

CAMINHOS PARA CONCEPÇÃO DO CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO E PRODUÇÃO CULTURAL NA UFCG

Vinícius Ramos Bezerra¹
Lenon Rodrigues Sousa Lima²

Resumo: O presente texto compreende uma pesquisa de dados secundários solicitada para balizar a criação de um curso de formação profissional voltado para a Gestão e Produção Cultural na Universidade Federal de Campina Grande. A intenção é gerar alicerces bem definidos como diretrizes científicas e parâmetros locais que ajudassem num projeto de curso coerente com o mercado e as formações culturais da região Nordeste.

Palavras-chave: formação profissional; Gestão e Produção Cultural; Nordeste.

A Universidade Federal de Campina Grande, na intenção de oferecer seu primeiro curso de Pós-Graduação com vínculo em áreas conexas a Artes, optou por criar um curso de Especialização em Gestão e Produção Cultural. A opção por esse curso surgiu na avaliação interdisciplinar de professores dos cursos de Arte e Mídia, Licenciatura e Bacharelado em Música, Educomunicação e Educação do Campo que, num consenso hipotético, apontou a necessidade em ofertar uma formação profissionalizante que fomenta a produção sustentável de arte e cultura dentro das intersecções dos fazeres desses cursos. Nesse interesse, o professor e pesquisador em Análise e Crítica em Linguagens Visuais, Vinícius Ramos Bezerra e o pesquisador em Políticas Culturais Lenon Rodrigues Sousa Lima, conceberam uma pesquisa que tentou revelar a real necessidade de uma formação profissional em Gestão e Produção Cultural para a região em que se localiza a UFCG.

O setor cultural tem crescido de maneira bastante significativa nos últimos 10 anos. Alguns fatores contribuíram diretamente para esta realidade. As diretrizes e ações ministeriais recentes ampliaram o alcance das políticas públicas para a cultura, contemplando a diversidade das expressões culturais brasileiras, servindo-se de sua dimensão simbólica e cidadã como uma

¹ Professor da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Contato: vinimidia@gmail.com

² Mestre em Políticas Culturais pela Universidade de Sorbonne Nouvelle (Paris 3) e Universidade Denis Diderot (Paris 7). Contato: lenon.rd@gmail.com



ferramenta de inclusão social. Além disto, com o interesse do mercado, desde o começo da década de 90, em financiar atividades culturais através de leis de incentivo fiscal para a cultura, novas demandas foram surgindo no setor. Paralela a estes fatores, a apropriação de novas tecnologias para a criação e difusão da arte demandou e contribuiu para modernizar práticas de mediação e de gestão da cultura.

A relação entre estes fatores gerou uma necessidade de modernização e formação de profissionais na área da cultura. Apesar de já haver disciplinas que enfocam a Gestão e Produção Cultural nas matrizes curriculares de cursos de graduação específicos em algumas universidades do Brasil, a oferta de ensino ainda é restrita diante da crescente demanda e, sobretudo, concentrada nas grandes capitais. No Nordeste, a formação profissional na área de cultura é bem mais escassa. A única universidade pública nesta região que oferece um curso de Produção Cultural é a Universidade Federal da Bahia - UFBA.

Em alguns países europeus, como a França por exemplo, onde o setor cultural é bem mais desenvolvido que no Brasil, a oferta de oficinas e de cursos de graduação e pós-graduação nesta área é bastante diversa e descentralizada, contemplando tanto os grandes centros urbanos como cidades de menor porte. O desenvolvimento do setor cultural em países como o citado acima é resultado de uma histórica política que consagra a cultura como uma prioridade fundamental para um projeto de desenvolvimento econômico e social.

O Brasil tem alcançado um crescimento econômico bastante significativo, chegando a ser atualmente a sexta economia do mundo. Em consequência deste crescimento, muitas mudanças estruturais em vários setores sociais e econômicos se fizeram necessárias. A cultura é um deles. Deste modo, é importante que o setor cultural se modernize e se atualize, para acompanhar as mudanças dinâmicas da sociedade brasileira. A academia terá um papel fundamental para o desenvolvimento deste setor, formando profissionais com pensamento crítico e com competências técnicas necessárias para o aperfeiçoamento da gestão política e mercadológica da cultura.

Como fator interno, a UFCG possui tradição no ensino de pós-graduação, são cursos de Especialização, Mestrado e Doutorado, especialmente nas áreas que contemplam as Ciências Naturais e Tecnológicas. Com a oferta de cursos de graduação nas áreas de estudo que envolvem



Comunicação Social e Artes é latente que agora a UFCG deva buscar novas ações para continuar a formação desses graduados.

De modo estratégico, a UFCG encontra-se no interior do Nordeste, situado assim numa região de descentralização e disseminação do conhecimento. As ofertas culturais, assim como as ferramentas e mecanismos de formação profissional para este setor, concentram-se em grande maioria nos grandes centros urbanos. O Brasil profundo, este das cidades do interior espalhadas pelas cinco regiões do Brasil, dispõe de uma rica diversidade cultural com potencial para ser aproveitada como um instrumento contributivo tanto ao desenvolvimento econômico quanto ao social. Formar agentes locais para desenvolver este setor na região Nordeste é essencial para um plano de desenvolvimento cultural a médio e longo prazo, em suas dimensões sociais e econômicas. Um curso de especialização em Gestão e Produção Cultural na UFCG não só contribuirá para o desenvolvimento do setor cultural no Estado da Paraíba, como da mesma maneira formará profissionais com competências para atuar em outros Estados da Federação.

Diretrizes da formação profissionalizante

Algumas diretrizes se fazem necessárias na busca acadêmica de uma formação especializada em Gestão e Produção Cultural que vislumbre uma qualificação em pós-graduação de profissionais de nível superior. Determinadas diretrizes precisam estar de acordo com a diversidade de profissionais com formação em áreas como comunicação social, arte, eventos, patrimônio cultural, patrimônio histórico, produção de objetos linguagem, entre outros.

A primeira dessas diretrizes encontra-se numa perspectiva ampla e vinculada ao pensamento político da Gestão e Produção Cultural que defenda a diversidade cultural, inclusive como conduta de ação e, principalmente, sob o contexto da economia criativa, contribuindo para uma melhor relação com a democracia cultural e setores produtivos da sociedade.

A diretriz seguinte está em buscar e proporcionar uma formação em Gestão e Produção Cultural aliada com conhecimentos interdisciplinares entre sociedade, artes e estratégias de mercado. Se observado as áreas conexas e o modo de atuação desse profissional, veremos uma interação *sue generis* que o baliza como mediador cultural perpassando por essas três áreas. Ainda associada à diretriz de formação interdisciplinar, é essencial a construção de espaços de



discussão entre Gestão e Produção Cultural e artística na contemporaneidade, política e legislação de bens culturais e artísticos, pois esses elementos chaves pertencerão as temáticas abordadas entre sociedade, artes e estratégias de mercado.

Por fim, capacitar os futuros profissionais em Gestão e Produção Cultural a realizarem pesquisa e produção de conteúdo científico. A capacidade crítica está aliada a capacidade de produção de conteúdos por esta estar vinculada a reflexão. O professor Fernando González Rey (2005, p. 81) diz que “fazer ciência é manter o desafio de desenvolver nossos pensamentos em relação ao modelo teórico em construção, o qual nos permite significar aspectos diferentes do problema estudado, fato que ocorre em um processo que permanentemente desafia a criatividade do pesquisador”.

Panorama local do setor cultural

Na finalidade de traçar parâmetros para a formação do Produtor Cultural, é necessário observar sua inserção dentro do complexo social. Traçar essas observações é buscar, de certo modo, o processo de formação de uma simbologia. É trazer a formação de um olhar coletivo e convencionalizado sobre o que é o termo *produção* e o que esse termo diz associado ao termo *cultura*. Mas não estagna em seus conceitos terminológicos. Entender sua atuação dentro de um contexto complexo da sociedade parece ser o mais apropriado para requisitar os entrelaçamentos do Produtor Cultural diante das necessidades sociais, artísticas e mercadológicas que hoje esse profissional está inserido.

Quando o termo *produção* antecede o da *cultura* – num sentido mais amplo, não só arte ou o artista, mas também de projetos e políticas culturais que contemplem a espontaneidade do fazer cultural, dos modos e costumes da diversidade das expressões humanas – estão aí sendo evocados dois pontos de vista. Um relativo ao ato de criar objetos que, num pensamento estético, trabalha o senso criativo e crítico em prol de um conhecimento através dos vários sentidos³, como por exemplo, a produção de um quadro, de uma poesia ou de um prédio arquitetônico. Em outro ponto de vista, esse agora bem mais vulgarizado, é relativo ao assessoramento junto do artista com vistas para o mercado.

³ Conhecimento estético.



O termo *produção*, se exposto dentro de um conceito semântico, suprime dentro dele a intenção de produção executiva, ou seja, agente encarregado de empreender e gerir financeiramente um bem material ou simbólico. É o profissional que mantém sob a sua tutela os benefícios mercadológicos do lucro, os recebimentos e o planejamento de estruturação contábil dos gastos e investimentos. É sob essa ótica que o produtor cultural comumente é enxergado. Mas mais que intervir na relação financeira de um objeto ou ação artística e cultural, o produtor cultural é um mediador (social) da cultura. Ele mantém uma relação com o criador da obra, com a criação da obra e com o acesso à obra na sociedade. Em outras palavras, o produtor cultural é agente participativo da construção da própria obra artística e do bem cultural, assim como ele também é elo de correspondência aos fatores econômicos que o setor cultural pode evocar.

Iniciando, assim, um contexto de relações complexas e ampliando a discussão para o atual sistema econômico, as palavras de Manuel Castells⁴ (1999) aparentam ser um bom prelúdio entre Gestão e Produção Cultural e a economia:

[...] a economia global agora é em rede de segmentos econômicos interconectados que, juntos, têm um papel decisivo na economia de cada país - e de muitas pessoas. Depois de constituída tal rede, qualquer nó que se desconecte é simplesmente ignorado, e os recursos (capital, informações, tecnologia, bens, serviços, mão-de-obra qualificada) continuam a fluir no resto da rede. Qualquer indivíduo que se afaste da economia global acarreta custos elevadíssimos: a devastação da economia em curto prazo e o bloqueio de acesso às fontes de desenvolvimento. Assim, dentro do sistema de valores produtivismo/consumismo, não há alternativa individual para países, empresas ou pessoas. Se não houver um colapso total do mercado financeiro, ou debandada de pessoas que sigam valores completamente diferentes, o processo de globalização está configurado, e se acelera com o passar do tempo. (p. 188)

O que Castells nos aponta é que o fluxo de desenvolvimento econômico – e nesse caso reunimos todos os setores produtivos, tanto de bens materiais quanto simbólicos – estão sujeitos a seguir uma ordenação de atuação, que ocorre numa rede de ações e entidades. Uma atuação de agentes que estejam contra esses ordenamentos sofrerão empecilhos econômicos graves e até frenagem de desenvolvimento.

Especificamente no caso da Gestão e Produção Cultural no Nordeste brasileiro, podemos traçar um perfil de antagonismos com o mercado que ocorre no cenário Sudeste e Sul. Mesmo

⁴ CASTELLS, Manuel. Sociedade em rede. 11ª ed. Trad.: Roneide Venancio Majer. In: *A era da informação: economia, sociedade e cultura*. Vol. 1. Editora Paz e Terra, 1999.



ainda não relatando os fatos que levam a esses antagonismos, é notório que a produção de objetos artísticos e culturais no Nordeste continua a existir. Mas essa produção é árdua, deficiente de um desenvolvimento articulado e de autonomia, similar ao bloqueio proposto por Castells.

Preliminarmente poderíamos ressaltar as diferenças de produção de capital entre as regiões Sudeste e Sul com relação à região Nordeste. Mas investir em cultura pertence ao planejamento público orçamentário da administração pública de Municípios, Estados e Federação. Tratar com orçamento público é trazer cruzamentos de dados com aquilo que pertence as despesas gerais. Esse fator é respondido se observado alguns gráficos publicados numa pesquisa realizada pela PCULT⁵ que “se propõe a indicar o grau de relevância do setor cultural para os poderes públicos estaduais a partir de sua dotação orçamentária” (2010).

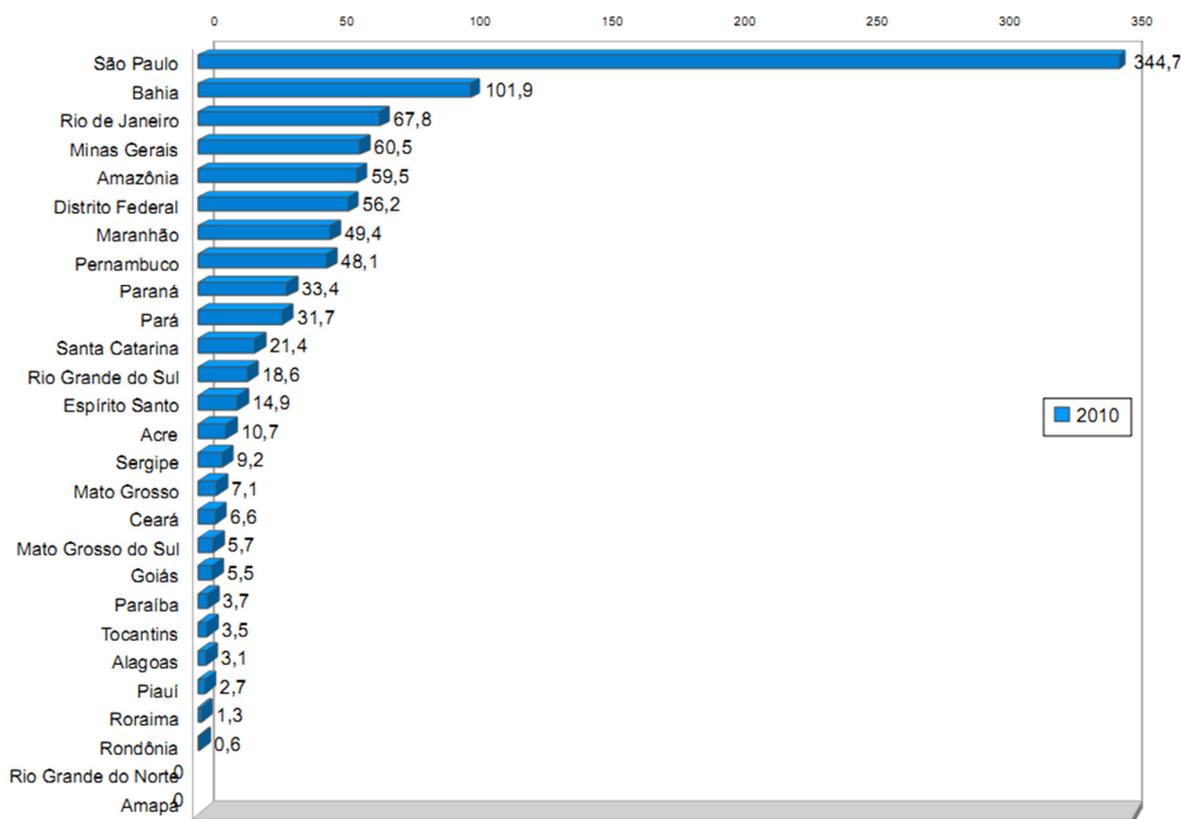


Figura 1: ranking em milhões de reais investidos para a cultura por Estado em 2010.

⁵ O PCULT, Partido da Cultura, surgiu em 2010 meses antes das eleições. Trata-se de um movimento social com vistas ao favorecimento e maior preocupação com as políticas públicas para a cultura. Até então todo o trabalho desenvolvido nesse campo havia sido na instância da sociedade civil. O PCULT passa a ser a ferramenta de conexão desse trabalho com a política eleitoral. <texto extraído do Portal Fora do Eixo – acesso no dia 7 de maio de 2011.>



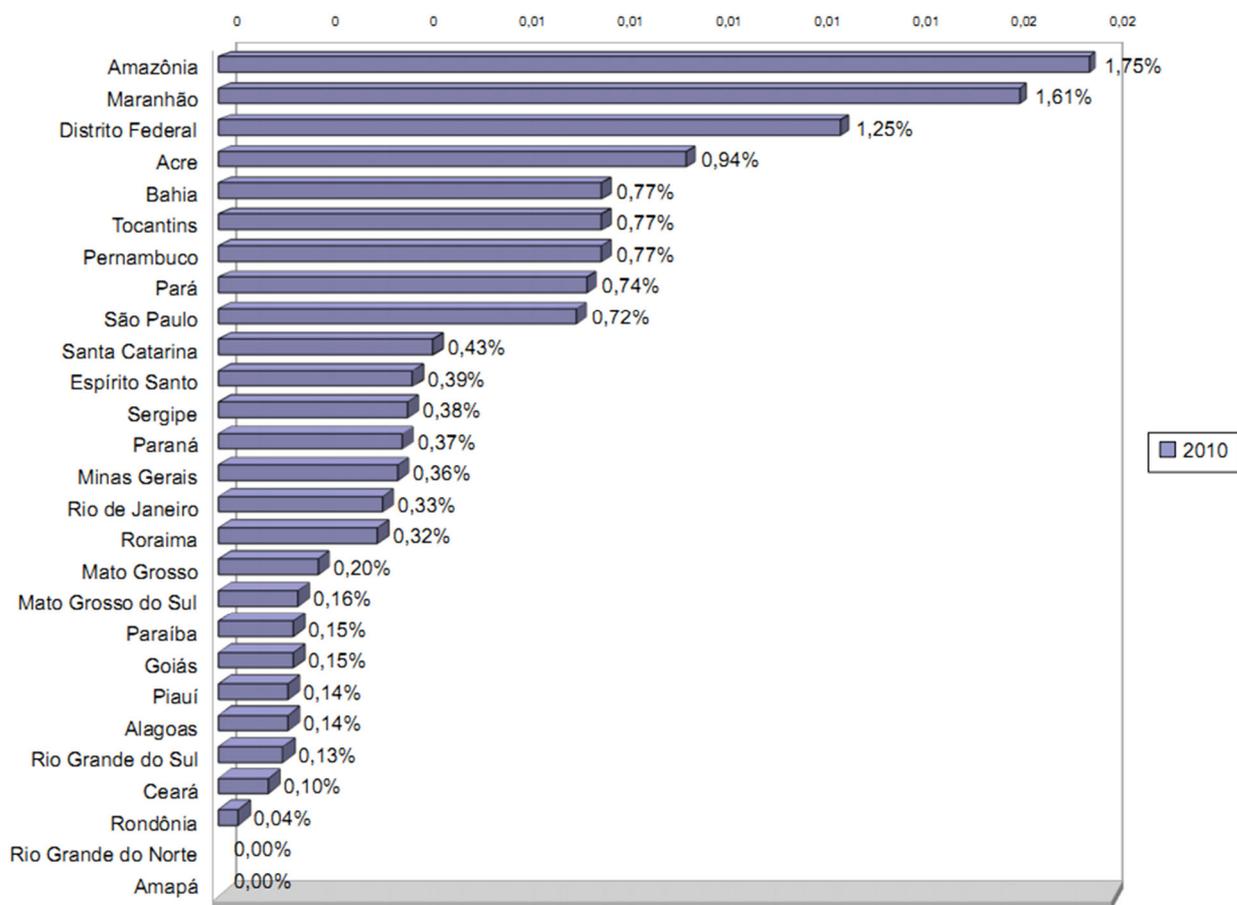


Figura 2: ranking em porcentagens das despesas correntes investidos para a cultura no ano 2010.

Nos gráficos acima é possível vermos grandes distanciamentos orçamentários em relação a aplicação de verba para a cultura. São Paulo, quando observado o montante em reais de verba estadual para a cultura, corresponde a mais de 35% da verba somada de todos os Estados juntos. Em contra partida, no mesmo Estado de São Paulo, essa verba corresponde apenas a 0,72% das despesas com investimentos em cultura – abaixo do 1% sugerido pela UNESCO como patamar mínimo para que grande parte da população possa ser beneficiada com algum tipo de produção artística e cultural. No Nordeste apenas o Estado do Maranhão superou a marca sugerida pela UNESCO. Esse mesmo quadro comparativo é bastante similar nos anos anteriores, entre 2007 e 2009, exposto na mesma pesquisa.



Alguns dos fatores que podemos ler nesses gráficos comparativos não é o volume de verba destinada a cultura e sim o quanto é gasto com relação as despesas gerais com a população – dentro de uma porcentagem total de gastos necessários para a manutenção. Vê-se que os poderes públicos estaduais dão pouca relevância aos gastos com Cultura já que apenas 3, dos 27 Estados da Federação, destinam 1% ou mais de seus gastos para a Cultura. Sugerindo assim que os antagonismos em Gestão e Produção Cultural entre Sudeste e Sul com relação ao Nordeste não corresponde apenas no volume de verba.

No ano de 2010, a UNESCO publicou em seu Relatório Mundial, intitulado *Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural*, a entidade aponta como sendo quatro os vetores relativos a diversidade cultural e, por conseguinte, de uma Gestão e Produção Cultural:

1. **Línguas** - As línguas são os vetores das nossas experiências, dos nossos contextos intelectuais e culturais, dos nossos modos de relacionamento com os grupos humanos, com os nossos sistemas de valores, com os nossos códigos sociais e sentimentos de pertencimento, tanto no plano coletivo como individual. Sob o ponto de vista da diversidade cultural, a diversidade linguística reflete a adaptação criativa dos grupos humanos às mudanças no seu ambiente físico e social. Nesse sentido, as línguas não são somente um meio de comunicação, mas representam a própria estrutura das expressões culturais e são portadoras de identidade, valores e concepções de mundo. (p. 12)
2. **Educação** - Considerada habitualmente sob o ângulo da transmissão de conhecimentos e do desenvolvimento de conceitos, muitas vezes uniformizados, das competências sociais e comportamentais, a educação é também uma questão de transmissão de valores – na mesma geração, entre gerações e entre culturas. As políticas educacionais têm uma repercussão decisiva no florescimento ou no declínio da diversidade cultural e devem promover a educação pela e para a diversidade. (p. 15)
3. **Comunicação e conteúdo culturais** - À medida que o mundo se transforma lentamente numa "aldeia global", a paisagem constituída pela imprensa, os livros, o rádio, a televisão, o cinema, a internet, para além de um amplo conjunto de dispositivos digitais, contribui para aumentar a visibilidade da diversidade cultural e para formar os nossos gostos, os nossos valores e a nossa concepção do mundo. Não obstante, convém analisar em que medida essas expressões traduzem a realidade, a complexidade e a dinâmica da diversidade cultural, pois se é verdade que não restam dúvidas de que os novos meios de comunicação



facilitam o acesso à diversidade cultural, multiplicando as oportunidades de criar um diálogo intercultural e permitir a expressão de vozes diferentes, também se verifica que as assimetrias correspondentes à exclusão digital continuam a restringir as possibilidades de um verdadeiro intercâmbio cultural. Além disso, a própria multiplicidade de opções, assim como os novos desafios culturais que estas implicam, podem dar lugar a diversas formas de isolamento cultural. (p. 18)

4. **Criatividade e Mercados** - O processo da globalização e as tecnologias modificaram as regras do jogo para os artistas e os criadores, apresentando ainda com mais força a eterna pergunta de saber como é possível conciliar a criatividade pura com as difíceis realidades econômicas? As remunerações financeiras oferecidas num contexto comercial globalizado tiveram o efeito de inclinar a balança a favor de considerações econômicas, o que gerou uma considerável repercussão em termos de diversidade cultural. No setor da música popular, a assimetria dos fluxos culturais encoraja os artistas locais a explorar o seu talento criativo num mercado cada vez mais mundial, acentuando dessa maneira os processos de aculturação no mundo inteiro. (p. 21)

Entre os quatro vetores expostos no relatório da UNESCO, cabem nessa breve contextualização ressaltarmos os dois últimos como parâmetros chave para traçarmos os antagonismos regionais da Gestão e Produção Cultural no Brasil. Comunicação e Conteúdo culturais apresentam real antagonismo sob dois aspectos. Um no que se refere a instituições de veículos de comunicação, que se concentram na região Sudeste e geram um espaço de fluxos comunicativos – sendo assim fluxos culturais – bem mais amplos e atrativos comercialmente. O segundo aspecto as entidades produtoras de conteúdo cultural (as produtoras de conteúdo midiático e artístico) se concentram no Sudeste e Sul pelo atrativo comercial e proximidade com as mesmas instituições de veículos de comunicação, o que possibilita rápida e constante negociação de novos materiais. Esse círculo comercial atrativo entre comunicação e entre a Gestão e Produção Cultural gera um isolamento comunicativo (e porque não informativo) e de produção de novos conteúdos culturais. Fator que nos aponta para um conflito no vetor Criatividade e Mercados.

Os antagonismos comunicativos, da Gestão e Produção Cultural e da mercadologia da informação, findam por suprimir a criatividade da região Nordeste. Como está descrito no próprio relatório da UNESCO, a aculturação (relação de permuta



entre culturas) tornasse uma moeda de troca econômica e uma semente que germina a produção e diversidade cultural de um povo ou região. No atual cenário de antagonismo, o Nordeste a muito vem cedendo espaço para manifestações artísticas e culturais puramente externas, no lugar de realizar processos de trocas e de aculturação em prol de desenvolvimento e diversificação cultural.

Outro aspecto, que potencializa os conflitos com os vetores da diversidade cultural 3 e 4, é que estruturalmente o Nordeste possui uma fraca rede de serviços e instituições culturais próprias. O baixo índice de investimento com cultura distanciou os Estados do Nordeste à acessibilidade cultural de sua população, atrofiando o mercado e sua diversidade cultural. Estrutura de mercado compreende não só espaços de circulação, mas também profissionais dedicados a atuarem na área proposta. No Nordeste, apenas a Bahia possui formação sistematizada e continuada em Gestão e Produção Cultural.

A escassez de cursos de formação em Gestão e Produção Cultural resultou num mercado de profissionais vindos de outras áreas – por vezes até desconexas – que empreendem suas ações de modo empírico e que podem apresentar distúrbios em suas práticas. Distúrbios que distanciam ainda mais os planejamentos orçamentários nacionais e regionais de um pleno desenvolvimento do setor da cultura, no âmbito social e econômico.

Proteger e promover a diversidade cultural deve existir no contexto de um Projeto de Nação Brasileira, diretamente ligado ao objetivo de desenvolvimento social através da garantia do direito à cultura. O Brasil, sobre tudo o Nordeste, possui em sua historicidade uma cultura viva e tradicional que ainda não participa em igualdade com as trocas culturais realizadas com aquilo que é externo a essa região. A formação de um Produtor Cultural perpassa esses questionamentos que envolvem produção viva de produtos e manifestações artísticas e culturais numa intersecção harmônica entre os interesses de sociedade, de mercado e de desenvolvimento local.

A indústria cultural – conceito vindo da teoria crítica social da Escola de Frankfurt – não está fora da discussão relativa ao Produtor Cultural, mas pode participar



desse desenvolvimento local entre cultura e mercado. Com a economia da informação tomando para si importantes espaços de trocas valorativas e de inovação (criatividade), o Produtor Cultural assume um papel mediador na diversidade de bens e materiais culturais que supram as demandas do mercado capitalista, ao mesmo tempo esse profissional não pode permitir que a cultura fique submissa aos interesses apenas desse mercado – sob a resulta de ir contra a própria diversificação cultural.

A academia precisa formar agentes sociais dentro desta perspectiva. Os futuros Produtores Culturais não podem deixar em segundo plano a riquíssima diversidade cultural do país, tem que fazer papel de “animadores culturais”, contribuindo para garantir este direito básico à cultura, a fruição dos bens culturais, materiais ou imateriais. Formar agentes atualizados com as dinâmicas políticas, não apenas numa apreensão das técnicas de gestão mercadológicas, mas estar atualizado com as atuais diretrizes políticas das instituições que lidam com cultura, e tendo ao mesmo tempo capacidade crítica e de intervenção dentro do espaço político e social.

Formar pessoas para lidar com novos paradigmas em políticas culturais compreende uma formação interdisciplinar que envolva discussões acerca da produção de linguagem, cultura e arte; acerca da legislação nacional em concomitância com um pensamento crítico a respeito de políticas culturais, públicas e institucionais; com uma visão empreendedora de mercados; e, por último, de prática de multiplicação do conhecimento que ajude a externalizar suas experiências. É sob esses quatro campos de discussão que o curso de Especialização em Gestão e Produção Cultural estará alicerçado.



Referências Bibliográficas

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução: Roneide Venâncio Majer; atualização para 6ª edição: Jussara Simões. In. A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1. São Paulo – SP. Paz e Terra, 1999.

GONZÁLEZ REY, Fernando. **Pesquisa qualitativa e subjetiva: os processo de construção da informação**. Tradução: Marcel Aristides Ferrada Silva. Editora Pioneira Thomson Learning, São Paulo – SP, 2005.

Relação entre Orçamento do MinC x Impostos Federais. < texto extraído do Portal do Ministério da Cultura, acesso dia 08 de maio de 2011 >

Relatório Pesquisa Investimento do Poder Público Estadual brasileiro no setor Cultural, PCULT, 2010.

