Trabalho de Conclusão de Curso – Priscila Prince

Entrevista com Ugo Mello, 5 anos de carreira, sócio da 5Sentidos Cultura e Comunicação.

Formado em Produção Cultural

1ª - Foquei muito nas coisas que a faculdade poderia me oferecer. Fiz parte da Produtora Junior[[1]](#footnote-1) durante três anos, passei por todas as fazes de formação da empresa, fui *trainee,* gerente, diretor e por fim conselheiro. Também fiz parte do grupo de pesquisa do professor Albino Rubim, que era professor e criador do curso, hoje secretário de cultura. Além disso, tive a minha primeira experiência fora da faculdade, na Fundação Gregório de Matos, especificamente no Programa Capoeira Viva, ligado ao Ministério da Cultura, onde a Fundação gerenciava esse programa que era nacional. Um estágio que teve início, meio e fim, durou quatro meses. Depois estagiei no setor de comunicação da empresa Bahia Gás. É interessante mencionar esse estágio porque a vaga disponível era para o curso de Relações Públicas, Publicidade e Propaganda e Jornalismo, pois eles não conheciam o curso de Produção Cultural, mas eu me candidatei para a vaga mesmo assim. Umas das funções que o estagiário teria que desenvolver era cuidar do edital de seleção dos projetos que eles patrocinavam. Até então, eles patrocinavam da forma que as empresas mais simples fazem, que é como balcão, quando o gerente de comunicação ou o presidente da empresa escolhe o que patrocinar, não era organizado, a pesar da Bahia Gás ser um empresa grande. Em 2008, quando eles resolveram organizar, passei para esse estágio. Tanto que a minha gerente na época, Sonia Raz, adorou conhecer o curso, e já participou de disciplinas na Facom como convidada, falando sobre como a produção cultural se insere no contexto da comunicação das grandes empresas. Foi uma experiência muito boa. Estive do outro lado do sistema. Em 2009, quando me formei, eles abriram novamente o edital e me contrataram para trabalhar, mas agora como profissional, para trabalhar prestando consultoria durante três meses para o edital.

Logo depois que me formei, o meu primeiro trabalho foi para o Ministério da Cultura. Fiz uma seleção para um trabalho que começava em agosto de 2009 e ia até março de 2010. Fui selecionado para trabalhar como facilitador no processo das conferencias estaduais de cultura. Iria acontecer, em 2010, uma conferência nacional, e o Ministério da Cultura contratou um facilitador por Estado para mobilizar as conferencias municipais para que acontecesse a nacional. Minha função era de mobilizador. Como a Bahia é um Estado que está na frente nas questões de políticas culturais eu trabalhava dentro da máquina da SECULT (Secretaria de Cultura do Estado da Bahia), eu trabalhava para o MINC, mas colaborava com o trabalho da equipe da SECULT que cuidava das conferencias.

Depois de ter passado pela Bahia Gás, voltei a trabalhar na SECULT como consultor do setor que hoje eu coordeno, passei três anos nessa função, desenvolvendo uma atividade bem especifica, que hoje não temos, mas que precisamos e é sempre feita por alguém externo. Por isso, resolvi regularizar a minha empresa porque era melhor receber através dela. A partir daí, meu trabalho era como consultor, concomitantemente dando aula e tentando articular projetos próprios.

Abri a minha empresa para me formalizar, ela é MEI (Microempreendedor Individual), que é uma forma mais simples, mais própria para o contexto que vivia na época. Eu poderia prestar o serviço que já estava fazendo na SECULT e fazer outras coisas por fora. Em um certo momento da empresa, quis regularizar ela, dar nome, porque antes só existia no papel, foi quando me juntei com meu sócio, que é meu primo, formado em Publicidade e Propaganda e eu que sou Produtor Cultural. Então, minha empresa não é apenas de produção de projetos culturais, nós também atuamos com elaboração de projetos culturais, e hoje muito do que nós temos feito é comunicação. Hoje estou me desdobrando como gestor em um cargo público e movimentando a minha empresa, 5 Sentidos Cultura e Comunicação.

Como você pode perceber eu sempre quis ter uma empresa, fiquei uma ano planejando com um colega de faculdade abrir uma micro empresa, mas ele foco na questão da fotografia e foi fazer especialização em Londres, de lá nunca mais voltou. Essa questão adiou um pouco a realização do meu objetivo de ser um empreendedor.

Agora terminei o mestrado, e tenho que me desdobrar bastante entre a vida acadêmica e a vida profissional. Descobri que não quero abandonar nenhuma das duas. Sou produtor cultural, quero ter mais experiência, tenho ideias, quero desenvolver meus projetos e por falta de tempo termino não conseguindo fazer tudo que quero.

Acho que, para o produtor cultural, é sempre mais interessante produzir seus próprios projetos, fazer articulações. É muito mais interessante, para o nosso contexto, o próprio produtor cultural pensar seus projetos. Claro que temos que pensar que o produtor cultural, egresso da FACOM, tem vários espaços que devem ser ocupados por esses profissionais, como espaços públicos ou empresas. Mas me interessa mais, o que algumas pessoas já conseguiram, montar suas próprias empresas.

2ª - É interessante observar que antes as pessoas adentravam o campo cultural pela prática, normalmente tinha alguma relação com o campo cultural ou artístico e por isso iam se aproximando, se entendendo, se tornando produtores culturais. Hoje, ainda vemos isso. Mas é importante perceber uma fase onde o surgimento da formação é uma entrada no campo. Então, vão ter pessoas que, não necessariamente, atuavam como produtores culturais, poderiam até ter uma simpatia com o campo cultural ou uma influência familiar, mas tem gente que não tem ligação nenhuma e escolheu a formação como forma de adentrar nesse campo, isso foi basicamente o que aconteceu comigo.

Quando estava fazendo o primeiro ano do ensino médio, em 2001, estava descobrindo qual curso eu queria fazer, percebi que todas as atividades que eu queria fazer remetiam ao sentido administrativo e de organização, dizia que queria ter um restaurante, um hotel ou uma fazenda, sempre voltado para empreendimentos. Depois fui amadurecendo e percebendo que eu queria administrar coisas e a primeira vontade, obvia, foi o curso de administração. Concomitante a isso, eu gostava da área de comunicação. Em 2002, no segundo ano do ensino médio, descobrir que tinha um curso de comunicação na Federal da Bahia que era Comunicação – Produção em Comunicação e Cultura, na hora me bateu um estalo, acreditava que podia ser interessante. Coloquei na cabeça e comecei a pesquisar sobre o curso, lia jornal, procurava notícias, busquei informações no site da Universidade. Me decidi. É isso. Apesar de ter feito vestibular para Jornalismo na UESB (Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia) e para Rádio e TV na UESC (Universidade Estadual de Santa Cruz), todas as formações na área de comunicação. Quando eu percebi que tinha uma formação em comunicação, com ligação com a questão do organizar, com empreender, com planejar e no campo cultural, algo que me interessava. Fiz essa escolha e em 2003, no terceiro ano do ensino médio, descobrir que um colega, Lucas Lins, estudante de uma séria a mais que a minha, tinha passado no curso de Produção Cultural, e hoje ele é atuante coo Produtor Cultural no Rio de Janeiro, formado pela FACOM (Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia), detalhe que descobrir depois de ter me decidido. No terceiro ano, tentei vestibular para Produção Cultural, passei na primeira fase, mas não conseguir passar na segunda. Passei na UESC, me matriculei. Mas fiz novamente o vestibular da UFBA e passei em 2005.

A minha entrada no campo da produção cultural foi via formação.

Desde o primeiro semestre, a questão de entender o que o profissional da cultura fazia e como ele atuava foi uma coisa que sempre me intrigou muito. Posso dizer que a ideia do meu TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) surgiu desde o meu primeiro semestre, com a professora Ana Maria Jatobá Palácios, diante de todos os meus questionamentos, sempre me incentivando a pesquisar sobre o profissional, me dizendo que era importante para o curso.

A profissionalização é essencial. Eu, enquanto pesquisador da questão de formação, egresso da Facom, acho que não devemos fazer diferenciação entre um profissional que não se formou especificamente, não é interessante para todos os produtores culturais no campo fazer esse tipo de distinção. Nós temos, obviamente, que valorizar a nossa formação. Existe um curso que se propõe a formar produtores culturais, é uma formação consistente, como problemas como todas as outros cursos, mas é uma formação de nível superior. Se propõe a formar profissionais multidisciplinar, que tem que pensar e não só executar, tem que articular. Acredito que as formações se retroalimentam, pois o campo está se complexificando porque as formações existem, e as formações foram criadas por conta da demanda do mercado. É como um ciclo. As formações contribuem para que o campo amadureça. Muitos egressos da Facom estão trabalhando na Secretaria de Cultura do Estado, e outro profissionais que não saíram da Facom estão fazendo mestrado na área de cultura. A formação sempre qualifica o mercado.

3ª – Acho que é básico, para todos os profissionais de produção cultural, pensar se aquele projeto que está desenvolvendo tem um retorno social, se tem uma importância para alguém ou para algum contexto. É o primeiro pensamento que o produtor cultural tem que ter.

Os projetos que estive à frente, não necessariamente foram concluídos por falta de financiamento, eram todos projetos que falavam sobre alguma coisa. Estive a frente de uma exposição fotográfica que tinha um importância conceitual bacana, acreditava no trabalho profissional daquele artista, acreditava no projeto, achava interessante de ser realizado.

Além da escolha por projetos que sejam sustentáveis, que sejam lucrativos para mim e para minha empresa. Esse também é um critério, mas se for algo que foge ao que eu defendo ideologicamente, de forma ampla, prefiro não fazer.

4ª - O campo cultural ainda é muito instável. O financiamento ainda é um gargalo. Quem quer ter a sua empesa depende muito do financiamento público. Sabemos que os recursos, apesar de terem aumentado bastante, ainda não são suficientes para atender a toda a demanda existente.

Hoje, Salvador melhorou um pouco porque antes nós só tínhamos o Estado como financiador e hoje o município começa a ter seus próprios editais e isso é muito bacana. Mas também temos que começar a pensar em formas de sustentabilidade dos nossos projetos. Eu faço isso na minha empresa. Pensar como podemos tornar o projeto mais “comercial” para dar sustentabilidade ao que achamos ser essencial conceitual. Quando estava pensando em abrir a minha primeira empresa, junto com meu colega de faculdade, pensávamos e pesquisávamos muito nisso, se nós queremos realizar uma exposição fotográfica, com um tema que, não necessariamente, tenha um apelo comercial, como podemos fazer para dar um lucro a nossa empresa, podemos fazer cobertura de casamento ou de eventos. É nesse sentindo, o produtor cultural que tem uma empresa tem que pensar nesses dois sentidos, o que podemos fazer, dentro do nosso âmbito profissional e mercadológico, que pode ser desenvolvido. Quem tem a *expertise* e o conhecimento em fazer eventos sociais, eu acho bacana. Claro que o produtor cultural se aproxima disso, mas fazer casamento ou festa tem uma dinâmica própria. Eu não me sinto à vontade para atuar nesse ramo. Mas é possível pensar formas, por exemplo, minha empresa prestou serviço para uma ONG, que estava fazendo um evento de lançamento da cooperativa de feirantes da Feira de São Joaquim; a feira tem uma cooperativa, a ONG para qual prestamos serviço ajudava a essa cooperativa a desenvolver atividades, e estava fazendo o lançamento da cooperativa, foi um projeto financiado e eles nos contrataram para fazer produção executiva e assessoria de comunicação. Nesse sentido, acredito que o produtor cultural hoje, independente ou com uma empresa, tem que buscar o equilíbrio. Muitas pessoas reclamam que não dá para ganhar dinheiro com produção, mas nós precisamos pesquisar mais. Sabemos que tem alguns produtos que são mais comerciais e isso pode te dar uma sustentabilidade na empresa e proporcionar que faça outros projetos que acha ser mais importante ou interessante.

Acabamos sempre esbarrando sempre no financiamento. Quando se fala de arte e cultura nem tudo é comercial. Nós precisamos que projetos não comerciais também aconteçam. Não quer dizer que aquele produto cultural não seja interessante, muito pelo contrário, pode ter uma importância muito grande para um determinado público ou até para a sociedade inteira. Então, acabamos tendo que buscar financiamento nas políticas públicas, que é quem mais investe.

Apesar dos editais serem a saída obvia, acho que temos que buscar outras formas de financiamento. Então, porque não pensar em fazer algo mais comercial? Existem outras formas de financiamento que estão em discursão, como o financiamento colaborativos, existem as plataformas *big crowd source,* onde as pessoas colaboram financeiramente com os projetos. O produtor elabora o projeto e ao invés de ir buscar recurso do Estado, coloca nas plataformas e as pessoas que gostam daquela ideia doam dinheiro. Por exemplo, se for fazer um show, custa R$50,00 o ingresso, se ela pagar R$100,00 ganha uma camisa da banda, que é simbólico, mas pela colaboração do público com o projeto terá esse retorno. Não é simplesmente doar o dinheiro, sem um retorno. É preciso pensar que é um investimento e de algumas forma vai haver retorno. Existe uma plataforma dessa só para shows, que funciona para que as pessoas consigam trazer para a suas cidades shows que geralmente não vão. Por exemplo, um artista do Rio de Janeiro que não é muito midiático, a produção dele é menor, e não tem recurso para fazer um show em Salvador, através da plataforma as pessoas que se interessam investem e se torna possível trazer o artista. Acontece, inclusive, com bandas internacionais.

Existem outras formas de se pensar sustentabilidade em nosso projetos. Cabe ao produtor cultural pensar nas permutas e nas parcerias, em contextos outros que a gente não tem o costume de pensar, pensar outros clientes para as nossas produções. Por exemplo, era o Ano da África, e tinha um professora que tinha um show sobre a África, e eu pensei em vender esse show par as escolas, que é um público que tem dinheiro para a atividades culturais. É preciso pensar novas formar de realização. Sou bem positivo em relação a isso. Cabe ao produtor cultural descobrir onde pode inserir cada questão. Os editais, de fato, tem uma importância essencial, por contemplarem todas as linguagens e não fazerem nenhum tipo de censura. Como pode acontecer de um projeto ter uma temática Gay e uma empresa não aceitar vincular a sua marca aquela temática, no edital público não existe essa discriminação, por isso é muito importante para a vida de qualquer profissional da cultura. É sempre possível enxergar espaço nas diversas possibilidades de financiamento, é necessário sempre ampliar o nosso leque de atuação.

Nos meus projetos tenho pensado em fazer coisas mais comerciais, e quando são projetos que tenham o teor mais cultural busco as fontes mais obvias que são os editais públicos e privados. Já inscrevi meus projetos em editais, mas nunca trabalhei com Lei Rouanet, já tive uma projeto coletivo aprovado no Fundo de Cultura. Minha relação básica é essa, quando é preciso nós vamos buscar essa fonte e aprendemos a lidar com os tramites.

Sei que os editais não vão dar conta de toda a demanda, mas acredito que eles são gerido da forma que deve ser. A política que é feita hoje é de fato democrática, tenta atender várias linguagens, várias áreas da cultura. Nas leis de incentivo fiscal tem uma problemática, pois o governo paga uma grande parte e as empresas pagam uma pequena parte e quem sai ganho mais são as empresas. Na minha opinião, as leis de incentivo seriam mais saudáveis se quem investisse mais fosse a empresa e não o Estado. Hoje em dia, a Lei Rouanet é 80% paga pelo Estado e 20% paga pela empresa, e ainda assim esses 20% pagos pela empresa tem que ser destinados para a parte de divulgação, parte que interessa a empresa. Então, qual é a lógica? Como essa lei, de fato, incentiva a cultura? Só que mudar isso agora é complicado porque quando a Rouanet surgiu, já surgiu com esse sentido e todas as outras leis criadas foram espelhadas nela, o Faz Cultura também é assim. Vemos o tempo todo discursões sobre esse assunto, mas ainda não houveram mudanças. É bem complexo.

5 – Foi exatamente o que já comentei sobre a ONG que foi nossa cliente. Fomos Contratados para realizar uma atividade técnica, a produção executiva e a assessoria de comunicação do evento. Mas falando de investimento direto nunca tive investimento direto, foram todos prestação de serviço ou por edital.

Acredito que há de se considerar que as permutas e apoios que as empresas fazem são importante e as pessoas desvalorizam. Quando fazemos um espetáculo teatral e recebemos a alimentação de camarim de um restaurante a marca entra como apoio.

De uma forma geral, as pessoas não entendem cultura como algo que deve ser investido. Na maioria das vezes as pessoas querem ir para os eventos culturais de graça. A cultura é vista como algo que só o Estado tem que oferecer.

Levando para um aspecto mais técnico, as empresas que investem em cultura utilizam apenas o mecanismo da lei de renúncia fiscal, porque a empresa visa lucro e se tem um mecanismo que proporciona a ela investir em cultura e ter um retorno financeiro imagético ela vai utiliza-lo. Por isso que dificulta com que as empresas façam investimento direto nos projetos culturais.

6ª – Essa questão, para qualquer produtor cultural e até para os outros profissionais de áreas correlatas, é essencial. Na minha empresa temos um rol de fornecedores, como meu sócio é publicitário, ele já tinha muitos contatos. O que você puder imaginar nós temos fornecedores, mas usamos todos.

Na procura por fornecedores, é melhor procurar indicação de outros profissionais sobre quem são os melhores nas suas respectivas áreas, buscando sempre trabalhar com aqueles que se mostram com maior presteza e maior profissionalismo. Se o fornecedor trabalhou bem, claro, voltarei a trabalhar com ele.

Até a forma como a minha empresa se apresenta para os clientes, procuro sempre deixar explicado o que a gente vai fazer, como vai executar. As nossas propostas de trabalho não tem só o orçamento, junto vai um passo a passo do que vai ser feito. Colocamos o valor total do serviço e, também, discriminamos o valor de cada etapa a ser realizada. Não é fácil. Precificar o serviço é bem complicado. Podemos usar como critério o tempo que é gasto naquele serviço e o porte do cliente, se for uma empresa grande, onde seu trabalho vai ter um visibilidade maior vai influir no preço a ser cobrado pela maior dedicação que o produtor terá que ter. Ás vezes se faz o mesmo trabalho para uma empresa menor e nesse caso o preço é menor, atendendo as especificidades daquele projeto.

Isso é importante porque quando se fala de cultural e comunicação as pessoas não sabem no que estão investindo, não sabem quanto custa para escrever um projeto. Fazemos uma pesquisa em cima do que o cliente está pedindo, vou elaborar um texto, pensar articulações. Isso não e palpável, mas é valoroso, é o meu conhecimento. As pessoas não valorizam porque não conseguem contabilizar.

Na questão da escolha da equipe, na minha empresa como somos só eu e meu sócio, e precisamos de mais pessoas, aciono colaboradores. Essa escolha também é feita através do conhecimento do trabalho desenvolvido por ele. Colegas que conheço e por suas experiências, que melhor desenvolve seu trabalho. Geralmente, dou valor aos profissionais que saem da academia, no nosso caso são os nossos colegas de trabalho. Trabalhar de forma colaborativa é melhor forma que existe.

7ª – Acho que quando saímos da faculdade de comunicação, do curso de Produção Cultural, temos que nos afirmar, se você se identifica e atua, tem que dizer que é um produtor cultural. O que eu estou fazendo agora é ocupar um cargo no órgão público de cultura, estou ocupando a função de gestor cultural, mas quando as pessoas me perguntam o que eu sou, digo que sou produtor cultural. Não estou julgando, mas tem pessoas que se dizem gestores culturais, não estão em lugar nenhum, mas falam que são gestores culturais. Eu penso que a gestão é uma função, você está gestor, de um espaço cultural, de um coletivo cultural, da carreira de artista ou está ocupando um cargo público. Eu sou um produtor cultural que posso ser um consultor de políticas culturais, posso ser um professor que estará formando outros profissionais que estarão atuando na área, como eu que já tive algumas experiência e atualmente sou professor do PRONATEC (Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego), no curso de Assistente de Produção Cultural. Então, eu me entendo como produtor cultural, e dependendo das especificidades que eu adentrar, vou atuar como tal, sou produtor cultural e vou assumir funções.

Defendo o produtor cultural como o profissional base da produção cultural. Assim como tem o biólogo que trabalha com animais, com plantas ou com saúde; tem o produtor cultural que trabalha com gestão, com elaboração de projetos, programas culturais, com comunicação e divulgação. Então, entendo o profissional, até porque já existem formações que buscam forma-los, como um profissional base do campo cultural.

8ª – A função do produtor cultural já existia antes das formações existirem. Inclusive, dentro dos projetos culturais e artístico, dentro do coletivos de cultura (grupos de teatro, de dança), surge a função do produtor, ela já estava ali, sempre alguém assumia essa função. Só que a relação que as pessoas tinham com o produtor cultural era sempre de não querer ocupar o papel do produtor, mas alguém assumia por algum motivo. Esse contexto faz com que essa relação não fosse tão interessante. Não é uma coisa que eu vivencia, mas dá para perceber, que houve uma época em que os artistas tinham o produtor como uma pessoa que vem para explorar ou ganhar dinheiro em cima dele. Acho que essa concepção vem mudando, a visão que o produtor é capitalista e vai explorar o artista, porque ele entra como mais um parceiro, mais um agente dentro do contexto da cultura. Assim como tem os artistas e os criadores, precisamos dos profissionais que vão organizar, mediar e é ai entram os produtores culturais. É mais uma função importante dentro de uma realização artística cultural.

Acredito que a formação legitima o papel do produtor. Muita gente ainda crítica, dizendo que produção cultural não se ensina, uma coisa que eu descordo totalmente. Podemos dizer que o curso da FACOM de Produção Cultural já é reconhecido no meio. As pessoas estão trabalhando nos lugares, são convidadas a realizarem projetos culturais em distintas áreas. Tenho colegas que são formados em produção cultural e trabalham especificamente com Rock, outros com audiovisual, outros com teatro.

Há uma mudança do comportamento da classe artística como um todo, com referência ao papel do produtor cultural que não tem mais aquele perfil antigo. Hoje o perfil do profissional produtor é outro, que busca se posicionar de outra forma.

9ª – Não só em Salvador, hoje, nós precisamos de um profissionalização maior, que acho que está em vias, com o surgimento de cursos, com a quantidade de profissionais no mercado de trabalho.

É preciso um reconhecimento maior da profissão e da importância da cultura para sociedade para que tenhamos um retorno financeiro maior. Não só individualmente, mas falo em mais recurso circulando no campo cultural, assim complexificando e movimentando mais o campo.

No campo das políticas, tínhamos um município que não tinham políticas culturais e agora começamos a ver o município fazendo ações no campo cultural, como foi o Festival da Primavera, feito pela prefeitura do município de Salvador. Temos os editais, que já estamos em sua segunda edição. Tudo isso é importante para o campo cultural soteropolitano, e portanto importante para o produtor. Como profissionais do campo, temos que acompanhar tudo o que está sendo feito e exigir que atue mais. Por muito tempo a política cultural do Estado ficou em Salvador e o município acabou se desleixando e acabava se ausentando da sua responsabilidade de promover atividades culturais. Então, precisamos hoje ter um município, além do Estado, que continue atuando do jeito que está começando agora.

É preciso que a sociedade em geral entenda como fundamental e valorize a cultura, em um sentido mais amplo. Nos beneficiaremos disso, com mais recursos, mais profissionais, mais vagas de trabalho. É isso que faz mudar a cabeça das pessoas, e assim teremos maior quantidade de público. Se tiver um educação para mostrar a importância da culturais as pessoas vão entender e valorizar mais a importância disso para a vida delas. Isso vai reverberar em público consumidor. Ele é quem movimenta, precisamos que as pessoas fruam os produtos culturais. Se tivermos formação de público interessado, sempre vamos ter o que oferecer. Não quero ser raso, mas comparando a países europeu, lá as pessoas tem uma melhor qualidade de educação e as pessoas consomem todos os tipos de expressão cultural, é outra relação, o público gosta de cultura. Não quero ser simplista, mas acho que isso é interessante perceber. Então, temos que valorizar a nossa cultura como um todo e é isso que vai melhorar o campo cultural no sentido profissional.

Referencias:

http://produtorajuniorpjr.wix.com/site#!\_\_o-que-e

1. Empresa júnior de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Nossa empresa visa contribuir para a construção do conhecimento e aperfeiçoamento da prática empresarial dos estudantes de Jornalismo e Produção em Comunicação e Cultura da Faculdade de Comunicação (Facom/UFBA). A empresa é reconhecida no mercado baiano e nacional e há onze anos presta serviços de Criação em Publicidade, Assessoria de Comunicação e Produção Cultural. [↑](#footnote-ref-1)