

## A FORMAÇÃO PROFISSIONAL DOS ALUNOS DO CST EM PRODUÇÃO CULTURAL DO IFRJ: RELATO DE UMA PESQUISA

Fernanda Delvalhas Piccolo<sup>1</sup>

**RESUMO:** O presente artigo abordará o perfil socioeconômico e as motivações dos alunos Curso Superior de Tecnologia (CST) em Produção Cultural para a escolha do mesmo no Instituto Federal Rio de Janeiro (IFRJ) como *locus* de formação profissional. Para tanto, utilizou-se os dados coletados na pesquisa quanti-qualitativa realizada entre novembro/2011 e janeiro/2012, junto aos discentes do CST em Produção Cultural. A análise dos dados recolhidos permite conhecer esses futuros profissionais, que atuarão no mercado cultural brasileiro.

**PALAVRAS-CHAVE:** Formação Profissional, Produção Cultural, Motivações.

### Introdução

A discussão proposta pelo presente artigo referente ao perfil socioeconômico e as motivações para a escolha da carreira e da instituição para a formação profissional é parte da pesquisa “*O Perfil Socioeconômico, Cultural e as Motivações e Perspectivas dos Alunos de CST em Produção Cultural do IFRJ: Um Levantamento Quanti-Qualitativo*”<sup>2</sup>. Esta teve como objetivo investigar o perfil social, econômico e cultural dos discentes, bem como conhecer suas motivações e perspectivas frente ao curso e a futura profissão.

Na contextualização para a realização da pesquisa encontra-se no fato de ser recente a formação acadêmica do Produtor Cultural, se comparada a outras áreas profissionais. Com menos de duas décadas de institucionalização nas Instituições de Ensino Superior, o curso de Produção Cultural vem sendo a opção de indivíduos interessados em atuar no campo da cultura. Como todo campo em processo de institucionalização é possível encontrar distintas nomenclaturas para os cursos que foram os sujeitos irão atuar nas áreas de gestão e produção cultural, de eventos e entretenimento, abrangendo 84 cursos, sendo 50 graduações (entre

---

<sup>1</sup>Doutora em Antropologia Social. Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro. Coordenadora do CST em Produção Cultural do IFRJ. E-mail: fernanda.piccolo@ifrj.edu.br

<sup>2</sup> Pesquisa realizada entre novembro de 2011 e janeiro de 2012 sob a coordenação da Profa. Dra. Fernanda Delvalhas Piccolo, no âmbito das atividades do PET/Conexões de Saberes em Produção Cultural, do MEC/SESU, e conta com 12 alunos com bolsas do FNDE e recursos AUXPE/CAPES.

bacharelados, tecnológicos e habilitações) e 34 pós-graduações (entre *lato* e *strictu sensu*), tal como nos aponta o mapeamento realizado por Rodrigues (2011)<sup>3</sup>.

Além disso, a escala de crescimento do mercado cultural brasileiro, ao longo dos anos, e o surgimento de novos espaços e equipamentos, instituições e projetos de aspectos culturais apontam para a exigência da profissionalização dos agentes que atuarão neste importante setor econômico (Cunha, 2007; Avelar, 2010). Neste contexto, o produtor cultural é o organizador e criador de projetos, produtos, bens, serviços e equipamentos artísticos e culturais, ocupando a posição de ligação dos profissionais da cultura a diversos segmentos sociais: artistas, público consumidor, investidores, gestores, entre outros. A demanda por profissionais com formação acadêmica e a criação de curso de Produção Cultural reflete uma nova realidade na consolidação desta categoria profissional (Avelar, 2010).

Neste sentido se justifica a proposta de se investigar o perfil dos discentes do Curso Superior de Tecnologia em Produção Cultural do IFRJ (Campus Nilópolis), pois conhecer as motivações e as perspectivas desses indivíduos frente ao curso e à futura profissão pode contribuir para o desenvolvimento desta área de ensino e atuação.

### **Percurso Metodológico**

Para alcançarmos os objetivos de conhecer o perfil sociocultural e econômico dos discentes do CST em Produção Cultural do IFRJ, bem como suas motivações para a escolha do curso, utilizou-se uma metodologia quanti-qualitativa, em duas fases: a primeira, a quantitativa, e a segunda, qualitativa.

A etapa quantitativa foi desenvolvida por meio da aplicação de um questionário com setenta e três questões abordando temas tais como: idade, cor/raça, situação de moradia, religião, gênero, estado civil, trajetória escolar sua e escolaridade dos pais, escolha do IFRJ e do curso e acesso e frequência a bens e equipamentos culturais, respondidos por cento e quarenta e três discentes de diferentes períodos da graduação. A etapa qualitativa foi delimitada por uma amostragem de vinte e seis sujeitos por meio de uma entrevista roteirizada com os seguintes tópicos: dados pessoais, a escolha do CST em Produção cultural, visões da cultura, ações e práticas artísticas e culturais, percepções sobre o mercado de trabalho.

O universo de pesquisa foi o corpo discente do CST em Produção Cultural do IFRJ com matrícula ativa em 2011. Do total de 235 alunos possíveis, pois do total de 248 alunos,

---

<sup>3</sup> Além deste mapeamento, ver, sobre a formação na área da gestão e produção cultural, eventos e entretenimento, entre outros, Cunha (2007), Costa (2007), Avelar (2010) e Mello (2011).

13 participaram da concepção da pesquisa e coleta dos dados, foram entrevistados 143 na etapa quantitativa e 26 na etapa qualitativa.

Diversas são as possíveis causas pelas quais não conseguimos entrevistar os 235 alunos. Uma delas foi a greve de ensino ocorrida entre agosto e outubro de 2011, no IFRJ, a partir da qual muitos alunos não retomaram às aulas, nem trancaram suas matrículas.

A escolha de trabalhar com a metodologia quanti-qualitativa foi estabelecida para que no cruzamento do material coletado tivéssemos tanto uma representatividade numérica do conjunto dos alunos, quanto um aprofundamento de determinadas questões. Assim, estabeleceu-se uma percepção mais abrangente dos dados coletados nos questionários e nas entrevistas (Goldenberg, 2003).

Desta forma, enquanto o método quantitativo permite considerações mais generalizadas e universalizantes frente aos resultados, o método qualitativo possibilita o aprofundamento.

Cabe ressaltar que o projeto foi apresentado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do IFRJ.

### **O Curso Superior de Tecnologia em Produção Cultural do IFRJ**

Com as mudanças ocorridas tanto no contexto social quanto no mercado de trabalho, as IES passaram por mudanças no sentido de oferecer uma maior diversidade de cursos que atendam a demanda dos alunos. Atualmente, nelas pode-se encontrar cursos de graduação nas modalidades: superiores de tecnologia, licenciaturas, bacharelados, sequenciais e à distância. Em todas elas, apesar de suas particularidades, o objetivo é estabelecer o processo ensino-aprendizagem e possibilitar que os alunos desenvolvam conhecimentos práticos, teóricos e específicos em diferentes tempos de duração. Neste sentido, os cursos tecnólogos tornam-se escolha de muitos alunos, pelo custo financeiro em relação aos tradicionais e menor tempo de duração.

Deste modo, devemos levar em consideração que os Institutos Federais, em relação às instituições de ensinos mais antigas, especialmente às Universidades, apresentam uma estrutura diferenciada, visto que abrange desde o ensino técnico profissionalizante à pós-graduação *strictu sensu* e terem sido criadas mediante a agregação/transformação de outras instituições profissionais. O intuito é oferecer uma educação profissional e tecnológica em diferentes níveis e modalidades, integradas e verticalizada da educação profissional - da educação básica ao ensino superior - utilizado-se da estrutura física, dos quadros de pessoal,

de modo a estimular pesquisa aplicada, a produção cultural, o empreendedorismo, o cooperativismo, e promover a produção, o desenvolvimento e a transferência de tecnologias sociais (BRASIL, 2008).

A origem dos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia está na assinatura do decreto nº 7.566, de 1909, pelo Presidente Nilo Peçanha, que criava de 19 Escolas de Aprendizes Artífices, posteriormente transformadas nas Escolas Técnicas e nos CEFETs. No ano de 2008, é sancionada a Lei nº 11.892/08, que criava 38 Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia (IFET). Neste contexto, o CEFETQuímica, campus Nilópolis, é transformado em IFRJ, em 2009.

No contexto da educação profissionalizante, o Curso Superior de Tecnologia em Produção Cultural do IFRJ teve início em 2003 e contava, novembro de 2011 com 248 alunos com matrícula ativa, oriundos da Baixada Fluminense e Município do Rio de Janeiro, tendo entrada para 40 estudantes por semestre.

No IFRJ é um curso que atua na interface entre as Ciências Humanas, especialmente, Artes, Letras e Ciências Sociais, além de abordar áreas como Ciências do Esporte e Ciências.

Nesse sentido, é o único curso, no Campus Nilópolis, a situar-se nas Ciências Humanas. Pelos motivos acima, entre outros, esta área necessita de atenção especial com vistas a melhorar e desenvolver o próprio curso e o campo profissional.

Além disso, o CST em Produção Cultural do IFRJ está situado em Nilópolis, um município da Baixada Fluminense, localizada na região metropolitana do Rio de Janeiro. Esta região é habitada por uma população marcadamente de origem popular, e que foi adensada por migrantes oriundos, particularmente, da região norte e nordeste do país. É uma região que fornece trabalhadores ao município do Rio e que carece de políticas culturais efetivas (Costa 2007 e 2010). No entanto, diversos moradores da região, como aponta Costa (2007 e 2010), dedicam-se às “atividades culturais”, como “animadores culturais”, os quais não possuem, na maioria das vezes, educação formal em nível de graduação.

Buscando atender às demandas educacionais, do mercado e da organização da cultura, a matriz curricular do curso passou por diversas modificações, indo, principalmente, de um olhar que privilegiava os esportes e a ciência, a uma perspectiva maior sobre as artes e as ciências humanas.<sup>4</sup>

Desta forma, é neste contexto sociocultural e educacional que os discentes entrevistados estão inseridos.

---

<sup>4</sup> Cabe ressaltar que devido estas demandas a partir do segundo semestre de 2012 o IFRJ deixará de oferecer o CST e passará a oferecer o curso na modalidade Bacharelado.

## O perfil socioeconômico e as motivações dos discentes

Em relação ao perfil socioeconômico dos alunos entrevistados tivemos, na etapa quantitativa, dos 143 entrevistados, 63,6% mulheres e 36,4% homens. Em relação à idade, a maioria, 69,9% encontra-se na faixa etária entre 18 a 25 anos, 11,8% encontra-se tanto entre 26 a 30, como com 36 anos ou mais, 4,8% está entre 31 e 35 anos, e 1,4% têm menos de 18 anos. Em relação a autodefinição de cor/raça, 44,1% se autodeclarou branco, 22,4% como pardo, 21,6% como negro, 5,6% como mestiço, 1,4% como amarelo e 4,9% como outro.

Em relação à moradia, 132 alunos responderam à questão, destes 53,78%, 71 discentes, moram no município do Rio de Janeiro, sendo 37,12% na zona norte, 12,12% na zona oeste, 4,5% apenas definiu Rio de Janeiro. 41,66%, 55 alunos, moram na Baixada Fluminense, principalmente nos municípios de Nilópolis e Nova Iguaçu. 4,5% disseram residir em outros municípios.

Na etapa qualitativa, dos 26 entrevistados, 10 eram homens e 16 eram mulheres, em relação à faixa etária a maioria 46% encontra-se entre 18 e 25 anos, 30,7% encontra-se entre 26 e 30 anos, e 19% tem entre 33 e 51 anos e, em relação à autodefinição de cor/raça, 26,9% se autodeclarou branco, 26,9% como pardo, 23,7% como negro, 3,8% amarelo, 3,8% miscigenado e 3,8% como mista.

Um ponto a ser observado, e que assemelha-se a situação dos discentes do CST em Produção Cultural, é que, segundo Mainardes (2007: 43) “no Brasil as escolas superiores possuem alunos dos mais diversos: jovens em formação inicial, graduada e pós-graduada; profissionais em formação continua; adultos em busca de uma atualização de conhecimentos”. Neste sentido, vemos um novo perfil de estudantes, agora não apenas jovens ingressam no ensino superior, mas também indivíduos com idade mais elevada, muitas vezes já atuando no mercado profissional, com motivações e necessidades diferentes de alunos tradicionais.

Em relação aos motivos de escolha do curso de produção cultural (poderia ser mais de uma resposta), 92% dos respondentes apontaram a Identificação com a profissão, 4 % obtenção do diploma, 4% incentivo de amigos e familiares, 2,8% ter sido a única instituição em que obteve vaga e 13% indicaram outros motivos.

Em relação à questão “fale sobre o principal motivo pelo qual você escolheu o curso de Produção Cultural?”, as respostas foram diversas, tais como interesse na grade do curso, segundo três entrevistados. Como afirma um dos entrevistados: “Foi pela grade curricular, eu

tinha passado pra produção e pra letras, entre as duas grades eu vi que produção cultural tinha mais a ver comigo pela sua diversidade de disciplinas”. (Entrevistada, 33 anos).

11 entrevistados apontaram a afinidade e identificação com a área/course tendo apontado como motivação: os eventos, trabalhar em produção teatral, interesse pela área cultural, a grade do curso, experiência prévia na área de produção, querer trabalhar com cultura, ter terminado a escola de teatro e buscou um outro olhar dentro da área artística, trabalhar com produção e fez ensino médio em técnico em produção.

Três relataram experiência anterior na área, seja por formação técnica, seja pelo mundo do trabalho: “Eu já trabalhava com produção cultural, meu segundo grau foi técnico de Produção de Eventos, aí eu já fui direto, e continuei já que era minha profissão, já era o que eu queria”. (Entrevistada, 28 anos).

Dois apontaram terem sido influenciados pelos familiares; três relataram ter escolhido o curso depois de várias pesquisas na internet; dois indicaram “ter caído de pára-quedas” no curso; um afirmou não ser sua primeira opção de curso.

Bom, eu meio que caí de aqui de pára-quedas, porque foi uma amiga que falou pra eu fazer, porque ela também tinha passado pro vestibular pra cá e quando ela fez esse primeiro vestibular eu ia fazer com ela pra produção, nós marcamos, eram eu, ela e um amigo, a gente falou assim “vamos fazer Produção Cultural”. (Entrevistada, 23 anos)

Segundo os dados acima, percebemos que alunos escolheram o curso no âmbito, principalmente segundo valores emocional e social, de um quadro mais amplo apresentado por Carvalho (2001: 26), no qual aponta para as seguintes perspectivas na escolha de uma Instituição pelos alunos:

- Valor Emocional: interesse pela área escolhida.
- Valor Social: escolher um local onde encontre amigos.
- Valor Funcional: que possibilite uma boa colocação no mercado de trabalho.
- Valor Espitêmico: uma nova perspectiva sobre o conteúdo do curso.
- Valor Condicional: quesitos conferidos para o grau acadêmico.

Em relação aos motivos para a escolha do IFRJ como espaço para sua formação profissiona, 41,25% dos alunos, que responderam ao questionário quantitativo, disseram ser “por oferecer curso de meu interesse”, 38,46% “por ser público e gratuito”, 13,98% por estar próximo a minha residência, 6,2% por oferecer curso em horário adequado e a mesma

porcentagem por “ser a única instituição na qual obtive nota”, e 10,7% respondeu outros motivos.

Já na etapa qualitativa encontramos o seguinte quadro:

Escolha	Nº Alunos
Nota do ENEM	5
Próximo de casa	4
Não passou na UFF	2
Era UFF ou IFRJ	2
Por opção mesmo	1
Por ser Federal	1
Já conhecia	1
Fez vestibular para IFRJ	1
Por vários motivos	1
Segunda opção	1
Por pesquisa	1
Já cursou IFRJ	1
Pela ementa do curso	1
Indicação família	1
Pelo poder aquisitivo	1
Caiu de pára-quadras	1

Entre as respostas, a nota do ENEM é citada numa maior porcentagem pelos entrevistados. A utilização de resultados do ENEM na seleção de alunos no ensino superior vem ocorrendo de forma integral pelas Instituições, de acordo com Tuttman (2009), em busca de transformações no processo de ingresso às instituições públicas de ensino superior, que são as de maior prestígio e status e que, pelo sistema de vestibular, contribuía para a reprodução das desigualdades sociais, visto que a maioria dos ingressantes pertenciam às camadas médias-alta, alta da sociedade (Nogueira, 2000; Estrela, Ujá e Rangel, 2006).

Outra resposta apresentada foi a escolha devido à proximidade de casa. Neste sentido, Mund (2000), aponta que a localização, está próximo de casa e trabalho, torna-se fator determinante na escolha de IES e a decisão é tomada por conveniência.

“Olha, em primeiro momento, o motivo fundamental foi à proximidade de onde moro e de onde eu trabalho, porque, atualmente, eu moro em Mesquita e trabalho em Nova Iguaçu. Então da minha casa prá cá; eu ando 8 minutos, pego ônibus e em 7 minutos eu estou aqui. E daqui pro meu trabalho eu levo 20, 25 minutos. Então me facilita muito a minha vida. Então, eu tinha muito medo não era medo, de “caramba! Vou ter que ir pro Rio para estudar”...Já tem o peso da idade. Você trabalha o dia todo, o peso da idade. Pra mim foi fundamental estar perto de casa. No primeiro momento foi isso. Até porque eu não conhecia o curso”.(Entrevistado, 49 anos).

Outro dado constatado entre os pesquisados foi o fato de escolherem o IFRJ, por não terem passado para a UFF (Universidade Federal Fluminense), que oferece Produção Cultural na modalidade Bacharelado, o qual possui maior inserção no mercado.

Sendo assim, pode-se levar em consideração quanto aos critérios de escolha dos alunos, na primeira opção, recaia sobre o prestígio acadêmico da IES. Isto estaria ligado ao reconhecimento desses alunos naquilo que é considerado “excelência do ensino”, muitas vezes visto, visto assim no imaginário social, pelo fato de ser uma Universidade Federal de grande porte e que ofereceria “melhor” corpo docente e qualidade no ensino de forma a ter maior visibilidade pública e maior reconhecimento social e ter como consequência uma boa aceitação no mercado profissional (Alves, 2003).

“Vou ser bem sincero, eu fiz UFF e IF né? Fiz para UFF também mas era outro curso e tal aí na UFF não passei aí eu vim pro IF.” (Entrevistado, 22 anos).

### Como ficou sabendo do curso de Produção Cultural e do IFRJ

A escolha de uma profissão se faz, em muitos casos, de acordo com as influências que cada indivíduo recebe de amigos, família, pesquisas e leituras sobre o tema. Para Soares (2002: 95), “é preciso ter claro, então, que não existe uma escolha profissional única e definitiva. O que vai existir sempre é uma escolha possível, dentro de determinadas possibilidades e contingências”, e estas podem ser entendidas como o próprio contexto sociocultural no qual o indivíduo está inserido.

Na etapa quantitativa, 34,9% dos entrevistados disseram ter tido conhecimento do CST em Produção do IFRJ através de “amigos”, 21,67% pela “internet”, 17,48% pelo “Enem”, 6,9% por meio de “parentes” e 17,58% por outros meios.

Na etapa qualitativa temos o seguinte quadro, repetindo o encontrado nas respostas ao questionário:

Meios	Nº Alunos
Internet	5
Indicação amiga	5
Pelo SESU	2
Indicação de parentes estudando no IFRJ	2
Jornal	1
Informe da Instituição	1
Planfeto da Instituição	1
Quando foi se inscrever	1
Pela professora	1
Indicação de conhecidos	1
Site do IFRJ	1
Indicação ex-namorado	1
Colega estudando no IFRJ	1
Através do irmão	1
ENEM	1

Cabe salientar que um número expressivo teve como veículo de conhecimento a internet. A utilização desta como ferramenta de pesquisa pelos alunos para obter informações sobre cursos superiores tornou-se o modo rápido e acessível a todos.

“Fiquei sabendo pela internet como já tinha dito antes né? Procurei naveguei, fui pesquisando, aí vi o curso de Produção Cultural, aí e interessei porque dialoga com minha área de comunicação, eu acho.” (Entrevistado, 22anos).

Nesta perspectiva, pode-se tomar a internet

“como representante mais importante das tecnologias da informação e comunicação na sociedade em rede, passou a ser um meio de comunicação que reúne recursos tecnológicos e informacionais que agregam duas características importantes: a interatividade e a massividade. Os computadores, com a Internet, deixaram de ser apenas uma tecnologia para processamento e armazenamento de dados para se transformarem em poderosos instrumentos de informação, comunicação e colaboração”. (Silva e Lopes, 2011:3).

Outra maneira de adquirir informações sobre o curso é mediante as redes sociais,

“Ah, tem uma amiga aqui que fazia, ela fazia Produtos Naturais. Aí, uma vez eu vim com ela pra se matricular em um dos períodos, no 2º eu acho que dela. Aí eu vim, vim conhecer o lugar, gostei e resolvi fazer a prova.” (Entrevistado, 24 anos).

Outros estudo, como o de Meneghelli (2011: 39), apontam as redes sociais como portas de entrada em determinada instituição de ensino superior:

“As fontes de informação que influencia os jovens no momento da escolha por uma IES. São os amigos, professores e demais pessoas de convivência dentro da escola de ensino médio e pessoas que já concluíram sua graduação.”

Nessas redes sociais, além dos amigos, professores podem ser fontes de informação e incentivo: “Pela professora lá da faculdade” (Entrevistada, 48 anos).

Uma das situações importantes frente as quais os sujeitos podem escolher ou não determinados cursos é a reação dos outros frente ao curso/carreira escolhida.

A maior parte das respostas gira em torno do desconhecimento da profissão, como é possível ver na tabela abaixo:

Reações	Nº Alunos
Muita gente não sabe	5
Minha cara	3
Não houve reação	3
Não entendem	2
Tem que explicar	1
Das mais diversas e positivas	1
Vai fazer o que?	1
Sempre sonhava estar no IFRJ	1
O que é isso?	1
Família tranqüila	1
Vai fazer isso?	1
O que é Produção Cultural?	1
Já trabalha na área	1
Muita gente estranhou	1
Qual você está fazendo	1
Interpretam como produtor de eventos	1
Confundem faculdade	1

O próprio encontro da autora, e atual coordenadora do curso, segue esse percurso. Esse encontro com a produção cultural ocorreu mais especificamente quando de sua chegada ao Rio de Janeiro, em 2002, para fazer o doutorado em Antropologia e foi morar em Santa Teresa. O espaço no qual circulava era principalmente entre Santa, Lapa e Glória e em quase todas as suas andanças boemias encontrava com pessoas que, quando trocavam informações sobre o que faziam, elas diziam que eram “produtores culturais”. A frequência com que isso acontecia começou a intrigá-la, pois parecia surgir diante dela uma nova ‘categoria’ de pessoas. O perfil das pessoas que se encaixavam nessa categoria era: jovens, sem trabalho formal, envolvidos com inúmeros (ao mesmo tempo) projetos sociais e/ou culturais, extrovertidos, descolados, sem formação acadêmica.

Ela recorda que, com grande desconhecimento da área, logo tratou de enquadrar essas pessoas numa caixinha: a dos desocupados e malandros, que viviam em festas. Visão esta que o senso comum tem dos profissionais da área de produção cultural, pelo menos daqueles que não estão no rol das ‘estrelas’ que trabalham para artistas com reconhecimento nacional e/ou internacional.

Porque existe essa visão? Um dos fatores que contribuem para isso são as experiências dispersas e diversificadas de formação do produtor cultural: das experiências de formação prática, passando pelos cursos não formais, aos cursos de extensão, aos técnicos, tecnológicos e bacharelados em diversas áreas – da engenharia, da comunicação, da gestão e da própria produção cultural.

É um campo em formação, em processos de institucionalização, pois em nossa sociedade, as profissões passam pelas universidades para serem reconhecidas, o diploma é que traz legitimidade e reconhecimento aos profissionais. Esse reconhecimento e a própria

constituição da identidade profissional – afinal, quem é e quem será o produtor cultural? Ele deve passar por cursos de formação ou não? Qual a distinção de passar ou não?

Esse desconhecimento também estavam presentes no círculo de relações dos entrevistados:

“A maioria das pessoas não sabia do que se tratava né? Família pergunta mais o que você vai fazer Produção Cultural o que vai fazer...Você vai animar festa na verdade foi uma relação mais de dúvida do que repreensão então alguma coisa assim de não ter ...De ser subjugado pro as outras.”(Entrevistada, 22 anos).

O não reconhecimento dessa “área também se faz presente na maioria dos alunos que ingressam no curso de Produção Cultural na Universidade Federal da Bahia, os quais têm dúvidas do que irão encontrar pela frente até a formação já que não é do conhecimento de todos quais são as habilidades que um produtor deve ter para atuar profissionalmente no mercado”, tal como aponta COSTA (2007: 2).

### **Considerações Finais**

A análise dos dados apresentados acima levantamento sugere que as motivações dos alunos do CST em Produção Cultural do IFRJ para ingresso no curso e na instituição ligam-se, principalmente, a valores emocionais, tal como a identificação com a profissão, e a valores sociais, como as redes sociais.

Este trabalho teve por finalidade conhecer os discentes de graduação de Produção Cultural do IFRJ- Campus Nilópolis em relação a sua formação acadêmica e a futura aplicação desses conhecimentos no campo profissional.

Vimos ainda que as motivações apontadas pelos alunos do CST em Produção Cultural estão entre algumas apontadas por Bronemam e Silveira (2004), tais como: facilidade de acesso a IES; amigos, família ou conhecidos da área de atuação indicam e facilidade de emprego.

E aí temos alguns obstáculos a serem enfrentados:

- a própria diversificação de formação: diversificação de nomenclatura, de formas de aprendizados (da informal, na prática, à formal, acadêmica);
- diversificação das possibilidades de áreas de atuação (de eventos a elaboração e implementação de políticas públicas de cultura, passando também pela docência);
- diversificação de espaços de atuação (como autônomos, em empresas públicas e empresas e instituições públicas);

- e um, que é primordial de ser enfrentado, o desencontro e a desarticulação daqueles que atuam nessa área.

Desta forma, com este trabalho, espera-se ter contribuído na valorização e reconhecimento destes profissionais.

## Referências Bibliográficas

ALÉSSIO, Simone Cristina; DOMINGUES, Maria José Carvalho de Souza; SCARPIN, Jorge Eduardo. **Fatores determinantes na escolha por uma Instituição de Ensino Superior do Sul do Brasil**. In: VII SEGeT- Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 5., 2010. Disponível em: [http://www.aedb.br/seget/artigos10/283\\_FATORES\\_ATRACAO\\_IES\\_SUL\\_BRASIL.pdf](http://www.aedb.br/seget/artigos10/283_FATORES_ATRACAO_IES_SUL_BRASIL.pdf). Acesso em: 14 abr. 2012.

ALVES, Helena M. B. **Uma abordagem de marketing à satisfação do aluno no ensino universitário público: índice, antecedentes e conseqüências**. 2003, 286 f. Tese (Doutorado em Gestão) – Departamento de Gestão e Economia, Universidade da Beira Interior, Covilhã Portugal, 2003. Disponível em: < [dspace.bg.uc.pt/?q=node/670766](http://dspace.bg.uc.pt/?q=node/670766)>, acessado em <12/04/2012>.

AVELAR, Rômulo. **O avesso da cena**: notas sobre Produção e Gestão Cultural. 2 ed. Belo Horizonte: DUO Editorial, 2010.50-51.

BRASIL. Lei 11.892 de 2008.

BRONEMANN, Márcia R.; SILVEIRA, Amélia. **Marketing em instituições de ensino superior: a promoção do processo seletivo**. In: MELO, Pedro A.; COLOSSI, Nelson (org.). Cenários da Gestão Universitária na Contemporaneidade. 1 ed. Florianópolis: Insular, 2004. p. 97-114.

CARVALHO, Luiz Fernando Fiatte. **Os valores pessoais na decisão pela escola dos filhos**. 2001. 120f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2001.

COSTA, Leonardo Figueiredo. **Precedentes para uma análise sobre a formação e atuação dos produtores culturais**. Trabalho apresentado no III Enecult, realizado em maio de 2007, em Salvador. Disponível em < <http://www.cult.ufba.br/enecult2007/LeonardoCosta.pdf> >, acessado em <10/04/2012>.

COSTA, Sandra Regina S. Vertigem em Nilópolis: a antropóloga e o espelho. In: VELHO, Gilberto (org.) **Rio de Janeiro**: cultura, política e conflito. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. P.83-107.

\_\_\_\_\_. O que é ser “novo” na Baixada Fluminense: notas sobre representações da juventude entre as camadas populares. In: VELHO, Gilberto e DUARTE, Luiz Fernando D. (orgs.) **Juventude contemporânea**: culturas, gostos e carreiras. Rio de Janeiro: 7letras, 2010. P.44-60.

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

ESTRELLA, Andréa; UJÁ, Jorge; RANGEL, Elaine. As relações familiares na trajetória dos estudantes oriundos das classes populares. In: FERNANDES, Mônica Pinheiro (org.) **Caminhadas de universitários de origem popular**. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 2006. p. 27-39

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

MAINARDES, Edson W. **Atração e Retenção de Alunos em Cursos de Graduação em Administração das Instituições Particulares de Ensino Superior de Joinville/SC**. Dissertação em Administração. Universidade Regional de Blumenau-SC. 2007. Disponível em:

MELLO, Ugo. **Profissionalismo, profissionização e a formação em produção cultural**. Trabalho apresentado no VII Encult, realizado em agosto de 2011, em Salvador. Disponível em [http://www.google.com.br/url?sa=t&ret=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CDIQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.enecult.ufba.br%2Fmodulos%2Fconsulta%26relatorio%2Frel\\_download.asp%3Fnome%3D33304.pdf&ei=C-eRT\\_qOOeKf6QG\\_yPmGBA&usq=AFQjCNF-LY9dyqiVQpgMYa3A9W\\_4cUAXwg](http://www.google.com.br/url?sa=t&ret=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CDIQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.enecult.ufba.br%2Fmodulos%2Fconsulta%26relatorio%2Frel_download.asp%3Fnome%3D33304.pdf&ei=C-eRT_qOOeKf6QG_yPmGBA&usq=AFQjCNF-LY9dyqiVQpgMYa3A9W_4cUAXwg) , acessado em <10/04/2012>.

MENEGHELLI, Priscila Jane Mondini. **Atributos de atração para cursos superiores: um estudo com alunos ingressantes**. 2011. 39f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Regional de Blumenau- SC, 2011.

MUND, Aniceto L. **A influência do Marketing na opção do aluno pela Universidade Regional de Blumenau**. 2000. 104f. Dissertação (Mestrado em Administração) Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Regional de Blumenau, 2000.

NOGUEIRA, Maria Alice. A construção da excelência escolar. Um estudo de trajetórias feito com estudantes universitários provenientes das camadas médias intelectualizadas. In: NOGUEIRA, Maria Alice, ROMANELLI, Geraldo; ZAGO, Nadir (orgs.) **Família e escola: trajetórias de escolarização em camadas médias e populares**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 125-154.

RODRIGUES, Luiz Augusto (coord.) **Mapeamento: formação em gestão, produção cultural e entretenimento graduação e pós-graduação**. ABGC, 2011. Disponível em <<http://gestaocultural.org.br/estudos/Apresentacao-ABGC-Mapeamento-Luiz-Augusto-F-Rodrigues.pdf>> , acessado em <30/11/2011>.

SILVA E LOPES. Edna Lúcia da; Marili Isensee. **A internet, a mediação e a desintermediação da informação**. DataGramaZero – Revista de Ciência da Informação- v.12 nº 2 abr/11. Disponível em: [http://www.dgz.org.br/abr11/Art\\_04.htm](http://www.dgz.org.br/abr11/Art_04.htm) . Acesso em: 14 abr. 2012.

SOARES, Dulce Helena Penna. **A escolha profissional do jovem ao adulto**. São Paulo: Summus, 2002.

TUTTMAN, Malvina. **Cinco, ou mais, reflexões sobre o Enem, artigo da reitora**. Folha de São Paulo. São Paulo, 16 dez. 2009. Disponível em: [http://www.andifes.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2744:cinco-ou-mais-reflexoes-sobre-o-enem-artigo-da-reitora-malvina-tuttman&catid=50&Itemid=100017](http://www.andifes.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2744:cinco-ou-mais-reflexoes-sobre-o-enem-artigo-da-reitora-malvina-tuttman&catid=50&Itemid=100017) . Acesso em: 14 abr. 2012.