

II MAPEAMENTO CULTURAL NA UFMG DESAFIOS

Mônica Medeiros Ribeiro¹

Fernando Mencarelli²

Resumo: A Pró-reitoria de Cultura da UFMG (Procult) realizou o segundo mapeamento cultural da instituição, abrangendo os anos 2022 e 2023. Com objetivo de apresentar tais resultados e refletir sobre os desafios apontados pela comunidade participante deste segundo mapeamento, este artigo está estruturado em quatro partes. Pensamos de modo preliminar sobre o ato de mapear a cultura na universidade e descrevemos a metodologia do mapeamento realizado. Em seguida, apresentamos alguns dos resultados principais da pesquisa, enfatizando o trânsito dos agentes culturais da UFMG tanto nos espaços internos quanto externos à universidade e suas parcerias, quanto nos campos culturais e áreas de conhecimento, além de iniciarmos uma reflexão sobre desafios identificados após a análise dos dados, seguida das considerações finais. O segundo mapeamento cultural da UFMG reforça a importância desta prática como gesto de aproximação para conhecer e compartilhar as ações e os agentes culturais da universidade.

Palavras-chave: mapeamento cultural, UFMG, Pró-reitoria de Cultura.

Introdução

O desafio de construir mapas culturais nas universidades está na agenda da institucionalização da cultura nos últimos dez anos deste século. Tendo como ponto de partida o Mapa da Cultura do governo federal, as universidades federais iniciaram processos de mapeamento cultural em seus territórios com o objetivo de conhecer seus agentes e ações culturais, de compartilhar as práticas culturais realizadas nas IFES, e, principalmente, de construir diagnósticos do campo para subsidiar a elaboração de Políticas de Cultura e Planos.

O governo federal criou, em 2014, um *software livre* para o mapeamento cultural no Brasil e contribuir para a gestão do fomento à cultura chamado *Mapas Culturais*³. A metodologia de construção deste inventário pluricultural do país é participativa e colaborativa uma vez que são os agentes culturais que informam sobre suas atividades, agentes, espaços culturais dando não somente visibilidade às mesmas, mas possibilitando a construção coletiva de registro da memória da cultura nos diversos territórios brasileiros.

¹ Professora Associada da Escola de Belas Artes, graduação em Teatro, e Pró-reitora Adjunta de Cultura da UFMG. monicaribeiro@yahoo.com

² Prof. Titular da Escola de Belas Artes, graduação em Teatro, e Pró-reitor de Cultura da UFMG. fernandomencarelli@gmail.com

³ <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/mapas-culturais/o-que-e-o-mapas-culturais>

São diversas as universidades federais que realizaram mapeamentos culturais, sendo a UFBA modelar em seu expressivo mapeamento do ano de 2019 que apresenta a cultura na universidade abrangendo as ações desde a extensão, pesquisa, ensino até a gestão.⁴ Em 2024, a UFPR realizou um ciclo online de conversas sobre os diversos mapeamentos culturais realizados no Brasil, denominado Mapeamento Cultural nas IPES - diálogo e conexão entre universidades⁵, dada a importância dessa prática para a construção de políticas de cultura e planos de cultura interconectados aos contextos singulares das instituições e seus arredores.

Na região de Minas Gerais, a UFLA apresentou resultados de seu mapeamento cultural em 2016, incluindo comunidade externa e interna⁶; a UNIFEI realizou seu Mapa da Cultura de Itajubá, mapeando toda a produção cultural da cidade, em 2018⁷; a UFTM iniciou seu mapeamento cultural em 2018 tanto da sua comunidade interna quanto externa⁸; em 2018-2019, a UFVJM iniciou seu Projeto de extensão Observatório Cultural de Diamantina com objetivo de desenvolver mapeamentos de processos e equipamento culturais no município de Diamantina⁹; a UNIFAL buscou realizar seu mapeamento cultural no âmbito do Programa Mais Cultura na UNIFAL-MG¹⁰; em 2021, a UFOP iniciou seu Mapeamento dos Agentes Culturais¹¹ e a UFU realizou seu Mapeamento da Cultura¹²; a UFSJ, em 2023, iniciou o Mapeamento das Ações Artísticas e Culturais na UFSJ¹³ e em 2024 a UFJF iniciou o processo de mapeamento cultural de seu território.

A UFMG iniciou seu exercício de mapear seu território cultural em 2021, ainda na pandemia COVID-19. O primeiro mapeamento cultural da UFMG buscou abranger os anos 2019 e 2021 e teve seus resultados publicados e comunicados em eventos nacionais e internacionais, bem como na página do Mapa da Cultura da UFMG.¹⁴ Em meados de 2023, a Pró-reitoria de Cultura da UFMG iniciou o segundo mapeamento cultural da instituição, abrangendo os anos 2022 e 2023¹⁵.

⁴ <https://mapeamentocultural.ufba.br/metodologia>

⁵ <https://ufpr.br/ufpr-realiza-mapeamento-cultural-nas-ipes-dialogo-e-conexao-entre-universidades/>

⁶ <https://www.ufla.br/dcom/2016/11/10/mapeamento-cultural-de-lavras-projeto-apresentou-resultados-parciais-a-comunidade/>

⁷ <https://www.facebook.com/mapaculturaitajuba/>

⁸ <https://www.uftm.edu.br/ultimas-noticias/1068-centro-cultural-cria-formulario-de-pesquisa-para-toda-comunidade>

⁹ <http://www.ufvjm.edu.br/cursos/component/content/article/11-projetos/1756-2018-03-28-16-18-56.pdf>

¹⁰ <https://www.unifal-mg.edu.br/extensao/mais-cultura-varginha/>

¹¹ <https://cemar.ufop.br/news/mapeamento-dos-agentes-culturais-da-ufop>

¹² <https://eseba.ufu.br/acontece/2021-06-mapeamento-da-cultura>

¹³ <https://ufsj.edu.br/ascom/boletim1116.php>

¹⁴ <https://www.ufmg.br/mapadacultura/publicacoes/>

¹⁵ <https://www.ufmg.br/mapadacultura/resultados-2022-2023/>

Neste texto apresentamos alguns dos resultados mais importantes do II Mapeamento Cultural da UFMG, uma vez que parte deles será apresentada no XIV Seminário Internacional de Políticas Culturais no primeiro semestre deste ano de 2025. Os resultados preliminares foram comunicados oralmente em eventos como o 56º Festival de Inverno da UFMG, em 2024, no evento de extensão "Mapeamento Cultural Nas IPES - Diálogo e Conexão entre Universidades", promovido pelo(a) Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da Universidade Federal do Paraná, e em Moçambique (*online*), no X Congresso Internacional sobre Culturas: inclusão, sensibilidade e desenvolvimento, em novembro de 2024.

Com objetivo de apresentar tais resultados e refletir sobre os desafios apontados pela comunidade participante deste segundo mapeamento, este artigo está estruturado em quatro partes. Pensamos de modo preliminar sobre o ato de mapear a cultura na universidade e descrevemos a metodologia do mapeamento realizado. Em seguida, apresentamos alguns dos resultados principais da pesquisa, enfatizando o trânsito dos agentes culturais da UFMG tanto nos espaços internos quanto externos à universidade e suas parcerias, quanto nos campos culturais e áreas de conhecimento, além de iniciarmos uma reflexão sobre desafios identificados após a análise dos dados, seguida das considerações finais.

Sobre mapeamentos culturais

Configurar um mapa cultural de um território é desafiador. Os agentes culturais e suas práticas estão em constante movimento, o que torna contraprodutiva a ideia de mapa cultural como representação gráfica. O mapa como retrato de uma suposta realidade do campo cultural carece de precisão, especialmente por considerarmos que o mapeamento deve nos oferecer possibilidades de leitura da universidade como espaço também cultural. Stewart (2007), em *Cultural Mapping Toolkit*, nos alerta para a necessária compreensão do mapeamento para além da ideia de representação de um território. O desejo representacionista traz em si um desejo de abranger o todo, referente ao campo cultural da instituição, com precisão. Poderíamos, com isso, nos indagar sobre qual instrumento de coleta de dados seria capaz de representar fidedignamente a cultura, seus agentes, práticas e parceiros, na universidade. Entrevistas, questionários, registros de imagens, sempre permitirão leituras parciais e incompletas.

É preciso considerar fortemente as ausências que emergem nesse tipo de mapeamento. Talvez, após a análise quanti-qualitativa dos dados de um mapeamento com esse tipo de instrumentos de coleta dados, fosse importante pensar acerca do que não está lá e por quê não

está. Nesta reflexão não chegaremos a esse ponto, que requer um empenho crítico interpretativo que nos demandaria mais tempo do que o aqui disponível.

Outro ponto crucial dos mapeamentos culturais reside no modo como os dados são apresentados. A princípio pensa-se no modo cartográfico tradicional que busca reproduzir o território em sua espacialidade geográfica. O georreferenciamento cumpre essa função de localizar os agentes e, no caso dos mapeamentos culturais da UFMG, os espaços culturais e os parceiros dos agentes na cidade, na região em que se encontra a universidade. A partir de Stewart (2007) podemos pensar em conceber mapas que não são compostos apenas com coordenadas geográficas. Perkins e Kitchin (2009) acrescentam que tanto os instrumentos e técnicas metodológicas quanto os modos de apresentação dos resultados de uma pesquisa de mapeamento podem ser diversos a depender do contexto a ser estudado, dos objetivos que encaminharam o mapeamento e especialmente do destinatário do mapa. Os resultados deste mapeamento foram, e estão sendo, expostos na página do mapeamento cultural da UFMG, como já mencionado. Esta interface digital nos permitiu associar diferentes modos de apresentação. Utilizamos texto, infográficos, gráficos, listas, tabelas, mapas, mapas interativos. Consideramos que o mapa resultante do compartilhamento dos resultados é um amálgama dessas mídias. Além disso, e talvez mais relevante, é preciso dizer que os dados são resultantes das respostas dos participantes, de seus modos de autoidentificação. Assim, podemos dizer que o mapeamento cultural da UFMG resultou em um mapa tecido de muitos modos de autoidentificação e de descrição das próprias práticas dos participantes num determinado recorte temporal.

Metodologia do II Mapeamento Cultural da UFMG

A escolha do instrumento de coleta de dados em uma pesquisa de mapeamento implica reconhecer, desde o princípio, as dificuldades e precariedades daqueles que encaminham a pesquisa. Quando se tem poucos pesquisadores e um universo bastante amplo de possíveis participantes a escolha do instrumento recai sobre aquele que aparenta ser mais efetivo tanto no que diz respeito ao alcance do público desejado, quanto na sua própria operacionalização.

O questionário semiaberto do *google forms* foi o instrumento de coleta de dados escolhido, pois pode ser enviado via e-mail a toda a comunidade acadêmica, reuniu todas as respostas em um único espaço digital e permitiu o repasse dos dados a planilhas que, por sua vez, foram, posteriormente, tabuladas, georreferenciadas e analisadas quanti-qualitativamente.

O setor de comunicação da Pró-reitoria de Cultura da UFMG encarregou-se de realizar ampla divulgação da pesquisa do II Mapeamento Cultural na universidade, utilizando-se tanto de publicação nas suas redes sociais (*Instagram*; *Facebook*), quanto pelo envio de e-mail institucional a toda a comunidade acadêmica convidando-os a participarem da pesquisa por meio do link do formulário anexado à mensagem.

Assim que finalizado o prazo para preenchimento do questionário por parte dos interessados da comunidade universitária, os dados foram tabulados, georreferenciados e também sistematizados em planilhas, mapas interativos, listas e infográficos. Os dados dos formulários foram analisados por meio da linguagem de programação *Python*, na qual foram aplicadas técnicas estatísticas básicas para calcular distribuições de frequência, percentuais e outras medidas descritivas essenciais, especificamente, bibliotecas como o *Pandas* para manipulação de dados e *Matplotlib* para a geração de gráficos. Para a elaboração das tabelas, foi utilizado o *Google Sheets*. Adicionalmente, foram conduzidas análises geoespaciais utilizando, mais uma vez, *Python* com API do *Google Maps* para gerar as coordenadas e o software QGIS 3.36.0, permitindo a visualização da distribuição geográfica dos participantes na região de Belo Horizonte e Minas Gerais (Ribeiro; Mencarelli, 2025).

Também foi utilizado aplicativo de Inteligência Artificial (ChatGPT) como suporte para sistematização em categorias de mais de duzentas respostas a uma questão. Tal organização foi seguida de uma análise qualitativa dos dados compilados. A interpretação dos resultados da pesquisa, portanto, levou em consideração o recorte temporal (2022 e 2023) e o fato de que os resultados decorrem das informações fornecidas pelos participantes voluntários.

Resultados e discussão

A mensagem da Pró-reitoria de Cultura com o convite para a comunidade participar do II Mapeamento Cultural da UFMG foi endereçada aos, aproximadamente, 51.500 possíveis participantes, todos eles membros da comunidade acadêmica com vínculo ora como estudante, ora como técnico administrativo em educação, professor, aposentado ou funcionário terceirizado. Constatamos que o interesse em participar da pesquisa foi bastante restrito, uma vez que apenas 1% dos possíveis participantes iniciaram o preenchimento do questionário. Entre esses interessados, apenas 62% chegaram ao fim do questionário, ou seja, 0,6% da comunidade universitária. A razão para essa baixa de 38% deve-se a que alguns não concordaram em assinar o termo de consentimento livre e esclarecido, disponibilizado nas

primeiras páginas, outros não se identificaram com nenhum tipo de agente cultural. Participaram efetivamente da pesquisa 329 agentes culturais.

Tabela 1 – Distribuição de respondentes segundo vínculo com a UFMG

Qual é o seu vínculo com a UFMG?	Frequência	Percentual
Estudante	169	51,4
Docente	78	23,7
Técnico-administrativo em Educação	58	17,6
Funcionário(a) Terceirizado(a)	15	4,6
Aposentado(a)	9	2,7
Total	329	100

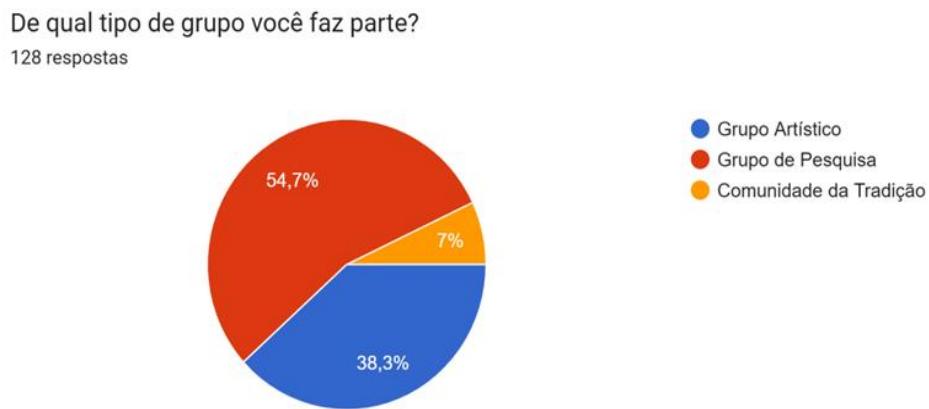
Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Assim como o primeiro mapeamento cultural da UFMG, os estudantes foram os membros da comunidade que mais se interessaram pela pesquisa, seguidos dos docentes e técnicos-administrativos em educação.

A esses 329 participantes foi oferecida a possibilidade de se autoidentificarem com um ou mais tipo de agente cultural. Agente cultural foi compreendido como aquele, seja individualmente ou não, que atua e é reconhecido em áreas de expressão cultural, conforme a Política Nacional de Cultura Viva do Ministério da Cultura (2014). Desse modo, foram disponibilizadas aos participantes as seguintes opções de agente cultural: 1- identifico-me com mais de um tipo de agente cultural; 2- atuo em campo relacionado as artes e culturas (produtor cultural /executivo, comunicação de cultura, política cultural, setores administrativos e outros relacionados ao campo cultural produtor cultural /executivo, comunicação de cultura, política cultural, setores administrativos e outros relacionados ao campo cultural); 3- artista; 4- curador; 5- gestor de cultura; 6- mestre de saberes tradicionais ou que atua em campo relacionado às práticas da tradição; 7- pesquisador e/ou professor; 8- técnico de luz, som, audiovisual, música e coreógrafo. A maior parte dos participantes (235) se autoidentificaram com apenas um tipo de agente cultural (32% artista e 28% pesquisador/professor(a) foram os mais escolhidos seguidos de produtor cultural /executivo, comunicação de cultura, política cultural, setores administrativos e outros relacionados ao campo cultural (21%), 8% de curadores, 7% de gestor (a) de cultura, 4% de técnico (a) de luz/som/coreógrafo e 1% mestres de saberes tradicionais).

Considerando que todos os participantes da pesquisa são agentes culturais da UFMG, foi importante reconhecer os coletivos culturais dos quais esses agentes, eventualmente, pudessem fazer parte. Foram considerados como agentes culturais coletivos os grupos artísticos, grupos de pesquisa e comunidades da tradição. Chegamos à seguinte distribuição:

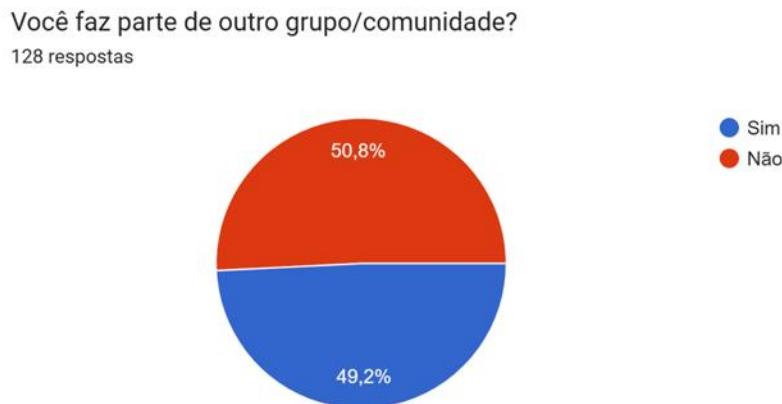
Gráfico 01- Distribuição dos agentes Culturais Coletivos



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

A maioria dos participantes declarados de grupos artísticos é estudante (57%), seguida dos técnicos (18%) e docentes (14%). Já dos grupos de pesquisa, a maioria é docente (50%), seguido de 34% de estudantes e 10% de técnicos. As comunidades da tradição, por sua vez, foram marcadas por estudantes (78%) e estudantes e técnicos equiparadamente (11%). É interessante observar que aproximadamente 49% dos participantes de coletivos culturais pertencem a mais de um grupo/comunidade, conforme Gráfico 2.

Gráfico 02- Presença em mais de um agente cultural coletivo



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Apenas 8,5% do total dos participantes se autoidentificaram como gestores de espaços culturais, sendo que 42,9% declararam ser gestores de espaços culturais da UFMG e 57,1% de espaços culturais fora da UFMG. 32.1% desses gestores disseram ser gestores de mais de um espaço cultural.

Dos 53 campos culturais¹⁶ disponibilizados para que os agentes culturais participantes do mapeamento pudessem correlacionar suas ações de cultura, os mais citados foram Música, Artes Visuais, Pesquisa e Ensino em Artes e Cultura, Produção Cultural e Literatura. Os estudantes correlacionaram suas ações culturais prioritariamente às Artes Visuais, os docentes e os aposentados, à Pesquisa e ensino em artes e culturas, os técnicos-administrativos em educação correlacionaram suas ações culturais, prioritariamente, a Produção Cultural e Música.

¹⁶Arquivos; Acervos; Arte de rua; Arte Digital; Artes Integradas; Artesanato; Cinema; Circo; Comunicação; Conservação; Cosmologias; Cultura de matriz africana; Cultura Cigana; Cultura Digital; Cultura Estrangeira; Cultura Indígena; Cultura LGBTIQ+; Cultura Urbana; Dança; Desenho; Design; Festas Populares; Fotografia; Gastronomia; Gestão Cultural; Jogos Eletrônicos; Impressos e outros suportes; Jornalismo; Literatura; Livro; Manifestações étnico-culturais; Meio Ambiente; Mídias Sociais; Moda; Museu; Música; Novas Mídias; Ópera; Patrimônio Imaterial; Patrimônio Material; Performance; Pesquisa e Ensino em Culturas e Artes; Produção Cultural; Publicidade; Rádio; Redes Sociais; Restauração; Teatro; Televisão; Tradições; Vídeo.

Foi interessante observar que quando os respondentes associaram suas ações a uma ou mais que uma área de conhecimento, a expressiva maioria (73,7%) declarou que suas ações se relacionavam a mais que uma área. Entre esses, as artes predominam com 69% de ações a ela correlacionadas. Em seguida, aparecem a Produção Cultural (34%) e a educação (33%). Esse trânsito entre áreas na realização de suas ações culturais aponta para a natureza transversal da cultura e também das artes, que demanda que o agente se desloque da área de conhecimento de uma possível formação original em direção a outras áreas para a elaboração de seu trabalho no campo cultural. Quando compilados os dados referentes à associação entre ação cultural e área de conhecimento, levando em consideração tanto aqueles que se autoidentificaram com mais de um tipo de agente cultural quanto os que se autoidentificaram com apenas um, as áreas mais frequentes foram artes (60%), Produção Cultural (26,14%), educação (25,53%), música (23,4%) e letras (18,54%).

Com relação ao trânsito dos agentes culturais que participaram desta pesquisa de mapeamento entre mais de um lugar/unidade na universidade, 64,5% responderam que desenvolviam suas ações em mais de um lugar e 35,5 em apenas um lugar. Em geral, os cinco lugares que possuem mais agentes culturais desenvolvendo ações são a Escola de Belas Artes, o Conservatório UFMG, a Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, o Espaço do Conhecimento UFMG e o Centro Cultural UFMG, sendo que a maioria dos agentes culturais da UFMG (71,12%) desenvolvem atividades fora da universidade. Destaca-se a presença de ações culturais no Museu de História Natural e Jardim Botânico da UFMG, no Instituto de Geociências, na Faculdade de Direito e na Medicina, no Instituto de Ciências Exatas e no Instituto de Ciências Biológicas, na Faculdade de Odontologia, no Instituto de Ciências Agrárias, na Escola de Veterinária, de Enfermagem e na Escola de Engenharia e Faculdade de Farmácia. Essa presença distribuída em lugares de conhecimento sabidamente científicos, demonstra a capilaridade da cultura no território universitário e sua natureza transversal aos mais diversos campos de conhecimentos.

Entre os participantes que se autoidentificaram com apenas um tipo de agente cultural, a maioria dos técnicos (as) de luz, som, audiovisual e coreógrafo(a) (28,57%) realizam suas atividades culturais na Escola de Belas Artes, seguido do Centro Cultural UFMG, Conservatório UFMG e Escola de Música. Já os pesquisadores (as) /professores (as), em sua maioria (33,04%), atuam externamente à UFMG e, internamente, suas ações se concentram na Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, seguidas da Escola de Belas Artes, Escola de Ciência da Informação e Escola de Arquitetura. Entre os mestres de saberes tradicionais ou

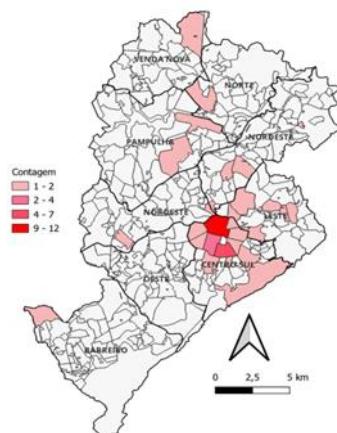
aqueles que atuam em campo relacionado aos saberes da tradição, apenas um respondente manifestou realizar suas atividades fora da UFMG. Também a maioria dos gestores de cultura (13,79%) manifestou atuar fora da UFMG, e, internamente a ela, suas ações concentram-se no Espaço do Conhecimento, Biblioteca Central, Campus Cultural UFMG em Tiradentes e Escola de Arquitetura. Houve declaração de gestores de cultura que atuam em diversas outras unidades da universidade como a Escola de Enfermagem, de Engenharia, de Veterinária, na Faculdade de Ciências Econômicas, de Medicina, de Odontologia, no Instituto de Ciências Agrárias, de Ciências Exatas e de Geociências, reforçando a transversalidade da cultura na universidade. Aqueles que se autodeclararam apenas como curadores manifestaram atuar externamente à UFMG, assim como 20% dos que trabalham no campo relacionado às artes e culturas, nos setores da produção, comunicação, administração, bem como no Centro Cultural UFMG, no Conservatório UFMG, no Campus Cultural UFMG em Tiradentes, na Biblioteca Central e Escola de Belas artes, entre outros. Os agentes culturais artistas, em sua maioria, atuam em lugar externo à UFMG e, na universidade, tem parte expressiva de suas ações realizadas na Escola de Belas Artes, seguida do Teatro Universitário, Centro Cultural UFMG, Faculdade de Letras e Conservatório UFMG e Escola de Música. Nota-se que alguns artistas realizam suas ações em unidades como a Faculdade de Medicina, Faculdade de Direito, Instituto de Ciências Exatas e Instituto de Geociências.

A interação entre a universidade e a cidade, estado ou país é característica de muitas das ações culturais realizadas pelos agentes culturais, individuais e coletivos, participantes da pesquisa (80,6%). Neste mapeamento buscou-se identificar parcerias dos agentes culturais respondentes da pesquisa com outros agentes e espaços, seja no âmbito da universidade ou entre a universidade e a comunidade externa. O agente cultural parceiro refere-se a um indivíduo, grupo, organização ou instituição que colabora, estabelece ações conjuntas com outros agentes culturais para realizar projetos, iniciativas ou ações conjuntas no campo das artes e culturas. Portanto, lhes foi perguntado se tinham ou não parceria estabelecida com algum agente ou espaço cultural. Dos 28,4% que responderam positivamente a essa pergunta, 12,9% afirmaram que suas parcerias eram internas à UFMG, 49,5% declararam que eram externas e 37,6%, que tinham parcerias internas e externas à UFMG.

Após a análise dos dados, pode-se dizer que as unidades/órgãos da UFMG cujos agentes mais estabelecem parcerias internas são a Escola de Música da UFMG, a Escola de Belas Artes, a Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, a Pró-reitoria de Cultura e o Espaço do Conhecimento UFMG (museu vinculado à Pró-reitoria de Cultura da UFMG). Já os cinco

parceiros externos com os quais os agentes culturais da universidade mais estabelecem parceria são a ANCINE, o Arquivo Público Mineiro, o Grupo Galpão, O Centro Cultural Banco do Brasil e a Orquestra Filarmônica de Minas Gerais. Além desses parceiros, percebe-se que os agentes culturais da universidade possuem outras interações com agentes das regionais centro-sul, Pampulha e Venda Nova, tendo também parcerias nas demais regionais, ainda que em menor proporção, conforme Mapa 1.

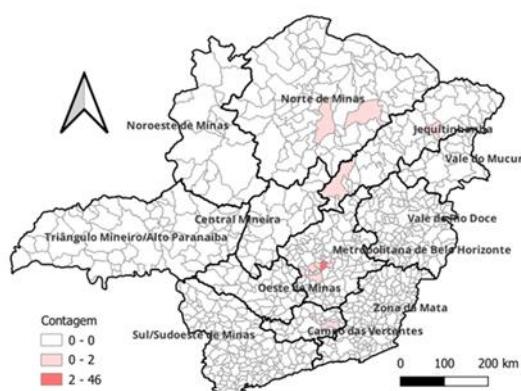
Mapa 2: Georreferenciamento dos parceiros dos Agentes Culturais da UFMG em Belo Horizonte.



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

No âmbito estadual, além da região metropolitana, foram identificadas interações com a região do Jequitinhonha, Norte de Minas e Campo das Vertentes, conforme mapa 2.

Mapa 2: Georreferenciamento dos parceiros dos Agentes Culturais da UFMG em Minas Gerais



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

De modo geral, quando analisados por tipo de agente cultural, são professores(as)/pesquisadores(as) que mais estabelecem parcerias com agentes culturais, sejam internos ou externos à instituição, seguidos dos que atuam no campo ampliado das artes e culturas (produtor(a) cultural, produtor(a) executivo, comunicação de cultura, política cultural, setores administrativos, infraestrutura e outros), dos artistas, dos curadores e gestores de cultura.

As últimas perguntas aos participantes da pesquisa foram “Qual é o principal desafio que você identifica como agente cultural na UFMG? e “Como esse desafio impacta suas atividades e projetos culturais?”. Como não era uma pergunta de resposta obrigatória, 263 participantes responderam. Para auxiliar na análise dessas mais de duzentas respostas, a equipe de pesquisadores sistematizou os dados com o suporte da ferramenta de IA-ChatGPT. Os 20 desafios destacados pela IA, foram sintetizados pelos pesquisadores conforme a seguinte lista:

- 1- Desafios com infraestrutura e recursos
- 2- Desafios com a burocracia e gestão
- 3- Desafios com a visibilidade e divulgação das ações culturais
- 4- Desafios com financiamento e apoio para desenvolvimento de atividades
- 5- Desafios com o tempo e a carga horária
- 6- Desafios de integração com a comunidade e redes de colaboração

A partir dessa categorização e da subsequente análise qualitativa das respostas, pode-se dizer que os agentes culturais da UFMG participantes da pesquisa enfrentam desafios muito diversos que envolvem as dimensões de infraestrutura, política, acadêmica e, até mesmo, conceitual. Os recursos destinados à comunidade acadêmica para o desenvolvimento de projetos artístico-culturais ainda não são suficientes para o atendimento de uma parcela significativa dos agentes. Torna-se urgente a implementação de um fomento à arte e cultura sob a forma de apoio financeiro por meio de edital. A necessidade de criação de uma agenda cultural que congregue as ações culturais da comunidade interna é pauta já demandada no Ciclo UFMG de Cultura, realizado por esta pró-reitoria, no ano de 2021. A criação de uma plataforma comunicacional de difusão artístico-cultural faz-se cada vez mais imprescindível. Os espaços físicos destinados a atividades artísticas e culturais parecem não ser suficientes e restringem-se a algumas unidades e espaços culturais da universidade. Sendo assim, a agenda para seu uso

é bastante concorrida. A importância da existência de um espaço cultural da UFMG, para além da Praça de Serviços no Campus Pampulha, que acolha as ações artísticas diversas que a instituição produz e que possa viabilizar o compartilhamento desta produção com a comunidade externa foi reiteradamente ressaltada. Ainda que a UFMG realize diversos eventos culturais, a agenda acadêmica de cada graduação nem sempre os incorpora, o que impacta a participação de docentes, estudantes e técnicos em práticas de compartilhamento artístico-cultural promovidas pela instituição.

Os desafios relatados pelos agentes culturais participantes deste II Mapeamento sublinham a necessidade e importância da continuidade do processo de institucionalização da cultura na universidade. Tal processo implica não somente a presença de órgão de cultura no organograma da instituição, como também o incremento do fomento às práticas artístico-culturais realizadas pela comunidade acadêmica.

Considerações finais

Ainda que, conforme dissemos no início deste texto, os mapeamentos são sempre lacunares, reiteramos a sua fundamental existência para a construção da reflexão sobre o campo cultural nas universidades. Para além de fornecerem subsídios para a construção e atualização de Políticas de Cultura e Planos de Cultura, os mapeamentos denotam como a comunidade de agentes culturais comprehende a si própria como parte do sistema de cultura interno a universidade.

As ausências sentidas apontam para lugares não vistos, e, por vezes, para agentes que não se reconhecem como parte do complexo cultural da UFMG. Os modos de construção desse sentimento de pertencimento é desafio maior para a gestão cultural na universidade. A comunicação cumpre papel fundamental nessa direção, mas também o corpo a corpo dos agentes, sua presença nos espaços e o trânsito que praticam com os parceiros internos e externos podem auxiliar na ampliação da presença da agenda cultural do território da universidade no seu próprio mapeamento cultural.

Os processos de mapeamento cultural podem operar como processos formativos tanto para aqueles que os coordenam, como pesquisa, quanto para os participantes que se reorganizam e consequentemente se reconhecem durante a elaboração das respostas e também ao conhecer os resultados finais descritos nas mais diversas formas possíveis de um mapa da cultura. O mapa da cultura se faz do entrelaçamento dos pesquisadores, e seus meios e técnicas de análise, dos participantes, e suas autoidentificações e descrições, das leituras que se fazem

dos dados que levam à compilação de resultados e das leituras que se fazem dos resultados. Considera-se assim o mapeamento como prática de conhecer, de elaborar leituras possíveis de um território em constante movimento, e, espera-se, em transformação.

Referências

BRASIL. Lei nº 13.018, de 22 de julho de 2014. Institui a Política Nacional de Cultura Viva e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 23 jul. 2014. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/113018.htm>. Acesso em: [12/12/2024].

PERKINS, Chris; KITCHIN, Rob. Mapping modes, methods and moments. In: DODGE; KITCHIN, R. e PERKINS, C. (Eds.). *Rethinking maps: New frontiers in cartographic theory*. London: Routledge, 2009, p.220-243.

RIBEIRO, Mônica Medeiros; MENCARELLI, Fernando. II Mapeamento Cultural da UFMG 2022-2023: resultados e reflexões. In: *Anais do XIV Seminário Internacional de Políticas Culturais*. Fundação Casa Rui Barbosa. Rio de Janeiro. 2025. (no prelo)

STEWART, S. *Cultural Mapping Toolkit*. Vancouver: Creative City Network of Canada, 2007.