



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

UGO BARBOSA DE MELLO

**FORMAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL – UFBA:
UMA ANÁLISE DOS ALUNOS EGRESSOS ENTRE 1999 - 2008**

Salvador
2009

UGO BARBOSA DE MELLO

**FORMAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL – UFBA:
UMA ANÁLISE DOS ALUNOS EGRESSOS ENTRE 1999 - 2008**

Monografia apresentada ao Curso de Produção em Comunicação e Cultura, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Produção em Comunicação e Cultura.

Orientador: Profº Drº Antonio Albino Canelas Rubim

Salvador
2009

Aos estudantes do curso
de Produção em Comunicação e Cultura

AGRADECIMENTOS

A meus pais, Renan e Ana, e irmã, Leilah, por todo apoio e compreensão de sempre, mesmo estando distantes.

A minha avó Diva e ao meu tio Luciano, pelo carinho e cuidado durante estes anos de graduação, além de apoio e compreensão nessa fase de elaboração deste trabalho.

Ao meu orientador, Albino Rubim, pela oportunidade de participação no Grupo de Pesquisa e posterior aceitação da orientação. Obrigado pela convivência e aprendizado, e atenção e cuidado nas leituras desta pesquisa.

A minha colega e amiga, Hortência, pela convivência, aprendizado e amizade durante a graduação, e colaboração e apoio nesse período de conclusão de curso. Aos também colegas e amigos Layno e Naiara, por toda atenção e convivência nesse período.

Àqueles que contribuíram de alguma forma para o desenvolvimento dessa pesquisa: à Delmira Nunes e à Leonardo Costa por toda ajuda em várias fases desse trabalho; aos órgãos da FACOM e da UFBA que também colaboraram, principalmente à Superintendência Acadêmica (SUPAC) e à funcionária Maria Edileuza.

Por fim, mas não menos importante, a todos os egressos do curso de Produção em Comunicação e Cultura que dedicaram um tempo de suas rotinas para compartilhar suas experiências profissionais e opiniões sobre o nosso curso de graduação – fundamentais para a elaboração dessa pesquisa.

Muito obrigado a todos!

RESUMO

A área de investigação sobre formação e organização da cultura tem se tornado, desde o início deste século, um atrativo para pesquisadores no Brasil. Na Bahia, a criação do primeiro curso de Produção em Comunicação e Cultura do país como uma habilitação do Curso de Comunicação, na Universidade Federal da Bahia – concomitante a implantação do curso de bacharelado no Rio de Janeiro, na Universidade Federal Fluminense –, data do ano de 1996 e pode ser considerada uma consequência das transformações pela qual a área da cultura passou nos anos 1990. A análise de dados sobre as formações dos alunos egressos do curso de Comunicação – Produção em Comunicação e Cultura se propôs justamente a averiguar qual a importância dessa iniciativa pioneira dentro da área de formação em cultura. Esta proposta de pesquisa torna-se interessante agora que o curso completou treze anos de existência e tem um número significativo de egressos. Para esta investigação utilizamos um questionário aplicado com o público-alvo para obtenção de dados que foram analisados, além de fundamentarmos a pesquisa em obras referenciais das áreas da cultura das quais tratamos.

Palavras-chave: formação; organização da cultura; alunos egressos; graduação em Produção em Comunicação e Cultura.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Gráfico sobre currículo do curso/habilitação	49
Figura 2 – Gráfico sobre a formação teórica e conceitual obtida no curso/habilitação	50
Figura 3 – Gráfico sobre a formação analítica e informativa obtida no curso/habilitação	51
Figura 4 – Gráfico sobre a formação técnica obtida no curso/habilitação	52
Figura 5 – Gráfico sobre a formação política obtida no curso/habilitação	53
Figura 6 – Gráfico sobre a formação cultural obtida no curso/habilitação	54
Figura 7 – Gráfico sobre a contribuição da disciplina <i>Políticas de Comunicação e de Cultura</i>	55
Figura 8 – Gráfico sobre a contribuição da disciplina <i>Marketing Cultural</i>	56
Figura 9 – Gráfico sobre a contribuição da disciplina <i>Oficina de Comunicação Audiovisual</i>	57
Figura 10 – Gráfico sobre a contribuição da disciplina <i>Oficina de Produção Cultural</i>	57
Figura 11 – Gráfico sobre a contribuição da disciplina <i>Oficina de Análise de Públicos e Mercados Culturais</i>	58
Figura 12 – Gráfico sobre a contribuição da disciplina <i>Oficina de Assessoria de Comunicação</i>	59
Figura 13 – Gráfico sobre a contribuição da disciplina <i>Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos Culturais</i>	60
Figura 14 – Gráfico sobre a contribuição da disciplina <i>Oficina de Gestão Cultural</i>	61
Figura 15 – Gráfico sobre a contribuição do curso para o exercício profissional	63
Figura 16 – Gráfico sobre o grau de contribuição do curso para a profissão	64
Figura 17 – Gráfico sobre as atividades extraclasse desenvolvidas pelos egressos na faculdade	65
Figura 18 – Gráfico de participações dos egressos em Grupos de Pesquisa da FACOM	66
Figura 19 – Gráfico sobre as áreas de atuação nos estágios	68
Figura 20 – Gráfico sobre os formatos de TCC desenvolvidos pelos egressos	70

Figura 21 – Gráfico sobre a atuação profissional dos egressos na área da Comunicação e Produção Cultural	72
Figura 22 – Gráfico sobre as especialidades em produção em comunicação e cultura	74
Figura 23 – Gráfico sobre os níveis de pós-graduação cursados pelos egressos	76
Figura 24 – Gráfico sobre as áreas dos programas de pós-graduação cursados	77
Figura 25 – Gráfico com número de egressos que cursaram o Póscom e o Pós-cultura	78
Figura 26 – Gráfico sobre outras graduações cursadas pelos egressos	79

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	09
2. A ORGANIZAÇÃO DA ÁREA CULTURAL NO BRASIL.....	12
2.1 A conformação do profissional da cultura.....	15
2.2 Produtor cultural: função, atuação e formação.....	17
2.3 Designações e reconhecimento dos profissionais da cultura.....	19
3. PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA: UMA HABILITAÇÃO DA FACOM/UFBA.....	23
3.1 Faculdade de Comunicação da UFBA: um breve histórico.....	23
3.2 Grande mudança curricular e a criação da nova habilitação.....	26
3.3 Documento de proposta de renovação curricular (1995).....	27
3.4 A proposta da nova habilitação.....	30
3.5 Primeiro ano e proposta de ajuste (1997).....	33
3.6 Alteração curricular do curso de Comunicação (1999).....	35
3.7 A busca pela prática em Produção em Comunicação e Cultura.....	38
3.8 A consolidação dos estudos sobre cultura.....	41
3.9 A proposta de atualização curricular de 2007.....	44
4. ANÁLISE DA FORMAÇÃO EM PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA ATRAVÉS DOS EGRESSOS.....	46
4.1 Metodologia e elaboração do questionário.....	46
4.2 Levantamento de dados e aplicação de questionários.....	47
4.3 Apresentação e análise dos dados obtidos.....	49
5. CONCLUSÃO.....	81
6. REFERÊNCIAS.....	84

7. APÊNDICES.....	87
--------------------------	-----------

1. INTRODUÇÃO

As investigações sobre a formação e organização da área da cultura, no Brasil e na Bahia, têm interessado pesquisadores desde o início desse século, mas principalmente – e começa a se intensificar – no período atual. A criação do primeiro curso de Produção em Comunicação e Cultura do Brasil, apresentado como uma habilitação na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia – concomitante ao curso de bacharelado em Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense –, data do ano de 1996 e pode ser considerada uma conseqüência das transformações pela qual a área da cultura passava nos anos 1990.

Surgido nesse contexto histórico, o curso, apesar de ainda ser muito recente – pois completou no ano de 2008 treze anos de existência – já demonstra alguns sinais de influência e contribuição para o mercado cultural baiano. Podemos perceber, por exemplo, que os órgãos públicos, estaduais e municipais, ligados à área da cultura já começam a absorver e, dessa forma, reconhecer os profissionais egressos desse curso/habilitação de nível superior como trabalhadores especializados do campo cultural. A formação, em diversos graus, de profissionais ligados a área da cultura começam a surgir e a fomentar a discussão sobre a estruturação dessa recente área.

A investigação proposta nesse trabalho vem analisar, através das formações dos alunos egressos do curso de Comunicação Social – Produção em Comunicação e Cultura, agora com um número mais significativo de egressos, quais possíveis interseções esta graduação tem com o mercado local de cultura e qual a importância dessa iniciativa pioneira, quando observado a área emergente de pesquisa citada acima.

Em âmbito específico, o da própria Faculdade de Comunicação da UFBA, a pesquisa poderá servir para se fazer, a partir dos resultados obtidos com os questionários, uma reflexão sobre os caminhos pelos quais o curso foi direcionado e quais ele poderá percorrer a partir de agora. Torna-se, portanto, de grande importância esta pesquisa por estar diretamente ligada a instituição, ao curso, aos professores, e aos maiores interessados – os alunos do curso.

É comum, no primeiro semestre, os alunos recém ingressados em Produção em Comunicação e Cultura, estarem, em sua maioria, bastante incertos do que exatamente se trata o curso. Questões como: “o que vou aprender”, “com o que vou trabalhar” ou “onde vou trabalhar” etc. são algumas das inquietações que os tocam. Junto a isso temos o fato de que a maioria dos professores do curso não são especializados nas áreas de formação do produtor cultural e, portanto, não podem, na maior parte das situações, responder à esses questionamentos. Logo, essa pesquisa busca também trazer uma luz às inquietações desses estudantes e dessa instituição que os abriga.

Além de relevância que acreditamos que tal objeto de pesquisa tenha – para os alunos de Produção em Comunicação e Cultura, para a instituição, para as áreas de pesquisa e para o mercado profissional – a adequação do mesmo se justifica por se tratar de uma pesquisa que irá apontar possíveis direções futuras para o desenvolvimento do próprio curso. Esperamos que a análise aqui proposta aponte novas perspectivas para o atual contexto de formação e organização da cultura na Bahia, através das possíveis sugestões para o desenvolvimento do curso de graduação.

Para tanto, no primeiro capítulo da presente pesquisa, intitulada “A organização da área cultural no Brasil”, iremos apresentar a conformação dos estudos e ações na área da cultura no país, desde as primeiras iniciativas nas políticas culturais até o contexto de surgimento do curso/habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, na Bahia. Para isso abordaremos a questão da profissionalização do campo cultural e o surgimento dos atores desse campo – os produtores culturais. A trajetória desses profissionais é analisada a partir da discussão sobre as competências que os mesmos devem ter, como também de questões atuais que circundam as nomenclaturas dos profissionais especializados em cultura. Finalizamos o capítulo ao contextualizar as recentes discussões sobre a área de formação em cultura afirmando a necessidade de consolidação dessa área.

No segundo capítulo, “Produção em Comunicação e Cultura: uma habilitação da FACOM/UFBA” nos debruçamos sobre a criação do curso a partir do contexto de mudanças pela qual a Faculdade de Comunicação passava, com sua grande proposta de renovação curricular dentro dos estudos de comunicação. Para isso retomamos brevemente o histórico da faculdade,

desde a criação do primeiro curso, até a constituição da mesma como unidade própria, até a sede e estrutura atuais. Apresentamos a trajetória do curso com os detalhes de suas alterações e aperfeiçoamentos durante os anos de 1996 a 2000 – momentos das grandes mudanças curriculares da FACOM, sendo a segunda utilizada até hoje – além da busca da comunidade acadêmica pela consolidação de conhecimentos práticos e teóricos sobre a área da cultura.

No terceiro e último capítulo, “Análise da formação em Produção em Comunicação e Cultura através dos egressos” analisamos dados obtidos através de aplicação de questionário com o público-alvo da pesquisa – os alunos egressos – com o objetivo de se avaliar essa formação, além de revelar a interseção existente entre o curso de graduação e o mercado de trabalho em cultura. Com os dados obtidos, e discutidos a partir do contexto do próprio curso, sugerimos alguns pontos importantes para possíveis aperfeiçoamentos desta formação e melhoria da mesma.

Por fim, na conclusão, revisitamos os capítulos apresentados para recuperarmos as discussões e análises realizadas e apontamos algumas sugestões e perspectivas para o desenvolvimento da graduação em Produção em Comunicação e Cultura e para a própria questão da formação em cultura.

2. A ORGANIZAÇÃO DA ÁREA CULTURAL NO BRASIL

A institucionalização da cultura no Brasil pode ser notada, mais regularmente, a partir da década de 1930. Foi no Governo Vargas onde foram criadas instituições voltadas para as áreas em que o Estado ainda não havia agido (Calabre, 2005) – incluindo-se aqui a cultura. É a partir desse período que podemos também falar da existência de políticas culturais no país¹. Como afirma o professor Albino Rubim:

“(...) dois experimentos, praticamente simultâneos, inauguram as políticas culturais no Brasil. Suas inscrições institucionais são distintas, mas ambos terão repercussões essenciais. Tais experimentos são: a passagem de Mário de Andrade pelo Departamento de Cultura da Prefeitura de São Paulo (1935-1938) e a implantação do Ministério da Educação e Saúde, em 1930, e mais especificamente a presença de Gustavo Capanema, à frente deste ministério de 1934 até 1945” (RUBIM, 2008, p.3-4).

Esses acontecimentos que marcam o início das políticas culturais foram também importantes para as diversas outras temáticas dentro da área cultural que surgiriam com o passar dos anos e dos diversos governos, gestões ministeriais, criações de organismos e elaboração de planos e propostas. Temáticas estas que seriam de interesse de pesquisadores de áreas distintas, tal como a discussão priorizada por esta pesquisa: o mercado e a formação de profissionais da cultura.

O interesse de pesquisa dentro das dimensões societárias sobre a cultura é precedida pelo que podemos chamar de autonomização do campo da cultura. Entende-se aqui a autonomização não como um tipo de isolamento ou afastamento da esfera social, mas, como define Pierre Bourdieu em seus textos acerca da cultura, implica na constituição desta “enquanto campo singular, o qual articula e inaugura: instituições, profissões, atores, práticas, teorias, linguagens, símbolos, ideários, valores, interesses, tensões e conflitos (...)” (Rubim, 2007a: 141).

Outra reflexão importante para o tema proposto por esta pesquisa é a questão da existência de um sistema cultural. Para compreendermos essa discussão se faz necessário apresentar os estudos de Antonio Gramsci (Rubim, L. 2005: 14-15) sobre os intelectuais. Além da vastamente conhecida

¹ Para o conceito de políticas culturais compreendido nesse trabalho consultar as contribuições de Rubim (2007a).

distinção entre intelectuais tradicionais e orgânicos, Gramsci faz outra tipologia interessante para se compreender o campo cultural. Ele apresenta três tipos de intelectuais: os que criam; os que transmitem e difundem; e os que organizam a cultura. Exemplificando cada um deles, consecutivamente, teríamos: artistas e cientistas; educadores e profissionais de comunicação; e por fim podem ser destacados gestores e produtores culturais.

Um sistema cultural precisaria dos três tipos de intelectuais apresentados para poder existir e funcionar. Apesar de notadamente apenas o primeiro tipo de intelectual ser valorizado e reconhecido como tal – vide exemplo dos artistas e cientistas – o sistema não subsistiria apenas apoiado nesses indivíduos. Os outros dois tipos apresentados são peças fundamentais e, portanto, compõem esse sistema com seus três momentos: a criação, a divulgação ou transmissão, e a organização cultural (Rubim, L. 2005).

O sistema cultural sustentado pela tipologia apresentada por Gramsci pode passar por uma atualização que acompanhe as mudanças ocorridas e que desencadearam na complexidade do mundo contemporâneo. As atividades descritas por este sistema apareciam de forma indiferenciada, pois em tempos passados ainda não cabiam as diferenciações e especificidades possíveis de se observar e descrever hoje. Albino Rubim (*apud* Rubim, L. 2005; Rubim, 2007 e Rubim, 2008) apresenta então as seguintes práticas sociais que formariam um sistema cultural complexo e contemporâneo: 1. Criação, inovação e invenção; 2. Transmissão, difusão e divulgação; 3. Preservação e manutenção; 4. Administração e gestão; 5. Organização; 6. Crítica, reflexão, estudo, pesquisa e investigação e 7. Recepção e consumo.

Do mesmo modo, como afirmado sobre o sistema cultural inicial de Gramsci, este também precisa que todas as esferas descritas acima estejam de forma articulada para que funcione. Cada um desses momentos diferenciados fez surgir a especialização dessas atividades através de profissões. No entanto, essas profissões (e profissionais) que hoje são possíveis de serem diferenciadas já foram exercidas, em suas funções, por apenas um indivíduo. Ou seja, o próprio criador cultural – ou artista – atuava como divulgador e produtor de suas criações, por exemplo.

Cada uma dessas práticas se complexificaram de forma diferenciada, sendo hoje umas mais delimitadas e configuradas – e muitas vezes já reconhecidas – enquanto que outras se encontram em estágios iniciais de estruturação. Contudo, vale ressaltar que mesmo nos dias atuais, em situações menos complexas essas práticas acabam sendo exercidas por apenas um indivíduo ou mais – com o acúmulo de funções.

Para compreender melhor sobre esses profissionais dos quais estamos falando dentro do sistema cultural contemporâneo, a professora Linda Rubim (2005) exemplifica:

“(…) podem-se relacionar as seguintes atividades com os profissionais que historicamente foram sendo formatados pela sociedade. A criação cultural está associada aos intelectuais, aos artistas e aos criadores das manifestações culturais populares; a transmissão, a difusão e a divulgação da cultura constituem o campo, por excelência, dos educadores e professores e, mais recentemente, dos profissionais de comunicação e das mídias; a preservação da cultura – material, imaterial, tangível, intangível – requer arquitetos, restauradores, museólogos, arquivistas, bibliotecários etc. A reflexão e a investigação da cultura é realizada por críticos culturais, estudiosos e pesquisadores; a gestão da cultura supõe a existência de administradores, economistas etc. A organização da cultura exige a presença de um tipo de profissional especializado: o produtor ou promotor ou ainda animador cultural” (RUBIM, L. 2005, p.18).

A prática do consumo é a única do sistema cultural que não demanda uma profissionalização, pelo contrário, o público consumidor é todo aquele envolvido (pela fruição) em/por atividades culturais, seja ela midiática ou não. Deve-se, obviamente, levar em consideração o nível de acesso diferenciado que cada consumidor terá a produtos e bens culturais, quando inseridos dentro de uma lógica mercantil (Rubim, 2008).

Quanto à questão da organização da cultura, de interesse especial dessa pesquisa, e a recente insurgência de profissionais especializados, resultam da compreensão ainda recente de que a cultura – e as atividades culturais – assim como outras esferas da sociedade, demandam organização. Desde a organização de um festejo popular de uma cidade do interior, de um encontro de estudos acadêmicos e científicos ao planejamento e execução de shows musicais, espetáculos de dança e exposições fotográficas, todos estes, não podem ser realizados sem empenho organizativo. Cada uma dessas atividades demanda atenção a detalhes em todas as suas

fases de elaboração – que vão de aspectos mais gerais a mais específicos de cada produto ou evento cultural.

O trabalho de organização da cultura esteve submetido historicamente a duas esferas sociais: a religiosa e a política. Apenas com a constituição da cultura como um campo – através das contribuições de Bourdieu citadas anteriormente – durante os séculos é que se passou a requerer trabalhadores com funções mais claras e específicas para a esfera cultural.

2.1 A conformação do profissional da cultura

No Brasil, a existência do “profissional da cultura” é reconhecida através da promulgação da Lei Sarney, em dois de Julho de 1986 – a primeira lei para financiar a cultura através de incentivos fiscais –, e posteriormente com a criação da Lei Rouanet em 1991, durante o Governo Collor – na gestão do Ministro que deu o nome a lei, Sérgio Paulo Rouanet. No decreto 1.494 de 17 de maio de 1995 a Lei Rouanet reconheceu legalmente a existência do trabalho de intermediação de projetos culturais, inclusive com a possibilidade de ganho financeiro.

Apesar do aspecto importante de reconhecimento do profissional da cultura, as duas leis que tratavam de instituir programas de incentivos para a cultura através de renúncia fiscal, foram responsáveis por tornar (ou substituir) as políticas culturais do país pela lógica do financiamento privado. Como lembra Albino Rubim, “a lógica das leis de incentivo torna-se componente vital do financiamento à cultura no Brasil.” (2008). Essa lógica perdurará e será incentivada nos governos citados como também nos governos seguintes, de Itamar Franco² e nos dois mandatos de Fernando Henrique Cardoso e do Ministro Francisco Weffort. Duas reformas ocorreram: uma durante o Governo FHC/Weffort e outra durante o Governo Lula/Gil. Atualmente (2009) a Lei Rouanet e todo o sistema de financiamento e fomento à cultura do país passam por uma grande discussão de abrangência nacional, promovida na gestão do Ministro Juca Ferreira no segundo mandato do Governo Lula.

² Durante os Governos de Sarney, Collor e Itamar (1985-1994) foram dez o número de dirigentes responsáveis pelo Ministério (Sarney e Itamar) e Secretaria Nacional de Cultura (Collor) – praticamente um por ano –, um dos fatores de instabilidade apresentados por Rubim (2007b).

As conseqüências da adoção da lógica de incentivo como a única forma de incentivo à cultura no país confluem também para o surgimento (ou fortalecimento) de uma prática de iniciativa privada: o marketing cultural. A pesquisadora Gisele Nussbaumer em seu livro *O Mercado da Cultura em Tempos (Pós)Modernos* (2000) explica que o desenvolvimento do marketing cultural foi precedido na história por três momentos da atuação do capital como suporte para a cultura.

O primeiro seria a origem do termo mecenato, considerado a primeira forma de obtenção de recursos para a produção cultural. Durante o império de Caio Augusto entre 30 a.C. e 10 d.C., o ministro Caio Cilino Mecenas – cujo nome deu origem ao termo usado até hoje – atuou articulando relações diplomáticas entre o Império Romano e os grandes filósofos, pensadores e artistas da época. O propósito era associar o prestígio que esses indivíduos tinham, perante a sociedade, ao império.

A Renascença marca o segundo momento, com atuação mais organizada dos mecenas – que se faz notada por toda a Europa – no período de ressurgimento das artes. O terceiro momento se dá nos Estados Unidos do século XX, quando o país entre em uma fase de grande desenvolvimento econômico e surgem as grandes indústrias automobilísticas e os grandes bancos. Nesse período surgem enormes fortunas, como a dos Ford, e o mecenato ganha força a partir do interesse desses “novos ricos” buscarem o prestígio e reconhecimento que gostariam de ter diante da sociedade: o faziam patrocinando as artes.

O mecenato e posteriormente as formas mais sistemáticas de patrocínio vão dar oportunidade para o surgimento do *marketing* cultural. No entanto, como afirma Albino Rubim em seu texto sobre essa área:

“A imediata assimilação do marketing cultural ao mecenato produz um profundo equívoco. É certo que o marketing cultural implica na mobilização de recursos oriundos de outros entes sociais para apoiar a produção cultural, como o mecenato. Mas o marketing cultural não se governa por uma lógica de doação, algumas vezes desinteressada, como pode acontecer no mecenato. Antes ele realiza sempre uma troca explícita de troca mercantil entre atores e interesses distintos (...) em busca de um ganho comum” (RUBIM In: RUBIM L. 2005, p.61).

São através dessas relações entre os artistas e as instituições privadas que surge a demanda por profissionais que intermedeiem as negociações, tanto do lado do artista que está em busca de recursos para seus projetos quanto para os empresários que estão interessados em patrocinar projetos culturais com o objetivo de agregar valor institucional a suas marcas, imagens etc.

Nussbaumer (2000) em constatação sobre o surgimento dos intermediários dentro da lógica do citado mercado da cultura, afirma:

“Os agente culturais têm, justamente, a função de atuar como intermediários entre artistas, financiadores, mídia e, conseqüentemente, público consumidor de bens e produtos culturais. Essa é uma das novas profissões, já assimilada e necessária para o bom funcionamento do mercado da cultura” (NUSSBAUMER, 2000, p.43).

A autora discorre a seguir sobre a necessidade de se pensar, a partir de então, a capacitação e formação para os produtores e agente culturais. No caso específico da atuação como agente de negociação entre instituição-artista (e vice-versa) são apontadas dentre as competências necessárias, os conhecimentos em comunicação institucional, por exemplo.

2.2 Produtor cultural: função, atuação e formação

A questão da formação de profissionais que atendam a demanda da organização da cultura começa a se condensar – como pudemos ver com a legitimação pelo estado do papel do intermediador cultural e também a crescente necessidade de profissionais para lidar com o marketing cultural – nos anos 1990. Possivelmente, como fatores diretos dessas discussões dão-se início, em 1996, a dois cursos de graduação em produção cultural no Brasil, um na Bahia e outro no Rio de Janeiro (Rubim, L. 2005 e Costa, 2007).

Ao propor uma análise sobre a questão da formação e da própria atuação dos produtores culturais o pesquisador Leonardo Costa (2007) observa o contexto existente a partir da criação das graduações de nível superior. A entrada no campo profissional da cultura, antes, se dava por duas formas: sujeitos que aprenderam e refletiram sobre esse ofício e se perceberam nesse campo

durante o exercício cotidiano de trabalho; e sujeitos que já se encontravam em um mercado de trabalho em cultura já mais estruturado e complexo, o que os levou a buscar por um aperfeiçoamento, capacitação ou formação mais sistemática e específica. Agora, com a oferta de dois cursos de graduação, um na Universidade Federal da Bahia, em Salvador, como uma habilitação do curso de Comunicação Social, e outro dentro do Departamento de Artes da Universidade Federal Fluminense, em Niterói, surgem os indivíduos que buscam por estes cursos acadêmicos mesmo sem experiências práticas anteriores, com foco em uma formação específica para a área e como forma de entrada nesse campo de trabalho.

Apesar de surgirem dentro de duas áreas distintas, por outro lado próximas em alguns aspectos – artes e comunicação –, o objetivo dos dois cursos de graduação é oferecer para os interessados nessa formação profissional conhecimento para uma atuação crítica perante este mercado, como um diferencial para futuros profissionais da cultura. Linda Rubim afirma também que:

“De imediato, é obrigatório assinalar que o requisito primordial e, sob todos os pontos de vista, mais essencial para o produtor cultural é sua sensibilidade aliada a conhecimento, encantamento e compromisso político e social com a cultura. Sem tal apego (...) o recém-formado nunca será um profissional pleno no campo cultural. Viver, sentir, pulsar, conhecer cultura é imprescindível como dado primeiro para o bom profissional” (RUBIM, 2005, p.28).

As competências necessárias para atuar no campo da cultura são muitas – e podem diversificar a depender das circunstâncias sociais ou ainda na área artístico-cultural na qual se atua. De um ponto de vista mais geral, além das características mais subjetivas citadas acima, um produtor cultural precisa ter conhecimentos sobre: formas de financiamento: leis de incentivo, editais público e privados; conhecimentos básicos administrativos e financeiros; noções de comunicação e relacionamento com a mídia; gestão de pessoas; criatividade e organização; além de conhecimentos e discussões fundamentais relacionados à cultura e as várias extensões da sociedade.

Ao analisar as diversas atuações que um produtor cultural pode exercer, podemos identificar inicialmente: captação de recursos; elaboração e planejamento de projetos culturais; ações e pesquisas para formação de públicos; gestão de instituições (públicas e/ou privadas) e de

empresas culturais; assessoria de comunicação e divulgação para cultura; coordenação de produção ou produção executiva; gestor estratégico de políticas e programas para a cultura, tanto em âmbito público quanto privado, etc.

Em relação às diversas linguagens artísticas e culturais, tais como a dança, o teatro, a música, as artes visuais e plásticas, o patrimônio histórico e artístico, a literatura, o audiovisual (a televisão, o cinema, o rádio) etc. podemos notar que também há especialização na atuação dos produtores culturais. Algumas dessas áreas, já mais desenvolvidas e consistentes, possuem nomes próprios para designar o profissional que atua na organização da cultura, como por exemplo, nas artes plásticas, onde o curador cumpre esse papel. No cinema, uma indústria bastante forte e desenvolvida, em escala mundial, o papel do produtor se desdobra em vários: produtor executivo, produtor de *casting* (elenco), diretor de produção, produtor de *set* etc.

2.3 Designações e reconhecimento dos profissionais da cultura

Como podemos notar, as atuações do profissional da cultura podem ser diversas. Isso influi para uma questão bastante importante: da terminologia utilizada para designar este(s) profissional(is) e conseqüentemente o reconhecimento social e profissional do mesmo. Linda Rubim (2005) já aponta a questão da terminologia como uma problemática conceitual. Ela cita três termos utilizados: produtor cultural, promotor cultural e animador cultural – ressaltando de antemão que todos eles são passíveis de uma compreensão confusa ou incompleta. No Brasil, no entanto, o termo mais utilizado para se referir ao campo e ao profissional são os de produção e produtor culturais³.

A autora Maria Helena Cunha, em seu livro *Gestão cultural: profissão em formação* (2007) trata sobre as competências e tarefas para atuação no campo contemporâneo da cultura – para o profissional que ela chama de “gestor cultural” – como também da institucionalização do campo da cultura no Brasil e em sua localidade (Minas Gerais), a complexificação do mercado de

³ Para uma discussão atual sobre as terminologias dos profissionais da cultura, dentre outros aspectos que circundam essa temática, consultar a edição de n.6 da Revista do Observatório Itaú Cultural (2008).

cultura, as questões que circundam a formação desse profissional etc. através dos relatos de experiências de nove entrevistados.

Para Cunha a diferença entre o gestor cultural e o produtor cultural, é o fato de o primeiro estar (e ser) preparado para pensar a cultura em longo prazo e de forma estratégica, enquanto o segundo atuaria na execução de atividades. Ela vê “o produtor cultural como alguém que caminha de mãos dadas com o gestor, sob sua coordenação” (REVISTA OBSERVATÓRIO ITAÚ CULTURAL, 2008).

A autora aborda ainda questões interessantes sobre os modos diferenciados de entrada no campo profissional da cultura, alguns fatos que confluíram para a formação de um mercado de cultura (considerando o Brasil, mas também com um olhar para sua localidade) e, conseqüentemente, para o surgimento de demanda por profissionais especializados – questões já contempladas aqui através das contribuições de outros autores (Rubim, L. 2005; Rubim, 2007, 2008; Nussbaumer, 2000; Costa, 2007, 2008).

Um dado relevante para o campo profissional da cultura trazido por Cunha (2008, p.33) é sobre a estruturação proposta no estado de Minas Gerais, pela Lei n. 15.467/2005, que institui o “Quadro de Pessoal do Grupo de Atividades de Cultura”, que estabelece o cargo de gestor público da cultura, admitido por concurso público (segundo ela, ainda não em vigor) – considerando-se que são raros ou quase nulos os cargos de concursos públicos destinados a atuação específica no campo da cultura⁴.

A autora traz ainda a discussão sobre a concepção de profissionalização e descreve as etapas para este processo através das contribuições de dois autores, Diniz e Coelho (2001 e 1999 *apud* Cunha, 2007). São algumas etapas:

“(...) tais como: quando a ocupação vira, de fato, um trabalho especializado e reconhecido; a formação profissional passa a ser uma exigência de mercado; o Estado reconhece a

⁴ Em maio de 2009 a Universidade Federal de Alagoas (UFAL) lançou um edital de seleção de técnicos administrativos (nível superior) onde havia, dentre os cargos oferecidos, o de produtor cultural; para se candidatar a vaga era necessário ter formação em comunicação social. Edital disponível em: <http://www.copeve.ufal.br/concursos/concurso.php?id=30>. Acessado em: 26 mai. 2009.

profissão como um elemento constituinte do seu próprio quadro de funcionários; a criação de associações de classe começa a ser discutida; e, por fim, questiona-se a falta de estatutos de regulamentação da profissão e de um código de ética – instrumentos que possam oferecer parâmetros para seus grupos profissionais” (CUNHA, 2007, p.106).

A legitimação da função do “intermediador da cultura” foi abordada quando foram levantadas as questões sobre a reforma da Lei Rouanet e as conformações do mercado de cultura no Brasil, no início desse capítulo. Contudo, um reconhecimento efetivo pelo Estado não foi feito de forma sistematizada, abrangente e oficial. Excetuando ações isoladas e desarticuladas, poucas são as atenções dadas pelo Estado à composição de quadros funcionais para os órgãos de cultura dos governos federais, estaduais e municipais.

Compete ressaltar, entretanto, o reconhecimento social que a função do produtor cultural obteve através de uma preferência midiática brasileira: a telenovela. Em 2004 a telenovela *Celebridade* foi veiculada em horário nobre da televisão brasileira e trazia a figura do produtor cultural representado através de sua protagonista e sua vilã – ambas produtoras culturais. Os perfis do produtor cultural, ainda pouco reconhecido (ou ao menos identificado), “foram tornados visíveis através deste ícone da comunicação de massa brasileira para a grande maioria da população” (Rubim, L. 2005). A notoriedade alcançada pela representação na telenovela contribuiu para, de certa forma, legitimar a formação nesta área profissional.

No entanto, apesar de toda a atenção que os temas relacionados à profissionalização da área cultural vem ganhando, a questão da formação em organização da cultura é ainda algo insuficientemente discutido pelas instâncias oficiais do Estado. No texto intitulado *Políticas culturais no Brasil: tristes tradições, enormes desafios* (2007), o autor Albino Rubim aponta “a ausência de uma política consistente de formação de pessoal qualificado para atuar na organização da cultura, em níveis federais, estaduais e municipais” como uma das tristes tradições encontradas pelos Ministros Gil e, agora, Juca Ferreira. Ele aponta vários avanços que o Governo Lula/Gil propôs em áreas que foram sendo abandonadas ou mal conduzidas pelos governos em gestões anteriores. Contudo, sobre a área de formação “a atuação do Ministério foi praticamente nula” e, portanto, ainda não devidamente tratada com a atenção que merece.

Uma ação que podemos destacar como importante – mais ainda pontual – é o Plano CulturaPREV, um plano de previdência complementar exclusivo para os profissionais da cultura, instituído em 2004 e gerido pela Fundação Petrobras de Seguridade Social (Petros). O Plano já conta com dez entidades associativas dos setores artístico-culturais do país. A iniciativa realizada pelo Ministério da Cultura (MinC) e pela Previdência Social (MPS) ganhou maior visibilidade com a campanha “Cultura Previdenciária”⁵ veiculada na televisão no mês de março de 2009. A campanha conta com pessoas conhecidas do meio artístico, como Milton Gonçalves e Marcos Frota, e ressalta a importância da valorização das atividades realizadas nos diversos segmentos da cultura brasileira.

Merece destaque também outra iniciativa, realizada em âmbito estadual, voltada para a questão da formação: o Curso de Atualização em Cultura, promovido pela Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (SECULT/BAHIA) em parceria com o Centro Multidisciplinar de Estudos em Cultura (CULT/UFBA)⁶ no período de 21 de julho a 01 de agosto de 2008, em Salvador. O objetivo do curso era oferecer para professores das universidades públicas da Bahia uma atualização e qualificação na área da cultura; num segundo momento eles capacitariam agentes e gestores culturais da capital e do interior do estado. Propostas, como essa, são de extrema importância para a formação em organização da cultura, e apenas salientam a necessidade de políticas e programas mais consistentes sobre essa questão.

Como pudemos notar, a cultura permeou vários espaços de discussões no Brasil e no mundo, alcançando um lugar de destaque através das últimas décadas. O campo das políticas culturais inaugurou e iniciou debates nas diversas faces e vertentes que compõem a cultura. Hoje a cultura é pensada como fator de desenvolvimento social e econômico pelas principais nações na contemporaneidade. Pensar e discutir sobre a formação de indivíduos que possam contribuir, desenvolver, articular e atuar nesse campo e nessa área profissional se faz mais que necessário – se faz essencial para a área cultural.

⁵ Para assistir a campanha veiculada, acessar: <http://www.cultura.gov.br/culturaprevidenciaria/>

⁶ Para mais informações sobre este e outros cursos, acessar: <http://www.cult.ufba.br/cursos.html>

3. PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA: UMA HABILITAÇÃO DA FACOM/UFBA

A criação de um dos primeiros cursos de graduação voltados para a formação do profissional de cultura ocorreu na Faculdade de Comunicação da UFBA. Este momento, porém, foi precedido por alguns fatores históricos ligados a trajetória da graduação em comunicação no Brasil, na Bahia e para a própria constituição dessa faculdade nos anos 1980.

3.1 Faculdade de Comunicação da UFBA: um breve histórico

Na UFBA o primeiro curso de jornalismo foi criado em 1950, no Departamento de Filosofia da instituição, sediado no bairro de Nazaré, em Salvador. O curso fez parte da Faculdade de Filosofia durante 18 anos. Em 1969 as instituições de ensino superior brasileiras passam por uma reforma universitária outorgada pela injunção do Ato Institucional nº 05, que transforma o curso de jornalismo em comunicação. Na UFBA – como também em várias outras universidades do país –, comunicação é agregada de forma despótica à biblioteconomia, momento quando se inaugura a Escola de Biblioteconomia e Comunicação (EBC).

Na EBC, o curso de comunicação tinha o seu próprio Departamento, no entanto, as forças políticas estavam todas concentradas nas mãos dos docentes do Departamento de Biblioteconomia. Os docentes do curso de Comunicação, durante os 19 anos de existência da escola, tiveram interferência quase nula sobre as diretrizes da unidade, o que, evidentemente interferiu no desenvolvimento dos projetos acadêmicos da área.

Os docentes e alunos dos dois cursos, em geral, divergiam de pensamento, de atitude e de identidade. Junto a esse contexto, é em 1984, quando da mudança da Biblioteca Central da UFBA para um prédio localizado no *campus* de Ondina, que os professores e alunos de Comunicação vêem uma oportunidade de se tornarem independentes – foi organizada uma manifestação seguida da ocupação do prédio vazio, como forma de conseguir um espaço físico destinado exclusivamente à área da comunicação.

O prédio⁷ foi conquistado por alunos e professores de comunicação, no entanto, o departamento ainda se mantinha vinculado à EBC. A reforma curricular ocorrida em 1985 e outras manifestações e reivindicações ocorridas em 1986 findam num acordo de rompimento com biblioteconomia, realizado de forma diplomática. Em 1987 é então criada a Faculdade de Comunicação (FACOM).

Com sede e autonomia, já em 1987 é criado na FACOM o primeiro curso de pós-graduação da instituição: a Especialização em Comunicação Comunitária. A faculdade é dirigida pelos professores Albino Rubim (diretor) e Marcos Palácios (vice) – o primeiro, professor da instituição desde a década de 1970; e o segundo, recém chegado da Pará para formar o quadro de docentes⁸. Antes disso, em 1984, é criado o NICOM⁹ (Núcleo Interdisciplinar de Cultura e Comunicação), passo importante para o fortalecimento da instituição através da organização e desenvolvimento de atividades acadêmicas dentro das áreas da comunicação e da cultura.

Em 1988 é criado o Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas, o primeiro da FACOM¹⁰, também coordenado pelos Professores Rubim e Palácios. Nesse momento os docentes percebem a importância do estímulo à pesquisa e como a pós-graduação dinamizava os estudos e agregava mais docentes à faculdade. Neste ano também foi criado o PET – Programa de Educação Tutorial, cujo primeiro tutor foi o professor Albino Rubim.

Contudo, ainda em 1988 a UFBA passa por uma grande crise que agita as várias unidades, incluindo a recente FACOM. A nomeação de Rogério Vargens como Reitor causa insatisfação na comunidade acadêmica e ocasiona numa greve de quatro meses. O posicionamento contra a administração do reitor nomeado faz com que os professores Rubim e Palácios sejam exonerados de seus cargos em junho daquele ano, substituídos pelos interventores Aílton Sampaio e Nívea Gouveia. O acontecimento ocasionou em diversos protestos contra a nova diretoria; esse e outros fatos fizeram com que um grupo de professores da UFBA se organizasse e entrasse com uma

⁷ Atualmente neste prédio funciona o Instituto de Saúde Coletiva (ISC).

⁸ Em 2009 o Prof. Albino Rubim passou a ser Diretor do recém criado Instituto de Humanidades, Artes e Ciências (IHAC) da UFBA; o Prof. Marcos Palácios continua como docente da FACOM.

⁹ O NICOM, criado pelo Prof. Albino Rubim, funciona até hoje como instância responsável pela organização da documentação dos eventos acadêmicos da FACOM.

¹⁰ E também o primeiro curso de mestrado em comunicação do norte e nordeste.

ação judicial contra o reitor, com a acusação deste não ter respeitado a lista sêxtupla. O então Reitor Rogério Vargens é derrotado judicialmente e indica Ruy Espinheira e Sônia Serra para os cargos de diretor e vice, quinto e sexto colocados na lista. O ato é comemorado por toda a universidade – na FACOM a celebração é feita com a queima de um boneco representando o antigo diretor, no que foi chamada de 1ª Lavagem da FACOM.

Em 1993 os professores Rubim e Palácios retornam aos cargos de direção da faculdade através do voto. As ações iniciadas no final da década de 1980, que começavam a conformar nacionalmente a FACOM como uma forte instituição na área da comunicação, foram retomadas. Dentro desse contexto, em 1994, foi criado o doutorado do então Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas¹¹. Em 1995 é apresentada uma grande proposta de mudança curricular na FACOM: a reformulação do currículo do curso de Jornalismo e a formulação de uma nova habilitação – Produção em Comunicação e Cultura –, tema central da pesquisa aqui proposta.

A FACOM ainda passará por algumas transformações. Uma delas é a mudança de espaço físico em 1999, do prédio do *campus* do Canela para a estrutura antes destinada ao Restaurante Universitário (R.U.) da UFBA, um prédio no *campus* de Ondina. As reivindicações por melhores condições de espaço físico começaram em 1998, por conta da precária situação estrutural na qual o prédio do Canela já se encontrava, como também pela necessidade de mais salas, uma vez que o número de alunos, docentes e funcionários havia aumentado, além das próprias atividades da faculdade. Os alunos da FACOM fizeram manifestações para que a faculdade mudasse para o prédio do R.U., enquanto considerável parte dos alunos da UFBA era contra a iniciativa. No entanto, a discussão levada ao Conselho Universitário foi votada e decidiu-se que todo o prédio deveria ser destinado para o funcionamento do FACOM. Ainda em 1999 as aulas começaram a ser dadas no prédio recém ocupado. Apenas em 2001 todas as instâncias da unidade funcionaram integralmente no *campus* de Ondina, endereço da atual FACOM.

¹¹ O Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (Póscom) é um dos cinco no Brasil que tem nível 5 da CAPES, junto com a UFRGS, UFRJ, UFF e UFMG. Para mais informações acessar: <http://www.poscom.ufba.br>

3.2 Grande mudança curricular e a criação da nova habilitação

Como pudemos ver, em 1995, dentro de um contexto conformado por diversas mudanças e iniciativas, é proposta uma grande mudança curricular que reformularia o curso de Jornalismo e criaria uma nova habilitação da comunicação, até então inexistente: a Produção em Comunicação e Cultura.

Em 26 de junho de 1995 é realizada na FACOM uma Reunião Extraordinária do Colegiado do Curso de Comunicação com os seguintes pontos de pauta a serem discutidos: reforma do currículo do curso de jornalismo; criação de novas habilitações; e processos. Nessa reunião (conforme ata da mesma) estavam presentes os professores Washington Filho, Albino Rubim, Sérgio Mattos, Aloísio Rocha Filho, Maurício Tavares, Monclar Valverde, Renato da Silveira, Guido Araújo, América Lúcia César (docente do Instituto de Letras que participou como observador do processo), Itania Gomes, Elias Gonçalves, Wilson Gomes, Jonicael Cedraz, Marcos Palácios, Nadja Miranda, Antônio Dias e Vera Martins. Além dos professores, alguns estudantes de graduação acompanharam a reunião.

Nessa reunião foram apresentadas propostas advindas tanto do Departamento de Comunicação quanto do de Jornalismo (na época existente). O Departamento de Jornalismo apresentou a proposta de criação da habilitação em Radialismo (rádio e TV). Com outra perspectiva, o Departamento de Comunicação baseou suas propostas no argumento da utilização do “currículo experimental”, dispositivo previsto em lei, que resolveria a questão da obrigação de se seguir um currículo mínimo – regra estipulada pela Resolução 002/84 –, e que, conseqüentemente, daria uma maior autonomia para a FACOM/UFBA sugerir seus próprios currículos acadêmicos. Foram apresentadas então as propostas para as habilitações em Jornalismo (reformulação), Publicidade e Propaganda e Produção em Comunicação e Cultura. Após diversas discussões sobre: recursos técnicos e infra-estrutura da faculdade para oferecer os novos cursos; responsabilidade departamental para oferta de novas disciplinas; e da defesa dos docentes por uma ou outra habilitação, por fim, foi decidido (e aprovado) pela reforma curricular da instituição e pela criação da habilitação em Produção em Comunicação e Cultura.

3.3 Documento de proposta de renovação curricular (1995)

Os trabalhos para a proposta da mudança curricular foram desenvolvidos por uma comissão formada por seis professores, sendo três do Departamento de Comunicação e os outros três do Departamento de Jornalismo, além de uma representante estudantil. A elaboração do documento de proposta precedeu um amplo debate entre alunos e professores dentro da faculdade.

Em 10 de julho de 1995 o documento contendo as propostas do Colegiado de Comunicação, intitulado *Proposta de Reforma Curricular e de Implantação de Nova Habilitação* foi enviado à Câmara de Ensino de Graduação da UFBA, acompanhado de um ofício dirigido à presidenta da mesma. O documento apresentava justificativas para as decisões tomadas pelo Colegiado além de apontar as diretrizes gerais que orientariam a renovação da graduação e os aspectos relevantes pela escolha da implantação da nova habilitação em Produção em Comunicação e Cultura.

Para sustentar as duas grandes propostas apresentadas, o documento discute sobre as transformações, atribuídas ao campo da comunicação, pelas quais a sociedade passara. Argumenta-se, por exemplo, sobre o grande desenvolvimento que a produção, circulação e consumo de bens simbólicos sofrera no período, e como esse campo do simbólico estava cada vez mais conectado as várias faces da sociedade contemporânea. Assim sendo, o texto aponta a relevância que o campo dos mídias (do inglês, *media*) tem na então “sociedade da informação” – ou ainda, como é propriamente citado, “cultura do espetáculo” ou “idade mídia”.

A cultura não está fora dos campos nos quais os mídias se conectam na sociedade contemporânea. O texto argumenta:

“Ao produzir incessantemente bens simbólicos e ao constituir circuitos de transmissão destes bens, hoje hegemônicos, o campo dos mídias retém forte dimensão cultural, apresentando-se como quase idêntico à cultura, na sua conformação de indústrias culturais.” (PROPOSTA DE REFORMA CURRICULAR E DE IMPLANTAÇÃO DE NOVA HABILITAÇÃO, 1995).

A configuração dos bens simbólicos, através das indústrias culturais, em mercadorias e consumo – e, portanto, em publicização mercantil, concorrência de marcas etc. – são resultados da conexão dos mídias com a economia. O ato da própria publicização em todos os campos sociais é outra configuração trazida a sociedade contemporânea pelos mídias. Destaca-se ainda um fator que desponta no período do contexto descrito e que hoje é, sem dúvida, um assunto de grande importância: as novas formas de sociabilidade e os novos lugares societários forjados pelas redes de informática e pelo ciberespaço; tendo o campo dos mídias papel essencial para a conformação dessa temática (e realidade) contemporânea.

Apresentadas essas questões, o texto aborda como as áreas da comunicação se adequam e se criam a partir dessa contemporaneidade midiática. São apresentados, por excelência, o jornalismo e a publicidade e propaganda; e como novas faces “a narrativa (ficcional) e o ‘show’, o qual traz imanente a possibilidade da variedade de elementos como seu princípio organizativo”. É através da compreensão da multiplicidade de “faces” da comunicação que o projeto acadêmico se sustenta, tanto na renovação do currículo do Jornalismo como na criação pioneira do novo currículo de Produção em Comunicação em Cultura:

“Os currículos (novo e renovado) alimentam-se da afirmação da comunicação como processo unitário e integrado, mesmo expresso socialmente em sua diversidade de modalidades, e como fenômeno, conjunto de práticas e teorias, sempre pluridisciplinar e umbilicalmente remetido à atualidade.” (PROPOSTA DE REFORMA CURRICULAR E DE IMPLANTAÇÃO DE NOVA HABILITAÇÃO, 1995).

Portanto, a opção da Faculdade de Comunicação em seguir esta perspectiva está justamente em acompanhar a pluridisciplinaridade pela qual é compreendida a comunicação neste momento, e registrá-la através dos cursos de graduação oferecidos pela instituição. Com base em um tronco comum bem definido, e que dá a possibilidade de formação multifacetada através das habilitações, a comunicação poderá ser estudada, pesquisada e apreendida de forma satisfatória.

Apresentada essa perspectiva global da comunicação – já uma realidade da sociedade contemporânea brasileira –, o documento reafirma também a importância que seria a implantação futura de outras duas habilitações, porém, inviáveis no momento por conta de algumas condições,

como falta de infra-estrutura, por exemplo. Seriam “uma em Publicidade e Propaganda” e outra em “Narrativas Midiáticas – em suportes como cinema, vídeo/televisão, rádio, multimídia e revista em quadrinhos”, que juntas com o Jornalismo e a Produção em Comunicação e Cultura conformariam a FACOM como uma faculdade de comunicação plena.

Ao finalizar as justificativas pela escolha da opção por este novo projeto acadêmico o documento se utiliza das trajetórias brasileira, baiana e da própria faculdade como legitimadoras de tal ação. Sobre o Brasil, é apontado que, mesmo sendo um país em desenvolvimento e, portanto, ainda excludente em diversas áreas sociais, o campo midiático se disseminou e habita o debate e o “espaço público”, que demanda por profissionais e pesquisadores na área. No âmbito estadual se destaca a Bahia como um lugar de reconhecida expansão das temáticas culturais e comunicacionais no país – enfatiza-se a sua forte tradição cultural de formação diversa como também a grande valorização e afirmação recentes de identidade. Por fim, a Universidade Federal da Bahia, instituição reconhecida nacionalmente por sua intensa atuação acadêmico-cultural, e sua Faculdade de Comunicação, com o Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (doutorado, mestrado e especialização) sintonizam-se com as demandas apresentadas pela atual “sociedade de comunicação”.

O documento ampara-se ainda em um dispositivo legal que permite a proposta de renovação da graduação e da criação de uma nova habilitação: opta-se por trabalhar a concepção de “currículos experimentais”, citada anteriormente. O curso de Comunicação Social é regulamentado pela Resolução nº02, de dois de janeiro de 1984¹², que traz no seu artigo primeiro que as atividades de Comunicação Social serão feitas através de graduação com as seguintes habilitações: a) Jornalismo; b) Relações Públicas; c) Publicidade e Propaganda; d) Produção Editorial; e) Radialismo (Rádio e TV); f) Cinema. A habilitação em Produção em Comunicação e Cultura não está prevista pela Resolução nº02/84, que também estabelece um Currículo Mínimo do Curso de Comunicação, o que inviabilizaria, portanto, a proposta de reforma autônoma da faculdade sobre o curso já existente, Jornalismo.

¹² Resolução nº02/84, Diário Oficial, Brasília, 30 jan. 1984. Seção I, pág. 1458 – Documento, Brasília (278): 209, fev. 1984.

A possibilidade dos “currículos experimentais” é permitida através do artigo 104 da antiga Lei de Diretrizes e Bases da Educação (Lei 4.024/61), então vigente. Através dessa possibilidade os currículos plenos podem ser formulados pelas especificidades regionais, por exemplo, e permite-se que um projeto acadêmico-pedagógico seja pensado pelo Colegiado, admitindo-se a autonomia que a Universidade tem, prevista na Constituição Federal. Segundo o documento de proposta, o artifício foi usado por outras escolas de comunicação do país, como por exemplo, a Escola de Comunicação e Arte (USP), e soluciona os entraves ocasionados pela inflexibilidade da Resolução nº02/84, que se mostrara bastante desatualizada.

3.4 Proposta da nova habilitação

No documento, a proposta de implantação da nova habilitação tratou dos enlaces entre a comunicação e a cultura para mostrar a conformação desta nova área. A questão do campo dos mídias e a produção de bens simbólicos – já abordados pelo próprio documento –, são retomados com enfoque na atividade cultural atribuída aos mídias. Segundo concepções do texto, as atividades culturais não estão restritas à cultura produzida e/ou veiculada por eles, visto que este campo permeia também a cultura não midiática. Portanto, tanto as relações dos mídias e da cultura (cultura midiática) quanto dos mídias com a cultura dita não midiática revelam uma teia cultural constituída nessas interações.

Dessa teia cultural, segundo o texto, emergem inúmeras zonas e atividades de articulação e permeação, tais como: as próprias indústrias culturais, o marketing cultural, as políticas e iniciativas públicas e privadas em cultura e comunicação, o turismo cultural, etc. que por sua vez demandam por estudos e pesquisas como também por trabalhos especializados. Essa afirmação entra em sintonia com o contexto de complexificação do campo da cultura apresentado no capítulo anterior, uma vez que se afirma aqui o desenvolvimento de um novo mercado de trabalho e a demanda por profissionais especializados.

Vale destacar a apresentação do perfil do profissional de Produção em Comunicação em Cultura que o documento da proposta traz. Apresenta-se assim:

“O profissional de Produção em Comunicação e Cultura, possuidor de um conhecimento teórico-analítico-informativo rico e abrangente da situação da cultura e da comunicação na contemporaneidade, com destaque para o panorama atual vivenciado no Brasil e na Bahia, realiza estudos e pesquisas na área de comunicação e cultura, além de planejar, produzir e realizar atividades culturais e comunicacionais, sob variadas formatações, sendo tais programas realizados diretamente pelos mídia, como ‘shows’ inscritos em sua programação midiática ou não, ou programas realizados por terceiros, mas perpassados pela necessidade de efetiva interação com os mídia.” (PROPOSTA DE REFORMA CURRICULAR E DE IMPLANTAÇÃO DE NOVA HABILITAÇÃO, 1995).

O objetivo do curso, portanto, é oportunizar a formação desse profissional descrito acima, dentro do contexto, e de forma a atender as demandas, de que tratou o documento.

Por fim, seguem em anexo ao documento as disciplinas que serão criadas e atenderão às duas habilitações: Produção em Comunicação e Cultura e Jornalismo. Dentre as disciplinas criadas estão: *Comunicação e Sociedade, Oficina de Comunicação Escrita, Oficina de Comunicação Audiovisual, Elaboração de Projetos em Comunicação, Comunicação, Ética e Legislação, Estética da Comunicação, Teorias da Comunicação, Comunicação e Tecnologia, Comunicação e Cultura Contemporâneas*; e as específicas da nova habilitação: *Oficina de Planejamento e Gestão em Comunicação e Cultura, Oficina de Marketing e Divulgação Culturais, Oficina de Produção em Cultura, Oficina de Produção em Comunicação e Políticas de Cultura e de Comunicação*.

Vale ressaltar que o projeto de renovação da grade curricular do curso de comunicação proposto pelo colegiado previa uma melhor interação com as disciplinas práticas. Para isso foram criadas disciplinas chamadas de “oficinas”, que teriam como resultado final um produto elaborado pelos alunos, através das ementas e conteúdos específicos. As chamadas oficinas seriam oferecidas desde os semestres iniciais, rompendo uma tradição de segregação entre os conteúdos teóricos e práticos dos cursos de graduação – normalmente nos semestres iniciais se concentram as disciplinas teóricas, enquanto que a parte prática se reserva aos semestres finais. O mesmo foi proposto para as disciplinas específicas de cada habilitação: elas estavam distribuídas entre os semestres junto com as disciplinas de tronco comum.

A partir dessa proposta o fluxograma da nova habilitação ficou da seguinte maneira, no primeiro semestre seriam oferecidas: *Oficina de Comunicação Escrita, Teorias da Comunicação, Comunicação e Cultura Contemporâneas*, e uma optativa; no segundo semestre: *Oficina de Comunicação Audiovisual, Semiótica, Políticas de Cultura e de Comunicação*, e uma optativa; terceiro semestre: *Estética da Comunicação, Marketing e Divulgação Culturais*, e duas optativas; quarto semestre: *Comunicação e Sociedade*, e três optativas; quinto semestre: *Elaboração de Projetos em Comunicação, Oficina de Planejamento e Gestão em Comunicação*, e duas optativas; sexto semestre: *Comunicação e Tecnologia, Oficina de Produção em Cultura*, e duas optativas; sétimo semestre: *Comunicação, Ética e Legislação, Oficina de Produção em Comunicação*, e duas optativas; oitavo e último semestre: *Projeto Experimental em Comunicação* ou *Projeto Experimental em Comunicação e Cultura*.

Dessas eram Disciplinas Obrigatórias da nova habilitação: *Comunicação e Cultura Contemporânea, Oficina de Produção em Cultura, Política de Cultura e de Comunicação, Oficina de Planejamento e Gestão em Comunicação e Cultura, Oficina de Produção em Comunicação, Marketing e Divulgação Culturais e Projetos Experimentais em Comunicação e Cultura*. Eram Disciplinas de Tronco Comum: *Comunicação e Sociedade, Teorias da Comunicação, Semiótica, Estética da Comunicação, Comunicação, Ética e Legislação, Oficina de Comunicação Escrita, Oficina de Comunicação Audiovisual, Elaboração de Projeto em Comunicação e Projetos Experimentais em Comunicação*. Todas essas disciplinas – específicas da nova habilitação e de tronco comum –, além de uma lista diversa de optativas, eram oferecidas pelo Departamento de Comunicação.

A reformulação do currículo dos cursos de Comunicação excluiu as disciplinas: *Introdução à Filosofia e Introdução à Sociologia*. Argumentou-se que os conteúdos poderiam ser abordados e contemplados pelas disciplinas do novo currículo como: *Comunicação e Sociedade, Comunicação, Ética e Legislação e Estética da Comunicação*.

O documento da proposta seguiu os processos internos da UFBA passando pelos órgãos responsáveis, como a Superintendência Acadêmica (SUPAC), e em 21 de novembro de 1995 a Câmara de Ensino da Graduação aprovou a proposta.

3.5 Primeiro ano e proposta de ajuste (1997)

No início do ano letivo de 1996 foram oferecidas 10 vagas da nova habilitação para os alunos que haviam sido aprovados no último vestibular para o curso de Comunicação, com a única habilitação existente: Jornalismo. Cinco estudantes aceitaram a proposta e iniciaram o curso pioneiro e de formação experimental. Foram eles: Carlos Paiva, Daniela Matos, Roberto Duarte, Rosane Vieira e Jean Calhau.

Após o primeiro ano de existência do curso os alunos junto com os professores propuseram um aperfeiçoamento a partir das experiências daqueles dois semestres. Foram realizados seminários internos de avaliação como também, em dezembro daquele ano, a Faculdade de Comunicação teve a iniciativa de convidar professores de outras universidades para formar uma comissão qualificada com o propósito de avaliar o novo currículo recém implantado e corrigir possíveis falhas e equívocos. A comissão foi composta por Cremilda Medina (USP), José Luiz Braga (UnB) e Nilson Lage (UFSC).

Com base nos relatórios produzidos pela comissão externa de avaliação, e com mais algumas ações de reavaliações internas ocorridas em 1997, posteriormente, foi organizado um documento com a proposta de ajuste – em reunião de Colegiado do dia 9 de dezembro de 1996 a concessão para a elaboração de um novo ajuste já havia sido aprovada. A proposta, que só seria enviada para apreciação da Câmara de Ensino de Graduação em 22 de maio de 1997, visava corrigir alguns equívocos da proposta de criação e melhor adaptar a grade curricular às necessidades apontadas e discutidas pelos discentes e docentes.

Os ajustes propostos seguiam cinco aspectos básicos da estrutura curricular: 1) a carga horária das disciplinas; 2) criação de novas disciplinas e/ou transformação do caráter das mesmas em optativo/obrigatório (vice versa); 3) modificação de nomenclatura de algumas disciplinas; 4) (re)alocação de disciplinas na estrutura (fluxograma) do curso; 5) mudança/estabelecimento de pré-requisitos.

Quanto à questão das cargas horária, foi aprovado pelo Colegiado o número de 60 horas que seria comum a todas as disciplinas. A exceção ficou por conta daquelas com caráter de oficina, mais a disciplina *Desenvolvimento Orientado de Projetos*, que teriam um total de 90 horas. Com essa mudança a disciplina *Marketing e Divulgação Culturais*, antes com 90h, passou a ter 60h. Os Projetos Experimentais, em quaisquer modalidades, permaneceram com 300h.

O Colegiado de Graduação aprovou também a criação de novas disciplinas e a transformação de algumas já existentes em obrigatórias e em optativas. A disciplina *Comunicação e Política*, antes optativa, foi transformada em obrigatória e passou a ser oferecida aos alunos do 5º semestre. Foi criada a disciplina *Desenvolvimento Orientado de Projetos* (citada no parágrafo acima) de caráter obrigatório para os alunos do 7º semestre.

A alteração de nomenclatura de disciplinas foi aplicada à *Comunicação, Ética e Legislação* que passou a ser chamada de *Comunicação e Ética*; a *Oficina de Planejamento e Gestão em Comunicação* passou a ser nomeada como *Oficina de Planejamento em Comunicação e Cultura*.

Com a reformulação da grade curricular da habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, os 1º, 2º, 3º e 8º semestres permanecem com as mesmas disciplinas. No 4º semestre é acrescentada a disciplina *Comunicação e Tecnologia*, anteriormente localizada no sexto semestre, e ficam duas optativas ao invés das três oferecidas; no 5º semestre é alocada a disciplina *Comunicação e Política* – agora obrigatória –, é oferecida *Comunicação e Ética* (antes do sétimo semestre) e continuam a *Oficina de Planejamento de Comunicação e Cultura* e uma optativa; no 6º entram a disciplina *Oficina de Produção em Eventos* e a disciplina *Elaboração de Projetos em Comunicação*, esta antes pertencente ao quinto semestre; por fim, no 7º semestre é ofertada a recém criada *Desenvolvimento Orientado de Projeto* junto com as demais.

Com as alterações acima, aprovadas pelo Colegiado, os alunos de Produção em Comunicação e Cultura passam a ter que cumprir o total de 510 horas de atividades de extensão e/ou pesquisa para complementar a carga total prevista para as graduações em comunicação de 2700 horas. Nessa condição foi aprovado também que o aluno terá a opção de cumprir parte dessa carga horária em disciplinas optativas, sendo possível o máximo de três optativas como escolha para

cada aluno. Vale ressaltar que as disciplinas de tronco comum, como *Comunicação e Política e Desenvolvimento Orientado de Projeto*, foram, portanto, acrescidas, alteradas suas nomenclaturas e/ou modificadas de lugar também para a habilitação em Jornalismo. Algumas disciplinas específicas também foram criadas, assim como outras tiveram o caráter modificado para esta habilitação.

A proposta de ajuste apresentada acima entraria em vigor para os alunos matriculados a partir do ano de 1998. Para os alunos matriculados a partir de 1999 o currículo ainda sofreu algumas pequenas alterações.

3.6 Alteração curricular do curso de comunicação (1999)

As rápidas mudanças ocorridas no campo da comunicação desde o período de implantação da grande mudança curricular, que acarretaram em incessantes discussões e debates para o aprimoramento dos currículos da FACOM, fazem com que em 1999 seja proposta outra grande modificação. No decorrer desse ano foram realizados cinco encontros internos específicos sobre currículo, nos meses de maio, julho, agosto, outubro e novembro, e com participação da grande maioria de alunos e professores.

Os debates ocorridos resultaram na aprovação pela Faculdade de Comunicação de uma nova alteração curricular, admitida pela unidade em nove de novembro de 1999, e que seguiu para apreciação da Câmara de Ensino de Graduação do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da UFBA, para que este novo projeto entrasse em vigor no primeiro semestre do ano 2000.

O documento com o novo projeto acadêmico-pedagógico foi escrito com base nos argumentos utilizados na grande mudança de 1995/1996. O documento é organizado em cinco diretrizes gerais que: reafirmam o caráter amplo compreendido pela experiência de ensino, que não deve se limitar às salas de aula, e que incentiva um conhecimento através do ensino, da pesquisa e da extensão. Com isso é incorporado ao curso um conjunto de Atividades Complementares Obrigatórias, que passam a ser creditadas na carga horária total dos cursos, e que compreendem:

grupos de pesquisa, atividades de extensão, estágios acadêmicos, programas especiais de treinamento etc.

É reafirmada a importância dada pela quebra da tradição nas graduações quanto a disposição de disciplinas práticas e teóricas nas grades curriculares. Desde a mudança curricular de 1995/1996 o fluxograma dos cursos foi pensado de forma que tanto à prática quanto a teoria pudessem ser ensinadas concomitantemente desde os semestres iniciais. As disciplinas práticas foram chamadas de oficinas e tem como objetivo final (e avaliativo) um produto laboratorial.

Ressalta-se ainda a atenção que é dada aos trabalhos desenvolvidos ao final do curso. Os alunos poderão desenvolver tanto um trabalho monográfico quanto um projeto de natureza técnico-artística. O processo de finalização do curso se iniciará a partir do sexto semestre com a disciplina *Elaboração de Projeto em Comunicação*, seguida por *Desenvolvimento Orientado de Projeto* (sétimo semestre) finalizado pela disciplina *Trabalho de Conclusão de Curso* (antigo Projeto Experimental), que deve ser cursada de forma exclusiva no oitavo (e último) semestre.

Por fim, o projeto reafirma a importância que é atribuída à autonomia que os alunos terão com sua própria formação através das disciplinas optativas oferecidas. Com pelo menos uma disciplina optativa por semestre será possível aprofundar o curso em áreas de interesse da comunicação disponibilizadas pela lista de optativas da faculdade.

As mudanças ocorridas nas disciplinas referem-se as suas ementas, revistas e atualizadas; alteração de nomenclaturas; sua localização dentro da grade curricular; reformulação de pré-requisitos; além da criação de novas disciplinas que abarquem as demandas apontadas dentro das discussões curriculares.

As disciplinas da habilitação em Produção em Comunicação e Cultura que sofreram ajustes são as seguintes: *Políticas de Cultura e Comunicação*, que tem sua ementa revista e passa a ser uma disciplina de primeiro semestre; *Marketing e Divulgação Culturais* passa a ser nomeada como *Marketing Cultural*, tem ementa revista e é realocada no segundo semestre; *Oficina de Produção*

em Cultura passa a ser nomeada como *Oficina de Produção Cultural*, com ementa atualizada, nova carga horária (de 120h) e localizada no terceiro semestre.

São criadas e incluídas novas disciplinas, são elas: *Oficina de Análise de Públicos e Mercados Culturais*, com 120h e localizada no quarto semestre; *Oficina de Assessoria de Comunicação* (120h), localizada no quinto semestre – esta disciplina também passa a ser oferecida para a habilitação em Jornalismo, mas localizada no sétimo semestre; *Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos Culturais*, localizada no sexto semestre; e *Oficina de Gestão Cultural*, localizada no sétimo semestre.

Com isso é excluída da lista de disciplinas oferecidas a *Oficina de Planejamento e Gestão em Comunicação e Cultura*; e a *Oficina de Produção em Comunicação* passa a ser optativa com carga horária de 60h. Além disso, a disciplina de final de curso *Projetos Experimentais* tem sua ementa revista e passa a ser identificada como *Trabalho de Conclusão de Curso* (como citado anteriormente). As *Atividades Complementares Obrigatórias*¹³ são também reformuladas, podendo ser realizadas do primeiro ao sétimo semestre e passam totalizar 300 horas.

Outras disciplinas, pertencentes ao tronco comum, como *Comunicação e Atualidade I* e *Comunicação e Atualidade II*, são criadas e alocadas no terceiro e quarto semestre do curso de Comunicação, respectivamente. A habilitação de Jornalismo também tem criação, revisão e realocação de disciplinas específicas.

O currículo proposto foi aprovado pela Câmara de Ensino de Graduação e entrou em vigor no semestre 2000.1. Junto com a aprovação do novo currículo foi apresentado um plano de equivalência de disciplinas para o processo de transição entre os alunos que ainda cursariam o currículo anterior e o novo.

Ainda em 1999 a habilitação de Produção em Comunicação e Cultura passa por avaliação do Ministério da Educação (MEC) onde, após apresentação sobre projeto acadêmico-pedagógico,

¹³ Baseada na resolução 01/99 da FACOM, compreende-se como atividades complementares obrigatórias: programas especiais; pesquisa; produtos técnico-artísticos; eventos acadêmicos; prestação de serviços; e estágio acadêmico; todos vinculados à área de comunicação e cultura.

currículo dos docentes envolvidos etc., é prontamente aprovado¹⁴. Em 2004, por conta da Resolução 05/03 do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão, as cargas horárias das disciplinas são alteradas de 60h e 120h para 68h e 136h, respectivamente. O currículo proposto e aprovado em 1999, com as alterações de carga horária de 2004, está sendo aplicado até os dias de hoje – quando irá completar dez anos (2009).

3.7 A busca pela prática em Produção em Comunicação e Cultura

Apesar de a prática ser um aspecto pensado pelas propostas de criação e posteriores reformulações do curso de comunicação e da habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, essa questão, para grande parte dos alunos, foi sempre deficitária na FACOM¹⁵. Dentro desse contexto de busca por conhecimento profissional através da prática é que surge em 2001 a Produtora Júnior – UFBA, empresa júnior de comunicação e produção cultural.

Alunos de vários semestres de Produção Cultural¹⁶ não satisfeitos com o que a faculdade oferecia em termos de disciplinas, professores especializados e laboratórios, começaram a se unir em torno de um objetivo comum: montar um núcleo de produção, onde fosse possível realizar atividades, ações e projetos na área de comunicação e cultura.

Durante o ano de 2001 esse grupo se reunia para pensar a melhor forma de viabilizar o projeto desse núcleo de caráter prático¹⁷. Foi então que se decidiu pela opção de se formar uma empresa júnior, iniciativa que tem como propósito intermediar o contato do estudante universitário com o mercado de trabalho. Para isso os fundadores da Produtora Júnior (PJR) tiveram como apoio principal a empresa júnior de administração, a ADM UFBA, no período, com cerca de 10 anos de experiência.

¹⁴ Para mais informações sobre reconhecimento pelo MEC, acessar: <http://www.educacaosuperior.inep.gov.br>

¹⁵ Uma análise crítica sobre essa e outras questões sobre a habilitação em Produção em Comunicação e Cultura será feita a partir da análise de questionários aplicados com os alunos egressos deste curso, no próximo capítulo.

¹⁶ A habilitação em Produção em Comunicação e Cultura da FACOM/UFBA é também chamada pelos alunos e docentes por Produção Cultural.

¹⁷ Essas e outras informações foram conferidas através do texto “Conhecimento + Prática: e a Produtora Júnior com isto?” (2005) da egressa em Produção em Comunicação e Cultura, Luciana Câmara.

As primeiras reuniões do grupo aconteciam nas salas de aula da FACOM ou na sala do PET Comunicação (PetCom). O grupo passou a se reunir semanalmente para estruturar e viabilizar uma empresa. Nesse período o grupo de estudantes já realizava projetos e serviços. Um deles foi a assessoria de comunicação para a *Oficina de Roteiro* ministrada por Roberto Duarte (aluno da primeira turma desta habilitação). Apesar do movimento para criação da Produtora Júnior ter se iniciado no fim do ano 2000 e durante todo o ano de 2001, a instância comemora sua fundação em outubro de 2001, quando, depois de alguns percalços administrativos e após passar pela aceitação da maior parte dos docentes, a FACOM cedeu uma sala para seu uso – a sala 40, no primeiro andar da faculdade é até hoje sede do funcionamento da Produtora Júnior.

O grupo de estudantes que mobilizou a idéia e fundaram a empresa compuseram a primeira diretoria e equipe de membros. Alguns deles: Pablo Dantas, que se tornou o diretor presidente; Tenaflae Lordelo e Felipe Leal, diretores de comunicação; Jennifer Serra, diretora de cultura; e Ronaldo Barreto, diretor administrativo financeiro. Entre alguns dos primeiros membros estão: Alan Lobo, Cinthia Almeida, Darlan Muniz, Ivana Vivas, Leonardo Costa, Lívia Nery, Luciana Câmara e Paula Cruz.

A Produtora Júnior – UFBA que havia surgido pelas demandas que os alunos de Produção Cultural apresentaram, abarcava também os alunos de Jornalismo. Hoje, completados sete anos de fundação em outubro de 2008, a Produtora Júnior – UFBA já realizou mais de 100 projetos e serviços na área de comunicação e cultura. Dentre os projetos e serviços mais antigos temos: a produção e agendamento de shows para bandas como o *Barravento* (atualmente conhecida como *Barlavento*), *Cacimba*, *Mezadut* e *Navio Negreiro*; a participação na produção das peças teatrais como *A Revolta dos Brinquedos* e *A Lenda do Vale da Lua*, e do projeto de exposição de artes plásticas *Exposição Itinerante*; dentre produções de várias oficinas, seminários e encontros. Dentre os projetos mais atuais podemos citar as diversas edições do *ArteCom – Semana de Arte, Comunicação e Cultura* (2004/2008), o *FacomSom*, projeto musical (2005/2006), *O Palco É Aqui*, palestra sobre a cena teatral baiana (2006/2007), e o *Veja Cultura: Cinema* (2008), além de vários serviços prestados a pequenas empresas, pessoas físicas, e a participação em projetos e ações na própria universidade.

Durante esses anos muitas conquistas fizeram parte da história da Produtora Júnior – UFBA. A própria modificação de sua estrutura funcional, por exemplo, que hoje comporta além das diretorias (Presidência, Administrativo-financeira, Atendimento, Recursos Humanos e Comunicação) a existência de três núcleos responsáveis pela realização dos projetos e serviços da empresa nas suas áreas de atuação: Produção Cultural, Assessoria de Comunicação e Criação Gráfica. A realização semestral de processos seletivos e a existência de um Programa *Trainee* renovam sua equipe de trabalho e motivam novos alunos a fazerem parte dessa iniciativa.

A Produtora Júnior – UFBA, assim como as demais empresas juniores da instituição¹⁸ buscam se integrar as suas unidades através dos professores. No entanto, por muitos períodos a PJR já esteve sem a tutoria de um professor. Esse fato pode ser justificado de forma direta à falta de professores específicos contratados para a habilitação em Produção em Comunicação e Cultura¹⁹.

Dentre os docentes que já fizeram parte da empresa como tutores estão Umbelino Brasil (anos iniciais), Gisele Nussbaumer (metade de 2006) e Cláudio Cardoso, que após ter se desvinculado no período de seu pós-doutoramento (final de 2007), aceitou o convite para acompanhar a empresa durante os anos de 2008/2009. Além dos professores tutores da empresa vale ressaltar a contribuição de professores que acompanharam a realização de projetos específicos, como foi o caso do *FacomSom*, acompanhado em sua primeira edição pelo professor Jéder Janotti Júnior. Professores substitutos e alunos das pós-graduações da FACOM já acompanharam algumas atividades específicas dessa instância, no entanto, seu caráter de vínculo provisório com a faculdade faz com que essa relação não possa ser mais efetiva.

Apesar de todas as dificuldades encontradas a PJR se mostra como uma instância de papel relevante para a área prática em comunicação e produção cultural da FACOM. Hoje, são mais de 80 alunos que tiveram a oportunidade de experimentar aspectos práticos de sua graduação através dessa instância²⁰.

¹⁸ A UFBA tem 12 empresas juniores nas diversas áreas de graduação; as empresas se auto-organizam e se reúnem através do Núcleo de Empresas Juniores da UFBA (NEJ-UFBA).

¹⁹ Até hoje só houve duas vagas de concurso público para docentes da habilitação em Produção em Comunicação e Cultura.

²⁰ Para conhecer mais sobre a Produtora Júnior – UFBA, acessar: <http://www.pjr.ufba.br> e <http://www.produtorajunior.blogspot.com>.

3.8 A consolidação dos estudos sobre cultura

No ano de 2002 uma rede de pesquisadores de diversas áreas do conhecimento e de diferentes instituições se reuniu sob a tutela do Prof. Albino Rubim, na Faculdade de Comunicação da UFBA, para estudar os diversos aspectos da cultura e do turismo, com enfoque na Bahia contemporânea. Surgia então o projeto de criação do *Centro de Estudos Avançados em Cultura – CULT*.

O projeto de criação do CULT viria a dar maior sustentação aos esforços dos pesquisadores em cultura, que trabalhavam ainda de modo disperso e sem condições de infra-estrutura adequada para o desenvolvimento articulado e cooperativo de estudos e pesquisas. Para tanto, junto à proposta do centro está implícita a criação de meios que permitiriam a utilização compartilhada de informações, bibliografias, acervos, equipamentos, instalações etc. que o tornaria um lugar de interlocução acadêmica.

A criação de um espaço físico para o CULT, mesmo que localizado na FACOM/UFBA, serviria de intermediação e troca para as instituições que no momento mantinham uma grande contribuição para as pesquisas em cultura, tais como: o Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da UFBA; o Programa de Pós-graduação em História da UFBA; o Programa de Pós-graduação em Letras da UFBA; o Mestrado Interestadual de Cultura e Turismo da UFBA e da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC); e o mais recente, o Programa Multidisciplinar de Pós-graduação (Doutorado e Mestrado) em Cultura e Sociedade da FACOM/UFBA, naquele período, em fase de implantação.

Dentre os objetivos propostos pelo CULT, além da criação e desenvolvimento da rede de pesquisadores, estavam: realização de pesquisas sobre cultura e turismo envolvendo pesquisadores e instituições baianas, brasileiras e internacionais; produção de acervos comuns, tanto presenciais quanto virtuais; organização de intercâmbio entre os pesquisadores e lugares envolvidos; desenvolvimento de política editorial; organização de eventos acadêmicos, etc.

A equipe de pesquisadores apresentada nesse primeiro momento de proposta de criação do CULT tinha nomes de diversas unidades da UFBA, assim como de instituições soteropolitanas e baianas que se debruçavam sobre as temáticas da cultura. Na UFBA temos professores, doutorandos, mestrandos e graduandos em comunicação; pesquisadores em história, em arquitetura, em letras, em sociologia, geociências, etc. Como o documento de apresentação do CULT informa, a rede de pesquisadores era composta pelas mais distintas áreas do conhecimento que tocam os estudos da cultura, tornando o centro de caráter multidisciplinar.

O projeto de implantação do então *Centro de Estudos Avançados em Cultura* é apresentado na reunião de Congregação da FACOM no dia 12 de maio de 2003, sendo aprovado. O CULT tem um regimento interno que apresenta seu vínculo institucional com a FACOM, seus objetivos, sua estrutura organizativa e seus membros.

Só em 2005 o CULT, com o nome modificado para *Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura* – forma pela qual é identificado hoje – conseguiu um espaço físico para se tornar sua sede. A casa de máquinas localizada no terraço do prédio da FACOM, que estava em desuso, é cedida para que fosse reformada e equipada e se tornasse a sede de CULT. Apenas em 2006 a nova sede é inaugurada e entra em pleno funcionamento, com os equipamentos necessários para o desenvolvimento de pesquisas, aporte para os pesquisadores associados realizarem atividades correlatas, organização de acervo bibliográfico sobre cultura, pequeno laboratório de edição e filmagem, etc.

Foi no ano de 2005 também que o Mestrado do Programa Multidisciplinar de Pós-graduação em Cultura e Sociedade (Pós-cultura)²¹ começou a funcionar. O Doutorado do mesmo programa viria iniciar sua primeira turma no mesmo ano. Além da importância acadêmica e intelectual que o Pós-cultura representou, desde sua criação até os dias de hoje, a sua existência tem contribuição específica para a graduação em Produção em Comunicação e Cultura em alguns aspectos que valem ser ressaltados.

²¹ O Programa Multidisciplinar de Pós-graduação em Cultura e Sociedade, conhecido com Pós-cultura, apesar de seu pouco tempo de existência (2005 até hoje, 2009) tem o nível 4 da CAPES. Para mais informações, acessar: <http://www.poscultura.ufba.br>

Um desses pontos importantes é a contribuição indireta que a formação de mestrandos e doutorandos desse programa acarreta à graduação. Como foi apontado anteriormente, o número e a qualificação de professores voltados para o curso de Produção Cultural é reduzido na FACOM – visto que até hoje só houve dois concursos de docentes para disciplinas específicas dessa habilitação. Muitos dos professores que ensinam nesse curso são contratados em caráter temporário, como professores substitutos. Anteriormente eram poucos candidatos às vagas que tinham qualificação e conhecimentos necessários as demandas específicas do curso. Com o Pós-cultura se constituiu, de forma natural, uma retroalimentação a essa vagas e demandas, sendo que muitos dos mestrandos e doutorandos desse programa foram contratados, através de concurso, e puderam exercer os cargos de professores substitutos nessa instituição, para essa habilitação.

Sabemos que o ideal – e mais que necessário – é que vagas de caráter efetivo sejam abertas para professores qualificados nas áreas da cultura as quais o curso apresenta demanda. No entanto, a atuação de professores qualificados, advindos do Pós-cultura, mesmo em vagas de caráter temporário, contribuiu para certa melhoria do ensino nessa graduação.

A atuação do CULT e do Pós-cultura no campo das pesquisas em cultura oportuniza também que os graduandos da FACOM tenham a oportunidade de exercer um dos tripés de sustentação das universidades públicas – já tratados anteriormente, dos quais a FACOM faz uso nos seus projetos acadêmico-pedagógicos –, a pesquisa. A faculdade, que já tem um bom histórico de grupos de pesquisa em comunicação e cultura, ganha mais grupos de abordagens diferenciadas sobre a cultura. Atualmente, o CULT reúne quatro grupos de pesquisa dos quais os alunos de graduação, coordenado por professores, com participação de pós-graduandos, podem participar. São eles: *Políticas Culturais no Brasil: Itinerários, Atualidade e Desafios Contemporâneos*, coordenado pelo professor Albino Rubim; *Grupo Cultura e Sexualidade (CUS)*, coordenado pelo professor Leandro Colling; *Miradas Femininas (MIDAS)*, coordenado pela professora Lindinalva Rubim; e o *Grupo de Estudos e Pesquisa em Economia da Cultura (GEPEC-BA)*, coordenado pelo pesquisador João Paulo Matta.

Por fim, um projeto do CULT e do Pós-cultura, junto a outras instituições de dentro e fora da UFBA, que congrega todas essas outras contribuições apresentadas, é a realização, desde o ano

de 2005, do *Encontro Nacional de Estudos Multidisciplinares em Cultura (ENECULT)* ²² – portanto, em maio desse ano (2009), foi realizada a quinta edição do encontro – que se torna cada vez mais uma referência nos estudos e pesquisas em cultura no Brasil e no mundo.

3.9 A proposta de atualização curricular em 2007

Um último acontecimento mais recente também engendra pela trajetória apresentada neste capítulo – da Faculdade de Comunicação e da habilitação em Produção em Comunicação e Cultura. A mudança curricular proposta para o ano de 2007.

Em 2006 o curso de Comunicação – Produção em Comunicação e Cultura completa 10 anos, junto com ele, a grande mudança proposta pelo projeto acadêmico-pedagógico adotado pela FACOM. Coincidentemente, nesse mesmo ano os alunos de graduação, principalmente os de Produção Cultural, mobilizados para que haja uma melhoria na oferta de disciplinas optativas, se reúnem para discutir sobre revisão de ementas, criação de novas disciplinas e realocação de outras na grade curricular.

As reuniões organizadas pelo C.A. Vladimir Herzog não tem a participação da maioria dos estudantes. No entanto, a colaboração dos presentes, junto a outras ações – como, por exemplo, a aplicação de um questionário com os alunos sobre as disciplinas – servem de conteúdo para a elaboração de um documento que é apresentado à FACOM (Diretoria, Departamento e Colegiado). Professores e alunos discutem as novas mudanças que findam na aprovação por uma nova proposta de ajuste em reunião de Colegiado, no dia 12 de junho de 2006. As disciplinas novas, sugeridas pelo novo ajuste, serão oferecidas pelo Departamento de Comunicação, com aprovação de oferta votada no dia 18 de setembro de 2006.

O documento aprovado, similar as propostas de 1997 e 1999, se baseia em cinco diretrizes básicas: 1) criação de disciplinas; 2) modificação na nomenclatura de algumas disciplinas; 3)

²² Para saber mais sobre a última edição do ENECULT, acessar: <http://enecult.wordpress.com/>

modificação na localização de disciplinas na grade do curso; 4) transformação de obrigatória em optativa; 5) transformação de optativa em obrigatória.

Para a habilitação em Produção em Comunicação e Cultura são criadas as seguintes disciplinas obrigatórias: *Fundamentos da Produção Cultural*, *Oficina das Modalidades da Produção Cultural*, *Oficina de Assessoria de Comunicação e Divulgação de Projetos Culturais*. As disciplinas *Oficina de Produção Cultural* e *Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos Culturais* passam a se chamar *Oficina de Produção e Projetos Culturais*, uma única disciplina.

A disciplina *Semiótica*, obrigatória para as duas habilitações, passa a ser chamada de *Teorias da Interpretação* e tem sua ementa revista. A disciplina *Comunicação e Atualidade II*, também obrigatória para os dois cursos, passa a ser uma disciplina optativa. A habilitação em Jornalismo também tem disciplinas específicas criadas, assim como algumas passam de caráter optativo para obrigatório.

As mudanças de localização das disciplinas na grade curricular ficam por conta de *Políticas da Cultura e da Comunicação*, que é oferecida no primeiro semestre, e passa a ser cursada no quarto; em seu lugar fica a nova disciplina *Fundamentos da Produção Cultural*; no quarto semestre, exclui-se *Comunicação e Atualidade II*, acrescenta-se a nova *Oficina de Produção e Projetos Culturais*; *Oficina de Análise de Públicos e Mercados Culturais*, antes pertencente ao quarto semestre, passa a ser oferecida no quinto; no sexto será oferecida a nova disciplina *Oficina das Modalidades da Produção Cultural*, substituindo a disciplina que se transformou na nova oficina oferecida no quarto semestre.

A proposta de ajuste foi encaminhada para apreciação da Câmara de Ensino de Graduação no dia 16 de março de 2007. Caso tivesse aprovação, o projeto entraria em vigor no semestre posterior. No entanto, até o período atual, o documento com a nova proposta não obteve deliberação, mantendo em vigor o currículo proposto e aprovado em 1999/2000.

4. ANÁLISE DA FORMAÇÃO EM PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA ATRAVÉS DOS EGRESSOS

A partir das discussões sobre a organização da cultura – tratadas no primeiro capítulo – e do histórico apresentado do curso de Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura da FACOM/UFBA – visto no segundo capítulo – este trabalho propõe uma análise dessa formação através dos alunos egressos entre os anos de 1999 e 2008. Esta proposta se justifica uma vez que este curso/habilitação completou 13 anos de existência no ano de 2008, e resultou em cerca de dezenove turmas formadas – com números variáveis de formandos –, que merece, portanto, uma investigação que aponte quais as características positivas e negativas do curso/habilitação e sua relação com o mercado de cultura, assim como também discutir aspectos que podem ser aperfeiçoados para a melhoria do curso, da formação de futuros profissionais da cultura e conseqüentemente desse próprio mercado.

4.1 Metodologia e elaboração do questionário

Para realizar tal análise esta proposta de trabalho elegeu como instrumento de pesquisa e fonte de dados a aplicação de questionários individuais com os alunos egressos do curso/habilitação. Este método, portanto, se enquadra como pesquisa de campo, já que se propõe buscar as informações necessárias diretamente com a população alvo: os egressos. Estes, por sua vez, se legitimam como fonte de informação por serem produtos diretos do curso/habilitação e, deste modo, uma forma efetiva de análise do mesmo.

A natureza dos dados obtidos é tanto de caráter quantitativo quanto qualitativo, considerando que o questionário elaborado contém questões objetivas e subjetivas. Esse formato tinha como finalidade o esboço de uma análise mais completa, com uma diversificação maior dos dados.

O questionário foi elaborado e dividido em quatro grupos de informações desejadas²³: 1) identificação (dados pessoais, semestre/ano de entrada e de formatura no curso, outra graduação, etc.); 2) opinião sobre o curso (contribuição do curso para formação pessoal e profissional, contribuição/avaliação das disciplinas, etc.); 3) atividades durante a graduação (atividades extraclasse, grupos de pesquisa, estágios, trabalho de conclusão de curso, etc.); 4) experiência de trabalho profissional (se atua ou não em comunicação e produção cultural, experiências profissionais anteriores, especialidades em produção em comunicação e cultura, pós-graduações, etc.).

4.2 Levantamento de dados e aplicação de questionários

O levantamento dos dados sobre os egressos do curso/habilitação em Produção em Comunicação e Cultura foram buscados através dos órgãos oficiais da UFBA que cuidam desse público. Foram procurados o Colegiado de Graduação do Curso de Comunicação (FACOM) e a Secretaria Geral dos Cursos (SGC/UFBA).

O Colegiado de Comunicação forneceu documentos sobre a criação do curso e posteriores adaptações e criações de currículo que serviram como fonte para o desenvolvimento do segundo capítulo deste trabalho²⁴. Para os dados requisitados sobre os egressos – tais como número de egressos, nomes e semestres de formatura, dados para contato, etc – o mesmo órgão informou que não os tinha, indicando então a SGC/UFBA como melhor forma de obtê-los. Procuramos então o órgão indicado e fizemos o pedido formal através de ofícios que explicavam o teor e propósito desta pesquisa e quais eram os dados necessários.

A SGC após algum tempo feita a solicitação formal forneceu apenas duas listas: uma contendo os nomes completos de todos os alunos egressos das duas habilitações da Faculdade de Comunicação, sem fazer distinção de quais habilitações pertenciam cada aluno, e desde as turmas iniciais até as atuais; e a outra contendo os nomes completos dos alunos, o semestre de formatura

²³ O modelo do questionário aplicado está em anexo ao trabalho (APÊNDICE A).

²⁴ Outros documentos para a construção do segundo capítulo foram conseguidos com a Superintendência Acadêmica (SUPAC) da UFBA.

e a habilitação, porém esta era incompleta. Segundo a SGC tais documentos eram os únicos disponíveis. Eles informaram que tinham os endereços eletrônicos (e-mails) dos egressos, contudo não poderiam disponibilizá-los, mesmo que através da solicitação tenhamos explicitado que o fornecimento de tais informações não viria causar nenhum tipo de lesa para os egressos, sendo estes livres para participar da pesquisa ou não.

Diante dessa situação buscamos formas alternativas para obtenção e levantamento dos dados necessários para a pesquisa. Tivemos como contribuição principal a disponibilidade de alunos, ex-alunos, recém formados e antigos, professores e funcionários da própria Faculdade de Comunicação que informaram nomes de egressos e forneceram contatos telefônicos e de e-mail. Outra forma bastante eficiente para busca e contato com alunos egressos foi o site de relacionamentos *Orkut*, através dos perfis desses indivíduos como também da comunidade virtual da FACOM (e outras correlatas) neste mesmo site.

Dessa forma foi possível contatar 112 egressos do curso/habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, desde aqueles que foram da primeira turma (1999.2) até dos da última (2008.2). Desse número de egressos levantados e contatados 77 contribuíram respondendo ao questionário enviado via e-mail – anexo a uma mensagem padrão escrita com a finalidade de explicar a proposta da pesquisa e como o egresso poderia contribuir. Obtemos, portanto, 68,75% de respostas nos questionários a partir do número total de egressos levantados²⁵. Tendo como parâmetro a quantidade de alunos que entraram na primeira turma (cinco) e a quantidade total de formandos em Produção em Comunicação e Cultura do último semestre (2008.2), estima-se em cerca de 220 alunos graduados por este curso/habilitação (de cerca de 350 vagas oferecidas até hoje). Acreditamos se tratar de um percentual suficiente para a análise proposta – 35% da população-alvo total estimada.

²⁵ Para visualizar o levantamento de egressos entrevistados por semestre verificar Lista em anexo (APÊNDICE B).

4.3 Apresentação e análise dos dados obtidos

Como verificado no início deste capítulo, o questionário foi dividido em quatro partes. A apresentação e análise dos dados não seguirão rigorosamente a ordem do questionário, para que conteúdos de partes diferentes possam ser analisados em conjunto e, conseqüentemente, sejam proporcionados melhores resultados e discussões.

Sobre os currículos que o curso/habilitação em Produção em Comunicação e Cultura teve, são considerados o primeiro – o da criação, em 1996 – e o segundo – da grande mudança curricular de 2000 –, mesmo que tenha havido as demais adaptações nos primeiros quatro anos de existência do curso. No questionário foi perguntado ao entrevistado qual currículo ele havia cursado (figura 1), sendo que 17% dos entrevistados responderam que haviam cursado o primeiro currículo e, portanto, 83% que haviam cursado o segundo currículo.

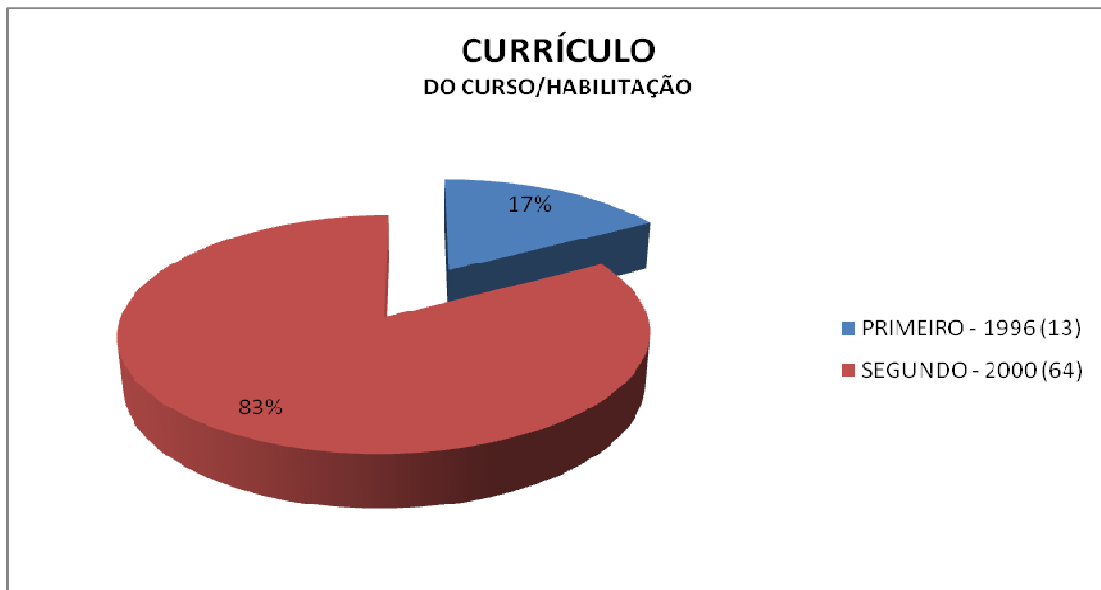


Figura 1: Gráfico sobre currículo do curso/habilitação.

O dado se justifica pelo fato do menor tempo de vigência do primeiro currículo (quatro anos) comparado com o tempo de aplicação do segundo (nove anos, até 2008). Além disso, também foi

menor o número de alunos que ingressaram no curso entre 1996 e 1999, tendo em vista que no início eram 20 vagas anuais para a habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, distribuídas em grupos de 10 por semestre – considerando-se também que a primeira turma foi formada apenas por cinco pessoas. Ressaltamos ainda que alguns alunos que afirmaram ter cursado o primeiro currículo participaram do processo de equivalência de disciplinas, quando da transição do primeiro para o segundo (e atual) currículo, o de 2000.

Na parte 2 do questionário, o foco das perguntas é sobre o curso e as disciplinas cursadas, e quais as contribuições dos mesmos para a formação pessoal e profissional de cada um dos egressos. É então perguntado sobre como o egresso avalia a contribuição do curso para sua formação nas seguintes vertentes: teórica e conceitual; analítica e informativa; técnica; política; cultural.

Quanto à formação teórica e conceitual 51% dos egressos avaliaram como boa, enquanto que 27% consideraram como ótima a sua formação; portanto 78% dos alunos se mostraram satisfeitos com a contribuição teórico-conceitual que o curso/habilitação propiciou a eles. Apenas uma pessoa (1%) avaliou como péssima; 7% como ruim; e 14% como regular (figura 2).

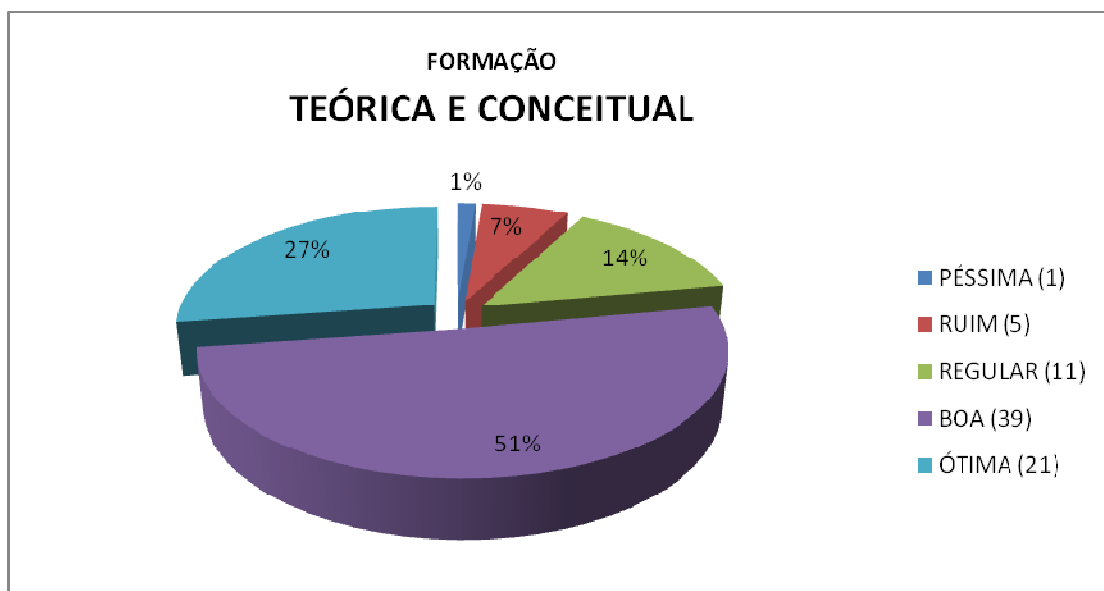


Figura 2: Gráfico sobre a formação teórica e conceitual obtida no curso/habilitação.

Quando perguntados sobre a formação analítica e informativa propiciada pelo curso/habilitação, 61% dos egressos responderam que foi boa, seguidos de 22% que consideraram como regular. Apenas 8% avaliaram como ótima; 8% também consideraram como ruim e 1% como péssima. Mostraram-se satisfeitos com suas formações analíticas e informativas o total de 69% dos egressos entrevistados (figura 3).

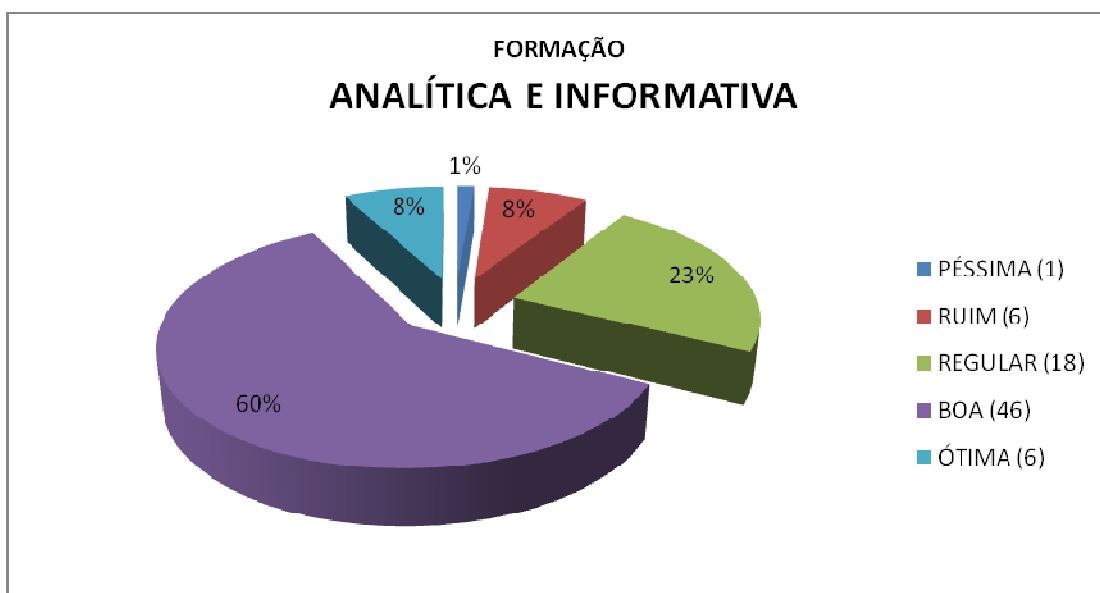


Figura 3: Gráfico sobre a formação analítica e informativa obtida no curso/habilitação.

O cenário muda bastante quando perguntado aos egressos sobre a formação técnica que o curso/habilitação proporcionou a eles. São 48% dos egressos que consideram essa formação como ruim, e 12% a avaliaram como péssima, o que totaliza em 60% de egressos insatisfeitos com a formação técnica proporcionada. Uma quantidade razoável avalia como regular (34%); apenas 6% dos entrevistados disseram que a referida formação foi boa; e nenhum deles avaliou como ótima (figura 4).

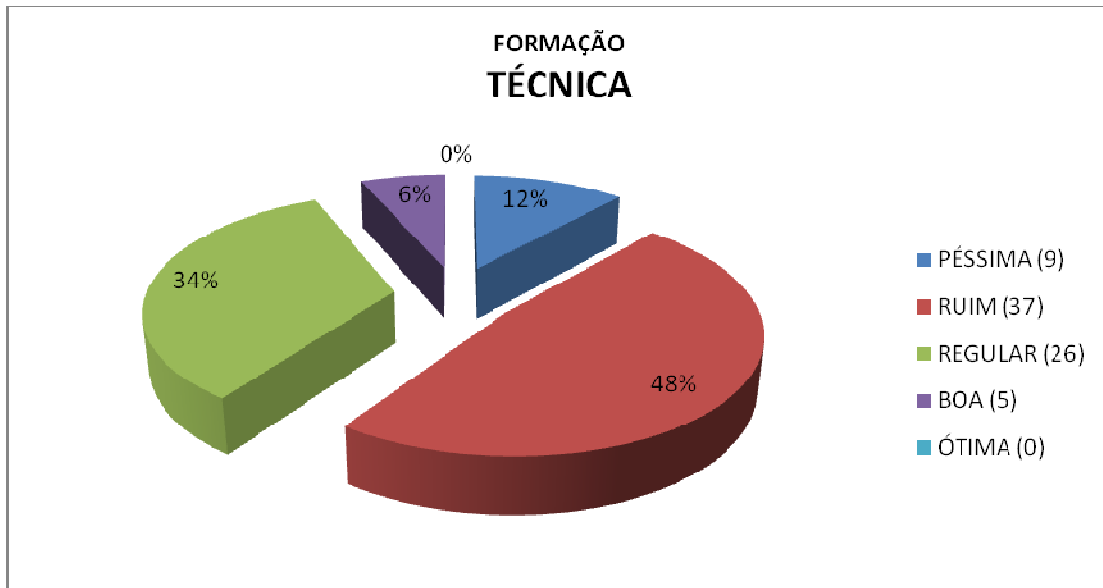


Figura 4: Gráfico sobre a formação técnica obtida no curso/habilitação.

A formação técnica é apontada como uma das grandes deficiências da habilitação desde a sua criação até os dias atuais. Mesmo com currículos que prevêm a importância da prática nas formações dos estudantes – com a proposta das disciplinas chamadas de oficinas, oferecidas desde os semestres iniciais – a falta de professores especializados nas áreas da produção em comunicação e cultura implica em profissionais egressos com deficiências em conhecimentos técnicos (práticos). Esta instabilidade, causada principalmente pela falta de professores específicos no quadro fixo do curso/habilitação, faz com que cada um dos egressos – de períodos diferentes da graduação – tenha formações bastante distintas, que dependem de professores substitutos (tanto pelo lado positivo quanto negativo), busca por atividades extracurriculares na própria faculdade e vivências propiciadas por estágios, para serem consistentes ou completas.

As formações de natureza técnica-prática, tais como estágios e atividades extracurriculares, são na maioria das vezes muito positivas. No entanto, argumenta-se que estas sejam formas adicionais de obtenção de experiências dessa natureza, sendo a oferta de disciplinas práticas (oficinas) a base para a formação do estudante e, posteriormente, profissional de Produção em Comunicação e Cultura, e que, portanto, deveria ser efetivamente garantida pelo curso de graduação.

A falta de professores específicos para este curso/habilitação é suprimida com a contratação de professores substitutos, de regime temporário. Como discurremos, esse é uma fator de instabilidade para a formação dos alunos, uma vez que a oferta de disciplinas depende da qualificação e área de atuação desses professores, que algumas vezes não condizem com as necessidades das disciplinas do curso (fator negativo). Por outras vezes esses professores acabam desenvolvendo um bom trabalho, justamente por terem a qualificação necessária e também por atuarem no mercado de trabalho e, dessa forma, aplicarem as suas experiências práticas nos planejamentos de aula das disciplinas (fator positivo). No entanto, mesmo quando há uma boa execução das disciplinas, os professores substitutos – que, portanto, tem contrato de até no máximo dois anos – não podem continuar desenvolvendo e ensinando para esses alunos.

Sobre a formação política a maioria dos egressos respondeu que foi regular (37%); no entanto 42% se mostraram satisfeitos com essa formação ao responderem que foi boa (30%) e ótima (12%). Foram consideradas como ruim ou péssima por 16% e 5%, respectivamente (figura 5).

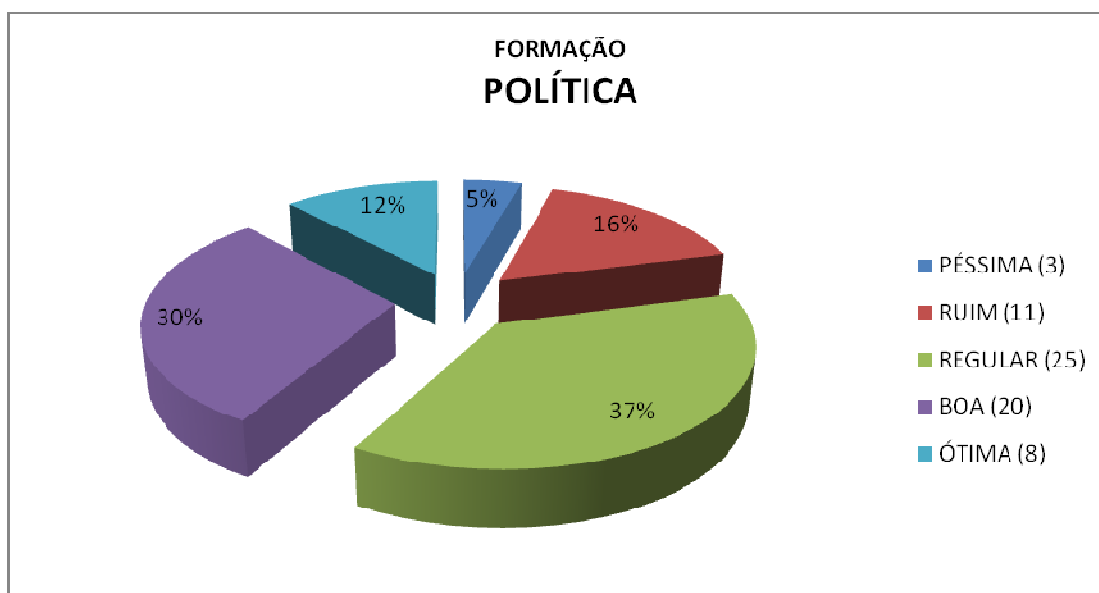


Figura 5: Gráfico sobre a formação política obtida no curso/habilitação.

Por fim, a formação cultural proporcionada pelo curso de graduação foi avaliada como boa (47%) e ótima (10%) pela maioria dos egressos; 30% apontaram como uma formação regular; 12% das pessoas disseram ser ruim e 1% péssima (figura 6).

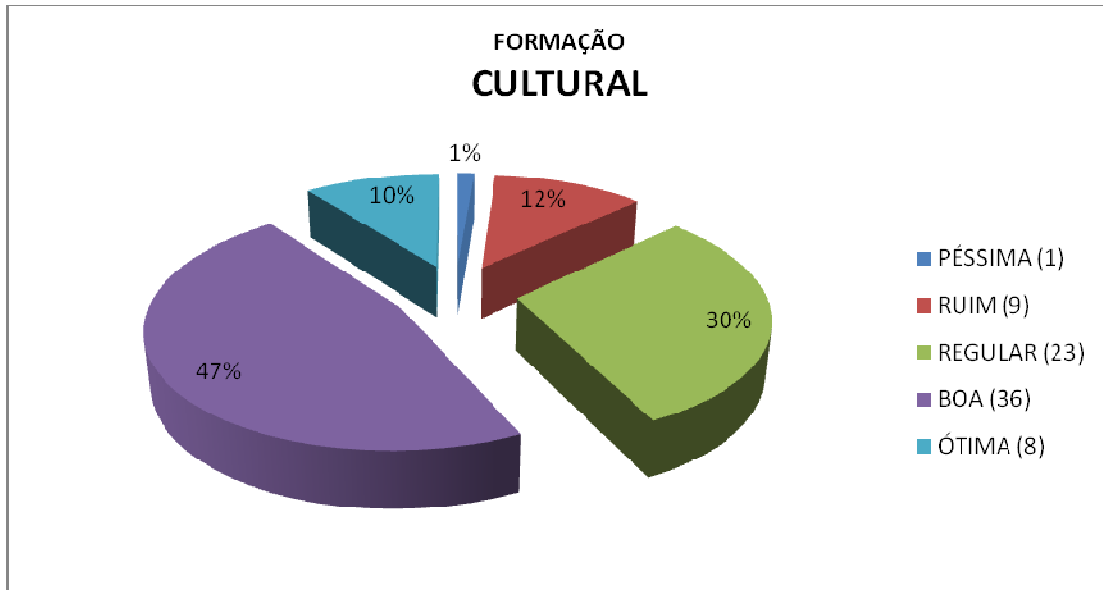


Figura 6: Gráfico sobre a formação cultural obtida no curso/habilitação.

Analisando a formação geral desenvolvida pelo curso/habilitação alguns egressos ressaltaram que, mesmo avaliando alguns aspectos como negativos, a formação obtida com o curso e o ambiente universitário (acadêmico), de uma forma geral, é considerada boa. O nível de satisfação sobre a formação geral soma mais de 50% (a partir dos dados obtidos acima com as avaliações dos cinco aspectos segmentados), não sendo maior pela baixa avaliação que a formação técnica obteve.

Os alunos egressos são também indagados sobre a contribuição que as disciplinas cursadas durante a graduação agregaram a suas formações e conhecimentos. Foram perguntados sobre disciplinas específicas da habilitação em Produção em Comunicação e Cultura como também de algumas que são do tronco comum. A escolha pelas duas disciplinas de tronco comum (oficinas) foi feita por comporem, junto com as oficinas específicas, a base de conhecimentos práticos

oferecida pelo curso/habilitação²⁶. Foram elas: *Políticas da Comunicação e da Cultura*; *Marketing Cultural*; *Oficina de Comunicação Audiovisual*; *Oficina de Produção Cultural*; *Oficina de Análise de Públicos e Mercados Culturais*; *Oficina de Assessoria de Comunicação*; *Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos Culturais*; *Oficina de Gestão Cultural*. Além dessas, também foi deixado um espaço para que os egressos opinassem sobre outras disciplinas, que não estavam elencadas nessa lista, caso julgassem importante fazer uma avaliação. Apresentamos a seguir a leitura dos gráficos e ao final de todos a análise conjunta dos dados.

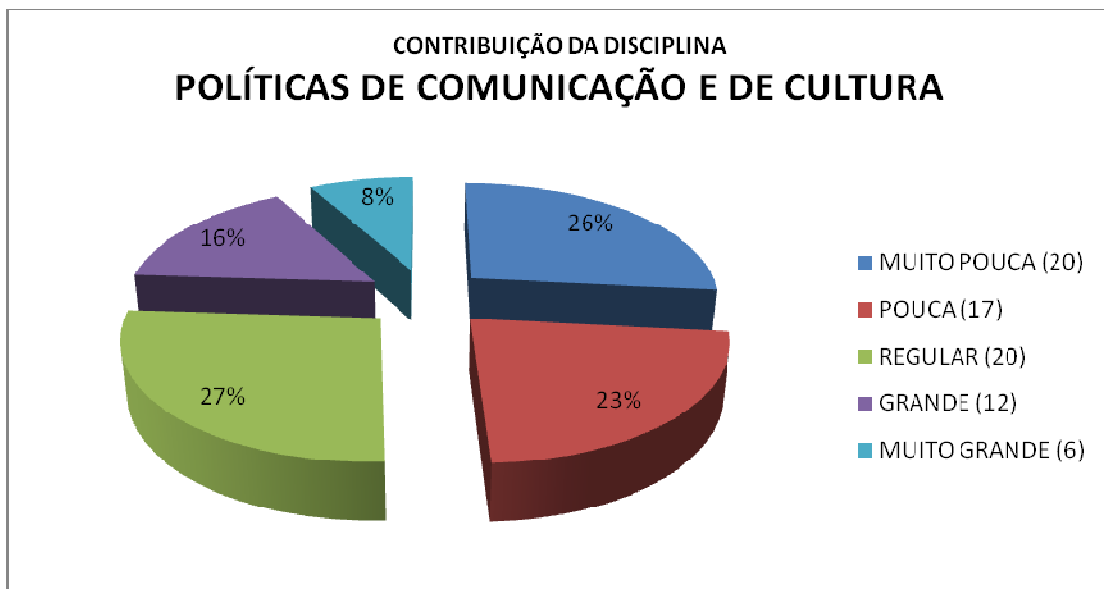


Figura 7: Gráfico sobre a contribuição da disciplina *Políticas de Comunicação e de Cultura*.

A contribuição da disciplina *Políticas da Comunicação e da Cultura* foi avaliada como regular por 27% dos egressos que a cursaram; contudo, somados aqueles que avaliaram a contribuição como muito pouca (26%) e pouca (23%) tem-se quase a metade dos egressos que a avaliaram como uma disciplina de contribuição insatisfatória. Um pouco menos de um quarto dos

²⁶ A disciplina *Oficina de Comunicação Escrita* é, obviamente, de suma importância para a formação dos alunos do curso/habilitação, porém, não foi listada pelo seu caráter introdutório e de conteúdo prático voltado para as atividades próprias da academia durante a graduação.

entrevistados se mostraram satisfeitos com a contribuição dessa disciplina para sua formação (grande, 16%; muito grande²⁷, 8%) (figura 7).

A disciplina *Marketing Cultural* foi avaliada pela maioria como de grande contribuição (34%). Somados os 13% que avaliaram a contribuição da disciplina como muito grande, tem-se 47% de avaliação positiva sobre a contribuição dessa disciplina. Àqueles que avaliaram como regular totalizam 31%; pouca contribuição, 14%; muito pouca, 8% (figura 8).

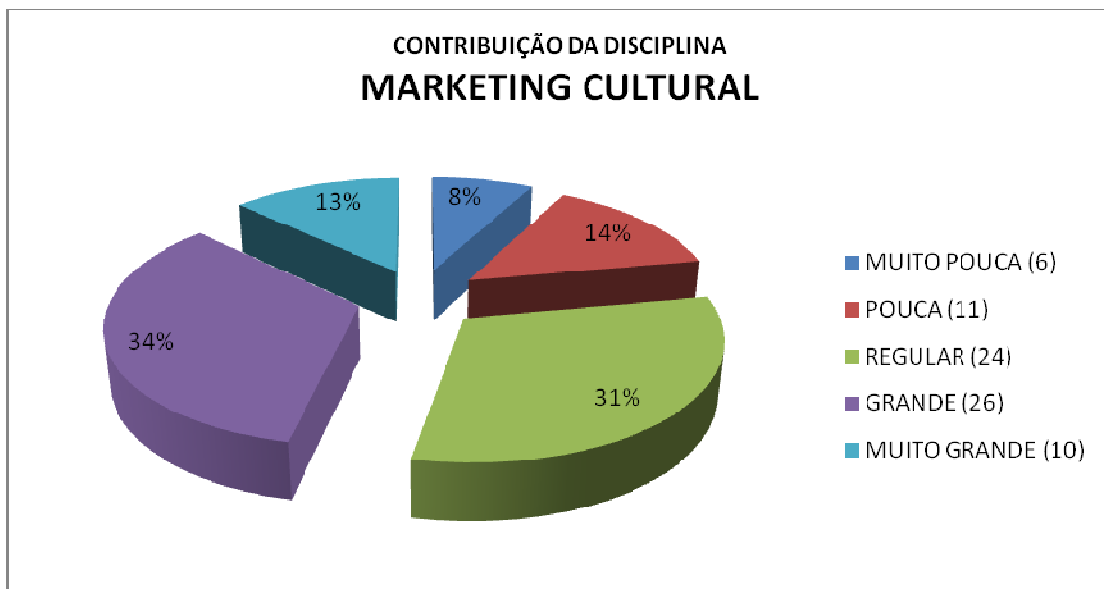


Figura 8: Gráfico sobre a contribuição da disciplina *Marketing Cultural*.

Para a disciplina prática, de tronco comum, *Oficina de Comunicação Audiovisual* os egressos avaliaram-na como regular (33%) a grande e muito grande, 30% e 23%, respectivamente. Apenas 13% apontaram a sua contribuição como pouca e 1% como muito pouca (figura 9).

²⁷ As legendas “boa” e “muito boa”, encontradas no questionário, nas perguntas sobre as disciplinas, foram adaptadas para “grande” e “muito grande” para melhor entendimento das análises comparativas do texto.

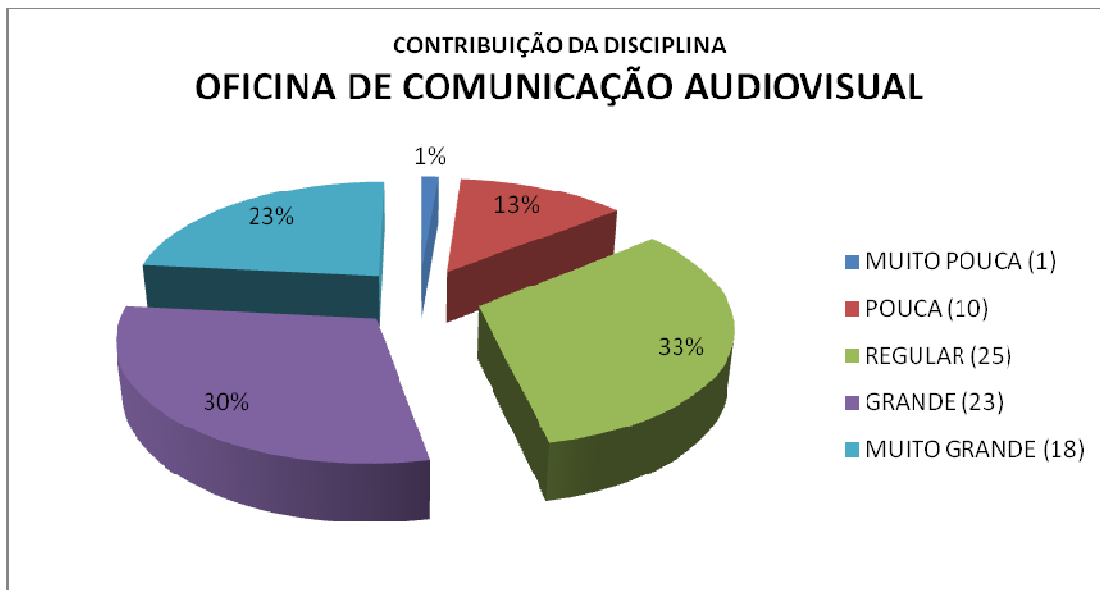


Figura 9: Gráfico sobre a contribuição da disciplina *Oficina de Comunicação Audiovisual*.

Para a maioria dos egressos (51%) a contribuição da disciplina *Oficina de Produção Cultural* é considerada grande (29%) e muito grande (22%). Foi considerada como regular por 22% deles; 27% acham que a contribuição dessa disciplina é pouca (15%) e muito pouca (12%) (figura 10).

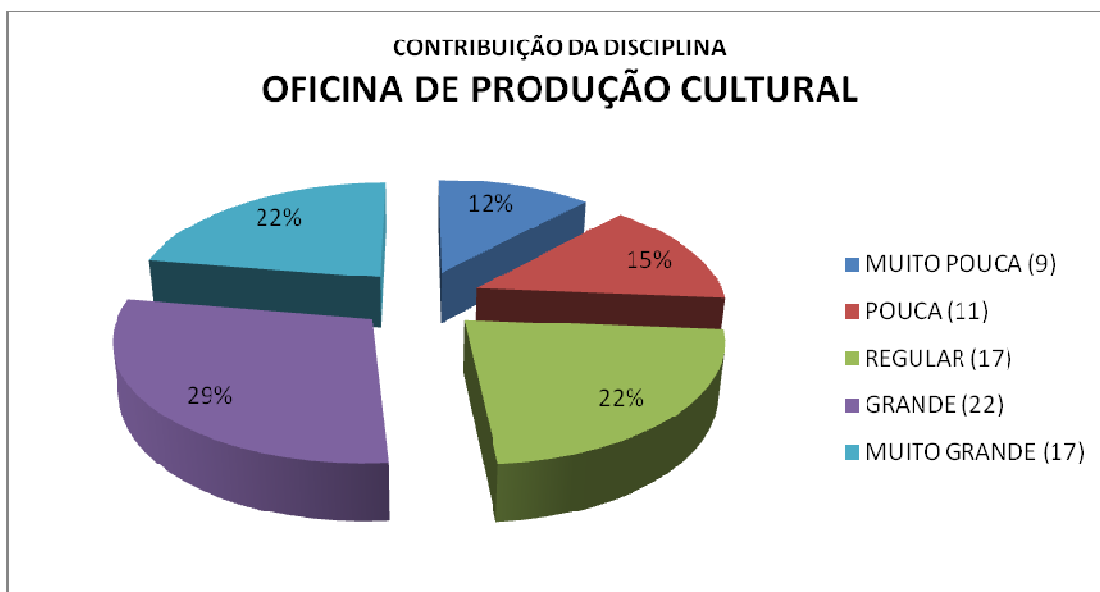


Figura 10: Gráfico sobre a contribuição da disciplina *Oficina de Produção Cultural*.

Com uma contribuição muito grande (30%) e grande (29%) é como foi avaliada a disciplina *Oficina de Análise de Públicos e Mercados Culturais*. Avaliaram-na também como regular, 23%; como pouca, 11%; e como muito pouca, 7% dos egressos (figura 11).

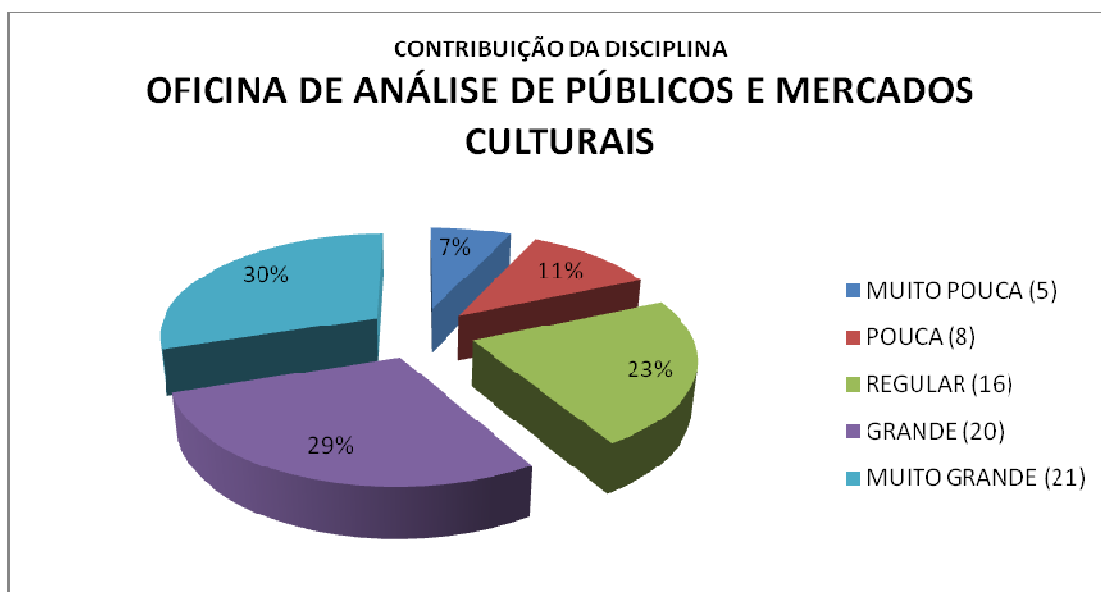


Figura 11: Gráfico sobre a contribuição da disciplina *Oficina de Análise de Públicos e Mercados Culturais*.

Já a *Oficina de Assessoria de Comunicação* divide as avaliações dos egressos como uma disciplina de grande (33%) e de pouca (27%) contribuição. Avaliam-na como de contribuição regular 21% dos egressos; 14% avaliam como de muito pouca contribuição e apenas 5% como de muito grande (figura 12).

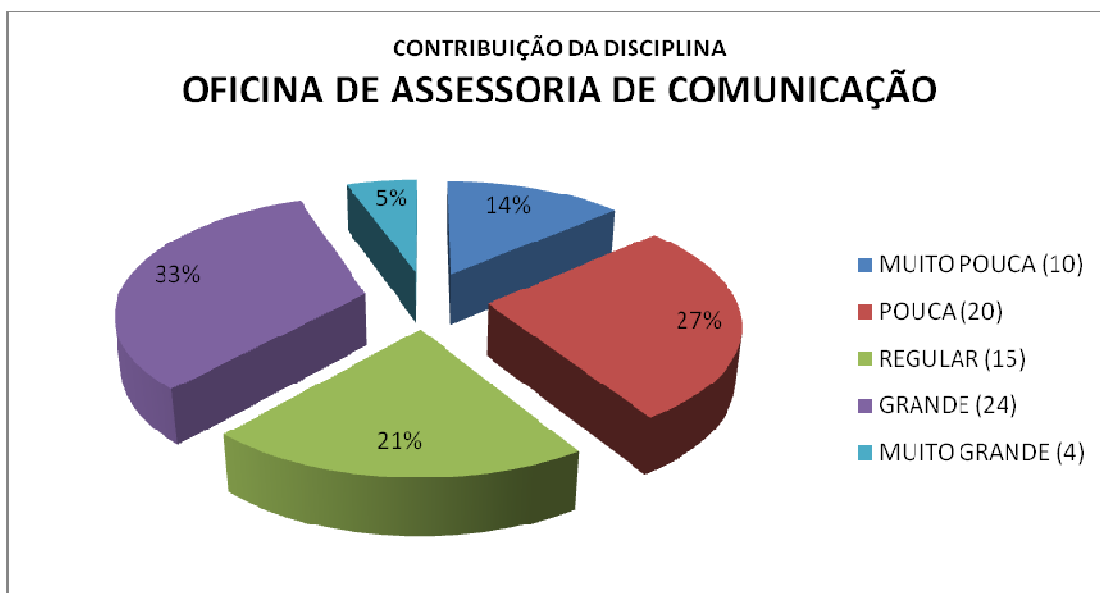


Figura 12: Gráfico sobre a contribuição da disciplina *Oficina de Assessoria de Comunicação*.

Predomina a avaliação como regular (29%) para a contribuição da disciplina *Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos Culturais* entre os egressos. Grande (23%) e muito grande (13%) somam 36% do total enquanto que pouca (19%) e muito pouca (16%) somam 35% (figura 13).

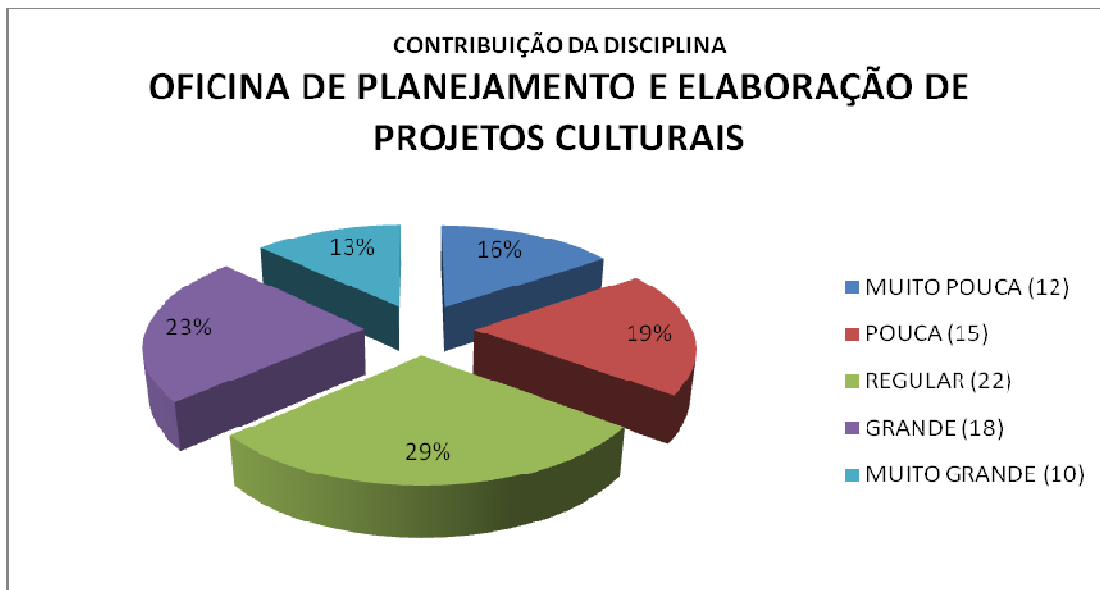


Figura 13: Gráfico sobre a contribuição da disciplina *Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos Culturais*.

A disciplina *Oficina de Gestão Cultural* predomina com avaliações que dizem que sua contribuição é grande (32%) e muito grande (16%). É tida como de muito pouca (10%) e pouca (18%) contribuição por mais de um quarto do total; 24% avaliam-na como regular (figura 14).

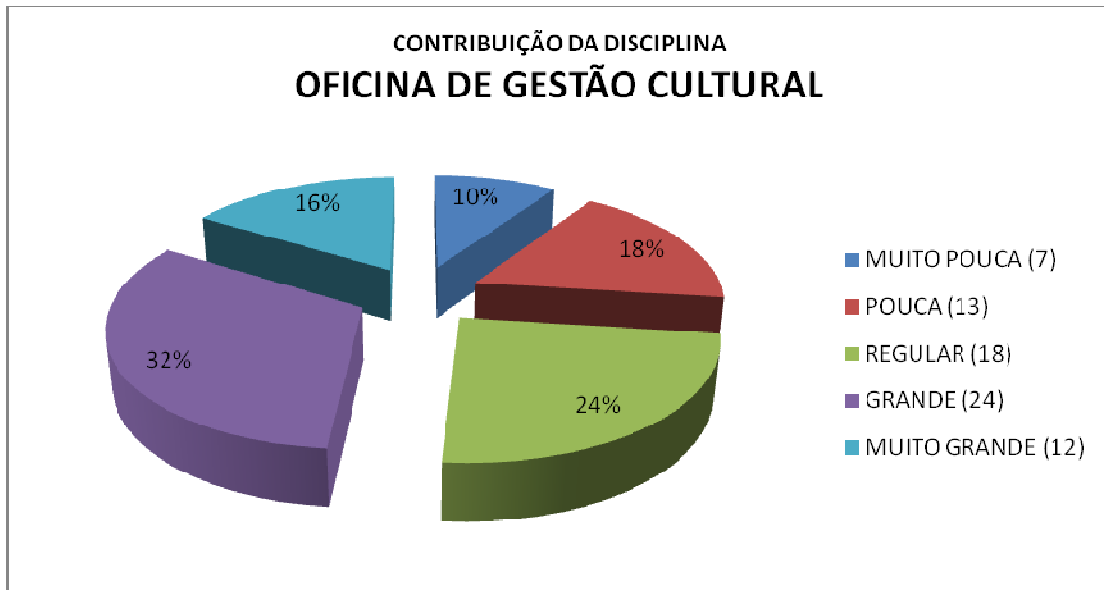


Figura 14: Gráfico sobre a contribuição da disciplina *Oficina de Gestão Cultural*.

Advertimos que algumas dessas disciplinas não existiam ou tinham nomenclaturas e ementas diferentes quando da existência do primeiro currículo, assim sendo alguns egressos não avaliaram tais disciplinas por não terem cursado as mesmas. A disciplina *Oficina de Produção Cultural* não foi avaliada por um egresso; a *Oficina de Análise de Públicos e Mercados Culturais* não foi avaliada por sete deles; a *Oficina de Assessoria de Comunicação* não foi avaliada por quatro egressos; e a *Oficina de Gestão Cultural* não foi avaliada por três dos entrevistados.

No espaço aberto para a avaliação de outras disciplinas, ressaltamos *Estética da Comunicação e Comunicação e Cultura Contemporâneas* que receberam cada, três avaliações similares (não necessariamente dos mesmos egressos): foram avaliadas como muito boa por dois egressos e como boa por um egresso, cada uma delas. A disciplina *Semiótica* também recebeu três avaliações, mas nesse caso, negativas: dois avaliaram-na como de muito pouca contribuição e um como de contribuição regular. As demais disciplinas citadas pelos egressos tiveram apenas uma avaliação cada.

Sobre as avaliações a respeito da contribuição que as disciplinas ofertadas durante a graduação em Produção em Comunicação e Cultura proporcionou para suas formações, vários egressos

apontaram que estas avaliações foram realizadas considerando-se dois aspectos decisivos: o professor que ministrou as aulas durante o semestre; e a aplicação da ementa proposta para a disciplina. Foi registrado que muitas vezes os professores não eram especializados nas áreas dos conhecimentos necessários para o ensino das disciplinas e que, por conseguinte, estas não eram exploradas de forma satisfatória, portanto sendo subaproveitadas. Ocorreram também mudanças totais ou parciais nas ementas, como por exemplo, disciplinas de natureza prática serem ofertadas com conteúdos teóricos, ou ainda conteúdos diferentes do mínimo proposto pelas ementas.

Foi ressaltado diversas vezes que as disciplinas ofertadas e, portanto, suas ementas propostas, são de fundamental importância para o exercício do profissional de Produção em Comunicação e Cultura. Logo, a contratação de professores efetivos e especializados para o ensino dessas disciplinas é apontado como o primeiro passo para a solução dessa questão curricular.

Esses argumentos também podem ser utilizados para se justificar a disparidade dos seguintes dados: o nível de satisfação com as disciplinas de natureza técnica (oficinas) que somaram 48%; e a avaliação positiva por apenas 6% dos entrevistados sobre a formação técnica obtida durante a graduação. Apesar da baixa porcentagem que a contribuição da formação técnica obteve, as oficinas foram consideradas satisfatórias por quase metade dos egressos. Compreende-se (e reafirma-se), portanto, que a formação técnica foi considerada ruim ou péssima pela grande maioria (60%) por que as ofertas das disciplinas sofrem muitas variações de professores e na aplicação de ementas pelos mesmos. No entanto, são consideradas importantes para a formação do profissional e variam de avaliação a depender do desempenho dos professores substitutos ou efetivos que, no período cursado pelos entrevistados, ministrou as disciplinas.

Outro aspecto abordado pelos egressos nos espaços do questionário destinados a comentários e respostas subjetivas foi a necessidade de aproximação da Faculdade de Comunicação, e mais especificamente do curso/habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, com as unidades de Artes da UFBA (Dança, Teatro, Música, Belas Artes) e com as de Administração, Economia, Contabilidade e Direito. Tal aproximação poderia ser feita através de disciplinas que abordassem conhecimentos dessas áreas, que se mostram importantes para a formação do profissional de Produção em Comunicação e Cultura.

Após as avaliações das disciplinas o questionário perguntava se o curso contribuiu para o trabalho que o profissional desenvolve atualmente. Foi respondido por 85% dos egressos que sim, o curso contribuía para o exercício profissional; e, portanto, 15% disseram que não contribuía (figura 15).

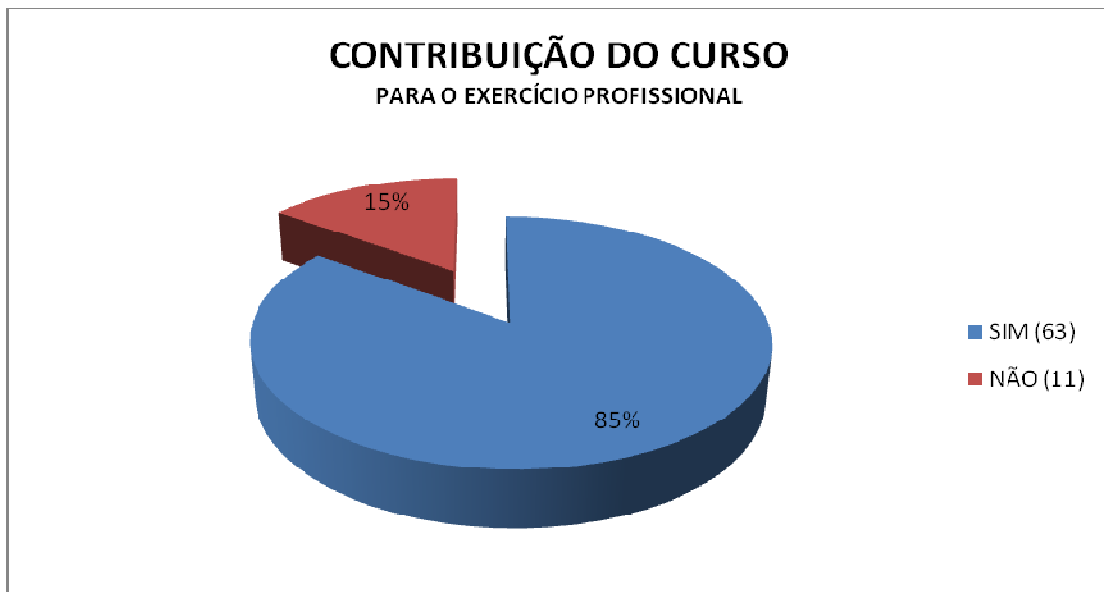


Figura 15: Gráfico sobre a contribuição do curso para o exercício profissional.

Para aqueles que responderam que o curso havia contribuído para o seu exercício profissional foi perguntado em que grau essa contribuição poderia ser avaliada, entre pouco, médio e muito. Mais da metade respondeu que o grau de contribuição era médio (60%), enquanto que 29% responderam que era muito. Apenas 11% disseram que esse grau era pouco (figura 16).

Esses dados se justificam considerando-se, por exemplo, a análise feita anteriormente sobre as disciplinas. Para muitos egressos as deficiências do curso, como a falta de professores para as disciplinas específicas e a falta de articulação da FACOM com outras unidades da UFBA, fazem com que a avaliação geral da contribuição do curso para o exercício profissional seja considerado, pela sua maioria (60%), como médio.

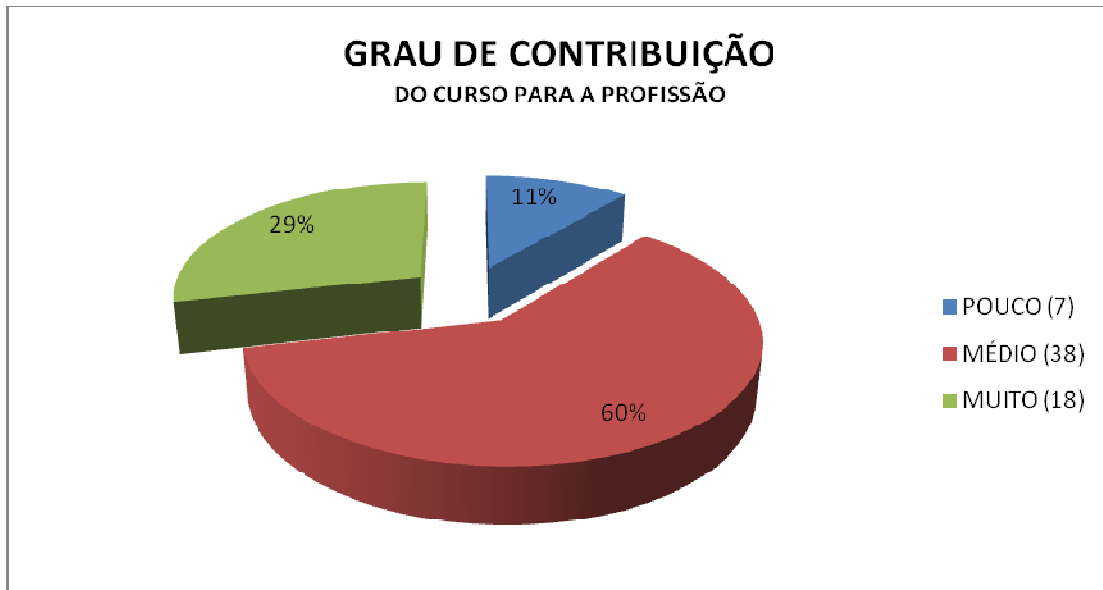


Figura 16: Gráfico sobre o grau de contribuição do curso para a profissão.

Novamente podemos perceber que mesmo com as avaliações negativas sobre a formação técnica e de algumas disciplinas, a formação obtida através do curso de graduação em Produção em Comunicação e Cultura é considerada importante, pela maioria dos entrevistados (85%), sendo que desses, 89% consideram o curso como decisivas para a sua atuação no campo profissional.

A parte 3 do questionário focaliza-se nas atividades realizadas durante a graduação. De início é perguntando sobre as atividades extraclasse que os egressos realizaram/participaram e quais foram elas. Aqui o egresso poderia marcar mais de uma alternativa, caso tivesse participado de mais de uma atividade. Houve no total 109 menções em atividades estudantis da FACOM (figura 17).

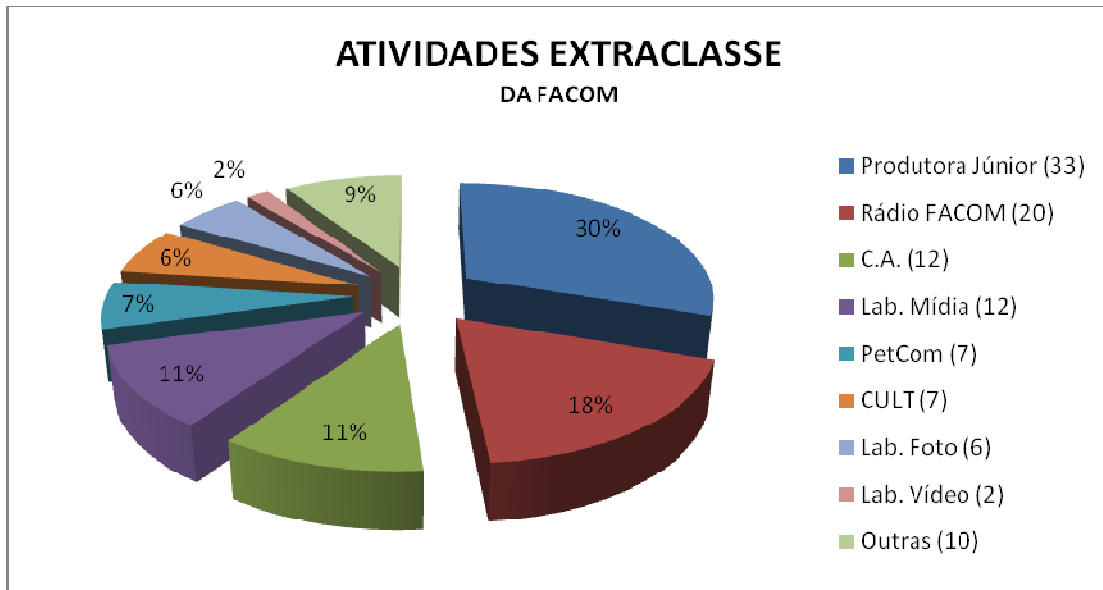


Figura 17: Gráfico sobre as atividades extraclasse desenvolvidas pelos egressos na faculdade.

A Produtora Júnior – UFBA teve a participação de 33 egressos (aproximadamente 42% dos entrevistados), seguido de 20 que participaram da Rádio FACOM. O Centro Acadêmico Vladimir Herzog e o Laboratório Multimídia (Lab. Mídia) tiveram cada, a participação de 12 egressos. O PetCom, o Laboratório de Fotografia (Lab. Foto) e o CULT tiveram a participação de 6 egressos em cada um deles enquanto que o Laboratório de Vídeo (Lab. Vídeo) teve apenas 2. Na categoria “outras” foram citadas atividades extracurriculares esporádicas como programas especiais de extensão da UFBA e também a participação em seminários e encontros acadêmicos, que somaram no total 9% das menções em atividades extracurriculares.

A Produtora Júnior – UFBA se legitima como espaço da busca pela prática da Produção em Comunicação e Cultura, tendo em vista a grande participação dentre os egressos entrevistados. Muitos deles, inclusive, foram fundadores e membros da primeira formação da empresa júnior cuja história foi brevemente relatada no capítulo anterior²⁸.

²⁸ Outra instância citada como importante para o exercício da prática pelos egressos das turmas iniciais do curso foi a Central de Produção Artística e Cultural (CEPAC), vinculada à Pró-reitoria de Extensão da UFBA, mas que hoje não funciona mais.

Outra atividade importante para a formação durante a graduação são os Grupos de Pesquisa existentes na FACOM, coordenados pelos professores em suas áreas de atuação e investigação. Quando perguntados se haviam participado de algum Grupo de Pesquisa, 20 egressos responderam que sim. Dentre os grupos mais citados estão o de *Mídia e Música Popular Massiva* coordenado pelo professor Jéder Janotti Júnior, com cinco egressos que participaram; *Baianidade: Cultura, Mídia e Políticas Culturais na Bahia* do professor Albino Rubim, com participação de três egressos; *Equipamentos Culturais de Salvador*, coordenado pela professora Gisele Nussbaumer, *Laboratório de Análise Fílmica* do professor Wilson Gomes e *Mapa dos Estudos em Políticas Culturais no Brasil*, também do professor Albino Rubim, tiveram, cada um, a participação de dois egressos entrevistados (figura 18).

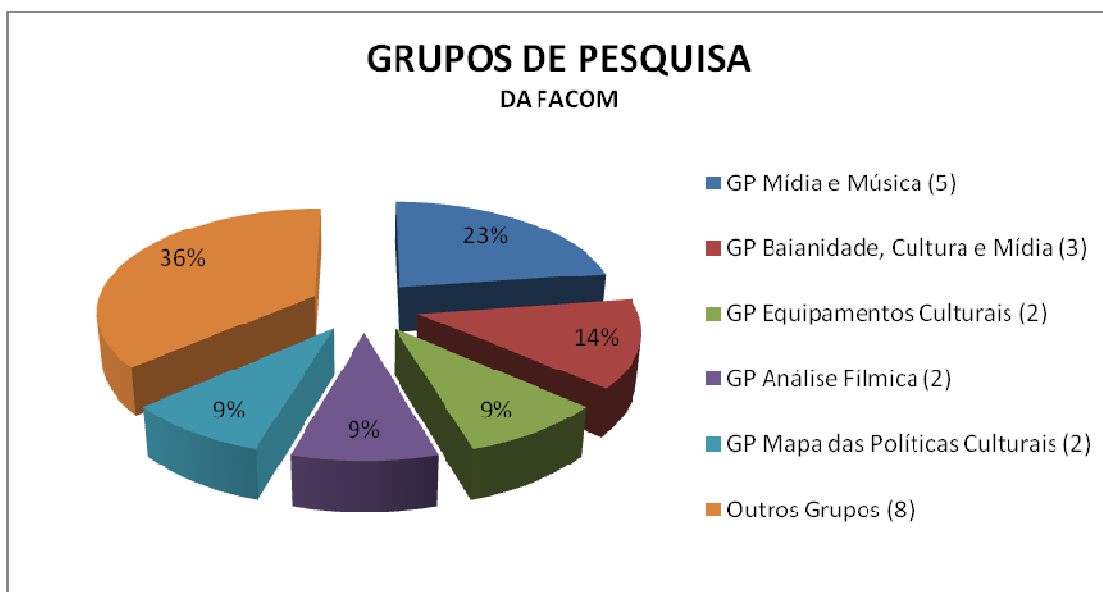


Figura 18: Gráfico de participações dos egressos em Grupos de Pesquisa da FACOM.

Também foram citados, por pelo menos um egresso, grupos de pesquisa dos seguintes professores: José Benjamim Picado (dois grupos de pesquisa) e André Lemos (dois grupos de pesquisa), entre outros. Alguns grupos ainda dão continuidade ao desenvolvimento de suas pesquisas, tais como o de *Mídia e Música Popular Massiva* e o *Laboratório de Análise Fílmica*.

Outros já encerraram seus objetivos, sendo que seus professores-coordenadores deram continuidade a novos grupos dentro de suas áreas de atuação e pesquisa.

Destacamos a relevância dos números apresentados por este gráfico, sendo que 26% dos entrevistados fizeram parte de algum Grupo de Pesquisa da FACOM (20 egressos), o que representa uma grande participação se considerado a quantidade proporcional de alunos, professores e grupos de pesquisa da FACOM.

Os estágios são atividades importantes que agregam experiências práticas para os estudantes durante a graduação. Na FACOM os estágios são previstos dentro do currículo do Curso de Graduação em Comunicação como *Atividades Complementares Obrigatórias*. Para os estudantes do curso/habilitação em Produção em Comunicação e Cultura essa atividade pode ser ainda mais importante tendo em vista as questões sobre a falta de professores especializados e o não cumprimento de ementas das disciplinas específicas, neste caso, principalmente as de caráter técnico-prático.

Dada a essa importância, o questionário também indaga aos egressos sobre suas experiências estagiais. Nesse quesito os entrevistados poderiam informar as instituições onde eles prestaram estágio e a área de atuação nos mesmos. Foram sugeridas as seguintes áreas de atuação: elaboração e planejamento de projetos culturais; produção executiva em projetos culturais (shows, espetáculos, exposições, etc.); produção de eventos (seminários, eventos empresariais, cerimônias, solenidades, etc.); marketing cultural (patrocínios, editais privados, etc.); assessoria de comunicação; jornalismo; e (o quesito) outros. Nessa questão os egressos poderiam citar mais de uma área de atuação e mais de uma experiência de estágio. No entanto, as áreas que os entrevistados tiveram experiências foram computadas apenas uma vez, independente deles terem atuado numa mesma atividade em instituições diferentes (figura 19).

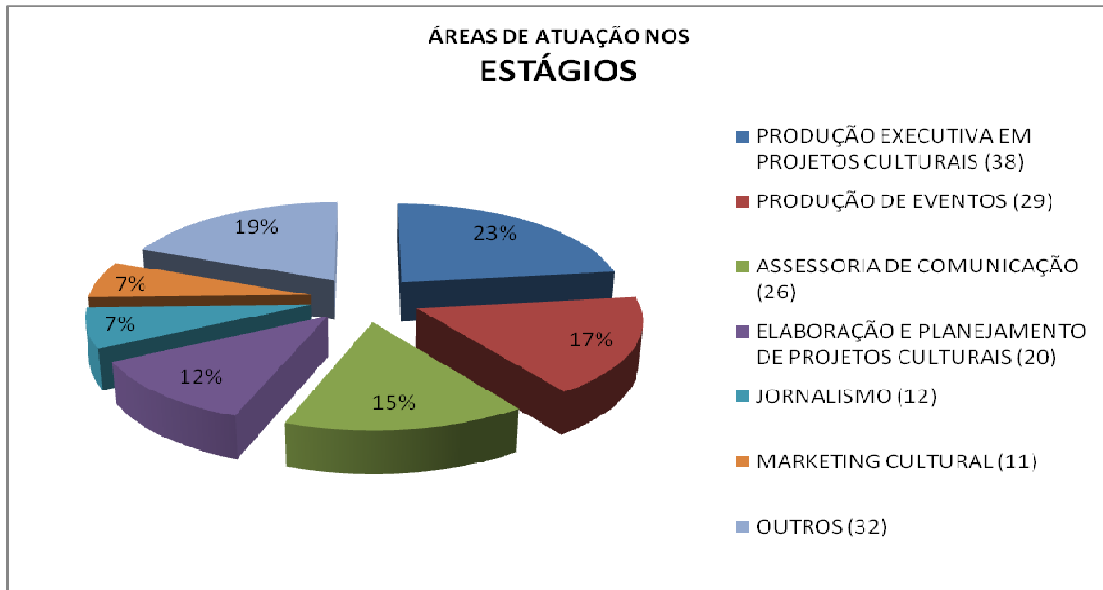


Figura 19: Gráfico sobre as áreas de atuação nos estágios.

A área de atuação durante o estágio que foi mais assinalada foi a produção executiva em projetos culturais, com 23% (38 egressos). Em seguida tivemos a produção de eventos como experiência mais apontada, com 17% (29 egressos) e a assessoria de comunicação, com 15% (26 egressos). As experiências com elaboração e planejamento de projetos culturais ficaram com 12% (20 egressos). A atuação em jornalismo, apesar de estarmos tratando de egressos do curso/habilitação em Produção em Comunicação e Cultura foi assinalada por 12 egressos (7%), um pouco mais do que a atuação dentro da área de conhecimentos próprios desses estudantes, como o marketing cultural que foi assinalado por apenas 11 egressos (7%).

No quesito outros, que totalizou 19%, podemos destacar as áreas de atuação em atividades de design, criação gráfica, web e multimídia (sete egressos), experiência de estágio em editais e programas de financiamento públicos (cinco egressos), produção em TV e vídeo (quatro egressos) e na área da gestão cultural (três egressos), entre outros.

A questão das atividades práticas envolvendo o curso/habilitação foi abordada quando falamos das disciplinas e das atividades extracurriculares encontradas na FACOM. Sobre os estágios, quando bem aproveitados, estes se mostram como de grande importância para a formação do

aluno que busca agregar à sua sólida formação teórica, crítica e analítica – oferecidas na graduação – os aspectos práticos e técnicos essenciais para um conhecimento mais completo e abrangente em Produção em Comunicação e Cultura.

Para alguns dos egressos, junto à reformulação de ementas e oferta de disciplinas com melhores perspectivas práticas, falta ao curso e à FACOM uma iniciativa mais consistente em relação aos estágios dos alunos – tanto dos de Produção em Comunicação e Cultura quanto dos de Jornalismo. Ao invés de apenas poderem ser computadas dentro das 300 horas necessárias às *Atividades Complementares Obrigatórias* sugere-se que exista um programa de estágio, onde a faculdade busque parcerias com empresas de comunicação e cultura da cidade (tais como produtoras culturais, agências de comunicação, instituições de cultura, organizações não-governamentais, órgãos públicos, emissoras de rádio e TV, etc.), proporcionando aos alunos da instituição uma experiência profissional nas suas áreas de atuação.

Ao fim da parte 3 do questionário encontram-se perguntas referentes ao Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) dos egressos. O objetivo aqui é observar quais áreas dentro da comunicação e cultura foram de interesse dos egressos. Quando perguntado sobre o formato do TCC, 48 egressos responderam que desenvolveram uma monografia (65%) e 26 que desenvolveram um produto de natureza técnico-artística (35%) (figura 20).

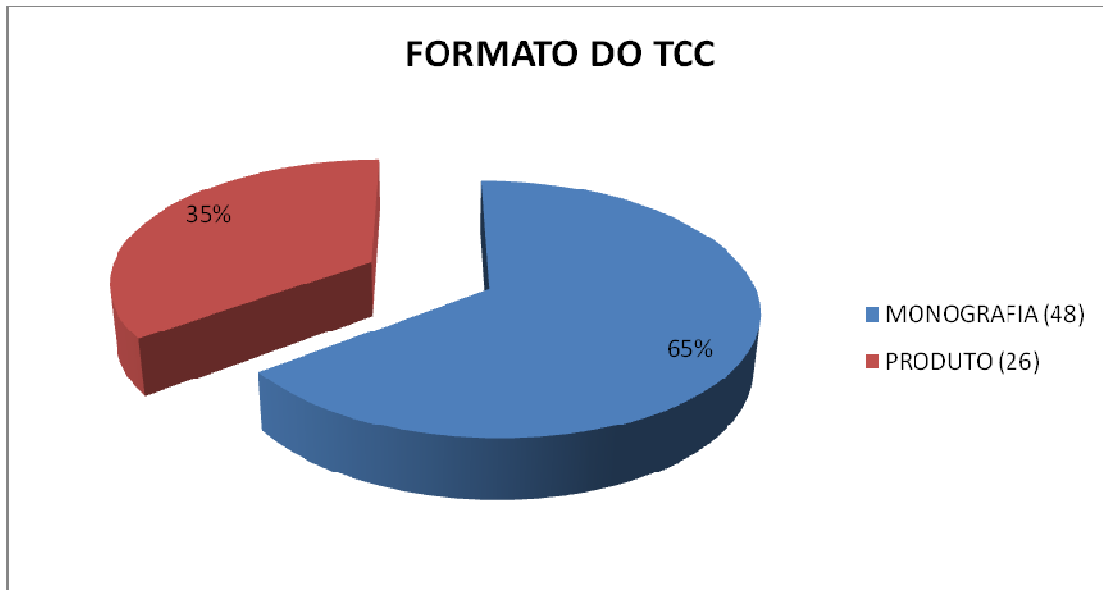


Figura 20: Gráfico sobre os formatos de TCC desenvolvidos pelos egressos.

Quanto às áreas temáticas dos trabalhos, algumas se sobressaíram. Por exemplo, o desenvolvimento de TCC em formato de produto, dentro da área de produção cultural e artística, somou-se em nove trabalhos. Dentre estes, a produção de um CD de um grupo musical e a realização de eventos culturais, tais como exposições e semanas comemorativas. Foram calculados também oito trabalhos monográficos com a temática envolvendo comunicação e música; foram computados o número de seis trabalhos monográficos para as seguintes áreas temáticas: cinema e indústria cinematográfica; políticas culturais; e públicos culturais – esta última categoria teve um trabalho monográfico desenvolvido por três estudantes, no entanto, o interesse sobre esses dados é de apontar quais as áreas de interesse em que cada egresso optou por desenvolver seu TCC, independente se fizeram em conjunto ou individualmente. Também se destacaram os cinco trabalhos desenvolvidos como produtos audiovisuais; e os cinco que trataram sobre comunicação, mídia e tecnologia em formato de monografia.

Apesar de apresentarem números um pouco menores, merecem destaques os trabalhos monográficos desenvolvidos sobre gestão cultural (três), marketing cultural (três), temas teóricos

e analíticos em cultura (três) e um produto em organização da cultura²⁹. Temas envolvendo comunicação organizacional (quatro), publicidade e propaganda (três) e marketing (um) também se mostraram de interesse dos alunos egressos, dentre vários outros³⁰.

Através das temáticas escolhidas para o desenvolvimento dos Trabalhos de Conclusão de Curso podemos visualizar as áreas de aproximação em comunicação e cultura dos egressos entrevistados. Os trabalhos envolvendo os conhecimentos específicos do curso/habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, tanto como monografia quanto produtos, somaram aproximadamente 43% dos trabalhos. Àqueles que abordam questões da comunicação e da cultura representam 32%. Tais valores demonstram que, em sua maioria, os egressos desenvolveram projetos dentro (ou mais próximas) à sua formação.

Na parte 4 (e última) do questionário foram dedicadas perguntas sobre a atuação dos alunos egressos enquanto profissionais graduados. A primeira pergunta desta última parte indagava ao entrevistado se ele trabalhava ou não na área de comunicação e produção cultural. Vejamos os resultados no gráfico a seguir.

²⁹ Trata-se da memória do produto da egressa Luciana Câmara, intitulado *Conhecimento + Prática: e a Produtora Júnior com isto?*(2005).

³⁰ Para visualizar as áreas temáticas dos Trabalhos de Conclusão de curso verificar tabela em anexo (APÊNDICE C).

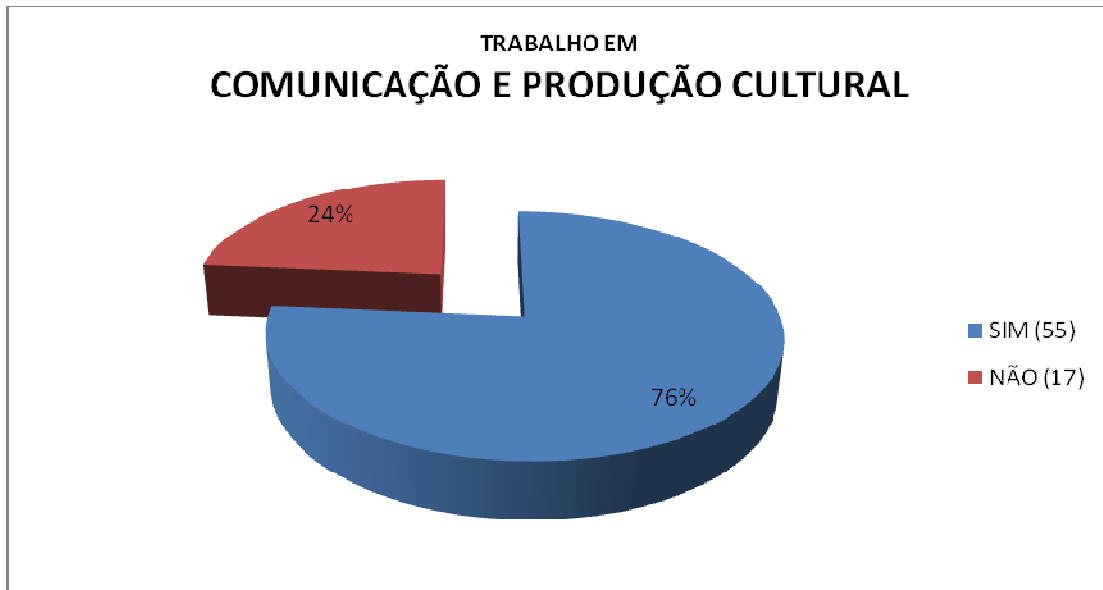


Figura 21: Gráfico sobre a atuação profissional dos egressos na área da Comunicação e Produção Cultural.

A resposta foi afirmativa para 76% dos egressos; enquanto que 24% disseram não atuar profissionalmente nessa área. O nível de evasão da área de atuação para qual o egresso se formou pode ser considerada pequena uma vez que os dados analisados mostram que mais de $\frac{3}{4}$ do público pesquisado se inseriu e permanece no mercado profissional de comunicação e cultura.

Para os 55 egressos que responderam que atuam na área de comunicação e produção cultural, destacamos os seguintes dados: 20 egressos atuantes disseram trabalhar nas diversas áreas analíticas, políticas e de gestão e produção culturais da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (SECULT) e da Fundação Cultural do Estado da Bahia (FUNCEB), o que totaliza aproximadamente 37% dos egressos que atuam na área.

Estes dados revelam como as atuais gestões da SECULT e da FUNCEB (esta vinculada à primeira) buscaram absorver profissionais especializados e qualificados em comunicação e cultura para desenvolver seus trabalhos. Ressaltamos também que dentre esses 20 profissionais se encontram desde aqueles formados pelas turmas iniciais, passando pelas intermediárias até as mais recentes.

Outras atuações desses profissionais que podemos destacar são as atividades realizadas dentro de organizações de cultura (e/ou comunicação, privadas e públicas³¹), que totalizam 14 pessoas. Representam um total de nove o número de pessoas que trabalham em empresas de comunicação, atuando em projetos de comunicação, assessoria de comunicação, comunicação e marketing, etc. Àqueles que trabalham em produções em cultura e comunicação de forma autônoma totalizam cinco pessoas. Ainda foram computados dois entrevistados que atuam dentro de setores de comunicação de instituições públicas e privadas e, por fim, 4 que se dedicam a docência e/ou pesquisa acadêmica nas áreas de comunicação e cultura.

Portanto, quase 62% dos entrevistados que afirmaram trabalhar dentro da área, atuam diretamente com a cultura. O restante atua mais densamente com as áreas da comunicação, o que não exclui os conhecimentos adquiridos com as disciplinas específicas voltadas para a cultura, pelo contrário, agrega para sua atuação profissional.

Dos 17 entrevistados que disseram não atuar em comunicação e produção cultural, oito afirmaram trabalhar em áreas administrativas de órgãos públicos e privados; três informaram desenvolver pesquisa e/ou docência acadêmica; os demais apresentaram atuações em áreas tais como educação e turismo. Destacamos dois profissionais que asseguraram atuar dentro de setores de comunicação de instituições, mas que, no entanto não consideraram essa atuação como englobada pela comunicação e produção cultural. Observamos ainda que cinco entrevistados afirmaram não estar atuando profissionalmente no momento da pesquisa, por motivos diversos, como, por exemplo, dar continuidade aos estudos de graduação ou por serem recém-formados.

Os números mostram que as possibilidades de atuação dentro da comunicação e da cultura são muitas, e a absorção desse profissional pelo mercado vem acontecendo. Um caso notório revelado pela análise dos dados é a própria quantidade de profissionais egressos desse curso/habilitação que atuam na SECULT e FUNCEB, como dito acima.

³¹ Um dos entrevistados atua como Diretor de Cultura dentro da Secretaria de Educação, Cultura e Esporte de uma cidade do interior baiano; outro é funcionário público da Agência Nacional de Cinema (ANCINE), órgão público federal voltado para a área cinematográfica, no Rio de Janeiro (RJ).

O questionário trazia, na segunda questão da sua última parte, uma pergunta aos entrevistados sobre as especialidades dentro da área de produção em comunicação e cultura (se houvesse), nas quais eles costumam atuar dentro do campo profissional. Cada entrevistado poderia marcar mais de uma alternativa, caso atuasse em várias das especialidades sugeridas (figura 21).

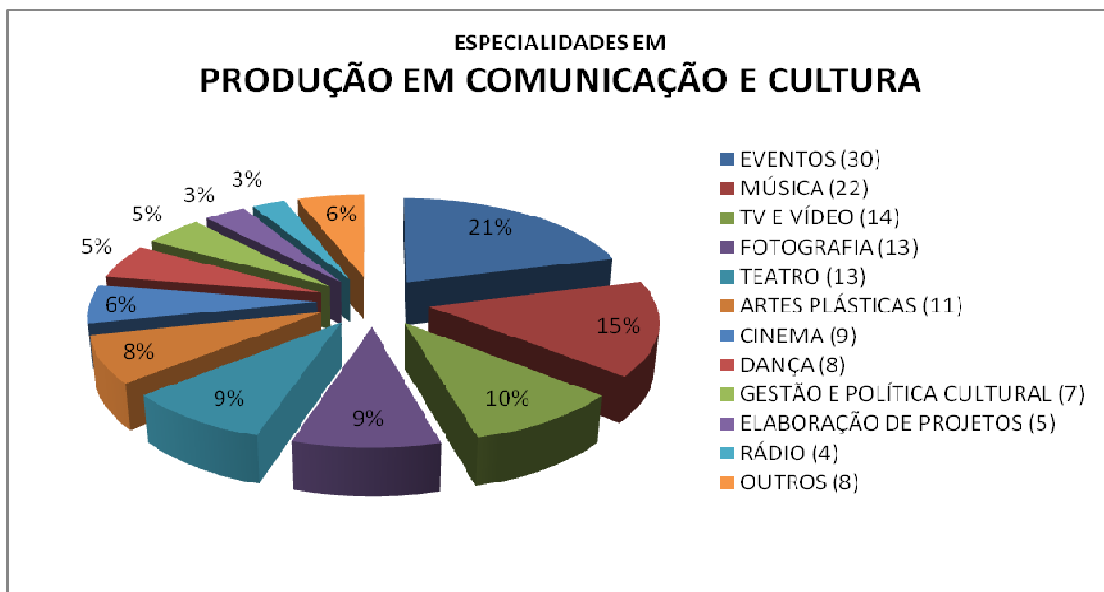


Figura 22: Gráfico sobre as especialidades em produção em comunicação e cultura.

A realização de eventos, tais como seminários, congressos, encontros, palestras, ou então de eventos de propósito cultural, como vernissages, inaugurações, aberturas, etc. foi o quesito mais assinalado, 30 dos entrevistados (21% do total de menções); música foi a segunda especialidade mais assinalada, por 22 pessoas (15% das menções); TV e vídeo foi assinalado por 14 pessoas (10% das menções); fotografia e teatro foram assinaladas, cada uma, por 13 dos entrevistados (9% das menções); artes plásticas com 11 menções (8%); cinema e dança tiveram 9 e 8 menções, respectivamente (cerca de 6%); e rádio, o menor número de menções, apenas quatro (3%).

Na opção “outros”, assinalada por 20 entrevistados, se destacaram a gestão e política cultural, citada por sete pessoas (cerca de 5% das menções) como também a elaboração de projetos culturais, mencionada por cinco pessoas (cerca de 3%). Essas duas áreas tiveram mais menções

do que a atividade de rádio, prevista nessa pergunta do questionário. Outras especialidades citadas somaram 6% do total de menções.

Notamos que das especialidades aqui apresentadas pelos egressos, apenas fotografia, TV e vídeo, rádio e cinema são áreas de conhecimento disponíveis na FACOM. Sendo fotografia, vídeo e cinema (conceitos, linguagens e teorias) oferecidos sistematicamente para os alunos deste curso/habilitação. Disciplinas de natureza prática nas áreas de televisão e rádio não são ofertadas, tendo o aluno que buscar em disciplinas específicas da habilitação em Jornalismo, que se aproximem dessas linguagens, ou em atividades extracurriculares, como a Rádio FACOM, por exemplo.

As áreas de conhecimento em gestão e políticas culturais e em elaboração de projetos culturais, citadas pelos egressos, são as únicas previstas de forma satisfatória em ementas das disciplinas do curso/habilitação em Produção em Comunicação e Cultura – mas que dependem, como já foi discutido, de professores especializados e dispostos a desenvolver as ementas –, como em *Políticas da Comunicação e da Cultura*, *Oficina de Gestão Cultural* e *Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos Culturais*.

Já as áreas das linguagens artísticas como música, dança, teatro e artes plásticas (e visuais) não são oferecidas de forma específica para os alunos desta habilitação, nem de forma satisfatória por disciplinas eletivas das unidades de conhecimento artístico da UFBA.

Essa discussão já é conhecida pelos alunos e professores da FACOM e é apontada pelos egressos entrevistados pela pesquisa. Alguns deles observaram, por exemplo, que o curso/habilitação se chama Produção em Comunicação e Cultura e que se, no entanto, há deficiência nas áreas culturais e artísticas, também faltam disciplinas que tratem da produção em comunicação. São mencionadas, por exemplo, ausências em conhecimentos práticos e teóricos sobre produção televisiva (programas televisivos de entretenimento, etc.), radiofônicos ou em cinema. A criação de novas disciplinas que atendessem essa demanda, assim como as já citadas articulações com outras unidades da universidade, poderiam suprimir essas demandas.

Ressaltamos ainda que, apesar de serem citadas pelos egressos como especialidades, as áreas de gestão cultural e políticas culturais, assim como a própria elaboração de projetos para a área da cultura, são entendidas aqui como áreas de conhecimento centrais para a formação em Produção em Comunicação e Cultura, ao contrário das especialidades, que podem ser complementares a essa formação, a depender, por exemplo, da área de atuação que o profissional buscar se especializar.

Uma investigação sobre a continuidade dos estudos dos egressos em programas de pós-graduação aparece como última pergunta do questionário. Nela são perguntados o nome e área do programa como também o nível que o egresso cursa ou já cursou. Do total de egressos que responderam ao questionário (77 pessoas) 29 já fizeram ou estão fazendo cursos de pós-graduação nos seus vários níveis, o que representa aproximadamente 38% do total.

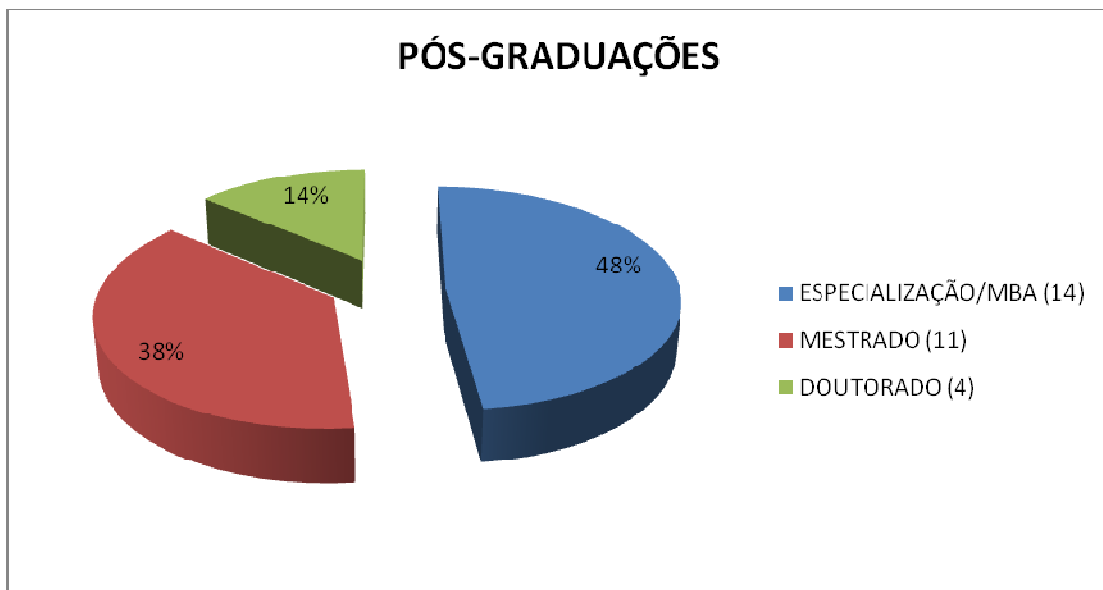


Figura 23: Gráfico sobre os níveis de pós-graduação cursados pelos egressos.

Dos 29 egressos que estudam ou estudaram em programas de pós-graduação, a sua maioria estão em nível de especialização (ou MBA) com 48% (14 egressos); seguido pelo mestrado (11

egressos), o que representa 38% do total de pós-graduados (ou graduandos). Quatro egressos já estão em nível de doutoramento (ou já obtiveram título de doutor) (figura 23).

Considerando que o número de programas e vagas para pós-graduações é reduzido, levando-se em conta a quantidade de profissionais das diversas áreas que se formam todos os anos no país, os dados aqui apresentados são bastante relevantes, não apenas pelo número proporcional de egressos deste curso/habilitação que fazem pós-graduação (38%), mas também por aqueles que já estão em nível do doutorado (4 egressos).

As áreas dos programas estudados, considerando-se grandes áreas, são: estudos em comunicação; estudos em cultura; comunicação organizacional; cinema/ audiovisual/ mídia; marketing; design; dentre outros, como é possível ver no gráfico abaixo (figura 24).

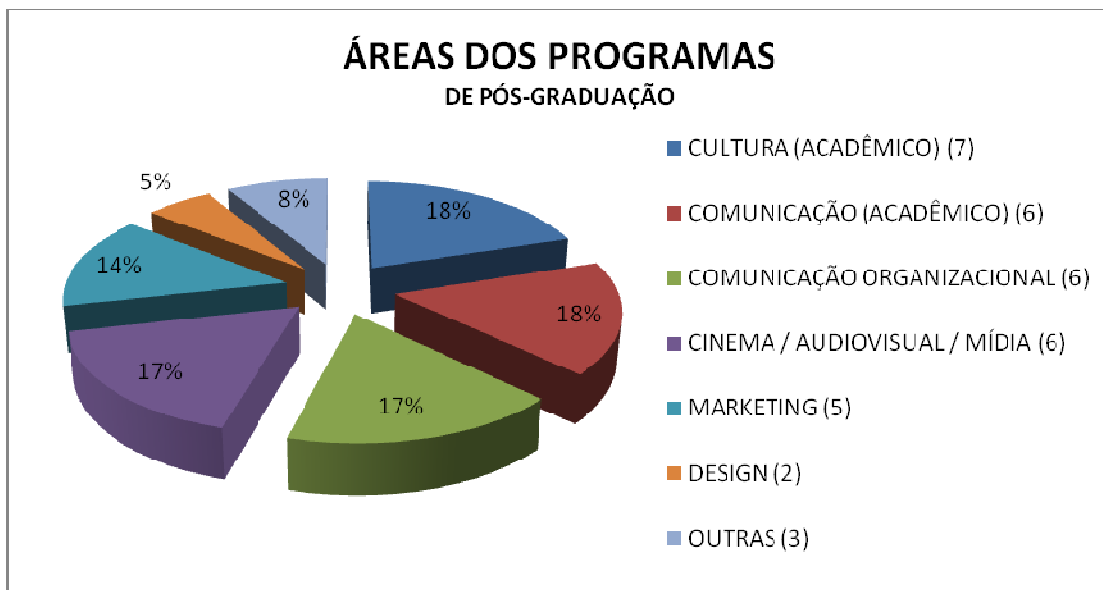


Figura 24: Gráfico sobre as áreas dos programas de pós-graduação cursados.

Destacamos dentre os programas de pós-graduação citados os dois oferecidos pela Faculdade de Comunicação da UFBA, o Póscom e o Pós-cultura. Onze alunos egressos passaram por estes programas. No Póscom cinco alunos egressos se qualificaram (ou estão em desenvolvimento do

curso), enquanto que no Pós-cultura são sete os alunos que qualificaram-se ou estão em fase de desenvolvimento de suas pesquisas. Notificamos que no gráfico abaixo estão contabilizadas 12 pessoas, pois um aluno egresso é qualificado como mestre pelo Póscom e atualmente é doutorando do Pós-cultura – o que o faz ser contabilizado duas vezes, como egresso que fez parte tanto de um programa quanto do outro (figura 25).

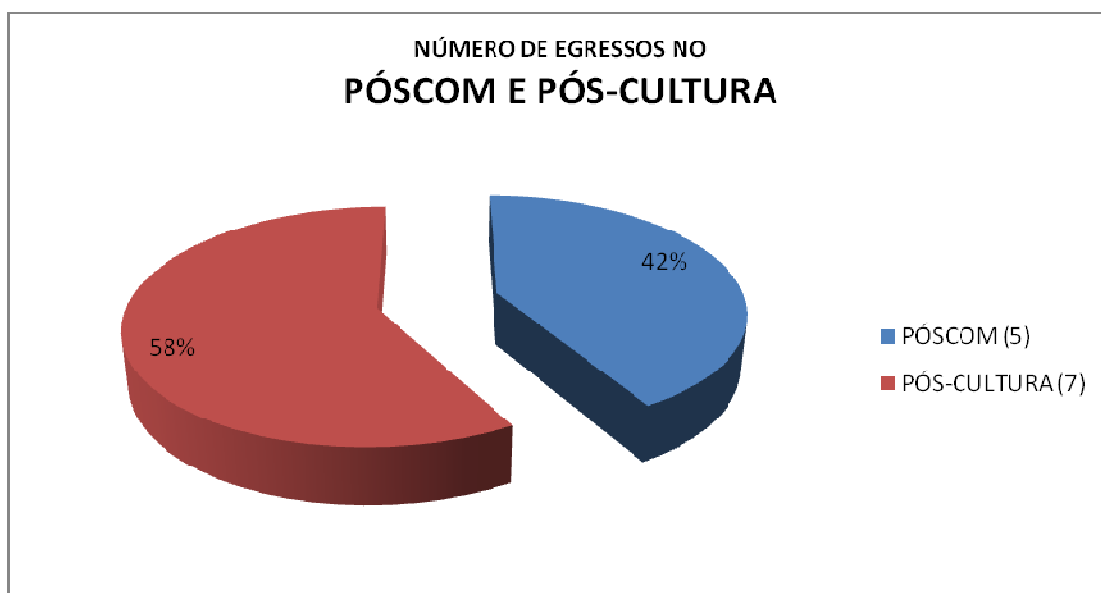


Figura 25: Gráfico com número de egressos que cursaram o Póscom e o Pós-cultura.

Observamos também que alguns alunos egressos cursaram outras graduações antes de ingressarem neste curso/habilitação, mas também concomitantemente ou após ao desenvolvimento deste. Houve 46 menções de outras graduações pelos egressos, em sua maioria dentro das ciências humanas. Desses, cerca de 52% (24 egressos) ingressaram antes ou concomitante a graduação em Produção em Comunicação e Cultura, e apenas sete as concluíram. Portanto, 22 egressos (48%) procuraram outras graduações após a finalização desta (figura 26).

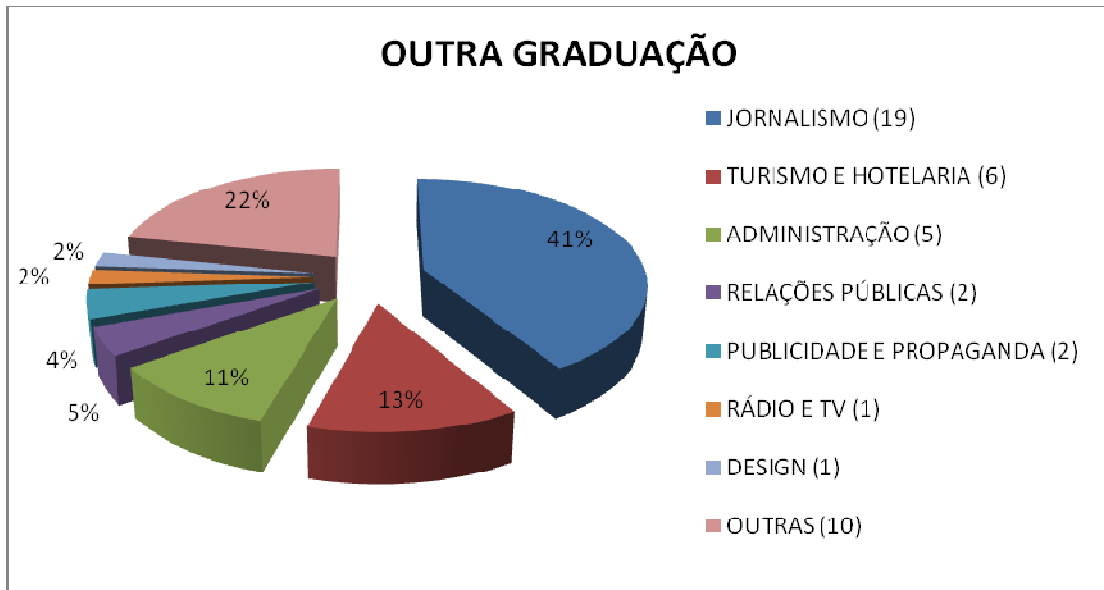


Figura 26: Gráfico sobre outras graduações cursadas pelos egressos.

A graduação mais citada foi a de Jornalismo, totalizando aproximadamente 42% (19 egressos). Esse número se justifica uma vez que dentro da FACOM é possível que o aluno de uma habilitação possa graduar-se também na outra. Todo semestre são disponibilizadas três vagas de cada habilitação para os alunos que se interessarem em complementar sua formação em comunicação (os alunos interessados fazem o pedido de reentrada que é avaliado pela instituição). Dos 19 egressos que responderam Jornalismo, dois já se graduaram, cinco trancaram ou abandonaram e 12 estão com o curso em andamento.

Após Jornalismo as graduações mais citadas foram Turismo e Hotelaria, com seis menções, e Administração, com cinco menções. Ambas ficaram a frente de outras graduações da Comunicação, como Relações Públicas (duas menções), Publicidade e Propaganda (duas menções) e Rádio e TV (uma menção). Ressaltamos que as graduações mencionadas pelos egressos não necessariamente foram finalizadas, estando 15 delas em andamento (sendo 12 em Jornalismo na própria FACOM, como dito acima), 22 foram trancadas ou abandonadas e apenas nove foram concluídas.

A partir desses dados podemos afirmar que a busca por conhecimentos de outras graduações como também maior qualificação em programas de pós-graduação é uma opção procurada pelos egressos de Produção em Comunicação e Cultura. Estes profissionais, no entanto, não diferem dos demais profissionais do mercado de trabalho atual, uma vez que a busca por aperfeiçoamento profissional tem se tornado uma necessidade para conquista (e garantia) de emprego na sociedade contemporânea.

Contudo, há alguns aspectos específicos dessa graduação que justificam a busca por outras graduações e pós-graduações. Muitos dos egressos utilizaram os espaços em aberto para comentar, por exemplo, que apesar da importância da existência dessa graduação – considerando-se a recente transformação desse campo de trabalho –, voltada para a formação de profissionais atuantes no meio cultural, o profissional egresso do curso/habilitação em Produção em Comunicação e Cultura ainda não é devidamente conhecido e muito menos reconhecido pela sociedade.

Vimos no capítulo anterior que a criação desse curso/habilitação em Salvador, na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia se justificava por diversos motivos. Um deles era a própria riqueza cultural do estado, com um mercado de cultura em pleno desenvolvimento e complexificação. Porém, apesar de estar inserida nesse contexto, e tendo completado 13 anos de existência, essa graduação não é conhecida de forma satisfatória pelo mercado. Como pontuado por vários egressos, existe a demanda pelo profissional, mas ao mesmo tempo a maioria dos “espaços” que demandam por ele não sabem da existência dessa graduação.

Um dado importante que ilustra esse “desconhecimento” é a falta de concursos públicos para os graduados em Comunicação Social – Produção em Comunicação e Cultura. Apesar de o curso surgir numa instituição de ensino superior federal, órgãos como o Ministério da Cultura, dentre as várias instituições que tratam da cultura no Brasil, na Bahia e em Salvador, não prevêm esses profissionais em seus editais, apesar de oferecerem vagas para áreas de atuação dos mesmos. Como observado no primeiro capítulo deste trabalho, são raros ou quase nulos os cargos de concursos públicos voltados a essa atuação profissional. Muito recentemente tem-se visto surgir editais com vagas para produtores culturais (vide nota de rodapé número 4, página 18).

5. CONCLUSÃO

As discussões e pesquisas mais sistemáticas sobre a cultura ganham cada vez mais espaço e interesse de pesquisadores no Brasil e no mundo. Com a recente complexificação de um mercado de cultura, temáticas relacionadas a essa realidade também surgem com mais frequência em pesquisas acadêmicas de áreas distintas. O surgimento (ou conformação) de um mercado de cultura, portanto, implica na necessidade de profissionais especializados que atendam as demandas desse recente campo.

Questões relacionadas à formação em cultura são ainda bastante incipientes. Podemos dizer que é uma discussão ainda recente no meio acadêmico. Considerando o âmbito das políticas públicas voltadas para esse contexto, algumas iniciativas isoladas, como as exemplificadas durante o texto, podem ser destacadas, contudo, não há ainda uma ação articulada e mais efetiva dos Governos para atender de forma satisfatória a esse ponto.

No contexto dos anos 1990, quando a cultura passava por uma crescente evolução de suas formas de organização, apresentamos nesta pesquisa o surgimento dos dois primeiros cursos de graduação voltados para a formação de profissionais em cultura. Discutimos, baseados em contribuições recentes, como essa questão da formação tem sido pensada desde então. Acreditamos que a formação de produtores culturais egressos dos cursos de graduação deva atender a demanda nas diversas (e possíveis) áreas de atuação existentes. O produtor cultural deve estar preparado para analisar, discutir e gerir a cultura de forma estratégica, em quaisquer modalidades (especialidades).

Nessa pesquisa foi possível debruçar-se sobre uma análise da formação em Produção em Comunicação e Cultura da FACOM/UFBA – iniciativa de caráter pioneiro em nível de graduação – e averiguar, através dos alunos egressos, se havia uma interseção entre o mercado de cultura local e este curso. Com isso, queríamos observar a demanda de trabalho para esses profissionais, de acordo com a complexificação que este mercado vem passando, mais intensamente, desde a década de 1990.

A análise feita através dos dados obtidos das entrevistas com 77 egressos desse curso revelou que, apesar da evolução do mercado estar em andamento e ainda passar por transformações, há demanda para o trabalho dos profissionais oriundos desse curso de graduação. A formação obtida pelo curso é considerada, por sua maioria, como satisfatória para a atuação no campo profissional, contudo, ainda merece mais atenção em alguns aspectos tais como: reformulação e criação de disciplinas práticas e teóricas, mais voltadas às necessidades de conhecimento desse profissional; contratação de docentes específicos para o ensino neste curso/habilitação; desenvolvimento de programas e projetos institucionais da faculdade que busquem promover uma conexão com o mercado de trabalho – proporcionando espaços de prática para o aluno (estágios) e formas de “divulgação” do curso de graduação para a sociedade; e um maior empenho da comunidade (professores e alunos) para a busca dessas melhorias.

O número de profissionais oriundos desse curso ainda é pequeno comparado ao tamanho desse mercado, no entanto já é possível averiguar uma forma de impacto efetiva. Dentro da atuação dos profissionais aqui entrevistados na área de comunicação e produção cultural – 76% do total – destacam-se àqueles que trabalham no quadro funcional da atual gestão da Secretaria de Cultura da Bahia (SECULT/BA), um total de 20 profissionais (aproximadamente 37% dos profissionais que atuam na área). Além desse dado relevante, muitos egressos afirmaram que há espaço e demanda por este profissional no mercado.

Discussões e iniciativas que busquem pensar e propor a formação desses profissionais são indispensáveis, considerando-se a cultura como campo de trabalho e fator de desenvolvimento social. Propostas de formações nos diversos níveis (técnicos, graduações, pós-graduações) para a cultura, hoje, merecem uma atenção maior e devem ser articuladas em políticas e programas mais consistentes pelos vários âmbitos governamentais do país.

As pioneiras iniciativas de criação das graduações voltadas para a formação de profissionais da cultura – da UFBA e da UFF – completam quatorze anos de existência, no entanto, a criação de novos cursos de graduação que sintonizem com a demanda e discussões sobre profissionalização

segue de forma lenta e isolada – nesses anos apenas um curso de graduação em produção cultural surgiu numa universidade particular do interior de Minas Gerais³².

Uma maior atenção e interesse por parte da própria Faculdade de Comunicação da UFBA, de seus professores e alunos, é o passo inicial para que medidas possam ser pensadas, discutidas, elaboradas e apresentadas como propostas e projetos de melhoria do curso de graduação. A instituição, os cursos que ela oferece, os alunos e os professores só tem a ganhar com o desenvolvimento e melhoria desta habilitação. O desenvolvimento pleno das potencialidades deste curso acarretará em melhorias diretas e indiretas para a faculdade e todos os seus cursos e projetos ali desenvolvidos.

A formação e profissionalização de trabalhadores da cultura deve ser uma questão amplamente discutida. As iniciativas das primeiras graduações, por sua vez, devem estar em aperfeiçoamento constante de seus projetos acadêmicos, articulações institucionais e produção intelectual para, não apenas contribuir com novas discussões e iniciativas similares em outras localidades, como também compreender melhor o seu propósito e colaborar para a consolidação do campo da organização da cultura no país.

³² Para mais informações sobre essa graduação, acessar: <http://www.unec.edu.br/index1.html>

6. REFERÊNCIAS

BRANDÃO, Carlos Antônio Leite. **Profissões já existentes a merecerem formação mais apurada.** In: As profissões do futuro. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008. cap.4, 86-91.

CALABRE, Lia. **Política cultural no Brasil: um histórico.** In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA. 01., 2005, Salvador.

CALABRE, Lia. **Políticas culturais no Brasil: balanço & perspectivas.** In: RUBIM, Albino; e BARBALHO, Alexandre (orgs.). Políticas Culturais no Brasil. Salvador: Edufba, 2007.

CÂMARA, Luciana da Silva. **Conhecimento + Prática: e a Produtora Júnior com isto?** 2005. 25f. Memória do produto técnico-artístico (Bacharelado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

COSTA, Leonardo Figueiredo. **Uma reflexão sobre as políticas públicas e a questão da formação na área cultural.** In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA. 04., 2008, Salvador.

COSTA, Leonardo Figueiredo. **Precedentes para uma análise sobre a formação e a atuação dos produtores culturais.** In: FERREIRA, Giovandro Marcus; e DALMONTE, Edson Fernando (orgs.). Comunicação e pesquisa: região, mercado e sociedade digital. Salvador: Edufba, 2007.

CUNHA, Maria Helena. **Gestão cultural: profissão em formação.** Belo Horizonte: DUO Editorial, 2007.

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

REVISTA OBSERVATÓRIO ITAÚ CULTURAL. São Paulo: Itaú Cultural, n. 6, jul/set 2008.

RUBIM, Albino. **Políticas culturais: entre o possível & o impossível.** In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (org.). Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares. Salvador: Edufba, 2007a.

RUBIM, Albino. **Políticas culturais no Brasil: tristes tradições, enormes desafios.** In: RUBIM, Albino; e BARBALHO, Alexandre (orgs.). Políticas Culturais no Brasil. Salvador: Edufba, 2007b.

RUBIM, Albino. **Políticas culturais no Brasil: trajetória e contemporaneidade.** Salvador, 2008. (Não publicado).

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

RUBIM, Albino; e MIRANDA, Nadja Magalhães de (orgs.). **Projetos experimentais 1988 a 2002/1**. Salvador: Edufba, 2005. 100p.

SILVA, Frederico A. Barbosa da. **O mercado de trabalho nas atividades culturais no Brasil, 1992-2001; O emprego formal em atividades culturais em 2002; O emprego formal no setor cultural, 1994-2002**. (caps. 3; 4; e 5). In: Economia e Política Cultural. Acesso, emprego e financiamento. Coleção Cadernos de Políticas Culturais; v. 3. Brasília: Ministério da Cultura, 2007.

VIEIRA, Mariella Pitombo. **Política cultural na Bahia: uma abordagem sobre concepções e modos de intervenção do Estado no campo da cultura (1995-2002)**. In: Revista Interações – Revista Internacional de Desenvolvimento Local., vol. 7, n.12. mar. 2006. Campo Grande: UCBD, 2006. p.111-120.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Faculdade de Comunicação. Centro de Estudos Avançados em Cultura e Turismo (CULT). **Rede de pesquisadores de cultura e turismo da Bahia**. Salvador, BA, 10 set. 2002. (Não publicado).

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Faculdade de Comunicação. Centro de Estudos Avançados em Cultura (CULT). **Projeto de implantação**. Salvador, BA, 2003. (Não publicado).

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Faculdade de Comunicação. Colegiado do Curso de Comunicação. **Ajuste curricular do curso de comunicação com habilitação em jornalismo e produção em comunicação e cultura**. Salvador, BA, 16 mar. 2007. (não paginado).

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Faculdade de Comunicação. Colegiado do Curso de Comunicação. **Ajuste de carga horária das disciplinas do curso de comunicação**. Salvador, BA, 2004. (não paginado).

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Faculdade de Comunicação. Colegiado do Curso de Comunicação. **Alteração curricular curso de comunicação habilitações de jornalismo e produção em comunicação e cultura**. Salvador, BA, 1999. (não paginado).

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Faculdade de Comunicação. Colegiado do Curso de Comunicação. **Ata da reunião extraordinária realizada no dia 26 jun. 1995**. (não paginado).

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Faculdade de Comunicação. Colegiado do Curso de Comunicação. **Avaliação do MEC sobre o curso de produção em comunicação e cultura**. Salvador, BA, 1999. (não paginado).

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Faculdade de Comunicação. Colegiado do Curso de Comunicação. Parecer número 440/97. **Proposta de ajuste curricular do curso de comunicação com habilitação em produção em comunicação e cultura**. Salvador, BA, 22 mai. 1997. (não paginado).

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Faculdade de Comunicação. Colegiado do Curso de Comunicação. Parecer número 580/95. **Proposta de implantação da habilitação em produção em comunicação e cultura.** Salvador, BA, 10 de jul. 1995. (não paginado).

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Faculdade de Comunicação. Colegiado do Curso de Comunicação. **Resolução número 001/09.** Regulamenta a realização de atividades complementares obrigatórias previstas no currículo do curso de graduação em comunicação da UFBA. Salvador, BA. (não paginado).

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Secretaria Geral dos Cursos. Sistema Acadêmico (registro de alunos). **Lista de alunos que cumpriram a grade curricular.** Colegiado de Comunicação. Salvador, BA, 13 mai. 2009. 1-36.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Secretaria Geral dos Cursos. Sistema Acadêmico (registro de alunos). **Lista de alunos por forma de saída.** Colegiado de Comunicação. Salvador, BA, 13 mai. 2009. 1-22.

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE CARATINGA (UNEC). Curso de graduação – Produção Cultural. Disponível em: <<http://www.unec.edu.br/index1.html>>. Acesso em: 20 mar. 2009.

CULTURA PREVIDENCIÁRIA. Ministério da Cultura. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2008/12/30/culturaprev/>>. Acesso em: 13 mai. 2009.

CURSO DE ATUALIZAÇÃO EM CULTURA. Centro Multidisciplinar de Estudos em Cultura (CULT). Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/pages/curso%20atualizacao%20cult.htm>>. Acesso em: 16 mar. 2009.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Faculdade de Comunicação. Habilitação em produção em comunicação e cultura. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/acad_ens_produ.html>. Acesso em: 10 jan. 2009.

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE. Produção cultural. Disponível em: <<http://www.uff.br/procult/curso.htm>>. Acesso em: 10 jan. 2009.

7. APÊNDICES

A – Questionário – Formação em produção cultural – UFBA.

B – Lista com números de egressos entrevistados por semestre de formatura.

C – Tabela com áreas temáticas dos Trabalhos de Conclusão de Curso dos egressos entrevistados.

QUESTIONÁRIO – FORMAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL – UFBA

Orientação para preenchimento do questionário

1 – Caso você esteja preenchendo este questionário no computador, substitua as linhas pelas suas respostas. O mesmo pode ser feito para os espaços dos parênteses.

2 – Caso seja necessário copie e cole os quesitos (duplicando-os) para responder o questionário com suas informações.

1. IDENTIFICAÇÃO

Nome: _____ Data: __ / __ / __
 Idade: ____ Gênero: M () F () Naturalidade: Cidade _____ Estado: _____

Semestre de entrada no curso: _____ Semestre de formatura no curso: _____
 Currículo do curso: () Primeiro currículo () Segundo currículo

Outra graduação?

Curso: _____ Instituição de Ensino: _____
 Ano de entrada: _____ Cidade/ Estado: _____

Concluiu esta graduação? Sim () Se sim, ano de término: _____ Não, ainda em andamento () Não, abandono/trancamento ()

2. OPINIÃO SOBRE O CURSO

A) Como você avalia a contribuição do curso para sua formação:

Formação teórica e conceitual:

Péssima () Ruim () Regular () Boa () Ótima ()

Formação analítica e informativa:

Péssima () Ruim () Regular () Boa () Ótima ()

Formação técnica:

Péssima () Ruim () Regular () Boa () Ótima ()

Formação política:

Péssima () Ruim () Regular () Boa () Ótima ()

Formação cultural:

Péssima () Ruim () Regular () Boa () Ótima ()

B) Como você avalia a contribuição das disciplinas abaixo indicadas para sua formação:

Políticas da Comunicação e da Cultura:

Muito pouca () Pouca () Regular () Boa () Muito boa ()

Marketing Cultural:

Muito pouca () Pouca () Regular () Boa () Muito boa ()

Oficina de Comunicação Audiovisual:

Muito pouca () Pouca () Regular () Boa () Muito boa ()

Oficina de Produção Cultural:

Muito pouca () Pouca () Regular () Boa () Muito boa ()

Oficina de Análise de Públicos e Mercados Culturais:

Muito pouca () Pouca () Regular () Boa () Muito boa ()

Oficina de Assessoria de Comunicação:

Muito pouca () Pouca () Regular () Boa () Muito boa ()

Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos Culturais:

Muito pouca () Pouca () Regular () Boa () Muito boa ()

Oficina de Gestão Cultural:

Muito pouca () Pouca () Regular () Boa () Muito boa ()

Outra: _____

Muito pouca () Pouca () Regular () Boa () Muito boa ()

C) O curso contribuiu para o trabalho em cultura que você desenvolve?

Sim () Não () Caso sim, em que grau? Pouco () Médio () Muito ()

D) Você deseja fazer uma pequena avaliação do curso de uma forma geral ou de alguns aspectos específicos sobre o mesmo: Sim () Não ()

OBS: Não é necessário limitar sua resposta ao número de linhas abaixo.

3. ATIVIDADES DURANTE A GRADUAÇÃO

A) Participou de alguma atividade extraclasse da FACOM? Se sim, qual (quais)?

OBS: Atividades eventuais vinculadas à faculdade também podem ser consideradas.

C.A. () Produtora Júnior () PET () Rádio FACOM () Lab.Foto ()

Lab.Multimídia () Lab.Vídeo () CULT () Observatório () Outros ()

Atividade: _____ Período: _____

Atividade: _____ Período: _____

Atividade: _____ Período: _____

B) Participou de algum Grupo de Pesquisa? **(Caso não tenha participado, passe esta questão)**

Qual? _____

Professor Orientador: _____

Período de participação: _____

Bolsista () Voluntário ()

C) Estágios:

Instituição: _____ Período: _____

Área de atuação no estágio:

1) Elaboração e Planejamento de Projetos Culturais ()

2) Produção Executiva em projetos culturais (shows, espetáculos, exposições, etc) ()

3) Produção de Eventos (seminários, eventos empresariais, cerimônias, solenidades, etc) ()

4) Marketing Cultural (patrocínios, editais privados, etc) ()

5) Assessoria de Comunicação ()

6) Jornalismo ()

7) Outros () : _____

Instituição: _____ Período: _____

Área de atuação no estágio:

- 1) Elaboração e Planejamento de Projetos Culturais ()
- 2) Produção Executiva em projetos culturais (shows, espetáculos, exposições, etc) ()
- 3) Produção de Eventos (seminários, eventos empresariais, cerimônias, solenidades, etc) ()
- 4) Marketing Cultural (patrocínios, editais privados, etc) ()
- 5) Assessoria de Comunicação ()
- 6) Jornalismo ()
- 7) Outros () : _____

Instituição: _____ Período: _____

Área de atuação no estágio:

- 1) Elaboração e Planejamento de Projetos Culturais ()
- 2) Produção Executiva em projetos culturais (shows, espetáculos, exposições, etc) ()
- 3) Produção de Eventos (seminários, eventos empresariais, cerimônias, solenidades, etc) ()
- 4) Marketing Cultural (patrocínios, editais privados, etc) ()
- 5) Assessoria de Comunicação ()
- 6) Jornalismo ()
- 7) Outros () : _____

D) Trabalho de Conclusão de Curso (TCC):

Título: _____ Área:

Formato: Monografia () Produto ()

Orientador: _____ Banca: _____

4. EXPERIÊNCIA DE TRABALHO PROFISSIONAL

A) Trabalha na área de Comunicação – Produção Cultural?

Sim () (responda as questões abaixo)

Qual empresa/instituição? _____

Área de atuação: _____

Cargo/ Função: _____

Orgão: Público () Privado ()

Não () (responda as questões abaixo)

Qual empresa/instituição? _____

Área de atuação: _____

Cargo/ Função: _____

Orgão: Público () Privado ()

*Caso você não atue dentro de uma organização ou se encaixe em outras formas de trabalho, por favor, descreva resumidamente abaixo: _____

B) Experiências profissionais anteriores: **OBS: a) caso não tenha experiências anteriores, passe para a próxima questão; b) caso as experiências anteriores forem muitas dê prioridade àquelas ligadas a comunicação e cultura; c) caso necessário duplique os quesitos (vide orientação inicial).**

Empresa/instituição? _____
 Área de atuação: _____
 Cargo/ Função: _____
 Orgão: Público () Privado ()

Empresa/instituição? _____
 Área de atuação: _____
 Cargo/ Função: _____
 Orgão: Público () Privado ()

Empresa/instituição? _____
 Área de atuação: _____
 Cargo/ Função: _____
 Orgão: Público () Privado ()

C) Especialidades na área de produção em comunicação e cultura:

OBS: Caso não trabalhe na área de produção em comunicação e cultura, passe para a próxima questão

Dança () Música () Teatro () Artes Plásticas () Fotografia ()
 Cinema () TV e Vídeo () Rádio () Eventos () Outros ()
 Descrição: _____

D) Pós-graduação: (caso sim, responda abaixo)

Nome do Programa: _____
 Especialização () Mestrado () Doutorado () Pós-doutorado ()
 Período: _____ Instituição: _____
 Título da pesquisa: _____

 Tema: _____

Nome do Programa: _____
 Especialização () Mestrado () Doutorado () Pós-doutorado ()
 Período: _____ Instituição: _____
 Título da pesquisa: _____

 Tema: _____

ANEXO B – Lista com números de egressos entrevistados por semestre de formatura.

Dados – Egressos da habilitação em Produção em Comunicação e Cultura.

	Número de Egressos levantados por semestre	Número de questionários respondidos por semestre
1999.2	2	2
2000.1	1	1
2000.2	0	0
2001.1	3	1
2001.2	6	2
2002.1	2	1
2002.2	3	1
2003.1	0	0
2003.2	8	5
2004.1	3	2
2004.2	3	3
2005.1	7	4
2005.2	6	4
2006.1	6	3
2006.2	8	6
2007.1	6	6
2007.2	15	9
2008.1	14	10
2008.2	19	17
TOTAL	112	77
Porcentagem	100%	68,75%

ANEXO C – Tabela com áreas temáticas dos Trabalhos de Conclusão de Curso dos egressos entrevistados.

Áreas temáticas dos TCC	Número de egressos que optaram pela área	Porcentagem (%) (aproximado)
Produção Cultural / Artística (produto)	9	12%
Comunicação e Música	8	10,6%
Políticas Culturais	7	9,3%
Cinema / Indústria Cinematográfica	6	8%
Públicos Culturais	6	8%
Audiovisual (produto)	5	6,6%
Comunicação / Mídia / Tecnologia	5	6,6%
Comunicação Organizacional	4	5,3%
Gestão Cultural	3	4%
Marketing Cultural	3	4%
Análises em Cultura	3	4%
Publicidade e Propaganda	3	4%
Sites (produto)	2	2,6%
Marketing	1	1,3%
Teorias da Comunicação / Estudos Culturais	1	1,3%
Semiótica / Estética	1	1,3%
Televisão (produto)	1	1,3%
Roteiro (produto)	1	1,3%
Organização da Cultura	1	1,3%
Rádio	1	1,3%
Comunicação e Política	1	1,3%
Comunicação e Sociedade	1	1,3%
Comunicação e Moda	1	1,3%
Telejornalismo	1	1,3%
TOTAL	75*	100%

* Dois entrevistados não responderam a este quesito.