísticos e também das empresas que utilizam o patrocínio à cultura como estratégia de aproximação com seus públicos preferenciais.” (AVELAR, 2014,p.49)

1.3 O curso de graduação

Gradualmente, devido às exigências do mercado, as funções realizadas pelos produtores e gestores culturais adquirem eficiência, técnica e especialização cada vez mais avançada. Isso gerou uma demanda crescente por produtores e produtoras culturais, o fato de se tratar de um campo de formação relativamente novo, fez com que profissionais de outras áreas assumissem tal função, entre eles estão profissionais de comunicação, artes e história. Como todo campo em processo de institucionalização, é possível encontrar distintas nomenclaturas para os cursos que

atuam nas áreas de gestão e produção cultural, de eventos e entretenimento, abrangendo 89 cursos, sendo 51 graduações (entre bacharelados, tecnológicos e habilitações) e 38 pós-graduações (entre lato e strictu sensu), tal como nos aponta o mapeamento realizado por Rodrigues (2011, p.70). Os cursos, ainda que pertençam ao campo da produção cultural, possuem diferenças entre si, cada qual com as suas características e abordagens, voltadas para um determinado tipo de formação e mercado.

O primeiro curso de formação em gestão e produção cultural criado no Brasil foi oferecido pela Universidade Federal Fluminense em 1995. De acordo com o Instituto de Arte e Comunicação Social (IACS) da Universidade “não existia nenhum curso superior que buscasse sistematizar o conhecimento a respeito da criação, planejamento, organização, difusão e crítica nesta área” e o aprendizado, até aquele momento, “acontecia de forma empírica e aleatória”. Outras faculdades como as de artes, administração, história, comunicação social, etc, incluíram a proposta de produção cultural, mesmo sem a existência de um perfil do egresso feito pelo MEC. Com isso, em 1996, surge o segundo curso de produção cultural pela Universidade Federal da Bahia, o bacharelado de graduação em Comunicação Social com especialização em Produção em Comunicação e Cultura. São estes os dois cursos mais antigos em atividade no país.

Essa monografia não abrange todos os cursos existente no país, pois o foco desta pesquisa é a visão dos egressos e egressas da primeira universidade que proporcionou o curso de Produção Cultural no Brasil, mas segundo a Introdução do Relatório Final do Mapeamento da Formação e Qualificação em Organização Cultural no Brasil, observa-se que:

“Quando se refere ao setor organizativo da cultura, predomina no Brasil a área da “produção cultural” pelos motivos já apontados: área deficiente de formação de gestores; forte presença de interesses mercantis na produção simbólica; política cultural federal frágil. Deste contexto se entende o predomínio quase absoluto de cursos rápidos em produção cultural (70,18%). Situação ainda mais descompensada quando se tem apenas 3,40% dos cursos em políticas culturais – área fundamental para o estabelecimento e consolidação do Sistema Nacional de Cultura.” (RUBIM; BARBALHO; COSTA, 2010. p. 23)

De acordo com os autores Antônio Albino Canelas Rubim, Alexandre Barbalho e Leonardo Costa, o fato desses cursos serem marcados pela breve duração, de

caráter intermitente, acabam revelando uma formação frágil neste setor. No Brasil é perceptível que o setor cultural tem um histórico de atividade que acompanha as mudanças de políticas públicas e de legislação na área da Cultura, bem como a estruturação de uma cadeia produtiva (JORDÃO; BIRCHE; ALLUCCI, 2016, p.22), trazendo sentido ao debate sobre a busca por profissionalização da área no decorrer dos anos.

No que diz respeito aos cursos oferecidos no país, a “qualidade” e não a “quantidade” dos cursos existentes, observa-se uma afluência em torno da captação de recursos, da elaboração de projetos e da produção cultural em seus conteúdos, que expõe uma política cultural definida pelo domínio quase total das leis de incentivo, o que acaba por estruturar o campo da cultura no país.

No tópico a seguir, veremos o que significa a profissão dos produtores e produtoras culturais no Brasil.

1.4 Produtores e Produtoras Culturais: que profissão é essa?

Antes de tentarmos responder essa questão, temos uma dificuldade ainda maior em esclarecer sua terminologia. Qual seria a sua denominação correta, produtor ou gestor cultural? Essa questão nos faz entrar em um embate em que dificilmente chegaremos a uma conclusão exata. Em vista disso, a melhor opção é utilizar o termo produtor/gestor cultural, como fez Plínio Calmeto Chaves em sua monografia em 2013.

“O produtor cultural produz espetáculos, mostras, festivais e até programas de TV. Ele planeja, elabora e executa esses projetos, seguindo critérios artísticos, sociais e econômicos. Pode trabalhar com teatro, música, dança, circo, artes plásticas e qualquer outra manifestação artística. Ocupa-se de todas as etapas da produção, da captação de recursos financeiros à execução final, passando pela elaboração do orçamento e do cronograma do projeto. Pode trabalhar com artistas ou com organizações e empresas que possuam atividades voltadas ao setor cultural. Tem, ainda, a possibilidade de atuar no gerenciamento de órgãos públicos e instituições, na elaboração de políticas para o setor artístico e cultural. Em grandes corporações privadas, analisa as propostas de patrocínio.” (Guia do Estudante)¹

Os Produtores/Gestores e Produtoras/Gestoras Culturais são os agentes que ocupam a posição central diante dos elementos envolvidos. A diferença entre

¹ Disponível em: <https://guiadoestudante.abril.com.br/profissoes/producao-cultural/>. Acessado em: 17 jul. 2017.

Produtores/Produtoras e Gestores/Gestoras Culturais de acordo com algumas definições são: os Produtores e Produtoras Culturais são os profissionais que criam e administram diretamente eventos e projetos culturais, intermediando as relações com os demais profissionais da área. Eles cuidam de todas as etapas do processo, desde a captação de recursos à realização final. Já os Gestores e Gestoras Culturais são os profissionais que administram grupos e instituições culturais, intermediando as relações com os demais profissionais ou que desenvolvem e administram atividades voltadas para a cultura em empresas privadas, órgãos públicos, ONG's e espaços culturais.

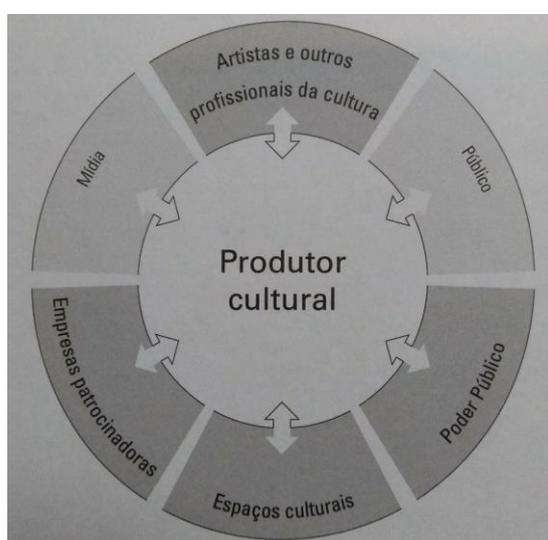


Figura 1: O "lugar" dos produtores culturais



Figura 2: Os "lugares" dos gestores Culturais

Esse conceito é típico do embate recorrente que articula produção cultural com produção executiva de projetos na área da cultura, assim como articula gestão cultural com gestão e órgãos públicos de cultura. (RODRIGUES, 2016, p.136)

“Praticada há algumas décadas, a atividade do produtor cultural ainda suscita questionamentos sobre os caminhos percorridos por aqueles que a realizam. Da espontaneidade com que é executada aos novos recursos que possibilitam seu desenvolvimento formal, verifica-se que há tanta variedade quanto são várias as expressões culturais e as condições socioeconômicas do país.” (JORDÃO; BIRCHE; ALLUCCI, 2016, p 22).

Os produtores/gestores e produtoras/gestoras pensam em um projeto, tem uma ideia, conversa com outras pessoas, entra em contato com empresários, fecha negócios, corre atrás de dinheiro e patrocínio, monta, cuida, monitora e fiscaliza o espaço destinado às produções e eventos, controla o conteúdo mostrado para o

público, garante a segurança durante o evento, recepciona e toma conta dos artistas, providencia todo o equipamento necessário, se divide em mil para dar conta de todo o serviço, etc.

É comum a literatura da área acionar a ideia de que estes profissionais devem possuir algumas características necessárias como: agilidade, flexibilidade, versatilidade, iniciativa, habilidades para solucionar problemas, perfil empreendedor, habilidade para lidar com questões administrativas e financeiras, capacidade de liderança, bom humor, senso crítico apurado, sensibilidade artística, conhecimentos gerais. Um profissional em produção deve conhecer bem sua área de atuação e dar o melhor de si, dentro de boas condições de trabalho.

Para que isso fosse possível muitos produtores e produtoras culturais que já estavam na área há um tempo passaram a procurar especializações para acompanhar o crescimento do mercado cultural no país.

Em nosso próximo capítulo falaremos sobre a formação acadêmica, desde a primeira turma em 1995 até a turma de 2012, com formação até o segundo semestre de 2016, perfil dos egressos e egressas da Universidade Federal Fluminense do campus Niterói e quais os impactos este curso sofreu com o passar dos anos até os dias de hoje.

CAPÍTULO 2 – FORMAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL

O mercado cultural brasileiro e o surgimento de novos espaços e equipamentos, instituições e projetos de aspectos culturais apontam para a exigência da profissionalização dos agentes que atuarão neste importante setor econômico (Cunha, 2007; Avelar, 2014, p.49). Neste contexto, os produtores e produtoras culturais são os organizadores e criadores de projetos, produtos, bens, serviços e equipamentos artísticos e culturais, ocupando a posição de ligação dos profissionais da cultura a diversos segmentos sociais: artistas, público consumidor, investidores, gestores, entre outros. A demanda por profissionais com formação acadêmica e a criação de curso de Produção Cultural reflete uma nova realidade na consolidação desta categoria profissional (Avelar, 2014, p.49).

É preciso formar profissionais com capacidade de reflexão sobre a sua área, para que o campo cultural tenha constante crescimento, não basta o produtor e produtora saber realizar somente o seu ofício administrativo, é necessário que eles contribuam de forma eficaz para o crescimento cultural.

Obter reconhecimento do suporte acadêmico a esta profissão, para que os produtores e produtoras não sejam lembrados como os profissionais que executam funções somente envolvidas a realização dos eventos, como pré-produção, produção e pós-produção, criação, intermediação e patrocínios. Com isso, “constatamos, portanto, a necessidade de ampliação e aprofundamento de um processo reflexivo e conceitual sobre a cultura, mais especificamente pelo viés da formação de seus agentes” (Cunha, 2003, p.104). Conhecimentos teóricos, analíticos e práticos de técnicas e instrumentos para lidar com a cultura são essenciais para tal formação.

2.1 O Curso da Universidade Federal Fluminense, *Campus* Niterói

“Historicamente, o Departamento de Arte da UFF oferecia disciplinas da área artística para cursos de Arquitetura, de Comunicação, entre outros. Foi dentro dessa conjuntura que um pequeno grupo de docentes com formações diversas debruçou-se sobre a proposta de criação de um bacharelado totalmente novo, na UFF e no país: Produção Cultural.” (RODRIGUES, 2016, p134)

De acordo com a página do curso, no *site* da Universidade Federal Fluminense, um de seus objetivos é “formar profissionais que não apenas reproduzam modelos, atendendo às exigências mercadológicas, aos interesses hegemônicos da indústria

cultural, mas capazes de ter iniciativas e desenvolver projetos que valorizem a diversidade sociocultural”.²

Na apresentação do curso, notamos a preocupação da Universidade Federal Fluminense em visar à formação técnica, por entender a importância que, nesses novos tempos, a arte e a tecnologia se mesclam, trazendo como base um teórico-reflexivo consistente. Seu currículo foi estruturado para proporcionar “uma perspectiva interdisciplinar da Cultura e da Arte, oferecendo conhecimentos básicos dos vários meios de expressão artísticos com os quais os produtores culturais irá lidar, além de instrumentalizá-lo em planejamento e administração cultural”.³

As responsáveis pela coordenação e vice coordenação do curso atualmente são as professoras Marina Frydberg e Neide Marinho. É a coordenação do curso que faz o acompanhamento da vida acadêmica do discente da UFF, desde a entrada no curso pretendido até a graduação.

Segundo o *site* da Universidade Federal Fluminense, além do objetivo citado acima, o curso traz outros objetivos como:

- Dar respaldo acadêmico a uma profissão já há muito consolidada no mercado;
- Unir áreas do saber filosófico-científico com multimeios e planejamento cultural;
- Formar produtores e produtoras conscientes de sua importância e dotados de uma nova visão da cultura, valorizando-a em seu potencial transformador, associando-a a educação, visando construir uma sociedade melhor;
- Estabelecer intercâmbios com entidades e centros culturais, no sentido de construir parcerias em projetos e de propiciar aos alunos, estágios em todas as etapas da produção cultural.

Para que esses objetivos sejam atingidos pelos alunos, o curso tem suas disciplinas estruturadas em três pilares:

²⁻³ Disponível em: <http://www.uff.br/?q=curso/producao-cultural/18609/bacharelado/niteroi>. Acessado em: 10 mar. 2018.

- 1 – Teoria da Arte e da Cultura;
- 2 – Fundamentos dos Meios de Expressão;
- 3 – Planejamento Cultural.

O primeiro pilar traz as disciplinas que contribuem para o embasamento teórico para uma formação humanística, que proporciona o desenvolvimento de uma reflexão crítica em relação à produção cultural. O segundo pilar aborda conhecimentos técnicos e artísticos em diversos meios de expressão, em áreas como: artes plásticas, música, literatura, dança, teatro, audiovisual, entre outras. O terceiro pilar instrumenta a realização de atividades que abarcam: gestão e administração de empresas públicas e privadas, pesquisa, planejamento, bem como *marketing* de projetos e produtos culturais.

Para termos uma visão melhor do que isso significa, segue abaixo os links do fluxograma e da ementa ([vide anexo I](#)) dessas disciplinas⁴:

- [Fluxograma de disciplinas](#)

⁴ Para ter acesso a integra das ementas das disciplinas do curso de Produção Cultural, acessar o site: <https://app.uff.br/iduff/consultaEmenta.uff>, número do currículo do curso: 33.01.002.

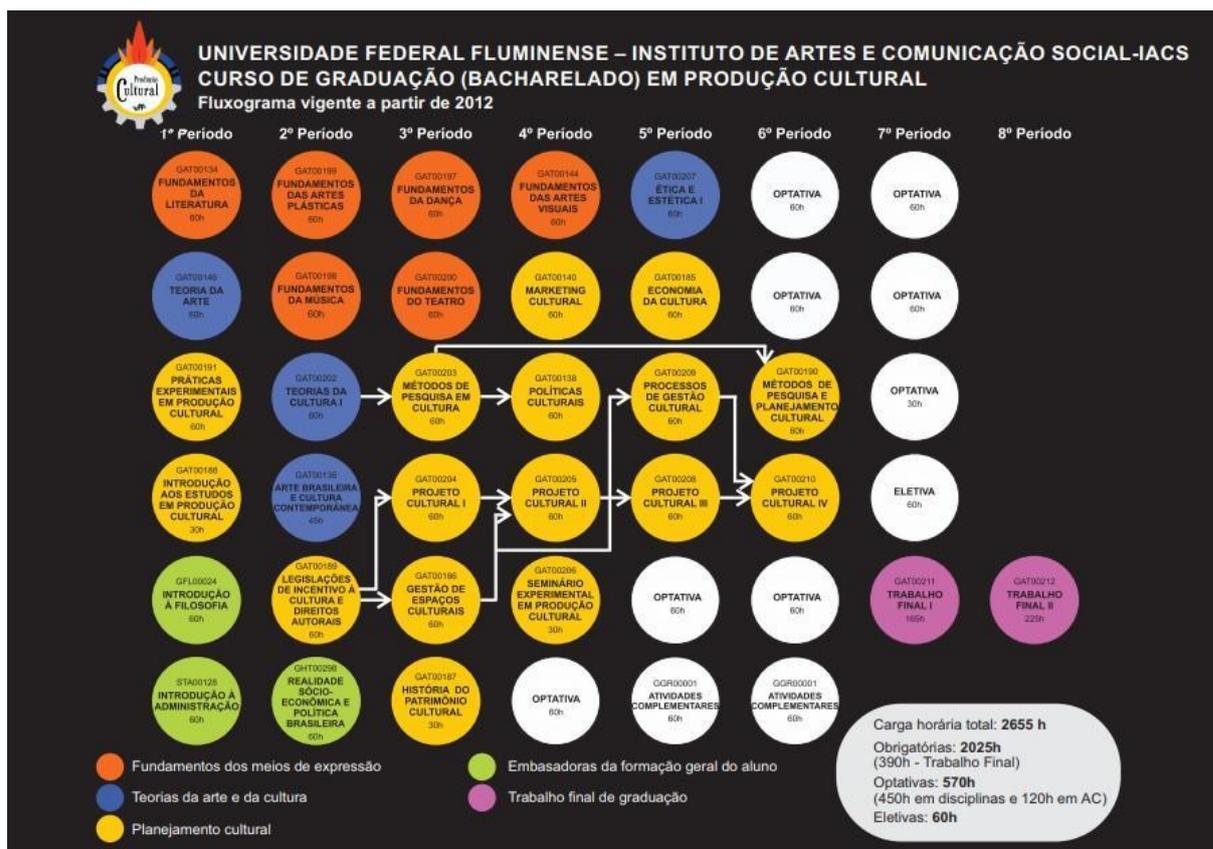


Figura 3: Fluxograma

A titulação do curso é reconhecida pelo MEC – Portaria nº 2.244, de 15 de outubro de 2001 – como Bacharel em Produção Cultural. O curso é integral e tem duração mínima de quatro anos e máxima de seis anos. A forma de ingresso é feita via vestibular, tendo as opções de Reingresso, para quem possui um diploma de curso superior, e de Transferência, para quem cursa uma faculdade em outra instituição de ensino superior, pública ou privado.

2.1.1 Projeto Pedagógico do Curso

Dos 128 egressos e egressas que participaram do questionário do projeto de desenvolvimento acadêmico, 54,7% responderam sim à pergunta “Conhece o projeto pedagógico do curso? ”, 29,7% responderam em partes e 15,6% responderam que não. Ao aprofundarmos a questão, se o egresso sentiu falta de alguma discussão durante o curso, 82 pessoas responderam ter sentido ou não essa falta. Segue abaixo alguns depoimentos:

“Sim. Na abordagem das artes, quase todos os professores não sabiam muito bem como abordar as artes com foco para os produtores. Não faz sentido aula de

música sobre tons, e não abordar as questões práticas que envolvem a cultura da música, o que realmente importa para o defensor da cultura. Isso se repetiu em quase todas as matérias da linha artística e foi uma pena. Ainda, sempre achei que faltou comprometimento de muitos professores com o curso, de como eles estavam sem feito e dialogando com a produção do Estado, pelo menos, enquanto eu fazia faculdade aí. Não sei se essa realidade foi modificada. ” (P83 - mulher, 28 anos.)

“Leis de incentivo / Lei Roaunet e inscrições em edital. Discussões mais práticas e menos teóricas” (P59 - mulher, 29 anos.)

“Na época, faltaram mais disciplinas/ discussões voltadas para o mercado de trabalho; algo mais prático. ” (P124 - mulher, 30 anos.)

“Discussões mais mercadológicas sobre o mercado, sobre a legislação atual no que tange a cultura, captação de recursos para projetos, como elaborar projetos culturais no sentido mais técnico e aplicável ao mercado de trabalho, leis de incentivo à cultura. ” (P96 - mulher, 27 anos.)

“Vi diversas mudanças nas diretrizes do curso, saindo de apenas artes plásticas para uma linha de políticas culturais e foco na pluralidade cultural. ” (P27 - homem, 38 anos.)

“Não. Apenas senti excesso. ” (P118 - mulher, 29 anos.)

“Matérias mais voltadas para necessidades reais do cotidiano da profissão, tais como as disciplinas relacionadas ao campo da Engenharia. Gestão de projetos, segurança do trabalho, gerenciamento de riscos, controle de qualidade e auditorias, logística, sustentabilidade, responsabilidade social, entre outros. ” (P94 - mulher, 30 anos.)

“Durante o curso sempre senti falta de orientações que fossem relacionadas à administração e ao marketing, no âmbito cultural. ” (P101 - homem, 29 anos.)

“Na época, como eu fui da primeira turma, senti falta de gestão cultural, e também de discussões voltadas para o mercado de trabalho. No final das contas, saí da faculdade sem saber muito bem o que faz um produtor cultural. ” (P72 - mulher, 38 anos.)

“O curso é bem amplo e abrange muitas coisas sobre o universo da produção. Não senti falta de nenhuma discussão, pois o que eu não tive em sala de aula convencional, pude pesquisar em outros locais como cursos, palestras, sites, bibliotecas, enfim locais propostos pelos professores e\ou alunos do curso... a UFF sempre me possibilitou direcionar meus estudos para a vertente que eu escolhi, as artes cênicas.” (P120 - homem, 30 anos.)

“Acredito que houve um excesso de discussão na verdade. Faltou prática. Mesmo que fosse uma prática iniciante, errônea. Não entendi o curso apresentar quatro matérias de projeto sem cobrar no sentido literal a execução de nenhum deles (pelo menos na minha época era assim, fui aprovada em quatro projetos mas não executei nenhum. Claro que entendo que que faz parte da pró atividade do aluno a execução desses projetos ou não, mas penso que isso deveria ter sido cobrado de mim pela faculdade).” (P128 - mulher, 26 anos.)

“Não senti falta de alguma discussão, mas sim de instrumentalização prática em alguns aspectos mais pragmáticos da produção cultural. Como por exemplo: gestão administrativa de projetos, prestação de contas, captação de recursos, produção sem orçamento, etc.” (P52 - mulher, 25 anos.)

De acordo com esses depoimentos, notamos que dependendo o período de graduação de cada egresso, eles sentiram falta de algumas discussões em que na sua época não estava na grade curricular do curso, outras já sentiram o excesso de algumas matérias. Mas a sua maioria sentiu falta de ter no curso algo mais voltado para prática ao invés do teórico.

Essa diferença de percepção se dá por conta da reforma curricular do curso que ocorreu em dois momentos, o primeiro em 2001 criando um foco nas áreas de planejamento e gestão e o segundo em 2011 (RODRIGUES, 2016, p.134-135).

O impacto causado a esses egressos e egressas ao saírem para o mercado de trabalho é de insegurança e inexperiência por sentirem falta de um equilíbrio entre a prática e o teórico durante as disciplinas do curso.

2.1.2 Grupo de Estudo, Laboratório ou Grupo de Pesquisas

Sobre a participação em algum grupo de estudo, laboratório ou grupos de pesquisa 71,1% responderam não e 28,9% responderam que sim. Segue alguns depoimentos:

“Não sei se pode ser considerado 'laboratório', mas fui uma das fundadoras da 33 - empresa júnior da faculdade. Também tive PIBIC e fui monitora.” (P19 - mulher, 42 anos.)

“Grupo de Políticas Culturais.” (P124 - mulher, 33 anos.)

“Fiz iniciação científica com o professor Luiz Sérgio Oliveira.” (P55 - mulher, 26 anos.)

“Laboratório de Criação e Investigação da Cena Contemporânea (LCICC), coordenado pela Prof. Dra. Martha Ribeiro, com os Projetos Pirandello Contemporâneo e Teatro Performativo da UFF.” (P120 - homem, 30 anos.)

“Não participei por falta de oportunidade: na época da minha graduação, apenas 2 membros do corpo docente desenvolviam projetos de pesquisa, sobre temas que não me interessavam diretamente.” (P70 - homem, 34 anos.)

“Nunca soube de grupo de pesquisa de Produção Cultural.” (P42- mulher, 32 anos.)

“Projeto de iniciação à docência "Imagem e palavra em jogo", que contemplou as disciplinas Fundamentos da Literatura e Interlocuções entre Arte/ Imaginário.” (P17 - mulher, 25 anos.)

“Durante a graduação, não.” (P13 - mulher, 25 anos.)

“Laboratório de Criação e Investigação da Cena Contemporânea.” (P45 -Outro, 25 anos.)

“Grupo de estudos Mulheres do IACS.” (P15 - mulher, 26 anos.)

Os egressos que participaram tiveram contato com diferentes projetos como a Empresa Junior (33 Produções), Laboratório de Criação e Investigação da Cena

Contemporânea (LCICC) e grupos de pesquisa, os que disseram não fazerem parte, relatam falta de oportunidades ou informações.

Podemos ver que a falta de informação sofrida pelos egressos e egressas durante o período do curso, sobre a disponibilidade de participarem de um grupo de estudo, laboratório ou grupos de pesquisa acarretou na falta de oportunidade para mais da metade das pessoas que participaram do questionário.

Quadro que vem mudando gradativamente, pois nesses últimos anos tem se discutido mais com os alunos as oportunidades existentes dentro da faculdade, por meio dos grupos de *facebook*, sites do curso, *site* da universidade e principalmente nas salas de aula.

2.2 Perfil dos Egressos e Egressas

A partir da análise dos dados coletados no projeto de desenvolvimento acadêmico “Mapeamento na Formação em Produção Cultural” que foi desenvolvido em quatro fases: 1º triagem dos egressos e egressas do curso no período de 1995 a 2012 com formação até 2016.2; 2º revisão do questionário criado em 2011 pelo Prof. Dr. Luiz Augusto Fernandes Rodrigues no primeiro mapeamento do curso; 3º criação no Google Formulários de um novo questionário com setenta e quatro questões abordando temas como: dados pessoais, dados educacionais (graduação/pós-graduação), trajetória profissional, informações sobre o mercado de trabalho, avaliação do curso/sugestão para o curso, avaliação da pesquisa; 4º aplicação do questionário aos 575 egressos e egressas, conseguimos traçar um perfil básico desses egressos e egressas, pois de um total de 575 egressos e egressas, 128 desses egressos e egressas (que representam 22,26% deste montante) responderam ao questionário.

Ao abordarmos a questão do sexo dos participantes de acordo com as opções colocadas, obtivemos um resultado de 74,22% feminino, 24,22% masculino e 1,56% outros.

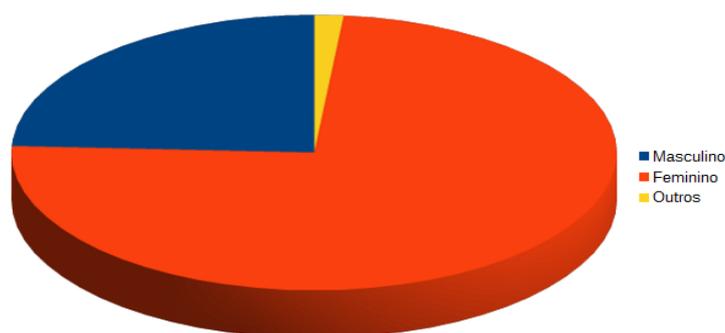


Gráfico 1: Gênero

A partir desses resultados temos uma noção de sexo dos participantes, mas não de opção de gênero. Com isso, ao olharmos os resultados temos um panorama de que no curso a presença majoritária são de mulheres.

Sabendo que a Universidade Federal Fluminense é pioneira neste curso, podemos ter em mente que passam por ela estudantes de todo Brasil. Ao analisarmos a naturalidade dos 128 egressos e egressas, o resultado correspondente foi de 85,94% sendo do próprio estado do Rio de Janeiro, 5,47% de Minas Gerais, 3,91% de São Paulo, 1,56% de Goiás, 1,56% do Paraná, 0,78% do Espírito Santo, 0,78% do Rio Grande do Norte, os outros estados não tiveram resultados mediante a essa pesquisa.

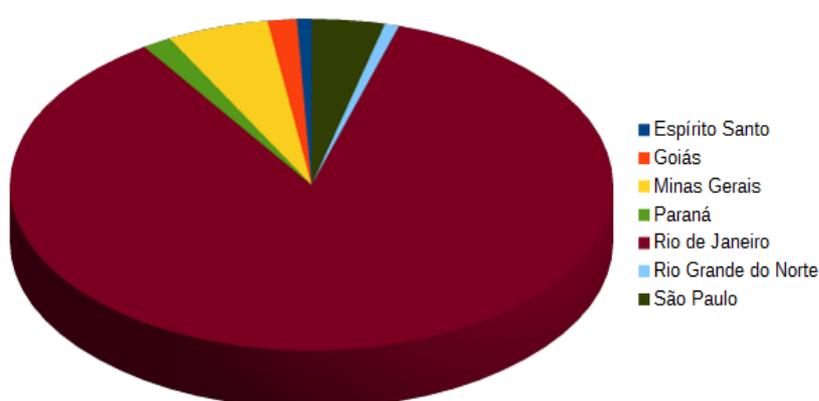


Gráfico 2: Naturalidade

Referente à idade dos estudantes nos períodos de ingresso na universidade, não percebemos mudança de perfil no decorrer dos anos, no período de 1996 a 2012, a idade dos egressos e egressas eram entre 17 anos a 31 anos. Sendo a maioria na faixa etária de 18 a 21 anos como nos mostra o gráfico.

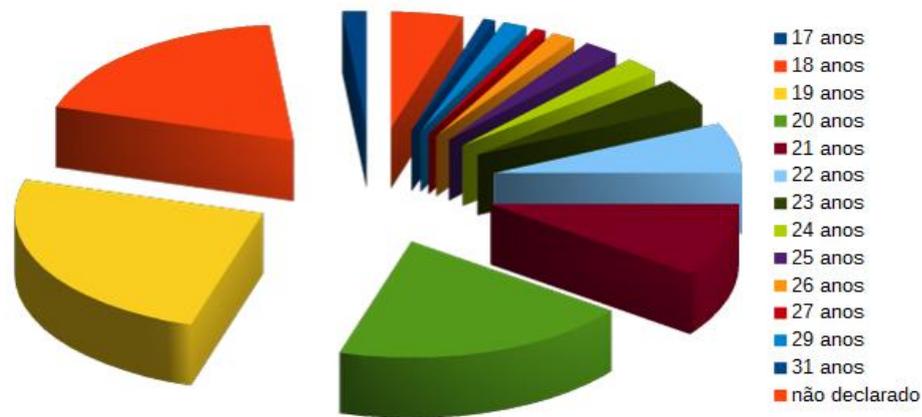


Gráfico 3: Idade

Dos egressos e egressas que participaram da pesquisa obtivemos respostas de diferentes turmas de ingresso:

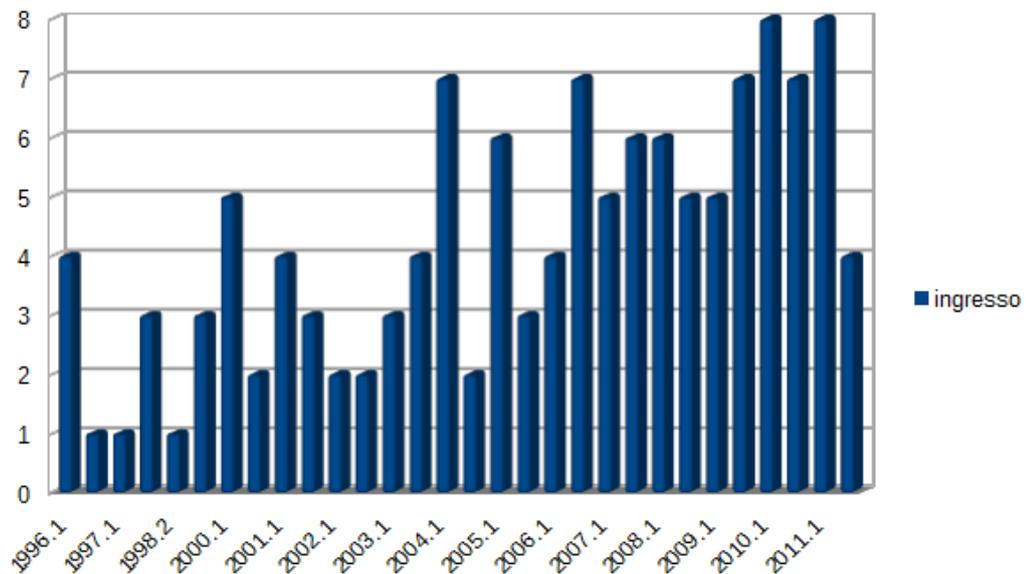


Gráfico 4: Turmas

Com esses resultados podemos notar que a maioria dos participantes se concentram nos anos de 2004 a 2011. O que trouxe a nossas análises diferentes opiniões quanto ao quadro disciplinar do curso e novas condições de assistência ao aluno na universidade.

De acordo com a classificação do IBGE referente a raça/cor, perguntamos como essas pessoas se auto declararam.

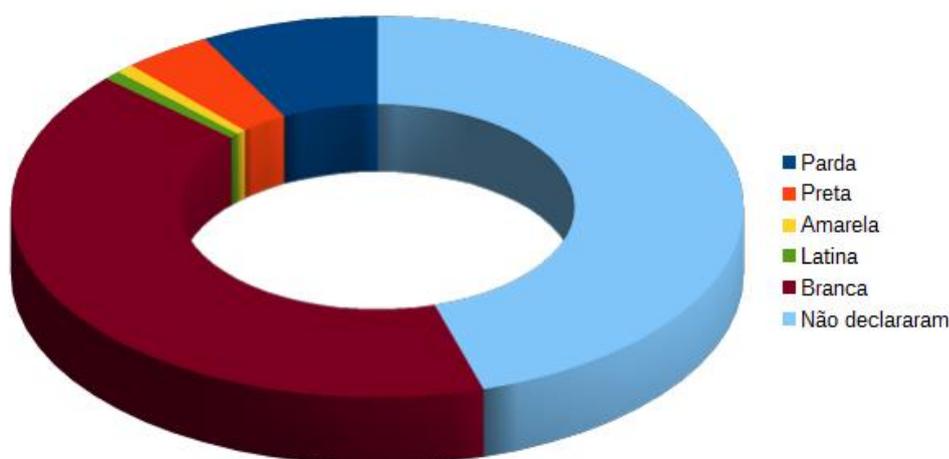


Gráfico 5: Raça

No gráfico observa se que 45,31% não declararam sua etnia, já 41,41% se autodeclararam brancas, 7,81% Pardas, 3,91% Pretas, 0,78% Amarela e 0,78% Latina. É notório que quase metade das pessoas que responderam essa questão se consideram brancas, já as pessoas que se declaram pardas, pretas, amarelas ou latinas atingem menos de 10% de suas etnias.

A Universidade Federal Fluminense (UFF) recebe estudantes de diversos locais do Brasil e do mundo. Com isso, ela dispõe de recursos para dar assistência estudantil aos seus alunos. Essa assistência é concedida por meio de inscrição via edital para os diversos auxílios oferecido, como: Bolsa de Apoio Aos Estudantes com Deficiência, Apoio Transporte, Auxílio-Alimentação, Auxílio Creche, Auxílio Moradia, Bolsa de Acolhimento Para Estudantes Ingressantes, Restaurante Universitário, Bolsa Atleta, Bolsa de Desenvolvimento Acadêmico, Bolsa Permanência, Curso de

Informática, Moradia Estudantil, Desenvolvimento Acadêmico - Inscrição de Projetos, Programa de Acolhimento Estudantil, Programa de Altos Estudos, Programa Material Didático, Saúde do Estudante, Bolsa de Intercâmbio interno e externo, entre outros recursos.

Durante todo o período de duração do curso, dos 128 egressos e egressas que participaram da pesquisa, 84,4% não obtiveram nenhum tipo de apoio ou recursos da universidade, já 15,6% contaram com os recursos demonstrados no gráfico:

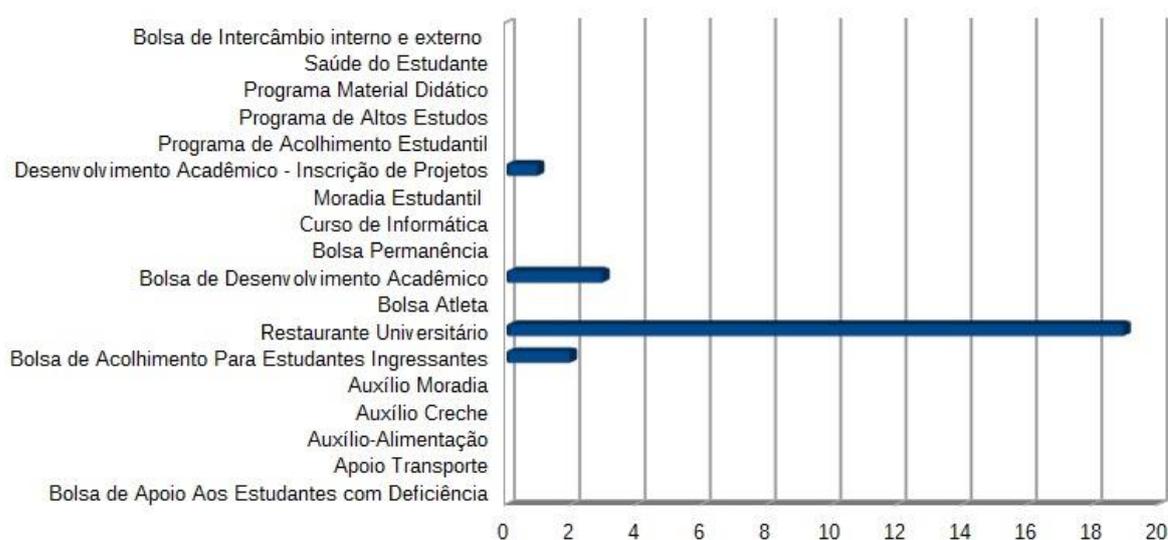


Gráfico 6: Assistência Estudantil

Em 2011 o vestibular da Universidade Federal Fluminense passou a ser por meio do Sistema de Seleção Unificada (SISU) que oferece quatro tipos de ações afirmativas, que auxiliam o ingresso dos estudantes, sendo cada uma delas para necessidade e/ou caso específico.

- L1 - Os candidatos com renda familiar bruta per capita igual ou inferior a 1,5 salário-mínimo que tenham cursado integralmente o ensino médio em escolas públicas (Lei nº 12.711/2012);
- L2 - Os candidatos autodeclarados pretos, pardos ou indígenas, com renda familiar bruta per capita igual ou inferior a 1,5 salário-mínimo, que tenham cursado integralmente o ensino médio em escolas públicas (Lei nº 12.711/2012);

- L3 - Os candidatos que, independentemente da renda (art. 14, II, Portaria Normativa nº 18/2012), tenham cursado integralmente o ensino médio em escolas públicas (Lei nº 12.711/2012);
- L4 - Os candidatos autodeclarados pretos, pardos ou indígenas (art. 14, II, Portaria Normativa nº 18/2012) que tenham cursado integralmente o ensino médio em escolas públicas (Lei nº 12.711/2012).

As respostas obtidas pelos egressos e egressas foram que 51,56% não tiveram participação em nenhuma das ações afirmativas por não existirem no seu período de inscrição na universidade, já os 48,44% restantes não responderam a essa questão.

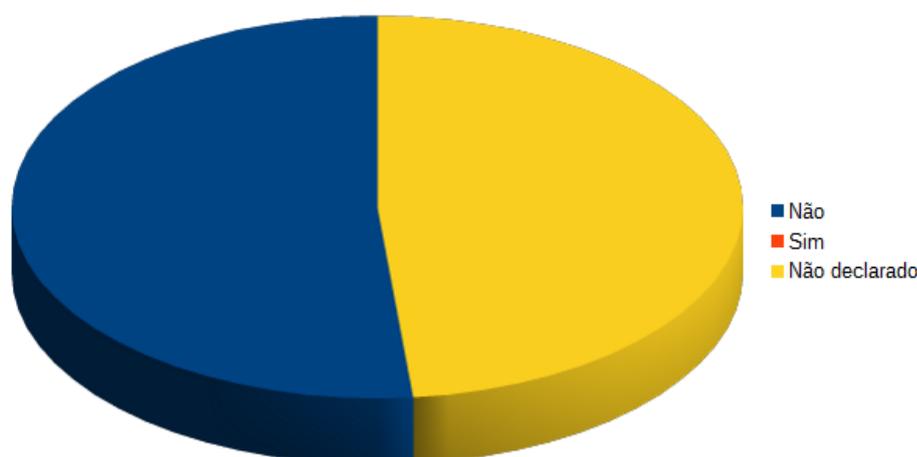


Gráfico 7: Ações Afirmativas

Lembrando que estes resultados e as informações desta monografia tem como base 22,26% de um total dos 575 já formados no curso bacharel em Produção Cultural, campus Niterói da Universidade Federal Fluminense no período de 1996 a 2012.

O perfil básico dos egressos e egressas traçado através desses dados são que o curso é composto por pessoas brancas, jovens, sem experiências anteriores na área de produção cultural, em sua maioria do próprio estado do Rio de Janeiro, majoritariamente mulheres e poucas utilizaram os recursos de assistência oferecidos pela universidade.

De acordo com o histórico do curso e o motivo pelo qual ele surgiu no Brasil, para acompanhar o crescimento do setor cultural dando aos envolvidos na área um suporte teórico, já que na época se tinha muita experiência prática, mas nenhum embasamento teórico. Podemos ver que esse perfil mudou o longo dos anos e o impacto disso para o curso é que hoje temos um perfil de alunos em busca de uma formação ampla, mas que em sua maioria nunca tiveram contato com o setor cultural.

No próximo capítulo veremos qual a visão dos egressos e egressas sobre sua formação acadêmica e o mercado de trabalho. Abordando sobre a utilização do MEI na profissão e as condições laborais no campo da cultura. Além de trazer depoimentos sobre quais foram suas expectativas durante o curso e após estarem formados.

CAPÍTULO 3 – A FORMAÇÃO ACADÊMICA E O MERCADO DE TRABALHO

A imagem dos produtores/gestores e produtoras/gestoras culturais recebem gradualmente o espaço e a atenção no mercado cultural, e a sua profissionalização tornou-se cada vez mais imprescindível, devido às dinâmicas contemporâneas.

Atualmente, com o crescente número de artistas e o interesse da iniciativa privada na arte como negócio, os agentes culturais ganham mais espaço. Como destaca José Teixeira Coelho Neto, “a figura do agente cultural, do animador cultural, do mediador cultural ou outro nome que se queira chamá-lo, tornou-se uma exigência do público e da própria dinâmica cultural” (Nussbaumer, 2000 p.43).

Através desse trecho temos uma percepção da importância dos produtores/gestores e produtoras/gestoras culturais no mercado. Esse destaque resultou na crescente demanda por maior profissionalização dos agentes que trabalham com a cultura.

Segundo o *site*⁵ do curso de Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, a área de atuação dos produtores/gestores e produtoras/gestoras culturais é ampla. Em linhas gerais, esses profissionais, a partir da instrumentalização teórico-prática e da capacitação crítica, se encaminharão para a criação e organização de projetos e produtos artísticos culturais, lidando com todas as etapas envolvidas neste processo. Desta forma estará habilitado a:

- Atuar na área de planejamento e gestão cultural, estabelecendo metas e estratégias para o fomento e a produção da cultura, em nível público e privado;
- Planejar a integração entre a formação artística e a gerência administrativa na produção de espetáculos (teatro, música, dança, circo etc.), produtos audiovisuais (filmes, telenovelas, discos, CDs, DVDs), obras literárias, entre outros setores da indústria cultural;
- Atuar na curadoria e organização de mostras, exposições e festivais em diversas áreas artísticas;
- Trabalhar em setores de marketing cultural desenvolvendo estratégias de investimento em projetos culturais;

⁵ Disponível em: <http://www.uff.br/procult/>. Acessado em: 10 jul. 2017

- Exercer a gerência cultural e operacional em instituições públicas e privadas, atuando em centros culturais, galerias de arte, museus, bibliotecas, teatros, cinemas;
- Compor equipe governamental de gestão cultural em níveis municipal, estadual e federal, auxiliando na definição de políticas públicas para a cultura;
- Contribuir na preservação e revitalização do patrimônio cultural;
- Atuar em ensino, pesquisa e extensão no magistério superior na área de produção Cultural e áreas afins.

Identificamos que no início as inserções para esse campo profissional eram de pessoas que aprenderam e refletiram sobre esse ofício no exercício cotidiano do trabalho; pessoas que já se encontravam em um mercado de trabalho bem mais estruturado e complexo, o que os levou a buscar uma formação mais sistemática e específica; e pessoas que fazem cursos acadêmicos mesmo sem experiências práticas anteriores, numa formação específica para a área.

A cadeia produtiva da cultura é formada por diversos agentes, cada qual com o seu papel e o seu trabalho distinto, fundamentais para a composição geral do setor. Dispomos de uma crescente distinção social da profissão dos produtores/gestores e produtoras/gestoras culturais, tendo em vista a complexificação do sistema cultural. E, inclusive em mercados regionais, podemos perceber diferenças entre a atuação desses profissionais nas diversas áreas, com diferentes graus de profissionalização.

Para os egressos e egressas 71,4% consideram que o curso bacharel em Produção Cultural auxiliou a entrada deles no mercado de trabalho, os outros 28,6% acharam que não.

Perguntamos como foram as inserções no mercado de trabalho após concluírem o curso em uma escala de 1 a 5, sendo 1 muito ruim e 5 muito bom. Veja no gráfico:

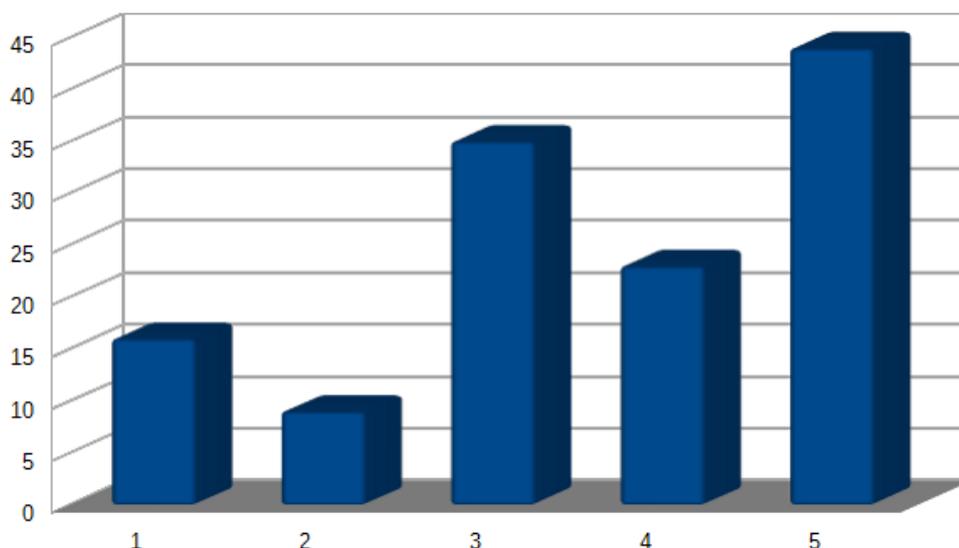


Gráfico 8: Inserções no mercado de trabalho

Notamos que a maioria dos egressos e egressas considerou satisfatório sua inserção no mercado após concluir o curso.

A área do projeto pedagógico mais expressiva no mercado de trabalho de acordo com as respostas é 83,3% Planejamento Cultural, 23,3% Teorias da Arte e Cultura e 19,8% Fundamentos dos Meios de Expressão.

Sobre a atuação deles no mercado de trabalho, temos:

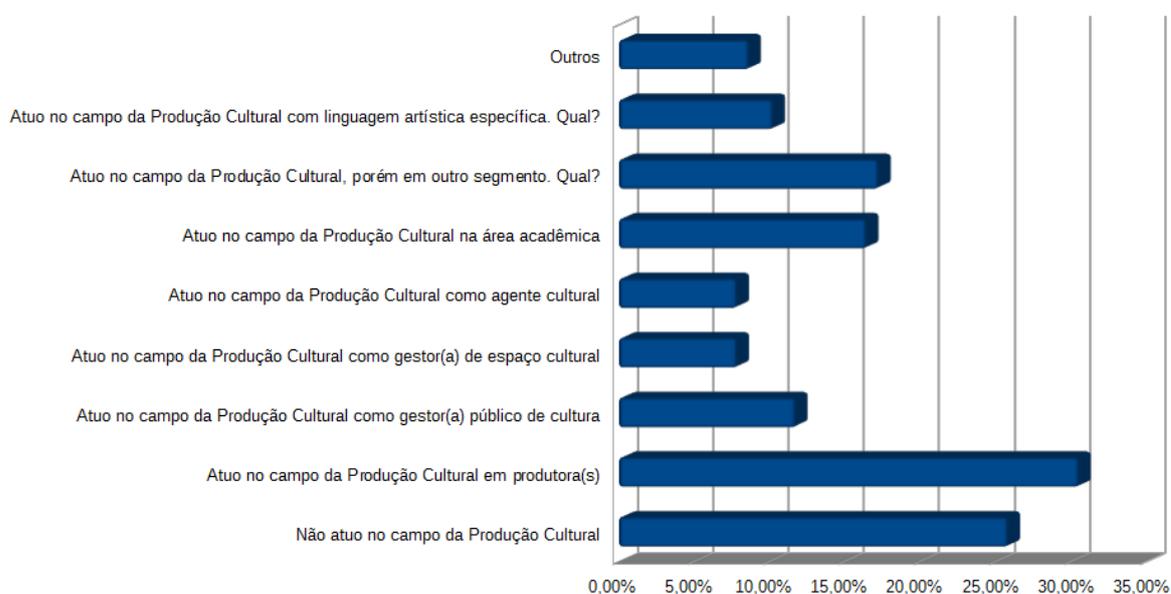


Gráfico 9: Atuação no mercado de trabalho

Com base nessas informações abordaremos nos próximos itens a trajetória profissional dos egressos e egressas e as condições laborais no mercado da cultura.

3.1 Trajetória Profissional

Em 2013 os produtores/gestores e produtoras/gestoras culturais tiveram o reconhecimento da profissão pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). Segundo a definição do MTE as condições gerais de exercício da profissão são que os produtores/gestores e produtoras/gestoras culturais trabalham principalmente em atividades culturais, recreativas, desportivas, em empresas públicas ou privadas, como empregados ou prestadores de serviços.

Durante o vínculo com o curso de Produção Cultural os egressos e egressas definiram sua atuação profissional ao que se refere a vínculos trabalhistas temporários e permanentes:

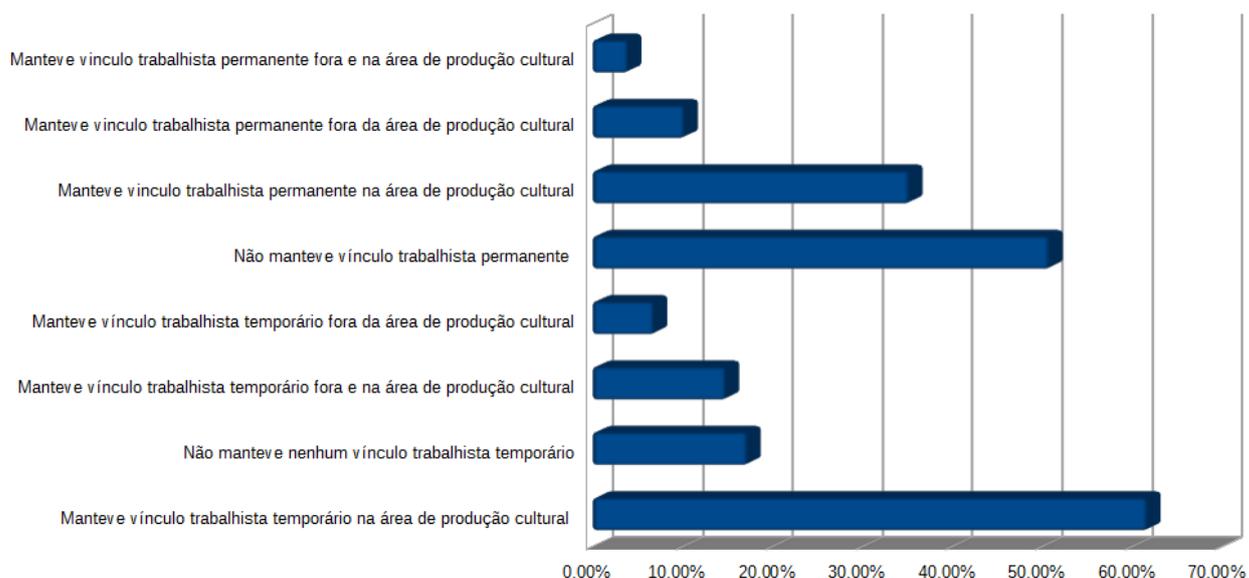


Gráfico 10: Vínculos trabalhistas temporários e permanentes

A partir dos dados acima podemos notar que uma minoria dos egressos e egressas tiveram contato com o mercado de trabalho em produção cultural durante a realização do curso. Ao perguntarmos sobre o tempo atual, seguem alguns depoimentos sobre suas atividades profissionais:

“Atualmente, estou como Assessora Institucional da Escola de Música Villa-Lobos, instituição pública voltado ao ensino musical de formação e nível técnico que atende quase 2 mil alunos na sede do Rio de Janeiro. Minha atuação na área institucional reforça bastante as metas da produção cultural.” (P83 -mulher, 28 anos.)

“Sou sócio fundador de uma empresa na área cultural desse o ano de 2001.” (P99 - homem, 51 anos.)

“Desempregado” (P106 - homem, 30 anos.)

“Chef de cozinha em um restaurante em Amsterdam na Holanda e dona de uma empresa de home catering” (P110 - mulher, 33 anos.)

“Coordenação de produção de equipes de eventos, planejamento e equipamentos culturais.” (P49 - homem, 28 anos.)

“Sou assistente da Coordenadoria de Equipamentos Culturais na Secretaria Municipal de Cultural do Rio de Janeiro e fora esse trabalho toco meus projetos pessoais voltados para o teatro e para a dança em outros lugares.” (P02 - mulher, 30 anos.)

“Tenho duas atuações: Como Freelancer sou Produtora Técnica, Estrutural e Operacional em megaeventos Em paralelo tenho minha própria produtora que atua na área de Image Management “ (P38 - mulher, 34 anos.)

“Analista de conteúdo e criação, roteirista, pesquisadora.” (P75 - mulher, 26 anos.)

“Sou freelancer. Tenho prestado serviço de realização de prestações de contas e enquadramento de projetos em leis e editais. (P24 - mulher, 26 anos.)

“Estou desempregada e faço freelas.” (P32 - mulher, 31 anos.)

“Produtora de Eventos (pequeno e grande porte) e Festivais, DJ e produtora musical” (P128 - mulher, 26 anos.)

“Sou sócia diretora da empresa Coletiva Projetos Culturais, por onde crio, desenvolvo e coordeno projetos nas áreas das artes visuais, cinema e novas mídias.

Realizo curadorias e edito publicações pela minha empresa e outros projetos. ” (P05 - mulher, 35 anos.)

“Trabalho na Ancine, na Coordenação do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual, organizando os dados, elaborando pesquisas e atendendo ao público interno e externo da Agência. ” (P06 - mulher, 32 anos.)

“Sou sócia-fundadora de uma empresa de gestão cultural (O Baile Gestão de Projetos) e parecerista de projetos culturais para o Ministério da Cultura (área das Artes Cênicas) e, pontualmente, para outras instituições. Na área acadêmica, mudei um pouco de área, iniciei em 2016, um doutorado em História da Arte na Universidade de Lisboa. ” (P108 - mulher, 39 anos.)

“Sou terceirizada na ANCINE. ” (P93 - mulher, 24 anos.)

“Produtora freelance / Strategic planner. ” (P58 - mulher, 30 anos.)

Com os depoimentos acima, podemos perceber que o quadro mudou, pois, a maioria dos egressos e egressas estão trabalhando na área cultural.

3.1.1 Mercado de trabalho e o Micro Empreendimento Individual (MEI)

Ao aprofundar as análises, no que diz respeito ao mercado de trabalho, percebemos que no mercado cultural é comum os profissionais da área utilizarem o MEI, perguntamos aos egressos e egressas se tiveram participação em empresas ou se possuíam o Micro Empreendimento Individual (MEI), das 128 pessoas que responderam ao questionário 37,5% não tiveram participação em empresas e nem MEI, 23,4% tem participação em empresa, 23,4% possuem MEI, 13,3% já possuíram MEI e não possuem mais e 2,3% já tiveram participação em empresa e não tem mais.

“O trabalhador conhecido como informal pode se tornar um Microempreendedor Individual legalizado e passar a ter CNPJ, o que facilitará a abertura de conta bancária, o pedido de empréstimos e a emissão de notas fiscais. ”⁶

⁶ Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pb/artigos/tudo-que-voce-precisa-saber-sobre-o-mei,0c3f824d622fd510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

O trecho acima reforça os motivos pelos quais os egressos e egressas aderiram o MEI para exercer sua função no mercado de trabalho na área cultural. Um dos principais motivos com resultado de 88% foi o fato de terem que emitir notas fiscais por exigência dos contratantes, em seguida com 18% para fugir da informalidade e garantir os benefícios da previdência social e 12% para oportunidade de negócios.

A adesão ao MEI se mostrou viável para os produtores/gestores e produtoras/gestoras tendo em vista que seus custos não contribuiu para o endividamento desses profissionais.

No decorrer das análises 50,8% dos egressos e egressas que possuem empresas relatam que suas atividades não são totalmente dedicadas à produção cultural, expandindo para as áreas de jornalismo, audiovisual, vendas e soluções para o mercado digital, produção editorial, esportivas, meio ambiente, tradução e pesquisa.

Como vimos, no decorrer do histórico de desenvolvimento do setor cultural no Brasil e o curso de bacharel da Universidade Federal Fluminense, ainda que, nos últimos anos as Leis de Incentivos impulsionaram o mercado de produção cultural a atuação profissional ou das empresas dos egressos e egressas que participaram da pesquisa não dependem exclusivamente dos editais públicos ou privados dedicados ao financiamento da produção da cultura.

Veremos a seguir a faixa salarial praticada no setor cultural segundo o MTE e vivencia dos egressos e egressas do curso.

3.1.2 Faixa Salarial – Produtor/Gestor e Produtora/Gestora Cultural

De acordo com o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), um Produtor/Gestor Cultural ganha em média R\$ 3.281,87 no mercado de trabalho brasileiro para uma jornada de trabalho de 42 horas semanais.

Já a Classificação Brasileira de Ocupação do Ministério do Trabalho, a faixa salarial do Produtor/Gestor Cultural CBO 2621-05 fica entre R\$ 2.330,13 (média do piso salarial 2019 de convenções coletivas e dissídios), R\$ 2.700,00 (salário mediana da amostragem) e o teto salarial de R\$ 4.959,66, levando em conta profissionais contratados com carteira assinada em regime CLT a nível nacional.

Com base em suas experiências no mercado de trabalho cultural, tendo em vista o salário mínimo de R\$ 880,00 vigente no Brasil no período da pesquisa, segundo 72% dos egressos e egressas acham que o ideal seria de 2 a 4 salários mínimos, 13% de 1 salário mínimo e 14% de 4 a 6 salários mínimos e não obtivemos nenhuma resposta para mais de 6 salários mínimos. Ao perguntarmos qual seria o salário médio de um produtor cultural obtivemos:

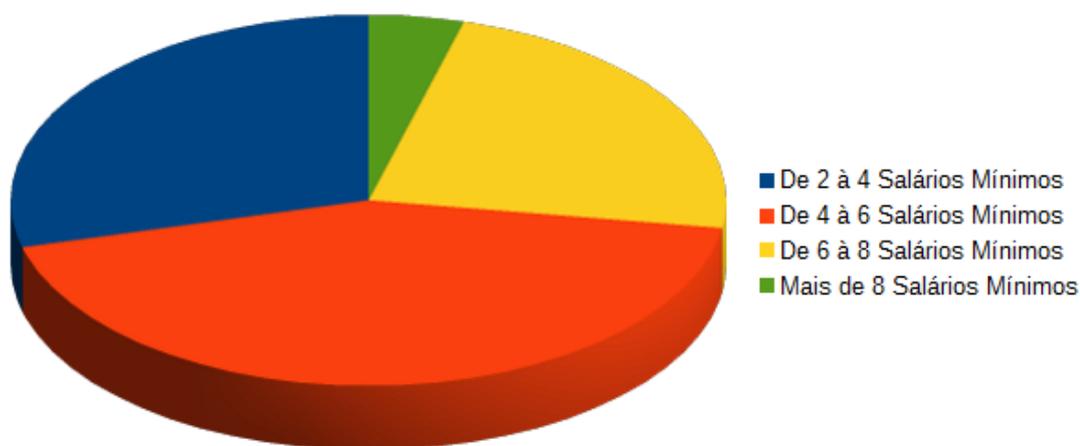


Gráfico 11: Salário médio de um produtor cultural

Podemos notar que para os egressos e egressas o salário médio de um produtor cultural, está dentro dos valores que apontam as pesquisas do CADEG e do CBO, ultrapassando um pouco a realidade. Para eles as expectativas dos valores estão entre R\$ 3.520,00 a R\$ 7.040,00, independente da forma de contratação, seja ela CLT ou autônoma.

No próximo tópico abordaremos as condições laborais dos egressos e egressas no mercado da cultura.

3.2 Condições Laborais no Campo da Cultura

“Os trabalhadores e trabalhadoras estão representados na formalização empregatícia, na condição de autônomos, no autoempresariamento, e mesmo nas formas descritas como de empregabilidade (“disponíveis” à sazonalidade no padrão renda-salário, comuns no setor terciário). Essa complexa combinação expõe que estas organizações de ofício conectam trabalhadores que experimentam relações laborais muito diferentes entre si.” (DOMINGUES, João. p.97)

É comum no decorrer do trabalho sofrermos algum tipo de acidente ou intercorrência de saúde quando estamos em função das atividades, principalmente as consideradas de risco. No caso do campo cultural não é diferente e muito pouco se fala sobre as condições laborais no setor cultural.

No projeto de pesquisa utilizado como base deste estudo temos apenas três questões sobre o assunto. São elas:

1º - Já sofreu algum acidente ou teve algum intercorrência de saúde (ex. LER) em função do trabalho na produção cultural?

2º - Em caso de intercorrência, qual foi?

3º - Em caso de acidente (em ambiente de trabalho) qual foi e como cobriu os custos?

Das 128 respostas obtidas na primeira questão 88,3% disseram não ter sofrido nenhum tipo de acidente ou intercorrência de saúde, mas 11,7% disseram que sim. A seguir, alguns depoimentos obtidos na segunda questão:

“Crise alérgica por conta de uma obra e péssimas condições de trabalho em escritório.” (P94 - mulher, 30 anos.)

“Crises de ansiedade, insônia e problemas estomacais, adquiri devido ao stress do trabalho uma síndrome nervosa que ataca a musculatura do estômago.” (P24 - mulher, 26 anos.)

“LER.” (P122 - homem, 35 anos.)

“Desenvolvi duas hérnias de disco, muito provavelmente porque os equipamentos disponibilizados pelas instituições para o trabalho eram inadequados para a função exercida.” (P04 - mulher, 32 anos.)

Na terceira questão, tivemos depoimentos que o trabalhador não teve, em momento algum, assistência por conta do empregador, tendo em alguns casos que pagar o prejuízo ocasionado.

“Intoxicação com fumaça em teatro, levada ao hospital público, custos por conta própria .” (P94 - mulher, 30 anos.)

“Hematomas internos decorrentes de desabamento de palco.” (P41 - homem, 35 anos.)

“Fiz 4 pessoas perderem um voo interestadual por cansaço e desatenção. Parcelei e paguei o valor das passagens à produtora.” (P128 - mulher, 26 anos.)

O que chama a atenção é que a maioria dos depoimentos cita o estresse vivido no ambiente de trabalho e a falta de condições adequadas para o trabalho como causa de uma série de intercorrências na saúde.

“O receio de se perder o pouco que se tem – não apenas na incidência de rebaixamentos dos salários nominais, mas também nas redes que definem o repertório de capitais sociais disponíveis – depreende uma conduta docilizada na relação com os contratantes.” (DOMINGUES, João. p.105)

Analisando os depoimentos deste tópico, o trecho citado nos traz uma reflexão, ao vermos os egressos e egressas sem nenhum respaldo perante aos seus direitos básicos, do porquê se sujeitar a tal situação.

Ao procurar sobre o modo de organização trabalhista na cultura e nas artes, percebesse pouca atenção direcionada pelas academias a essa área. A forma associativa mais comum, no campo cultural, são os sindicatos e associações que trabalham na organização e defesa dos interesses coletivos. (DOMINGUES, 2017, p. 94)

“Igualmente percebido que os vários sindicatos e associações mapeados ilustram a alta complexidade da esfera produtiva da cultura, onde estão combinadas diversas formas de inserção laboral. (...). Quanto ao modo de atuação, as organizações sindicais e associativas encontradas procuram oferecer um conjunto bastante amplo de serviços e benefícios, cada qual ajustado às especificidades de sua atividade. São hoje comuns os auxílios em assessorias jurídicas (incluindo recolhimento de direitos autorais) e consultorias técnicas na área trabalhista; os convênios nas áreas de educação,

lazer e saúde; amortização de materiais de consumo específicos à criação artística.” (DOMINGUES, João. p.97 e 98)

Nestes casos os sindicatos e associações da área acabam sendo mediadores das regulações dispostas na CLT (Consolidação das Leis do Trabalho) entre empregado e empregador. Embora, a atuação sindical e associativa descrita ser limitado aos instrumentos básicos de acordo com múltiplos agentes do mercado, ela pode refletir na flexibilização de certos direitos trabalhistas. O que de certa forma acaba se tornando um respaldo para esses trabalhadores e trabalhadoras que sofrem com a falta de melhores condições de trabalho no campo da cultura.

São poucas as pesquisas que pensam sobre as condições laborais no campo da cultura, isso nos mostra que temos uma precariedade de informações a respeito. Com isso, os impactos causados na vida laboral dos produtores e produtoras são catastróficos. Temos como exemplo as mudanças das regras da CLT e da Previdência Social, somos uma das diversas classes trabalhistas que sofrerá muito com as conversões.

Os ataques à Lei Rouanet e a indefinição sobre as novas regras de patrocínio estão prejudicando o setor cultural. Como vimos no primeiro capítulo, a Lei Rouanet é considerada o principal mecanismo de financiamento de atividades e projetos culturais do país. Por meio de incentivos fiscais, qualquer empresa ou pessoa física pode doar ou patrocinar projetos e eventos ligados a cultura aprovados pelo MinC. O valor é abatido do imposto de renda devido pelo patrocinador.

A alteração na Lei Rouanet é apenas mais um na lista de agressões à cultura, assim como uma futura incorporação do Ministério da Cultura (MinC) ao recém-criado Ministério da Cidadania, o que tornará a pasta em uma secretaria subordinada.

Portanto é necessário transformar em pesquisa mais presente o que diz respeito às condições laborais no setor da cultura para que não nos conformemos com a precariedade existente no mercado cultural.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo como base conceitos e abordagens discutidos ao longo dos três capítulos deste trabalho, podemos perceber que quando se fala de organização cultural no país não temos um campo estabelecido.

A relação da cultura com o desenvolvimento da sociedade é fator de múltiplos estudos, ao se delinear a importância desse processo inerente ao dia-a-dia da população. Mas, pouco se analisa sobre a formação do profissional que age como mediador dessa cadeia produtiva: o produtor/gestor e produtora/gestora cultural.

Ao analisar as respostas do “Mapeamento na Formação em Produção Cultural” percebemos que ele nos traz um ajuste e um fator limitante. O ajuste é o fato dos egressos e egressas estarem mapeando o curso com a noção de produção cultural totalmente recortada para o projeto pedagógico da Universidade Federal Fluminense do campus Niterói. O fator limitante é que não abrange a mesma noção de outros atores a serem considerados, como os diversos cursos espalhados pelo Brasil, suas propostas pedagógicas, localidade de cada instituição e seus fatores culturais.

Como demonstramos no primeiro capítulo, o desenvolvimento da cultura no Brasil se deu conforme as abordagens de cada governo. Iniciando em 1930 uma estrutura sistemática para as políticas públicas e ações que possibilitaram o desenvolvimento dos atuais programas de governo para a cultura.

O surgimento do curso se deu por meio da necessidade de capacitação dos profissionais que atuavam na área cultural na época, que precisavam ter uma base técnica para suprir a demanda cultural surgidas através de projetos contemplados pelas leis de incentivo. Mostrou-se evidente o importante papel mediador do produtor e produtora cultural entre os financiadores culturais e seus diversos atores que integram o cenário cultural.

No segundo capítulo abordamos a formação acadêmica em produção cultural no Brasil e em específico o curso da Universidade Federal Fluminense, campus Niterói, que tem como base um tripé que abrangem disciplinas nas áreas de Fundamentos das artes; Teorias da Arte e da Cultura; e Planejamento e gestão

cultural. Que se demonstrou eficaz no desenvolvimento das competências necessárias do produtor/gestor e produtora/gestora cultural no mercado de trabalho.

No terceiro capítulo ao abordar a formação acadêmica e o mercado de trabalho, nota-se que ao estarem aliados fazem profissionais versáteis, capazes de atuar de forma ampla, em todas as etapas desde a elaboração de um projeto, até a sua execução. Com isso, a inserção desses profissionais formados no mercado é consideravelmente mais efetiva.

Ao ingressar no curso 50,8% dos egressos e egressas nunca haviam trabalhado. Durante o curso, boa parte dos egressos e egressas não tiveram vínculos trabalhistas permanentes, só obtiveram tal vínculo depois de formados. Já 61,7% tiveram vínculos trabalhistas temporários em produção cultural. Isso nos mostra que a formação em produção cultural abriu portas no mercado de trabalho a esses futuros profissionais.

Um dos meios utilizados por esses profissionais é o MEI, comum no mercado cultural, mas apenas 23,4% dos 128 egressos e egressas que responderam o questionário optaram por emití-lo pelo fato de terem que emitir notas fiscais por exigência dos contratantes, para sair da informalidade e garantir os benefícios da previdência social, e obterem oportunidades de negócios.

Apesar de ser uma profissão exercida há anos, a produção cultural passa a ser reconhecida no mercado só no ano de 2013 pelo MTE. De acordo com a CBO a faixa salarial de um produtor/gestor cultural gira em torno de R\$2.330,13 a R\$4.959,66. Com base nas experiências vividas no mercado de trabalho cultural, os egressos e egressas, tendo em vista o salário mínimo de R\$880,00 no período da pesquisa, acharam que o salário ideal para o produtor cultural seria de 2 a 4 salários mínimos. Este resultado expõe que as vivências desses profissionais estão em consonância com os valores praticados no mercado de trabalho, ficando dentro da média salarial da categoria.

São poucas as pesquisas que pensam sobre as condições laborais no campo da cultura, isso nos mostra que temos uma precariedade de informações a respeito. Este tema precisa ser objeto de pesquisa, pois os impactos que causam na vida laboral dos produtores e produtoras são catastróficos. Um exemplo são as mudanças

das regras da CLT e da Previdência Social, somos uma das diversas classes trabalhistas que irá sofrer muito com as conversões. Sem deixarmos de fora os ataques à Lei Rouanet e a indefinição sobre as novas regras de patrocínio que estão prejudicando o setor cultural.

Este último capítulo nos faz refletir que é necessário transformar em pesquisa mais presente o dia a dia dos produtores/gestores e produtoras/gestoras culturais e suas condições laborais para que não nos conformemos com a precariedade existente no setor cultural que reverbera no mercado de trabalho.

Concluo que de acordo com o histórico do curso, ele surgiu no Brasil para acompanhar o crescimento do setor cultural dando aos envolvidos na área um suporte teórico. Naquela época se tinha muita experiência prática, mas nenhum embasamento teórico. Ao longo dos anos isso veio mudando e as consequências para o curso é que hoje temos uma mudança de perfil, passamos de profissionais em busca de especialização para alunos em busca de uma formação ampla, mas que em sua maioria nunca tiveram contato com o setor cultural.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AVELAR, Rômulo. O avesso da cena: notas sobre Produção e Gestão Cultural. 4 ed. Belo Horizonte: Ravel Cultural, 2014.

BARBALHO, Alexandre [et al.], organizadores. Cultura e desenvolvimento: perspectivas políticas e econômicas. Salvador: EDUFBA, 2011. 287 p.: il. – (Coleção cult).

BARBALHO, Alexandre. Política Cultural: um debate contemporâneo. In: RUBIM, Linda (organizadora), BARBALHO, Alexandre, RUBIM, Antonio Albino Canelas ... [et al.]. *Organização e Produção da Cultura*. Salvador: EDUFBA, 2005. p. 33-52

CALABRE, Lia. Políticas culturais: pesquisa e formação / organização de Lia Calabre. São Paulo: Itaú Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2012. p.332

CHAVES, Plínio Calmeto. Produtor Cultural em Formação: Tipologia da Graduação e Campo Profissional no Brasil. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2013.

CUNHA, Maria Helena. Gestão Cultural: profissão em formação. Belo Horizonte: Duo Editorial, 2007.

DOMINGUES, João. E se a economia da cultura debatesse com mais frequência o trabalho? Notas sobre a organização dos interesses laborais no campo cultural. In: BARBALHO, Alexandre; ALVES, Elder P. M.; VIEIRA, Mariella P. (orgs.). *Os trabalhadores da cultura no Brasil: criação, práticas e reconhecimento*. Salvador: EDUFBA, 2017. p. 89-120.

GADELHA, Rachel; BARBALHO, Alexandre. Políticas Públicas de cultura e o campo da produção cultural. *Revista Pensamento & Realidade*, Ano XVI –v.28 nº 4/2013, p.78. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/pensamentoerealidade/article/view/17983>>. Acesso em: mai. 2016.

GOLDENBERG, Miriam. A arte de pesquisar: como fazer pesquisa quantitativa em Ciências Sociais. 10ª ed. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2007. p 63.

JORDÃO, Gisele; BIRCHE, Leonardo; ALLUCCI, Renata. Mapeamento dos cursos de gestão e produção cultural no Brasil: 1995-2005 [recurso eletrônico]/ São Paulo: Itaú Cultural, 2016. p 3-123.

NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. *O mercado da cultura em tempos (pós) modernos*. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2000.

RODRIGUES, Luiz Augusto Fernandes. Formação e profissionalização do setor cultural - caminhos para a institucionalidade da área cultural. Niterói, Revista Pragmatizes, a. 2, n. 3, p. 63-79, semestral, setembro de 2012 (a).

RODRIGUES, Luiz Augusto Fernandes. "Produção Cultural na Universidade Federal Fluminense: trajetória e atualidade de um bacharelado (e outras reflexões)" IN: COSTA, Leonardo Figueiredo; MELLO, Ugo Barbrosa (orgs.); RUBIM, Antônio Albino Canelas (apresentação). Formação em organização cultural no Brasil: experiências e reflexões. Salvador: EDUFBA, p.133-148, 2016. Disponível em: <<https://labacuff.files.wordpress.com/2018/09/2016-produc3a7c3a30-cultural-na-uff-trajetc3b3ria-e-atualidade-cap-livro-ufba.pdf>> Acesso em: 01 mai. 2019

RUBIM, Antônio Albino Canelas. "Singularidades da formação em organização da cultura no Brasil". IN: Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas: Comunicação, marketing e produção cultural, São Paulo, v. 7, n. 13, p.36-48, 2010.

SEBRAE. **Tudo o que você precisa saber sobre o MEI**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pb/artigos/tudo-que-voce-precisa-saber-sobre-o-mei.0c3f824d622fd510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

TEIXEIRA Coelho. Dicionário Crítico De Política Cultural. São Paulo: Iluminuras, 2º ed. revista e ampliada, 2016.

ANEXO I:

EMENTA DAS DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS

UFF / IACS	
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL	
ESTRUTURA CURRICULAR – 2012	
1º SEMESTRE	
<p>GAT00134 - Fundamentos da Literatura – 60H (4 Créditos)</p> <p>História da Literatura. Estilos e gêneros literários. Movimentos literários. Poéticas Literárias. Escrita e Oralidade. Literatura e intersemioticidade. A fonte literária e os diversos meios de expressão.</p> <p>GAT00191 – Práticas Experimentais em Produção Cultural – 60H - (4 Créditos)</p> <p>Desenvolvimento de atividades com a participação de docentes e discentes e profissionais qualificados em temáticas afins às áreas artísticas e culturais.</p> <p>GAT00146 - Teoria da Arte – 60H - (4 Créditos)</p> <p>Origens da experiência estética. Arte e techné. Arte e ofício. Arte e idéia. Arte e conhecimento. Arte e técnica.</p> <p>GAT00188 – Introdução aos Estudos em Produção Cultural – 30H - (2 Créditos)</p> <p>Contexto da produção cultural no país. Conceitos e categorias em produção cultural. Sistema de produção cultural. Circuitos culturais. Esferas e âmbitos do planejamento cultural: evento cultural, ação cultural, programa de ações culturais, política cultural.</p> <p>STA00128 - Introdução à Administração – 60H - (4 Créditos)</p> <p>Evolução do conceito de Administração. Empresa. Funções da empresa. Atividades de administração da empresa. Funções essenciais do administrador. Funções de administração: planejamento, organização, direção e controle. Atividades técnicas auxiliares de administração. Evolução do pensamento administrativo. Administração e desenvolvimento.</p>	<p>GAT00189 – Legislações de Incentivo à Cultura e Direitos Autorais – 60H - (4 Créditos)</p> <p>Viabilização de projetos culturais. Captação e administração de recursos. O patrocinador. Produção executiva. Montagem e organização de equipe. Estudos de leis de financiamento cultural. Estudo dos Direitos Autorais.</p> <p>GAT00135 - Arte Brasileira e Cultura Contemporânea – 45H (3 Créditos)</p> <p>Campo histórico da arte no Brasil, estilos, tendências, movimentos. Teorias da cultura e da arte brasileira.</p> <p>GHT00298 - Realidade Sócio-Econômica e Política Brasileira – 60H - (4 Créditos)</p> <p>O movimento de 30: o "redescobrimto" do Brasil. O Estado Novo: O autoritarismo e o nacionalismo. O desenvolvimento: a institucionalização do nacionalismo, o nacional-popular e o reformismo. O autoritarismo: a intensificação do capitalismo e a diversificação da crítica: os movimentos populares e as manifestações culturais.</p>
2º SEMESTRE	
<p>GAT00202 - Teorias da Cultura I – 60H - (4 Créditos)</p> <p>A cultura como conceito antropológico. A relativização dos determinismos biológico e geográfico: tradição e mudança. Reprodução e manutenção dos sistemas culturais. Cultura material e aspectos imateriais da produção cultural. Cultura meio ambiente e etnodesenvolvimento.</p> <p>GAT00198 - Fundamentos da Música – 60H - (4 Créditos)</p> <p>História da música: música renascentista, barroca, romântica, moderna e contemporânea. Estilos e gêneros musicais. Elementos estruturais da linguagem musical.</p> <p>GAT00199 - Fundamentos das Artes Plásticas – 60H - (4 Créditos)</p> <p>História da arte: o Renascimento, o Maneirismo e o Barroco, o advento da arte moderna, movimentos artísticos do século XIX, as vanguardas históricas, a arte contemporânea. Elementos estruturais da linguagem plástica.</p>	<p>GAT00197 - Fundamentos da Dança – 60H - (4 Créditos)</p> <p>História da dança do rito ao espetáculo, a dança de corte, a dança clássica, a romântica, a moderna, a contemporânea e mito. Poéticas expressivas do corpo. Elementos estruturais da dança.</p> <p>GAT00200 - Fundamentos do Teatro – 60H - (4 Créditos)</p> <p>História do teatro. Estilos e gêneros teatrais. Modalidades do espaço cênico. Elementos estruturais da linguagem teatral. Teatro e intersemioticidade.</p> <p>GAT00203 - Métodos de Pesquisa em Cultura – 60H - (4 Créditos)</p> <p>Ciência, verdade e conhecimento versus doxa e senso comum. Construção do objeto e formulação de hipóteses. Gênese das questões e estratégias de demonstração. A observação participante e a pesquisa-de-campo. Estratégias de coleta de dados. Elaboração de projetos de pesquisa.</p> <p>GAT00204 - Projeto Cultural I – 60H - (4 Créditos)</p> <p>Projetos de eventos culturais. Inserção do evento em circuitos culturais. Projeto e demandas culturais. Metodologia e conceito para desenvolvimento de eventos culturais. Concepção e operacionalização de eventos culturais.</p> <p>GAT00186 – Gestão de Espaços Culturais – 60H - (4 Créditos)</p> <p>Gerência de instituição cultural (pública e privada). Pesquisas de Centros Culturais: identidades e funções. Relação espaço cultural e comunidade. Seleção e coordenação de equipe.</p> <p>GAT00187 – História do Patrimônio Cultural – 30H - (2 Créditos)</p>
3º SEMESTRE	

O conceito de patrimônio cultural. Políticas da memória. Perspectivas históricas da política patrimonial brasileira. Os intelectuais e a organização da cultura. O patrimônio material e imaterial. Movimentos sociais e patrimônio cultural.

4º SEMESTRE

GAT00144 - Fundamentos das Artes Audiovisuais – 60H - (4 Créditos)

História do cinema. Experiência e movimentos cinematográficos. Gêneros cinematográficos O cinema no Brasil. Elementos estruturais da linguagem cinematográfica. Cinema e Intersemiotividade. A imagem fílmica, eletrônica e digital.

GAT00205 - Projeto Cultural II – 60H - (4 Créditos)

Ação cultural voltada à concepção conceitual e programática de espaços culturais. Programas de demandas culturais. Significados e funções dos espaços culturais. Inserção local e global. Metodologia e conceito para desenvolvimento de espaços culturais. Modelos de sustentabilidade.

GAT00138 - Políticas Culturais – 60H - (4 Créditos)

Modelos de políticas culturais. História das políticas culturais no Brasil. O Estado e a Cultura. Política cultural como política pública.

GAT00140 - Marketing Cultural – 60H - (4 Créditos)

O mercado do produtor cultural. Marketing: conceituação. Especificidades do marketing cultural. Mercado simbólico e imagem empresarial. Marketing institucional e marketing privado. Estratégias de marketing. Projeto cultural e mídia.

GAT00208 - Seminário Experimental em Produção Cultural – 30H - (2 Créditos)

Palestras, relatos e debates de pesquisas e projetos na área de produção cultural, realizados por professores pertencentes ao curso e a outras instituições, como também por artistas e produtores culturais atuantes no mercado.

5º SEMESTRE

GAT00208 - Projeto Cultural III – 60H - (4 Créditos)

Programa de ações culturais voltado para o incremento das manifestações artísticas e culturais de grupos sociais. Mapeamento cultural. Criação de circuito cultural comunitário. Metodologia e conceito para o programa de ações culturais. Modelos de sustentabilidade.

GAT00209 - Processos de Gestão Cultural – 60H - (4 Créditos)

Cultura. Economia e Urbanismo. Gestão cultural e gestão urbana. Modelos e práticas de gestão cultural. Gestão cultural pública, privada e comunitária. Inter-relações dos atores e agentes Sociais na consolidação da gestão cultural.

GAT00207 - Ética e Estética I – 60H - (4 Créditos)

Ethos e Aesthesis como dimensões originárias do homem. O ético como situamento do homem (morada) e o estético como expressão do mundo. Possibilidades de expressivo do ético no estético e implicações dessa relação no conteúdo das artes: o "eu" e o "nós" artísticos, a arte individual, arte pela arte, arte engajada, arte-propaganda.

GAT00185 – Economia da Cultura – 60H - (4 Créditos)

Introdução ao pensamento econômico. Cultura e desenvolvimento. As características dos produtos e serviços culturais. Indústrias culturais e cadeias produtivas da cultura: sistemas de produção e circulação de bens culturais. O consumo cultural como atividade econômica e social. Conta satélite da cultura e o impacto da cultura na riqueza das nações. Micro e macroeconomia da cultura. A economia criativa.

6º SEMESTRE

GAT00210 - Projeto Cultural IV – 60H - (4 Créditos)

Política Cultural Integrada voltada à diversidade de atores e grupos sociais de localidades, municípios ou regiões. Planejamento cultural com desenvolvimento de políticas setoriais. Mapeamento e diagnóstico cultural. Metodologia e conceito para o planejamento cultural ampliado. Elaboração de programas e diretrizes para a gestão cultural Cidadania e sustentabilidade.

GAT00190 – Métodos de Pesquisa e Planejamento Cultural – 60H - (4 Créditos)

O produtor e a pesquisa pragmática: pesquisa de consumo em cultura; métodos de análise de consumo cultural; análise e formação de público consumidor; métodos de análise de impacto dos fazeres culturais. Planejamento multicultural. A práxis da pesquisa científica: tipos de pesquisa e elaboração de projeto de pesquisa em Produção Cultural.

7º SEMESTRE

GAT00211 - Trabalho Final I – 165H – (11 Créditos)

Desenvolvimento da prática e da reflexão da produção cultural como síntese da formação do aluno, a partir do intercruzamento dos conceitos estabelecidos no curso. Definição do objeto de estudo e sua problemática. Estabelecimento de conceitos e metodologias norteadoras para o desenvolvimento do trabalho final.

8º SEMESTRE

GAT00212 - Trabalho Final II – 225H – (15 Créditos)

Aprofundamento da prática e da reflexão da produção cultural como síntese da formação do aluno, a partir do intercruzamento dos conceitos estabelecidos no curso. Desenvolvimento de monografia e produtos relacionados ao trabalho final.

OBS.:

a) Além das **1965 horas em disciplinas obrigatórias**, integram o currículo também:

→ 60H em disciplina(s) eletiva(s) e 570H em disciplinas optativas (sendo 180H em AC – Atividades Complementares).

CARGA HORÁRIA TOTAL = 2.655H

b) As letras da codificação das disciplinas indicam o Departamento de origem, a saber:

GAT – depto. de Arte

GHT – depto. de História

GFL – depto. de Filosofia

STA – depto. de Administração