



REFLEXÕES SOBRE A CRIAÇÃO DO CURSO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO CULTURAL E SUA RELEVÂNCIA SOCIAL E ECONÔMICA

Benur A. Girardi – benur@uol.com.br

Universidade Federal do Estado Rio de Janeiro.

Av. Pasteur, 458, Urca, Sala 117

22290 240 – Rio de Janeiro – RJ

Heloisa H A. Gonçalves – heloborges11@gmail.com

Universidade Federal do Estado Rio de Janeiro.

Av. Pasteur, 458, Urca, RJ, Sala 117

22290 240 – Rio de Janeiro – RJ

Angela Oliva Girardi – angelaoliva@uol.com.br

Fundação Oswaldo Cruz - FIOCRUZ

Rua Barão da Torre, 612, Ipanema, RJ

22411 002 – Rio de Janeiro – RJ

***Resumo:** A presente comunicação para a área de educação em engenharia tem como objetivo fazer uma reflexão sobre o Projeto Político Pedagógico (PPP) do novo curso de graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO - iniciado em 2010, com ênfase em Produção Cultural e sua relevância no contexto cultural e econômico da região. O trabalho mostra como a estrutura curricular se constitui em uma estratégia de capacitação de engenheiros para o nicho específico e ainda pouco explorado da gestão da indústria da criatividade (IC), parte integrante da produção cultural e da economia criativa. Focaliza a importância, as vantagens e dificuldades no processo em curso que demanda interações entre diferentes Escolas e docentes da instituição para o seu aprimoramento e ajustes. Indaga sobre a possibilidade de diálogo entre a racionalidade instrumental da clássica formação em engenharia de produção e a racionalidade estética na organização do trabalho da produção cultural.*

***Palavras-chave:** Engenharia de produção, Produção cultural, Indústria da criatividade*

1. INTRODUÇÃO

Em outubro de 2008, foi criado na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO - o primeiro curso de graduação em Engenharia de Produção Cultural (EPC) do país com o objetivo de fornecer a fundamentação teórico-acadêmica necessária à gestão dos produtos e serviços na área da produção cultural, o que significa atuar na concepção, melhoria e implementação de sistemas que envolvem pessoas, materiais, informações e equipamentos no âmbito da indústria da criatividade, motor da produção cultural, embora ideias,

Realização:

 **ABENGE**

Organização:



**O ENGENHEIRO
PROFESSOR E O
DESAFIO DE EDUCAR**



imaginação, criatividade e inovação apliquem-se a quaisquer segmentos da economia, ou seja, a qualquer atividade econômica.

Esta, aliás, é a tendência da economia, visto que as organizações e os países perceberam que os novos modelos de negócios têm que se fundamentar em novos processos e tecnologias decorrentes da criatividade, imaginação e de inovações constantes, para fazer face à competição por participação de mercado em produtos e serviços.

Como a pesquisa a respeito dessa área de conhecimento e atividades é ainda incipiente, há uma indefinição/superposição de conceitos sobre produção cultural, indústria da criatividade, economia cultural, economia criativa, sua abrangência e limites, que procuraremos expor brevemente.

A expressão “produção cultural” parece ter se originado pela necessidade de dividir a atividade artística ou cultural em etapas definidas de pré-produção, produção e pós-produção. No final da década de 1980, com o surgimento das leis de incentivo à cultura, a expressão tornou-se mais conhecida no Brasil, ganhando força nos anos de 1990.

A Produção Cultural se inscreve no âmbito das Indústrias Criativas que, segundo o Fórum Internacional das Indústrias Criativas, de setembro de 2002, em St. Petersburg, na Rússia, “unem a força tradicional da chamada cultura clássica com o valor agregado do talento empresarial e os novos talentos da mídia eletrônica e da comunicação”.

Segundo o Relatório do DCMS, Department of Culture, Media and Sport, (2001, p. 04), "As indústrias criativas são aquelas indústrias que têm sua origem na criatividade individual, habilidade e talento e que têm um potencial de criação de riqueza e emprego através da geração e exploração da propriedade intelectual".

Pesquisa da FIRJAN, feita em 2008 (O Estado de São Paulo, 21/05/2008), detectou os números dessa indústria. Ela movimenta cerca de R\$ 381,3 bilhões no país, o equivalente a 16,4% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, e emprega 35,2 milhões de pessoas. Os dados constam de um levantamento inédito e leva em conta áreas que vão desde cinema e música até arquitetura e design, incluindo atividades indiretas, relacionadas a apoio em produção e serviços. Segundo a Diretoria de Desenvolvimento Econômico, não havia sido feito, no Brasil, um levantamento daquela natureza, por ainda não ser foco de atenção um dos setores que mais cresce no país, enquanto, no mundo, o comércio internacional de bens e serviços criativos cresceu a uma taxa anual de 8,7% de 2000 a 2005, bem acima da variação de 5% das exportações totais destes itens, com base em dados da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), que considera atividades criativas aquelas que usam no ciclo de produção e distribuição itens que demandam criatividade e capital intelectual como insumos primários.

A pesquisa da FIRJAN levou em conta doze atividades principais: artes visuais, publicidade, expressões culturais, televisão, música, artes cênicas, filme e vídeo, mercado editorial, software, moda, arquitetura e design, além do grupo de serviços indiretos.

Estas doze áreas principais da cadeia criativa respondem por 2,6% do PIB brasileiro. O Rio de Janeiro é o estado de maior peso na chamada indústria criativa dentro do PIB local (4%), seguido de São Paulo (3,4%). Já as atividades relacionadas a estas áreas (material de artesanato, publicidade, instrumentos musicais, registro de marcas e patentes, dentro outras) equivalem a 5,4% da economia do País, e as atividades de apoio (consultoria especializada, insumos, maquinários) a 8,4% - somando o peso total de 16,4%.

Eventos como Rock in Rio, e as recentes conquistas esportivas para o país, como o Campeonato Mundial de Futebol (2014) e os Jogos Olímpicos (2016) e o Encontro da



Juventude com o Papa (2013) apontam para a magnitude do mercado que exigirá novas qualificações profissionais.

Como se pode perceber, o escopo das chamadas “atividades culturais” abrange tanto ações praticadas pelo Estado, quanto pela iniciativa privada, pelo Terceiro Setor ou por indivíduos, nas dimensões simbólica, social, econômica e criativa. Essas ações podem acontecer nos setores de turismo, eventos, entretenimento, tecnologia de informação, games, comunicação, marketing, mercado editorial, publicidade, gastronomia, moda, design, além daquelas ligadas ao que se define tradicionalmente como cultura e arte.

Ainda que os conceitos que envolvem a área de produção cultural não estejam bem definidos, os problemas na gestão do setor da Produção Cultural são comuns e conhecidos como apontados no painel de Geber Ramalho: *Economia Criativa: Parcerias, mercado, formatos e a experiência Delta Zero*:

- Fraca gestão empresarial dos processos e produtos culturais
- Forte resistência cultural a uma atuação industrial do setor criativo
- Formação insuficiente de especialistas nas diversas áreas da cadeia produtiva cultural
- Acesso limitado a mercados com concorrentes fortes, atuação subsidiada e baixa inovação
- Pouca articulação dentro de um setor, entre os setores, e deles com a tecnologia
- Baixa percepção da importância econômica da área de produção cultural por parte das políticas públicas

A situação do Rio de Janeiro é emblemática. Com alto potencial criativo e um grande estoque de produtos culturais, o setor está submetido a iniciativas que são insuficientes para a alavancagem da economia criativa. Um dos motivos é o número incipiente de políticas públicas de valorização da indústria criativa, mas, sobretudo a inexistência de profissionais qualificados para atender à demanda desse mercado e a necessidade de se proceder a uma nova leitura econômica dos bens intangíveis, para a qual, lamentavelmente, ainda não existem dados contábeis suficientes que possam evidenciar a importância dessa economia para o Estado.

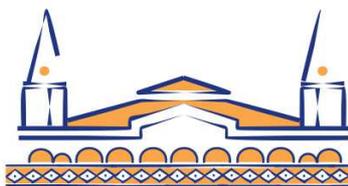
Encontrar respostas às necessidades mencionadas acima poderá contribuir para a mudança de políticas públicas em relação à valorização dessa área.

Vale salientar duas recentes iniciativas voltadas para essa indústria: 1) a recém-criada Federação Nacional da Economia Criativa que busca construir um canal de integração das diversas organizações da sociedade civil do campo cultural, apoiada pelo Fórum Nacional dos Secretários e Dirigentes Estaduais de Cultura, estrutura que pretende acompanhar e contribuir com a evolução das políticas públicas de cultura do Brasil e 2) o acordo assinado entre o Ministério da Cultura, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) visando a formação do Sistema de Informações e de Indicadores na Área da Cultura

DESENVOLVIMENTO

1.1. Contexto e Histórico do Curso

A Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) foi fundada em 1969, sendo composta de 4 (quatro) campi – Urca, Botafogo, Tijuca e Centro. Possui atualmente (2012) cursos de Administração, Ciência Política, Turismo, Informática, Biologia, Teatro,



Música, Arquivologia, Biblioteconomia, Nutrição, Medicina, Enfermagem, Museologia, Direito, Ciência Política, Filosofia, Serviço Social, Letras e Engenharia da Produção.

O curso de EPC está situado no campus da Urca, bairro que fica no coração da Zona Sul, em uma das escolas do Centro de Ciências Exatas e da Engenharia, CCET. Devido ao seu caráter interdisciplinar, o curso usufrui de laboratórios, de infraestrutura, de núcleos de estudo e de bibliotecas especializadas das diversas Escolas que abrigam as disciplinas apresentadas em sua estrutura curricular.

É importante ressaltar que o PPP da EPC, além da área da transformação de produtos mecânicos, elétricos, eletrônicos, capitalizará o perfil único da UNIRIO: a área de serviço, respaldado por forte embasamento teórico/acadêmico e experiência profissional dos diversos docentes, como no uso de tecnologias avançadas de Inteligência Computacional, Sonoplastia, Engenharia de Som, Acústica, Cenografia, e dos conhecimentos organizacionais, Gestão Financeira, Políticas Públicas, Direito Autoral, oriundos da Escola de Administração.

Escolas das áreas da cultura e do entretenimento são de reconhecida excelência, haja vista a Escola de Turismo, o Instituto Villa-Lobos e as Escolas de Museologia, de Teatro, de Arquivologia e da Tecnologia de Informação, que contam entre seus ex-alunos e ex-professores personalidades e artistas tais como o pianista Nelson Freire, o ator Marcos Nanini, a fonoaudióloga Glorinha Beutemeller, o cenógrafo José Dias, o escritor Paulo Coelho, o maestro Radamés Gnattali, o músico e compositor Altamiro Carrilho, a crítica teatral Barbara Heliodora, o introdutor da Tecnologia da Informação no Brasil Tercio Pacitti, a cavaquinista Luciana Rabelo, a harpista Rosana Lancelotti entre outros artistas que desenvolveram seu talento na instituição. A Universidade não pode, portanto, prescindir desses profissionais para compartilhar expertises, transferir tecnologias, e, dessa forma, multiplicar o número de empreendedores que poderão vir a ser o elo entre a criação e o mercado consumidor, já que, hoje, há um distanciamento inexplicável entre essas duas pontas.

Por isso, o curso de EPC vai buscar atuar em toda a cadeia de valor cultural. A proposta pedagógica tem potencial para articular e interagir com as demais escolas e tais interações poderão se ampliar à medida que novas parcerias passarem a acontecer (inter e intra): a de tecnologia da informação com a área de música para a melhor funcionalidade dos equipamentos digitais; a de teatro com a área da Mecânica para construção de cenários; a de Turismo com a Administração de Serviços, visando ao marketing cultural para divulgação das atividades desenvolvidas, para citar alguns exemplos.

A necessidade de formar engenheiros de produção cultural e gestores culturais poderá contribuir para que a mencionada interação seja efetivada. Daí a oportunidade de criação de um curso diferenciado. Ele deverá também estimular redes de conhecimento e práticas docentes, contribuindo para atuação em conjunto dos participantes e, desta forma, ampliar a produção científica nesta área a partir das experiências implementadas e dos fundamentos teóricos que lhes deram sustentação.

É com o objetivo de atender às demandas culturais do estado e da cidade que a UNIRIO, coerente com seu perfil institucional, pretende, em atendimento ao que prescrevem as diretrizes da recém-criada Secretaria da Economia Criativa, estimular a cultura empreendedora - transformando novas ideias em inovação. Para isso, a estrutura curricular deve estar alinhada com a metodologia de ensino-aprendizagem capaz de formar indivíduos criativos e providos de uma sólida fundamentação, particularmente em Matemática, Física, Química e Estatística visando a solução de problemas relacionados a área.

Ao mesmo tempo, para que essas disciplinas tivessem um formato moderno e, ao mesmo tempo, motivador, tópicos de alta praticidade foram incluídos ouvindo as necessidades das



demais escolas. Na Matemática, abordando tópicos de simulação, de modelagem, de otimização de recursos, da teoria dos jogos, da matemática dos negócios, na Física, semelhante à Matemática, buscando as verdades fundamentais e os conceitos básicos das ciências físicas, relacionadas com a aplicação desses princípios científicos em aparelhos e sistemas práticos, modelos reduzidos de representação e interpretação simplificada com a realidade. O mesmo se buscou na Química, com a pesquisa sobre as ferramentas necessárias para efeitos especiais, conservação e restauração de bens culturais, e assim por diante.

Dessa forma, ao término do curso de Engenharia da Produção Cultural, o egresso será capaz de analisar, produzir e gerir projetos, produtos e eventos culturais além de estar apto em outras áreas inerentes à engenharia de produção. Isso se deve ao fato de que a EPC trabalhará a cadeia da produção cultural, ficando entre a criatividade e o mercado consumidor através do planejamento e gestão calcado em sólida fundamentação teórica.

O curso, considerando que é interdisciplinar e transdisciplinar e contando com professores de diferentes áreas de conhecimento da universidade, como música, teatro, turismo, informática, museologia, antropologia e letras, áreas consolidadas em suas respectivas escolas, tem tudo para ser bem sucedido, se conseguir trabalhar de forma integrada. Nossa expectativa reside no que nos diz Olinta Cardoso, diretora da Fundação Vale do Rio Doce, empresa que, junto com a Petrobras, tem forte atuação social e cultural: *"É notável a velocidade com que a educação e o estímulo a manifestações culturais provocam mudanças no comportamento das pessoas e melhoram a qualidade de vida nas comunidades"*. Ele qualificará profissionais que atuam ou queiram atuar no planejamento, elaboração, desenvolvimento, promoção, gestão, assessoramento, difusão, acompanhamento e/ou avaliação de projetos relacionados à indústria da criatividade.

Os seguintes objetivos deverão ser alcançados:

- Proporcionar uma visão abrangente e integrada de gestão estratégica dos negócios que se relacionam à Indústria da Criatividade (IC) do estado do Rio de Janeiro à qual está atrelada sua Produção Cultural;
- Discutir conceitos, princípios, técnicas e ferramentas de gestão aplicáveis à IC;
- Enfocar a IC como uma alternativa natural para um estado que tem nela grande poder de alavancagem econômica, social e cultural;
- Utilizar o ambiente acadêmico como um fórum para discussão e compartilhamento de informações e experiências decorrentes da multiplicidade e das peculiaridades das organizações envolvidas nessa economia, bem como das políticas públicas necessárias ao seu desenvolvimento;
- Analisar e apresentar críticas construtivas às políticas públicas voltadas para esse mercado potencial, bem como incentivos fiscais inexistentes;
- Instrumentalizar os profissionais participantes para que os conceitos e aspectos teóricos apresentados nas disciplinas possam ser materializados com a eficiência, transformando ideias em inovação;
- Difundir conhecimentos e propiciar habilidades para criar, promover, desenvolver, gerenciar e avaliar projetos de engenharia de produção no âmbito da economia criativa;
- Contribuir para o mapeamento das atividades de IC no Rio de Janeiro;
- Estabelecer parcerias com agências de fomento, com empresas e governos, no sentido de viabilizar negócios criativos;



- Desenvolver a integração universidade-empresa- organizações do terceiro setor, estimulando a pesquisa aplicada e criando através dela a sinergia empreendedora;
- Criar um meio ambiente propício para que pessoas criativas possam transformar suas ideias em inovações.
- Estudar pequenos empreendimentos de produção cultural desenvolvidos em comunidades com vulnerabilidades plurais, tendo como referência a solidariedade técnica.

Dentro dessa proposta educacional, egressos, futuros gestores, funcionários de organizações públicas e privadas, produtores culturais, tomadores de decisão em empresas, que investem na área da criatividade e inovação, legisladores, assessores parlamentares e profissionais liberais poderão atuar nas mais diversas áreas dessa indústria considerando que existência das racionalidades instrumental e estética.

1.2. Processo de Criação do Curso

O REUNI - Reestruturação e Expansão das Universidades Federais - foi o vetor estimulador do interesse de alguns professores da UNIRIO, que resultou no PPP já descrito, uma espécie de caleidoscópio das diversas áreas do conhecimento.

É preciso ressaltar que a UNIRIO é uma IFES (Instituição Federal de Ensino Superior) relativamente nova, criada em 1969. Ela surgiu da reunião de estabelecimentos isolados de ensino superior, vinculados, anteriormente, a três ministérios, o do Trabalho, Comércio e Indústria – Escola Central de Nutrição; o da Saúde – Escola de Enfermagem Alfredo Pinto; o da Educação e Cultura – Conservatório Nacional de Teatro e Instituto Villa-Lobos; além da Fundação Escola de Medicina e Cirurgia do Rio de Janeiro e do Curso de Biblioteconomia da Biblioteca Nacional. Em 1975, com a incorporação do Curso Permanente de Arquivologia, do Arquivo Nacional, e o Curso de Museologia, do Museu Histórico Nacional, passou a denominar-se Federação das Escolas Federais Isoladas do Estado do Rio de Janeiro, e, mais recentemente (2002), passou a ter a denominação de Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro.

Dentro dessa formatação pouco convencional e espontânea, a UNIRIO vem procurando administrar as diferenças inerentes à sua concepção e, principalmente, conciliar interesses. O curso de EPC é uma oportunidade para os centros universitários ampliarem suas atividades de ensino e pesquisa de graduação e pós-graduação de forma coletiva e extramuros, embora a desdepartamentalização seja sempre um grande desafio.

Por esse motivo, durante a construção do PPP do curso foi necessário muito diálogo e discussão para conseguir convergirem os interesses, pois era um desafio inédito dentro de uma IFES. A convergência só ocorreu porque os professores, que faziam parte da equipe de elaboração do PPP, tinham a certeza de que, pela educação, poderiam contribuir para movimentar a economia e reduzir as desigualdades sociais do estado, além de fortalecer a autoestima e a identidade regional. Acrescente-se a isso, o fato da IC ser uma área que demanda pouco espaço, representar baixo consumo de energia, causar baixa poluição, possuir alto valor agregado e ser o motor de outras indústrias relacionadas.



1.3. Relevância e Impacto Regional

A IC é responsável, atualmente, por 7% de toda a riqueza produzida no planeta e tem crescido rapidamente. A ONU calcula que, em breve, esse índice será de 10%. Conforme relatório do IPEA (Instituto de Pesquisa e Estatística Aplicada), baseado em informações da Organização Mundial do Comércio, OMC, o faturamento das indústrias criativas no mercado internacional duplicou nos primeiros três anos do século XXI. Nessa economia passiva, estão envolvidos setores tão díspares como o teatro, o artesanato, a televisão, o cinema, a publicidade e o desenvolvimento de programas de computador, entre muitos outros.

Há, no entanto, uma enorme lacuna entre países desenvolvidos e subdesenvolvidos, A Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco), nos informa que apenas três países – Reino Unido, Estados Unidos e China – produzem 40% dos bens culturais negociados no planeta, principalmente livros, CDs, filmes, videogames e esculturas. Enquanto isso, a América Latina e a África, juntas não atingem 4%.

Sobre esse aspecto, assim posicionou-se a direção geral da Unesco: *"Embora a globalização dê oportunidades para que os países compartilhem suas culturas e seus talentos criativos, é claro que nem todas as nações são capazes de aproveitar as oportunidades que se apresentam"*.

O Brasil e, particularmente, o Rio de Janeiro, com todo o seu potencial criativo, como veremos adiante, limita-se a 1% do PIB com Produção Cultural, e grande parte de seus profissionais vêm de fora do estado.

Pesquisa feita junto a entidades culturais do estado do Rio de Janeiro mostrou que o curso reúne todas as condições para ser bem sucedido e ter efeito multiplicador, porque há uma demanda reprimida, ele está voltado para o perfil do egresso e é consistente com: a) vocação da UNIRIO; b) a vocação regional; c) as metas governamentais de empregabilidade; e, sobretudo, d) as metas do REUNI no sentido de ampliar o número de profissionais especializados, reduzir a evasão, articular-se com a graduação e a pós-graduação, ampliar o networking do corpo docente e discente, e integrar as escolas, centros e departamentos (evitando as redundâncias e sobrepostos).

Considerando que a Inglaterra criou o Ministério da Indústria Criativa, pois 4% de seu PIB advêm dela, e que esta indústria emprega cerca de 5% de trabalhadores ativos, não há por que deixar de imaginar o potencial de geração de emprego e renda decorrente desta atividade econômica, particularmente para o Rio de Janeiro, onde a indústria da transformação não passa de 13% (São Paulo tem 80%), nem por que deixar de pensar nas possibilidades de exportação dessa riqueza.

Não é pouco, principalmente se levarmos em conta que esses números são relacionados apenas à indústria cultural, cujo conceito é mais restrito que o da *Indústria Criativa* que inclui a indústria do entretenimento (as galerias, as exposições mundiais, os panoramas, o cinema) e do desenvolvimento dos meios de comunicação (impressos e eletrônicos).

No Brasil, entretanto, há muito espaço para melhoria, pois não temos ainda a cultura da gestão dessa criatividade que se expressa na música, cinema, TV, teatro, moda, design, arquitetura, informática, artesanato, obras literárias. Esta inteligência coletiva, que agrega indivíduos de diferentes classes, poderá vir a ser também fonte de receita permanente e fator decisivo de inclusão social.

O Rio de Janeiro é uma cidade-tambor, pois o que acontece aqui ecoa pelo país. Grandes peças teatrais são apresentadas aqui antes de seguir para os demais estados. São 78



teatros, 45 museus e 20 centros culturais. O esporte é uma atividade que transcende o Rio de Janeiro, não só pela diversidade de especialidades (Futebol, Voleibol, Triátlon, Travessias, Surf, Futebol de areia), mas também pelas equipes que disputam seus campeonatos. O Maracanã e um jogo entre Flamengo e Fluminense conseguem captar a atenção de todo o Brasil, tendo o PIB dos esportes no país subido de 3,2% em 2000 para 6,2% em 2010, ficando o Rio em segundo lugar nessa arrecadação.

O turismo no Rio de Janeiro tem seu ponto forte na região costeira, na montanha e na própria cidade com suas praias e inúmeros pontos de visita: Pão de Açúcar, Cristo Redentor, Paquetá, Forte Copacabana, Enseada de Botafogo, Ilha Fiscal, Lagoa Rodrigo de Freitas, Chácara de Buarque de Holanda etc. O Rio é a sede do COI (Confederação Olímpica Internacional), da CBF (Confederação Brasileira de Futebol), e a FIFA (Football International Federation Association) tem seu escritório de inteligência no Rio.

Aqui estão a Academia Brasileira de Letras, a de Rádio, a de Ciências, a de Medicina, a de Administração e a de Imprensa. Atualmente, até as favelas do Rio têm despertado o interesse turístico nacional e internacional, como se percebe pelo grande número de viaturas que fazem visitas guiadas aos morros cariocas, saindo, na maioria das vezes, de hotéis cinco estrelas.

A nova música do morro e comunidades da periferia passou a ser de interesse internacional, e grande parte dos compositores e escritores brasileiros reside no Rio de Janeiro, ou passa longas temporadas na cidade.

A natureza carioca é fotogênica, e os portos de Búzios e do Rio de Janeiro são os de maior densidade em transatlânticos do Brasil. Imagens do cotidiano carioca se transformaram num atraente segmento do mercado de arte, e galerias, principalmente no exterior, estão cada vez mais dando espaço para trabalhos que apresentem novos ângulos do Rio e suas belezas naturais.

No Carnaval, os desfiles das escolas de samba são acompanhados pelo país e pelo mundo. A indústria fonográfica, desde as Rainhas do Rádio, do samba e da MPB foi e está toda baseada no Rio, em termos criativos, embora seja fraca em termos empresariais. Para mostrar a alegria de um povo, são tantos os blocos de rua (400), que, para o próximo ano, quase uma centena deles será proibida de desfilar por falta de estrutura física para comportar as multidões que seguem os blocos.

O Rio de Janeiro abriga a sede ou escritório dos maiores complexos de televisão do país, tais como TV Globo, Record, SBT. De seis filmes produzidos no Brasil, quatro são produzidos no Rio, embora no aspecto distribuição estejamos muito mal, pois somos reféns de cinco indústrias multinacionais.

Temos a Lapa, o Rio Antigo, os chorinhos mais tocados do Brasil, o Rio Botafogo, o bondinho de S. Teresa, salas voltadas para a música erudita com a hibridez de Vila Lobos e algumas das maiores orquestras nacionais. Segundo o IPHN (Instituto do Patrimônio Histórico Nacional), o estado do Rio de Janeiro é considerado o estado com maior diversidade arquitetônica do Brasil, contando entre seus renomados arquitetos personalidades internacionais como Oscar Niemeyer, Lucio Costa e Buarque de Holanda.

Temos as maiores manifestações culturais da música nordestina acontecendo no Rio, na Feira dos Nordestinos, em São Cristóvão. Por sua vocação para a alegria, para o turismo e para o prazer, o Rio de Janeiro foi eleita a cidade mais feliz do mundo (Pesquisa da Revista Forbes numa amostra de 200.000 pessoas, 10.000 entre os 20 países de maior PIB) e é o melhor destino gay do mundo é o Rio.



Em termos de cinema, aqui foi criada a Cinédia, 1ª produtora de cinema brasileira, o Festival de Cinema em Búzios e o Anima Mundi, festival de desenho animado internacional acontece aqui. O diretor da bilionária série “A Era do Gelo”, o carioca Carlos Saldanha colocou a cidade na mídia internacional em 3D com seu filme “Rio” sobre um papagaio que viaja para o Rio de Janeiro e o segundo maior produtor de software do país.

Temos a dança de Débora Colker, hoje uma das produtoras do *Cirque de Soleil*, uma indústria da moda desenvolvida e exportadora com polos de criação e distribuição espalhados pelos chamados *clusters* regionais. O Rio de Janeiro é a sede das duas maiores empresas nacionais: a Petrobras e a Vale, que apoiam dezenas de projetos culturais. Um exemplo disso é a Orquestra Portátil Petrobras, que também funciona na UNIRIO há vários anos e que reúne cerca de 400 músicos todos os sábados.

Temos no Rio a sede dos principais fundos de pensão, além de ser um estado rico em universidades e instituições públicas de ensino: Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UFRJ), Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Universidade Federal Fluminense (UFF), Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Universidade Estadual do Norte Fluminense (UENF), Centro Federal de Educação Tecnológica (CEFET), Fundação de Apoio às Escolas Técnicas (FAETEC), Instituto de Matemática Pura e Aplicada (IMPA), Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ), Comissão Brasileira de Pesquisas Físicas (CBPF), Instituto Militar de Engenharia (IME).

O Rio de Janeiro é a primeira cidade na utilização dos incentivos da Lei Rouanet para suporte ao teatro, cinema e atividades culturais e deveremos ter, em 2014, o trem-bala ligando o Rio a São Paulo, quando será realizada a Copa do Mundo.

Segundo a empresa Muldivisas, uma das maiores empresas de identificação de talentos especializados, nos faltam, porém, muito conhecimento e também treinamento. Neste sentido, o governo brasileiro, além dos incentivos culturais, tal como a Lei Rouanet, tem criado condições para a alavancagem da indústria. É o caso do projeto Recursos Humanos para Áreas Estratégicas (RHAE), do Ministério de Ciência e Tecnologia (MCT) e da recente Lei da Inovação, criada pela Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), que incentiva o desenvolvimento cultural. Isso ainda é muito pouco para a demarcação de uma área acéfala há tantos anos, particularmente após a transferência da capital para Brasília. Faltam bons projetos, diz o MINC.

Mesmo diante de um cenário tão promissor, os candidatos à universidade expressam incerteza quanto ao curso, preocupados com o mercado de trabalho para engenheiros de produção cultural. Indagam se trabalhar com arte e teatro é campo de engenharia de produção e se não seria mais adequado acabar com a ênfase em cultura e mudar para logística para ajustá-lo ao mercado. Eles têm dificuldade de perceber que a indústria do entretenimento e a indústria criativa são campos de oportunidades para a engenharia.

2. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como diversas das vertentes do potencial cultural do Rio de Janeiro estão representadas nas diversas Escolas existentes na UNIRIO e têm sido objeto de estudo pela maioria dos seus cursos, não é de se estranhar, portanto, que tenha sido apresentada ao REUNI a proposta do curso de EPC. Havia a grande oportunidade de desenvolver atividades dentro de um nicho com tão alta correlação regional.



Ainda assim, o processo é árduo em virtude mesmo da assimetria entre os vários atores envolvidos na formatação de um curso e às incertezas inerentes a qualquer processo criativo da qual o corpo docente não está imune, por vários motivos: 1) a possibilidade de hipertrofia de uma escola em detrimento de outra; 2) incertezas adicionais criadas pelo próprio progresso tecnológico e digital que conduzem, por exemplo, o interesse das pessoas menos por produtos criativos do que por produtos interativos; 3) a matriz de conhecimento das diversas fontes envolvidas, que têm na sua cultura própria uma barreira, a tal departamentalização que dificulta a totalidade das interações. O pensamento criativo, que deveria ser divergente, se tranforma em cognitivo, portanto, convergente.

Alcançando-se a integração entre os diferentes atores do processo, essa riqueza e pluralidade nas áreas da cultura e da inovação, se apoiadas por um centro integrador qualificado, pode vir a revolucionar o estado do Rio de Janeiro e transformar a UNIRIO numa referência nacional de atividades geradoras de fomento à economia criativa e à indústria do entretenimento, capazes de dinamizar o meio cultural e criar divisas para o estado.

Como afirma PORTER (1989), nenhuma nação pode ser competitiva em tudo. Os recursos humanos de um país, assim como o capital, são necessariamente limitados. O importante é que esses recursos sejam aproveitados nas atividades mais produtivas, buscando-se as características decisivas de uma nação que permitem às suas empresas criar e manter a vantagem competitiva em determinados campos.

É importante, por isso, destacar que a vocação natural do Rio de Janeiro na área da criatividade pode vir a representar uma grande vantagem competitiva, com impacto econômico e social na região.

O que este trabalho procurou mostrar foi a condição única do Rio de Janeiro como produtor e exportador de produtos culturais, característica que só agora começa a ser capitalizada, e para a qual a UNIRIO está voltando sua atenção ao criar um pioneiro curso de graduação na área da Engenharia de Produção Cultural.

A UNIRIO pode contribuir para esse processo na medida em que, através do ensino superior, desenvolva ainda mais a força de trabalho criativo e interaja com empresas criativas, e seja um polo irradiador de pesquisas relacionadas à criatividade e à inovação.

Procurou-se mostrar que há uma demanda reprimida pelo conhecimento que o egresso do novo curso de engenharia de produção cultural terá, e que, por isso, o EPC tem potencial promissor.

Procurou-se mostrar também que a realização de qualquer atividade de integração inovadora, envolvendo duas ou mais áreas de conhecimento, que, anteriormente, não dialogavam exige doação de tempo, paciência, persistência e, sobretudo, disposição para realizar algo que está fora do esquema do senso comum, inclusive do acadêmico.

O desafio metodológico no âmbito do novo curso de EPC é articular a racionalidade instrumental inerente à engenharia de produção e a racionalidade estética do campo das Artes, e da Cultura.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AVELAR, Romulo. *O avesso da cena* - notas sobre produção e gestão cultural. Belo Horizonte: Duo Editorial, s/d.

BAKHSHI, Hasan, DESAI, Radhika & FREEMAN, Alan. Not Rocket Science : A Roadmap for Arts and Cultural R&D. Published in: Mission Money Models Web publication, UK, 2010.

BAKHSHI, Hasan, FREEMAN, Alan & HITCHEN Graham. Measuring intrinsic value – how to stop worrying and love economics. Published in: Mission Money Models Web publication, UK, 2008.

BARBALHO, Alexandre (orgs.). *Políticas Culturais no Brasil*. Salvador: Edufba, 2007.

BENHAMOU, F. *A Economia da Cultura*. Editora Ateliê Editorial, São Paulo, 2007.

COELHO, TEIXEIRA. *Dicionário Crítico de Política Cultural*. São Paulo: Iluminuras, 2012.
COSTA, Leonardo Figueiredo. “Precedentes para uma análise sobre a formação e a atuação dos produtores culturais”. In: FERREIRA, Giovandro Marcus.

GIRARDI B. A. Empreendedorismo e a Pequena Empresa: Riscos e Estratégias. Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ensino da Engenharia, Natal, 2001.

GIRARDI B. A.; FRANKLIN T. P.; GIRARDI L. T. Integração Universidade-Empresa e o Mundo do Trabalho. Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ensino da Engenharia, Passo Fundo, 2006.

GONÇALVES, H. H. A. B. Q. Engenharia de Produção em Produção Cultural Existe? In: Congresso de Engenharia do Entretenimento, 2010, Rio de Janeiro. VI Congresso de Engenharia do Entretenimento, 2010.

HIGGS, Peter L., CUNNINGHAM, Stuart D., & BAKHSHI, Hasan (2008). Beyond the creative industries: mapping the creative economy in the United Kingdom. Published in: Mission Money Models Web publication, UK, 2008.

PORTER, Michael E. *A Vantagem Competitiva das nações*. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

RAMALHO, Geber. Painel. Porto Digital: Economia Criativa: Parcerias, mercado, formatos e a experiência Delta Zero. Centro de Informática – UFPE, 2011.

Abstract: This communication to the area of engineering education aims to initiate a theoretical discussion about the political pedagogical project (PPP) with emphasis on cultural production of the new course of production engineering at the Federal University of the State of Rio de Janeiro-UNIRIO started in 2010. Highlights the curricular structure as a new



strategy for the training of engineers for the creative industry (CI), interactions between teachers, students and unfamiliarity with the first class to be graduated in 2014. Focuses on the importance, advantages and difficulties in the ongoing process for improvement and adjustments. Inquires about the possibility (or not) for dialogue between the instrumental rationality of classical training in production engineering and aesthetic rationality in the work organization of cultural production.

Key-words: *Production Engineering, Cultural Poduction, Creative Industry.*