

A cultura em tempos de gestão: o mercado de trabalho na área da cultura

MARA NOGUEIRA PORTO

*Bacharel em Artes Plásticas pela Universidade Federal de Uberlândia/Minas Gerais;
Especialista em Gestão Cultural pela Escola do Senac de Belo Horizonte/Minas Gerais;
Curso de formação de pequena duração na Escola Rede in Movimiento na Argentina/Buenos Aires; Diretora de Cultura - Secretaria de Cultura da Prefeitura Municipal de Patos de Minas (2010/2012). e-mail: maraporto@gmail.com*

Resumo: A Gestão Cultural é uma profissão que surgiu a partir das rápidas mudanças geradas pela globalização e com as transformações e exigências de uma sociedade contemporânea. Deste modo, podemos considerar que ainda hoje se discute o processo de formação e construção deste profissional. Devemos levar em consideração que o fazer profissional do gestor cultural não é algo simples de ser processado, por ser uma profissão ainda em constituição e formação, tanto no mercado quanto no reconhecimento profissional dentro da sociedade. A busca pela profissionalização na área cultural requer noções básicas e fundamentais para atuação nesse setor. Os objetivos e funções para um bom desempenho do profissional da cultura devem ser delineados por meio das atividades de planejamento, organização, coordenação, liderança e conhecimento das políticas culturais: pública, privada ou do terceiro setor.

Palavras-chave: gestão cultural; mercado de trabalho; políticas culturais

Resumo: La Gestión Cultural es una profesión que surgió a partir de los rápidos cambios generados por la globalización y con las transformaciones y exigencias de una sociedad contemporánea. De este modo, podemos considerar que aún hoy se discute el proceso de formación y construcción de este profesional. Debemos llevar en consideración que hacerlo profesional del gestor cultural no es algo simple de ser procesado, por ser una profesión aún en constitución y formación, tanto en el mercado, cuanto en el reconocimiento profesional dentro de la sociedad. La búsqueda por la profesionalización en el área cultural requiere nociones básicas y fundamentales para actuación en ese sector. Los objetivos y funciones para un buen desempeño del profesional de la cultura deben ser delineados a través de las actividades de planificación, organización, coordinación, liderazgo y conocimiento de las políticas culturales: pública, privada o del tercer sector.

Palabras-clave: gestión cultural; mercado de trabajo; políticas culturales

A cultura em tempos de gestão: o mercado de trabalho na área da cultural

As culturas não podem mais ser examinadas como se fossem ilhas num arquipélago
(UNESCO 1998)

A globalização é um processo que sugere a unificação dos povos e nações, mas com o passar dos anos, surge um fator desigual que, de certa forma, pode ser considerado como a padronização dos valores culturais. Analisando este fator, não podemos deixar de observar que, ao mesmo tempo, a globalização passa a fortalecer e disseminar o desenvolvimento das identidades locais, abrindo espaço para as culturas que estão geograficamente isoladas, buscando as particularidades e o senso de diferença que se intensifica cada vez mais em todas as regiões do planeta.

A partir dos estudos do pesquisador Canclini, ocorreu na segunda metade do século XX o início da globalização, a qual pode constatar que foi aguçada pela interdependência das sociedades, gerando “novos fluxos e estruturas de interconexão supranacionais” (CANCLINI, 2003, p. 3).

Existem posicionamentos diversos sobre a globalização: pesquisadores que buscam discutir pontos positivos e negativos dentro de diversos aspectos da era global; a maneira como são incorporados novos costumes, valores e hábitos no cotidiano de todos os povos; bem como as novas formas de dependência e subordinação causadas em muitas sociedades. Afirma Horvey Feigenbaum no livro sobre *Globalização e Diplomacia Cultural* que

a globalização tem estimulado um crescimento mundial e, para alguns, um aumento de renda sem precedentes. Mas há um impacto negativo para os que foram, ou acreditam ter sido, deixados para trás. Para algumas pessoas, a pressão dos mercados globais parece estar empobrecendo culturas locais, regionais e até nacionais (FEIGENBAUM, 2002, p. 3).

Assinalar os diversos fatores da globalização é tarefa ampla e metódica, por isso limito a descrever sobre a cultura e a nova profissão da contemporaneidade – o gestor cultural – dentro dessa globalização.

Cultura é um termo controverso e profundamente abrangente. Em um mundo globalizado, em que a própria identidade é determinada pela diversidade cultural, a definição de cultura passa por abordagens distintas, sendo capaz de abranger as áreas da antropologia, da sociologia, da estética, da religiosidade, da comunicação, da agricultura, da economia e até da política, criando assim, uma expansão das noções convencionais de cultura.

Até meados de 1980, a maior parte dos estudos culturais ainda era focada nos países europeus e nas Américas, buscando sempre uma linha nacionalista. Com a liberalização do comércio, com o crescimento do consumo e com a abrangência global das comunicações, a cultura passa a proporcionar novas áreas de trabalho, tornando-se cada vez mais globalizada.

Assim, a cultura não é mais vista como parte isolada da manifestação de um povo. A globalização transformou-a em um sistema de constante incorporação de novas criações, de novas produções e de novas comunicações; com isso, a cultura se torna um fator essencial para diversas outras áreas como a economia e a política, por exemplo.

Analisando o Sistema de Informações e Indicadores Culturais, podemos afirmar que a cultura é parte integrante de uma economia política, produzindo renda e gerando empregos, proporcionando anualmente um percentual cada vez mais crescente na arrecadação tributária.

Considerando o potencial artístico do povo como possibilitador de uma perspectiva econômica e analisando o “aumento” dos investimentos das empresas privadas e do governo na área cultural, podemos constatar que a cultura vem passando por transformações, tanto na luta pela preservação de costumes, tradições e valores, quanto na meta de fazer com que a consciência política na área cultural seja vista como um fator indispensável para a educação, formação e respeito às exigências e potencialidade de um povo.

Diante de uma nova demanda de produção cultural, a formação de gestores culturais, em metrópoles e cidades interioranas, tem sido de suma importância para a expansão das produções, realizações e reflexões na área das políticas culturais, para sustentar na proposta de trabalhar a “formação de público” e na ampliação da educação e da mobilização artístico-cultural.

O maior desafio dessa nova profissão é, enfim, sensibilizar a sociedade para a importância da cultura e, assim, despertar o interesse da população para usufruir de atividades nesse campo.

A “formação de público” na área cultural é ainda umas das dificuldades enfrentadas pelas cidades de pequeno porte. Segundo o pesquisador e autor Marcos Barreto,

formar público é um processo que demanda tempo, ações de longo prazo, e deve ser um compromisso de todos os que, de alguma forma, relacionam-se com o mercado cultural. Compromisso que deve ser assumido não só por artistas e produtores culturais, mas que inclui, como parte do processo, o trabalho dos profissionais das diversas esferas governamentais, (...) e principalmente de educadores (CORRÊA, 2004, 78).

A Gestão Cultural é uma profissão que surgiu a partir das rápidas mudanças geradas pela globalização e com as transformações e exigências de uma sociedade contemporânea. Deste modo, podemos considerar que ainda hoje se discute o processo de formação e construção deste profissional.

A partir do crescimento e da miscigenação das várias linguagens artísticas, os pesquisadores e atores da área cultural sentiram a necessidade de refletir e aprofundar os conceitos sobre a cultura e o papel desta na sociedade. Isso fez com que os sujeitos que estavam ligados à área cultural buscassem uma construção coletiva para a formação de um profissional, mesmo sem muita “profissionalização”, mas com a pretensão de construir uma cena na qual posteriormente pudessem encontrar um campo e um mercado ideal para a atuação.

Com o surgimento dessa profissionalização, o produtor¹ passa por uma formação e se torna um profissional da cultura, sendo denominado gestor cultural; assim, ele encontra na profissionalização a ampliação dos conhecimentos culturais, para maior abrangência nas áreas de atuação, bem como a capacidade de interagir e relacionar com outras áreas existentes. Essa formação, seja ela acadêmica ou não, prepara o profissional para enfrentar o mercado, obter mais conhecimento e gerenciamento das atividades culturais e ao mesmo tempo estar preparado para as relações com as políticas culturais.

Afirma Maria Helena Cunha sobre o processo de profissionalização da gestão no mercado de trabalho cultural:

A geração mais recente de gestores culturais começou a atuar de forma efetiva a partir de 1999, início do século XXI. Eles encontraram as estruturas organizacionais do sistema público de cultura bem mais delimitada e, ao mesmo tempo, um mercado mais atuante no que diz respeito à participação no processo de investimento, à criação, à produção e ao consumo de bens culturais (CUNHA, 2007, p. 5).

Devemos levar em consideração que o fazer profissional do gestor cultural não é algo simples de ser processado, por ser uma profissão ainda em constituição e formação, tanto no mercado, quanto no reconhecimento profissional dentro da sociedade.

A busca pela profissionalização na área cultural requer noções básicas e fundamentais para atuação nesse setor. Os objetivos e funções para um bom desempenho do profissional da cultura devem ser delineados por meio das atividades de planejamento, organização, coordenação, liderança e conhecimento das políticas culturais: pública, privada ou do terceiro setor.

Podemos considerar que o trabalho do gestor cultural é bastante complexo, pois além da diversidade na área da cultura, o profissional precisa ter uma interdisciplinaridade, principalmente nas relações de discussão entre arte, cultura, educação, cidadania e sociedade. Além dessa ampla relação, o gestor de cultura precisa percorrer entre outras áreas do conhecimento, dentre elas, a economia, as políticas culturais, o direito, a administração, a comunicação e o marketing.

Outro fator de relevância para um bom desempenho do gestor cultural é “garimpar” o local de atuação profissional, ou seja, descobrir quais serão as dificuldades,

¹ “A indefinição da diferença entre produtor ou gestor cultural não é só uma questão de nomenclatura, mas tem se tornado um tema relevante, pois passou a ser uma discussão de posicionamento no próprio mercado de trabalho. Essa diferenciação é uma ação ou o reflexo da realidade vivida por esses profissionais que, diante da complexificação das relações de trabalho, deparam com esse questionamento, no qual o produtor tem sido colocado como um profissional mais executivo e o gestor no âmbito das ações mais estratégicas. No entanto, apesar de serem identificadas como duas profissões diferentes, elas se confundem enquanto ocupação de espaços de atuação no mercado cultural e, principalmente, em relação aos saberes desenvolvidos em cada profissão, coexistindo, ao mesmo tempo, no mercado de trabalho” (CUNHA, 2007, p. 7).

peculiaridades e potencialidades que o local proporcionará para a atuação do planejamento realizado pelo gestor. Portanto, o papel primordial do gestor dentro destas perspectivas é fazer com que todas as fases das ações e projetos culturais sejam executadas com clareza e profissionalismo, sendo competente para criar, produzir, distribuir e divulgar o produto ou manifestação artística.

Por fim, podemos afirmar que o profissional da cultura “deverá ser capaz de materializar e dinamizar no âmbito local, regional e nacional as práticas que configuram a cultura de uma comunidade” (CUNHA, 2007, p. 4). Assim, torna-se necessário que o gestor cultural esteja sempre com a sensibilidade artística desenvolvida, trabalhando para que a praticidade de suas ações seja objetivada com clareza em seu campo de atuação.

O que todo Gestor Cultural deve saber

O que é um projeto cultural?

É uma atividade “temporária” que passa do plano da “ideia” ao plano da “ação e realização”, atividade esta que pode vir a ser continuada depois de sua primeira execução. Um projeto cultural pode ser criado e elaborado em qualquer uma das áreas da cultura: artes cênicas, incluindo teatro, dança, circo, ópera; audiovisual, incluindo cinema, vídeo, novas mídias; artes visuais, incluindo artes plásticas, design artístico, design de moda, fotografia, artes gráficas, filatelia; música e respectivos eventos, festivais; literatura, obras informativas, obras de referência, revistas; preservação e restauração do patrimônio material e imaterial, inclusive folclore; espaço cultural, criação de acervo, bibliotecas, museus, galerias; além de todas essas áreas, um projeto cultural pode ser criado para desenvolver uma pesquisa de cunho cultural, publicações técnicas, seminários, bolsas de estudos.

Um projeto cultural pode ser pleiteado tanto pelo setor público (Leis de Incentivo à Cultura), quanto pelo setor privado e terceiro setor.

Todo projeto cultural requer uma elaboração minuciosa: a ideia precisa ser bem planejada, com objetivos e condições bem definidas, um cronograma de ações a ser cumprido pelos responsáveis do projeto, um orçamento que cumpra as realizações da proposta e uma boa equipe de profissionais da área desejada, e sempre ser sustentado em um tripé que estabeleça uma relação entre cultura, educação e cidadania.

Por que fazer um projeto cultural?

Porque por intermédio da iniciativa de fomentar um projeto cultural, os artistas, gestores, agentes e produtores culturais podem contribuir com o reconhecimento e registro da cultura no Brasil. As realizações de alguns projetos culturais no âmbito nacional foram responsáveis pelas maiores cenas das manifestações artísticas, como os festivais de música, teatro, dança, as grandes exposições de artes visuais, a produção cinematográfica e também a valorização das manifestações da cultura popular.

A realização de projetos culturais pode ser também uma grande possibilidade para auxiliar o governo local/regional/estadual/federal na difusão e na multiplicação da arte, principalmente quando estes projetos são pensados como inclusão cultural, educacional e social.

Para quem fazer um projeto cultural?

Em primeiro lugar, um projeto cultural não poderia ter contenção de público, deveria atingir toda faixa etária e toda a comunidade, com acesso gratuito, quando muito com preços populares, pois, estes são realizados justamente para desenvolver e contribuir para a formação de público e para educação cultural da cidadania. Mas, muitas das vezes, deparamos com projetos que têm o público determinado e específico na faixa etária, com preços inacessíveis, realizados com um intuito elitizado.

Acredita-se que há espaço e público para todas as propostas culturais, mas projetos patrocinados por órgãos públicos deveriam ser priorizados e com intuito de trabalhar com a iniciativa da “formação de público”, em todas as linguagens artísticas, de preferência com parceria entre as escolas da rede do ensino público e com inserção em bairros periféricos.

Referências bibliográficas

BOTELHO, Isaura. *Dimensões da Cultura e Políticas Públicas*. São Paulo em Perspectiva, 15 de fevereiro de 2001. Disponível em: https://www.seade.gov.br/produtos/ssp/v15n02/v15n02_10.pdf Acesso em 12 de abril de 2010.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas híbridas*. São Paulo: Edusp, 2003.

CORRÊA, Marcos Barreto. *Do Marketing ao Desenvolvimento Cultural: relacionamento entre empresas e cultura; reflexões e experiência*. Belo Horizonte: 2004.

CUNHA, Maria Helena. *Gestão Cultural: Profissão em Formação*. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. Belo Horizonte, maio de 2007.

Disponível em: www.gestioncultural.org. Acesso em: 21 de março de 2010.

FEIGENBAUM, Harvey. *Globalization and cultural diplomacy*. Washington: Center of Arts and Culture, 2002.

FREDERICO, A. Barbosa da Silva. *Política Cultural no Brasil, 2002-2006: acompanhamento e análise*. Coleção Cadernos de Políticas Culturais. Brasília, v. 2. Ministério da Cultura, 2007.

FREDERICO, A. Barbosa da Silva. *Economia e Política Cultural: acesso, emprego e financiamento*. Coleção Cadernos de Políticas Culturais. Brasília, v. 3. Ministério da Cultura, 2007.

HANSON, Dennis; MECENA, Sérgio. *Gestão e Cultura: uma definição de gestão cultural*. Arti-

go apresentado em outubro de 2007.

YÚDICE, George. *A Conveniência da Cultura: uso da cultura na era global*. Belo Horizonte. UFMG: 2004.