

Mapeamento Cultural da UFMG (2019-2021)
— processo e primeiras impressões —

Mônica Medeiros Ribeiro¹
Ana Flavia Machado¹
Thobila Gabriela de Lima Costa Sousa¹
Jonas da Silva Henrique²
Fernando Antonio Mencarelli¹
Cíntia Santos Silva¹

31/05/2022

Resumo

São apresentados, neste texto, o processo de construção da pesquisa Mapeamento Cultural da UFMG e alguns dos principais resultados referentes aos seus agentes e espaços culturais, em relação às etapas do ciclo da cultura, às dimensões culturais e aos parceiros externos à universidade. Seus resultados mostraram a distribuição espacial dos agentes e espaços culturais bem como ressaltaram a diversidade de atividades culturais desenvolvidas pela UFMG.

Palavras-chave: Mapeamento cultural; universidade; diversidade.

Resumen

En este texto son presentados el proceso de la construcción de la investigación Mapeamento Cultural de UFMG y algunos de los principales resultados referentes a sus agentes y espacios culturales, en relación a las etapas del ciclo de la cultura, a las dimensiones culturales y a los parceiros externos a la universidad. Sus resultados mostrarán la distribución espacial de los agentes y espacios culturales, además de resaltar la diversidad de actividades culturales desarrolladas por la UFMG.

Palabras clave: cartografia cultural; universidad; diversidad.

Abstract

This paper presents the construction process of the Cultural Mapping research at UFMG and some of the main results regarding its agents and cultural spaces, in relation to the stages of the culture cycle, cultural dimensions and partners outside the university. Its results showed the spatial distribution of cultural agents and spaces as well as highlighted the diversity of cultural activities developed by UFMG.

Keywords: Cultural cartography; university; diversity.

¹Universidade Federal de Minas Gerais.

² Doutor em Economia pela Universidade Federal de Minas Gerais - FACE/CEDEPLAR, Economista Assessor na Empresa Municipal de Turismo – Belotur / Prefeitura de Belo Horizonte

1. Introdução

Mapear a cultura tem sido ação estratégica na construção de políticas públicas afinadas com o contexto de diferentes territórios culturais. Os mapeamentos produzem diagnósticos fundamentais para processos de documentação, reconhecimento, compartilhamento de bens culturais — materiais e imateriais — e também para o planejamento das políticas culturais. Diversos países têm se ocupado em mapear a cultura de seus territórios, como a Inglaterra em 1998³, Chile, 1999⁴, México, 2003,⁵ Nova Zelândia em 2009⁶, Canadá, em 2007⁷, Kasaquistão, em 2018⁸, Brasil, em 2010⁹, Espanha, em 2011¹⁰, entre outros.

O Plano Nacional da Cultura (PNC, 2010)¹¹, elaborado de forma democrática e participativa pelo Ministério da Cultura do Brasil, apresentou a cartografia da diversidade das expressões culturais em todo o Brasil como uma de suas metas, que incluiu ainda a criação de um mapa da cultura nacional digital, interativo e colaborativo.¹² A ênfase conferida ao mapeamento da cultura nos diversos estados brasileiros, como parte da política cultural do Brasil, impulsionou um crescente e expressivo movimento de reconhecimento e fortalecimento do campo cultural nas Instituições Federais de Ensino Superior. Universidades como a UFBA, UNIFESP, UFU, UFF, UFOP, UFRJ, UNICAMP, entre muitas outras, vêm consolidando suas políticas de cultura por meio da construção de Planos de Cultura e da realização de mapeamentos da cultura. O entrelaçamento entre a dimensão territorial e as políticas culturais permite a compreensão da universidade como espaço de cultura que gesta, promove, difunde, partilha suas reflexões e práticas culturais com a sociedade. A leitura desse espaço torna-se, então, urgente para que as

³ Mais informações sobre o Mapping the Creative Industries em: <<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>>

⁴ GARRIDO, Manuel Arcila; SÁNCHEZ, José A. López. La cartografía cultural como instrumento para la planificación y gestión cultural: una perspectiva geográfica. *Periférica*, n.12, 2011.

⁵ GARRIDO, Manuel Arcila; SÁNCHEZ, José A. López. La cartografía cultural como instrumento para la planificación y gestión cultural: una perspectiva geográfica. *Periférica*, n.12, 2011.

⁶ Mais informações sobre o mapeamento realizado na Nova Zelândia em 2009 em: New Zealand Institute of economic Research (NZIER). *The creative sector in New Zealand: mapping and economic role*. Wellington: NZIER, 2009. Disponível em: <<https://www.nzier.org.nz/publications/creative-industries-in-new-zealand-economic-contribution>>.

⁷ STEWART, S. *Cultural Mapping Toolkit*. Vancouver: Creative City Network of Canada, 2007.

⁸ GARRIDO, Manuel Arcila; SÁNCHEZ, José A. López. La cartografía cultural como instrumento para la planificación y gestión cultural: una perspectiva geográfica. *Periférica*, n.12, 2011.

⁹ O Plano Nacional de Cultura, construído de modo colaborativo a partir de 2003, teve como uma de suas metas mapear a diversidade cultural brasileira. Mais informações em: <<http://pnc.cultura.gov.br/historico/>>

¹⁰ GARRIDO, Manuel Arcila; SÁNCHEZ, José A. López. La cartografía cultural como instrumento para la planificación y gestión cultural: una perspectiva geográfica. *Periférica*, n.12, 2011.

¹¹ Criado pela Lei n° 12.343, de 2 de dezembro de 2010.

¹² <<http://mapas.cultura.gov.br/>> .

próprias universidades possam reconhecer seus agentes e ações culturais, com o objetivo de conduzir suas políticas de cultura.

A Universidade Federal de Minas Gerais, em seus 95 anos de existência, fomenta e promove a cultura por meio da gestão de espaços culturais e seus eventos, programas, projetos de ensino, pesquisa e extensão e das parcerias interunidades e interinstitucionais.¹³ A Pró-reitoria de Cultura (PROCULT) tem como missão coordenar a política cultural da universidade e fazer gestão cultural de espaços, programas e projetos vinculados à Reitoria. No Plano de Desenvolvimento Institucional (2018-2023) da UFMG, a cultura é compreendida como campo privilegiado de produção de conhecimento cuja natureza é transversal às dimensões do ensino, pesquisa e extensão. A natureza transversal da cultura — como abertura para a multiplicidade — permite a articulação entre as dimensões acadêmicas de maneira a formar uma rede epistemológica tecida também dos saberes construídos na e pela sociedade. A cultura, desse modo, operacionaliza “(...) a integração da universidade com a sociedade, permitindo a produção de um espaço comum de saberes compartilhados. (PDI UFMG, 2018, p. 120).

Com o objetivo de fazer um levantamento e consequente reflexão sobre o campo cultural na UFMG, em dezembro de 2020, a DAC encaminhou ao Comitê de Ética e Pesquisa da instituição o projeto da pesquisa Mapeamento Cultural da UFMG.¹⁴ Os resultados desta pesquisa buscam contribuir para o reconhecimento do campo cultural na universidade, o que é fundamental para a concepção de políticas de cultura que garantam a toda a comunidade

¹³ Eventos longevos como o Festival de Inverno, com 53 edições; o Quarta Doze e Trinta, realizado há mais de 40 anos; a Feira do Jequitinhonha, com 22 anos e grupos artístico-culturais como o Coral Ars Nova, com mais de 60 anos de existência, o grupo Sarandeiros, fundado em 1980, a Orquestra Sinfônica da Escola de Música, fundada em 1972, e ações formativas como a Formação Transversal Culturas em Movimento e Processos de Criação e a Formação Transversal em Saberes Tradicionais — estruturas de formação complementar criadas em 2016, entre outros, constroem espaços para fomento, reflexão, difusão e, especialmente, a prática das tradições e da criação experimental no âmbito das artes e culturas.

¹⁴ A pesquisa foi realizada pela Pró-Reitoria de Cultura da UFMG (PROCULT) órgão vinculado à Administração Central da UFMG, que propõe e executa as políticas de cultura estabelecidas pela universidade, e pesquisadores convidados da Faculdade de Ciências Econômicas (FACE), Escola de Belas Artes (EBA) e da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), a saber: Profa. Dra. Mônica Medeiros Ribeiro, coordenadora da pesquisa e Pró-Reitora Adjunta de Cultura da UFMG; Prof. Dr. Fernando Mencarelli, Pró-Reitor de Cultura UFMG; Profa. Dra. Ana Flávia Machado, pesquisadora convidada da Faculdade de Ciências Econômicas; Thobila Gabriela de Lima Costa Sousa, Coordenadora de Política Cultural da Pró-Reitoria de Cultura da UFMG, e Jonas Henrique, assistente de pesquisa e doutorem Economia. Também colaboraram com o tratamento dos dados a pesquisadora doutoranda em economia Cinthia Santos Silva e a servidora técnico-administrativa Naiara Pinheiro de Castilho. Todo o trabalho de programação visual da campanha de divulgação do mapeamento e de apresentação dos resultados na página Mapa da Cultura da UFMG esteve sob a responsabilidade da servidora técnico-administrativa da PROCULT, Bárbara Profeta.

universitária o direito à cultura, e, principalmente, subsidiem a elaboração do Plano de Cultura UFMG (2023-2028), a ser realizada neste ano de 2022.

Neste texto, são apresentados o processo de construção da pesquisa Mapeamento Cultural da UFMG e alguns de seus principais resultados referentes aos agentes e espaços culturais em relação às etapas do ciclo da cultura, às dimensões culturais e aos parceiros externos. Interessa, sobremaneira, identificar e refletir sobre os agentes e a distribuição de suas ações de cultura nas etapas do ciclo de cultura e dimensões culturais da UFMG, bem como apresentar as redes que estabelecem com a comunidade externa.

Para tanto, este artigo está estruturado em quatro seções. Na seção que segue a esta introdução, é apresentada a metodologia da pesquisa. A seção subsequente referente aos resultados e discussão e está dividida em quatro subseções. Na primeira subseção são apresentados os resultados referentes aos agentes e espaços culturais da instituição em relação aos tipos de atividades e campos de cultura a elas relacionados. Na segunda e terceira subseção, a inserção das atividades culturais nas etapas do ciclo de cultura e sua associação com as dimensões da cultura e na quarta subseção são apresentadas as redes de parceiros dos agentes e espaços culturais da UFMG. A quarta e última seção é composta por algumas considerações bem como são evidenciados os próximos desdobramentos da análise dos dados.

2. Metodologia

Considerado fundamental para a formulação de planos de cultura (STEWART, 2007), o mapeamento não se restringe à produção de uma representação cartográfica (REDAELLI, 2015). Kitchin, Perkins e Dodge (2009, p. 01) afirmam que “o mapeamento é epistemológico, mas também profundamente ontológico — é tanto uma maneira de pensar sobre o mundo, oferecendo uma estrutura para o conhecimento, quanto um conjunto de afirmações sobre o próprio mundo”¹⁵. Desse modo, ele informa e viabiliza outros modos de conhecer e seus resultados podem ser configurados de diferentes maneiras, seja como mapa, propriamente dito, seja na forma de gráficos, tabelas, imagens de redes, desenhos artísticos, entre outras possibilidades (STEWART, 2007; PERKINS; KITCHIN, 2009).

¹⁵ Mapping is epistemological but also deeply ontological – it is both a way of thinking about the world, offering a framework for knowledge, and a set of assertions about the world itself.

A pesquisa de mapeamento realizada, de abordagem quanti-qualitativa, teve como campo e sujeito de investigação a UFMG e sua comunidade, contemplando estudantes, servidores técnicos, terceirizados, docentes atuantes na UFMG e aposentados. O mapeamento pautou-se no exercício de identificação e localização de espaços e agentes culturais na universidade, bem como de suas práticas e das redes de parcerias com a comunidade externa, por meio de coleta, registro, análise e interpretação de informações acerca do setor cultural da universidade.

A necessidade de conhecer quem são e onde estão localizados os agentes e espaços de cultura da UFMG; com quais campos de conhecimento relacionam suas ações culturais; quais são os tipos de ação cultural que realizam; com quais espaços de Belo Horizonte, de Minas Gerais, Brasil ou do exterior se relacionam; em qual etapa do ciclo de cultura localizam suas atividades e a quais dimensões da cultura elas se correlacionam foram questões que encaminharam a construção do instrumento de coleta de dados da pesquisa, um questionário semiaberto, por meio do *Google Forms*. A noção de cultura foi delimitada a partir da revisão de documentos estabelecidos nacionalmente como o já citado Mapa da Cultura, do governo federal brasileiro, o texto Delimitação Inicial da Noção de Cultura a ser usada no Mapeamento Cultural da UFBA (RUBIN, 2019), documento anexo ao Mapeamento Cultural da UFBA 2019 – MAPCULT e a LEI N° 12.365, de 30 de novembro, de 2011, que dispõe sobre a Política Estadual de Cultura da Bahia. A partir da análise desses documentos e da identificação dos campos culturais mais citados, foram compilados 51 campos de cultura referentes a linguagens, disciplinas, campos e áreas do conhecimento, saberes, práticas da tradição, entre outros, para a operacionalização do conceito de cultura na pesquisa¹⁶.

Após a aprovação da pesquisa junto ao Comitê de Ética e Pesquisa da UFMG¹⁷, o setor de comunicação da PROCULT iniciou intensa divulgação interna e externa da pesquisa em andamento. Uma vez que as atividades de ensino-aprendizagem na UFMG estavam, em sua maioria, operando no modo remoto, toda a divulgação foi realizada pelas mídias sociais da

¹⁶ Arquivos; 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 LGBTQI+; 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.

¹⁷ O Projeto de pesquisa Mapeamento Cultural da UFMG, bem como o instrumento de coleta de dados, questionário/google forms, e o Termo de Consentimento Livre Esclarecido (TCLE) foram aprovados pelo Comitê de Ética e Pesquisa da UFMG em 06 de março de 2021 — CAAE no: 41880620.6.0000.5149.

PROCULT e da UFMG. Durante o período de 24 de maio a 15 de novembro de 2021, foram realizadas três chamadas para participação na pesquisa, que constava do preenchimento do questionário que fora encaminhado via *email* a toda a comunidade e disponibilizado na página da pesquisa e nas divulgações da mesma.¹⁸ Após o encerramento da etapa de coleta, os dados foram sistematizados em planilhas, tabulados, por meio dos programas/softwarems Excel e Stata, e também organizados como redes, mapas interativos e infográficos. O georreferenciamento dos parceiros dos agentes e espaços culturais da UFMG foi realizado por meio do programa QGIS e a construção de redes pelo Ucinet, considerando as relações dos agentes e espaços culturais da UFMG com outros externos à instituição.

Com esta pesquisa, a PROCULT se propôs a construir um mapa da cultura da instituição, abarcando o período de 2019 a 2021. Como uma espécie de inventário da cultura da UFMG, o mapa cultural construído é feito de mapas personalizados e interativos que representam a presença dos agentes e espaços culturais na universidade, estado e país, associados a imagens de rede, infográficos, gráficos, tabelas, textos descritivos e reflexivos sobre o processo e resultado do mapeamento.¹⁹

3. Resultados e Primeiras Impressões

Nesta seção são apresentados alguns dos resultados da pesquisa *Mapeamento Cultural da UFMG* com foco nos agentes e espaços culturais, etapas do ciclo da cultura, dimensões da cultura e redes de parceiros. Importa ressaltar que tais resultados decorrem dos diversos modos de auto identificação dos respondentes, bem como da capacidade de descreverem suas ações, parcerias e lugares de atuação.

Inicialmente, a pesquisa contou com 953 respondentes. Entretanto, 183 (19,2%) não possuíam vínculo com a instituição e 40 (4%) não aceitaram o termo de consentimento livre e esclarecido o que reduziu o número de respondentes válidos para 730. Entre esses, 59% são estudantes; 23%, docentes; 13%, técnico-administrativos em educação; 3%, funcionários terceirizados e 2%, funcionários aposentados. Com um universo potencial de respondentes de aproximadamente 51.500, o resultado alcançado — 1,8% — ficou aquém do esperado. Faz-se, entretanto, ressalva a tal consideração, uma vez que a situação da pandemia SARSCov-2

¹⁸ <https://www.ufmg.br/mapadacultura/>

¹⁹ O Mapa da Cultura da UFMG será compartilhado com a comunidade na Abertura do Ciclo de Fóruns UFMG de Cultura neste ano de 2022.

impactou a economia nacional, assim como a saúde da sociedade e dos membros da comunidade acadêmica (SILVA; ROSA, 2021), o que pode ter dificultado o acesso à divulgação e ao questionário. Por outro lado, pode-se também inferir que os participantes da pesquisa se referem aos membros da comunidade acadêmica que se reconhecem como agentes culturais ou que estão de fato atentos às ações de política cultural da instituição.

3.1- Agentes e espaços culturais da UFMG

Entre os 730 respondentes cerca de 70% se identificaram como agente cultural individual, 21%, como agentes coletivos, inseridos em grupos de pesquisa e grupos artístico-culturais, e 10% se se identificaram como espaços culturais da Universidade. Em relação aos agentes culturais coletivos, 44,37% são professores e 43,05%, estudantes. A maioria dos que se identificaram como agentes individuais são estudantes (67,39%), seguidos dos docentes (16,4%). Eques que responderam como espaços artístico-culturais são, aproximadamente, 34% TAEs, 30% estudantes e 26% docentes (Tabela 01).

Tabela 01 - Categoria de identificação por vínculo com a UFMG

Qual é o seu vínculo com a UFMG?	Agente cultural coletivo	Agente cultural individual	Espaço artístico-cultural da UFMG
Docente	44,37	16,40	26,03
Estudante	43,05	67,39	30,14
Técnico-administrativo em Educação	7,28	12,06	34,25
Funcionário(a) Terceirizado(a)	3,31	2,17	9,59
Aposentado(a)	1,99	1,98	0
Total	100	100	100

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

Ainda que a porcentagem de respondentes vinculada com agente coletivo, 21% do total de respondentes, seja relevante, outras ações de pesquisa poderão aprimorar o mapeamento desses grupos, como pesquisa exploratória em base de dados do CNPq e páginas das unidades acadêmicas e culturais da universidade, entrevistas com coordenadores de programas de pós-graduação e do CENEX, entre outros. Uma vez que apenas 7,28% dos agentes culturais coletivos são técnicos, sugere-se que também seja implementado um esforço no fomento à colaboração entre docentes, estudantes e técnicos nos processos de construção de

conhecimentos em culturas e artes. Chama a atenção a porcentagem de estudantes (30,14%), de técnicos-administrativos e terceirizados (34,25%) entre os que se identificaram como espaço cultural, apesar de constar do questionário a indicação para que os respondentes que desejassem se cadastrar como espaço artístico-cultural, por serem parte da equipe desses espaços (bolsistas, professores, coordenadores e demais funcionários), o fizessem como agentes individuais. Desse modo, esperava-se que a participação na pesquisa como espaço artístico-cultural fosse realizada pelos gestores desses espaços. A expressiva quantidade de estudantes e técnicos que se cadastraram como espaço cultural parece denotar um sentimento de pertencimento ao espaço, em um processo de identificação da sua atuação cultural ao espaço com o qual se vinculam. Por outro lado, pode-se pensar que esses não se consideram agentes culturais, ainda que, no entendimento desta pesquisa, o sejam, pois, conforme Teixeira Coelho (1997), os agentes são aqueles que atuam, produzem, divulgam, pesquisam ou gerenciam atividades artístico-culturais, não apenas junto ao ambiente da universidade. Ressalta-se que quando se adjetiva o agente cultural como individual, não se pretende afirmar que esses não trabalhem coletivamente, mas sim que não são parte de grupos denominados de pesquisa ou artístico-culturais, que também atuam, produzem, divulgam, pesquisam ou gerenciam atividades artístico-culturais no âmbito da UFMG. Importa sublinhar que nenhuma das duas categorias — agente cultural individual e agente cultural coletivo — se restringe às atividades artísticas.

Entre os que se identificaram como agente cultural coletivo, 51,3% referem-se a grupos de pesquisas e 48,7% a grupos artísticos-culturais. Nota-se a expressiva presença de grupos artístico-culturais vinculados aos agentes da universidade, que se aproxima da quantidade de grupos de pesquisa. Acrescenta-se que 53,42% dos grupos artístico-culturais são compostos por estudantes, 28,77% por docentes e 10,96% por TAEs, conforme Tabela 02. Quanto aos grupos de pesquisa, percebe-se maior frequência de docentes. Ressalta-se a pouca participação de técnico-administrativos em educação nesses coletivos, conforme mencionado anteriormente.

Tabela 02 - Distribuição de agentes culturais coletivos por vínculo com a UFMG (%)

Qual é o seu vínculo com a UFMG?	Como melhor se identifica o grupo que você faz parte?	
	Grupo artístico-cultural	Grupo de pesquisa
Estudante	53	32
Docente	29	60
Técnico-administrativo em Educação	11	4
Funcionário(a) Terceirizado(a)	7	0
Aposentado(a)	0	4
Total	100	100

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

Aqueles que se vincularam à pesquisa como agentes culturais individuais (70% do total), em sua maioria estudantes, tiveram as seguintes opções de categorias de atividades artístico-culturais para se auto identificarem: artista, curador, técnico de luz, som, coreógrafo, relacionados às práticas da tradição, produtor cultural, produtor executivo, gestor de cultura, pesquisador/ professor. Mesmo que essa questão também aceitasse múltiplas respostas, destaca-se que a categoria artista foi a mais marcada (37%), seguida da categoria de pesquisador/professor, conforme Tabela 03.

Tabela 03 - Distribuição dos agentes culturais individuais em relação às atividades culturais (%)

Atividades culturais	Distribuição %
Artista	37
Pesquisador(a) e/ou professor(a)	29
Produtor(a) cultural/ Produtor(a) executivo	13
Curador(a)	7
Gestor(a) de cultura	6
Relacionado as práticas da tradição	5
Técnico(a) de luz, som e técnico(a) coreógrafo(a)	3
Total	100

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

Aos participantes da pesquisa perguntou-se a qual(is) campo(s) culturais sua atividade se relaciona. Os campos mais correlacionados às categorias de atividades artístico-culturais foram a música (31,7%), seguido do campo da produção cultural (31%), da pesquisa e ensino em artes e culturas (30,8%), da literatura (26%), do patrimônio imaterial (23,1%), das artes integradas (22,5%), da comunicação (22,4%) e do vídeo (22%). Sublinha-se que o campo

cultural menos correlacionado às atividades culturais foi o campo da cultura cigana (2%). Seguem-no, o campo dos jogos eletrônicos (3%) e da ópera (3%), apesar da UFMG ofertar cursos de graduação em Cinema de Animação e Artes Digitais, Ciências da Computação, Música e Teatro. A correlação de atividades com os campos da cultura de matriz africana (15,8%), da cultura indígena (11,7%), das festas populares (11,3%), das manifestações étnico-culturais (16%) e das tradições (17%) indicam expressivo e importante trânsito epistemológico que pode e deve, ainda, ser ampliado.

Na correlação entre as três categorias de atividade artístico-cultural mais frequentemente indicadas declarada — artista, pesquisador (a)/professor(a) e produtor cultural/produtor executivo — e os campos culturais correlacionados a cada uma delas, nota-se que a atividade de artista se relaciona, de modo bastante equilibrado, com campos culturais do universo das artes, como música, literatura, teatro, artes integradas, arte digital, vídeo, performance e desenho, além de produção cultural e pesquisa e ensino em artes e culturas. A atividade de pesquisador/professor possui correlações similares às de artista, com a diferença de que a atividade de artista possui mais correlação com o campo da música e a do pesquisador/professor com o campo pesquisa e ensino em artes e culturas. Correlacionam-se à atividade de produtor cultural/produtor executivo, o campo de produção cultural, naturalmente, seguido de música, pesquisa e ensino em artes e culturas e artes integradas.

Entre aqueles respondentes que se auto identificaram como espaço cultural (cerca de 10% do total de respondentes) predominam os situados em museus (33,33%), centros culturais (29,17% e centros de memória (13,89%). Como um único espaço cultural foi cadastrado por mais de um respondente, procedeu-se a uma segunda análise da planilha de dados do questionário, a partir da qual foram identificados os espaços culturais da UFMG participantes da pesquisa. Ao todo foram 31 espaços mapeados, conforme a distribuição da Tabela 04.

Tabela 04 – Tipos e quantidade de espaços culturais da UFMG participantes da pesquisa

Tipo	Frequência	Percentual
Centro de Memória	6	19,35
Centro Cultural	5	16,13
Museu	4	12,90
Acervo	4	12,90
Agência de publicidade	2	6,45
Biblioteca	2	6,45
Galeria de arte	2	6,45
Arquivo	1	3,23
Centro de Documentação	1	3,23
Centro de Estudos Culturais	1	3,23
Centro Esportivo	1	3,23
Praça de Serviços	1	3,23
TV	1	3,23
Conservatório	0	0,00
Laboratório	0	0,00
Total	31	100,00

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

A distribuição dos respondentes em relação ao gênero, orientação sexual, raça e cor seguem na Tabela 05. Na coluna referente ao total de respondentes, percebe-se que a maioria se identificou com o gênero feminino (51, 64%), com orientação heterossexual (62,19%) e com a cor branca (60,55%). Quanto à orientação sexual, os respondentes que se declaram bissexuais e os que não desejaram informar a orientação sexual apresentam participação considerável (acima de 10%) em relação ao total de respondentes. Aqueles autodeclarados bissexuais somam 12,25% entre os agentes culturais individuais. Os que não desejaram informar sua orientação sexual somam 19,18% entre os que se cadastraram como espaço artístico-cultural.

Embora, a Universidade Pública venha aumentando, especialmente por meio das políticas de cotas, o acesso de estudantes pretos, pardos e indígenas ao ensino superior nos últimos dez anos, ressalta-se a maioria de participantes de cor branca, como mencionado. Vale lembrar que o histórico de repetência e evasão no ensino básico brasileiro atinge mais aqueles que se encontram na base da distribuição de renda e são sobre representados por pretos, pardos e indígenas. São muitos anos de exclusão para serem revertidos em cerca de uma década.

Tabela 05 – Distribuição dos respondentes por gênero, orientação sexual e raça/cor.

Características	Agente Cultural Coletivo		Agente Cultural Individual		Espaço		Total	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Gênero do Respondente								
Feminino	89	58,94	245	48,42	43	58,90	377	51,64
Masculino	58	38,41	235	46,44	26	35,62	319	43,70
Não sei responder	1	0,66	6	1,19	1	1,37	8	1,10
Prefiro não dizer	2	1,32	5	0,99	3	4,11	10	1,37
Outros	1	0,66	15	2,96	0	0,00	16	2,19
Orientação Sexual								
Heterossexual	106	70,20	298	58,89	50	68,49	454	62,19
Homossexual	5	3,31	58	11,46	2	2,74	65	8,90
Bissexual	13	8,61	62	12,25	5	6,85	80	10,96
Pansexual	4	2,65	14	2,77	1	1,37	19	2,60
Não desejo informar	17	11,26	59	11,66	14	19,18	90	12,33
Outros	6	3,97	15	2,96	1	1,37	22	3,01
Raça/cor								
Branca	98	64,90	294	58,10	50	68,49	442	60,55
Parda	34	22,52	138	27,27	15	20,55	187	25,62
Preta	15	9,93	62	12,25	6	8,22	83	11,37
Indígena	3	1,99	6	1,19	1	1,37	10	1,37
Amarela	1	0,66	6	1,19	1	1,37	8	1,10

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

3.2- Etapas do Ciclo da Cultura na UFMG

Em 2009, a Unesco lançou o *Framework for Cultural Statistics* (FCS), baseado no FCS de 1986 e resultante de um processo de consulta global que envolveu pesquisadores estatísticos no campo das políticas culturais. O FCS constitui-se como instrumento para medir dimensões sociais e econômicas da cultura a partir do modelo de ciclo da cultura que contempla diferentes fases do processo cultural: criação, produção, difusão, exibição/recepção/transmissão, consumo/participação e abrange atividades relacionadas ou não ao mercado (UNESCO, 2009).

A partir das proposições do FCS, para este primeiro mapeamento cultural da UFMG, foram propostas as seguintes etapas do ciclo cultural na UFMG: criação, curadoria, difusão, ensino/pesquisa, memória, preservação e conservação e produção. Os respondentes foram convidados a relacionar suas ações de cultura a uma ou mais dessas etapas. Ressalta-se que

essas não guardam uma relação hierárquica entre si, ocorrendo, muitas vezes, simultaneamente ou de modo reticular, como sublinhado no FCS (2009).

Notou-se que, neste primeiro mapeamento cultural, a UFMG tem suas ações bem distribuídas em todas as etapas do ciclo de cultura. Quando foram relacionadas as etapas do ciclo da cultura com as categorias de atividades artístico-culturais declaradas, a etapa da criação (24%) foi a que mais se destacou, seguida, como esperado, da etapa de ensino e pesquisa (22,1%). A maioria (30%) daqueles que se auto identificaram com a categoria de atividade artista e de técnico de luz, som e técnico coreógrafo localizou suas ações culturais na etapa da criação. Cerca de 20% dos curadores, à curadoria e 21,4% dos gestores, à difusão. 28,3% dos professores e pesquisadores localizaram suas ações culturais na etapa do ensino/pesquisa, assim como 22,4% daqueles relacionados a práticas da tradição. 19% desses últimos se relacionam também à memória, preservação e conservação e, por fim, 25,9% dos produtores relacionaram suas atividades à etapa da produção, conforme Tabela 06. É esperado que haja confluência entre atividade e etapa do ciclo, porém as combinações são mais diluídas, evidenciando que há inserção das atividades declaradas em distintas fases do ciclo de cultura

Tabela 06 – Etapas do ciclo cultural relacionadas às atividades culturais – %

Atividade Cultural	Ciclo da cultura						
	Criação	Curadoria	Difusão	Ensino/ pesquisa	Memória, preservação, conservação	Produção	Total
Artista	30,8	4,6	15,6	20,6	8,9	19,4	100
Curador(a)	16,1	19,7	18,8	18,3	10,6	16,5	100
Gestor(a) de cultura	18,7	11	21,4	17,6	11,5	19,8	100
Pesquisador(a) e/ou professor(a)	21,9	5,6	15,7	28,3	13,1	15,4	100
Produtor(a) cultural/ Produtor(a) executivo	21,2	8,3	17,9	17,9	8,8	25,9	100
Relacionado as práticas da tradição	21,1	5,4	15	22,4	19	17	100
Técnico(a) de luz, som e técnico(a) coreógrafo(a)	30	4,4	14,4	21,1	6,7	23,3	100
Total de respondentes	24,4	7,1	16,5	22,1	10,8	19	100

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

Quando associadas as etapas do ciclo de cultura ao tipo de vínculo dos respondentes, observa-se que a maior parte dos estudantes (25,6%) se vinculou à etapa da criação. A maioria dos aposentados (26,9%) e dos docentes (28%) localizou suas atividades na etapa do

ensino/pesquisa e a maioria dos técnico-administrativos (23,3%) e dos funcionários terceirizados (27,4%) na fase da produção (Tabela 07).

Tabela 07 – Ciclo cultural por vínculo com a UFMG – %

Vínculo com a UFMG	Ciclo cultural						
	Criação	Curadoria	Difusão	Ensino/pesquisa	Memória, preservação, conservação	Produção	Total
Aposentado(a)	19,2	3,8	19,2	26,9	19,2	11,5	100
Docente	17,8	9,5	17,6	28	11,3	15,7	100
Estudante	25,6	5,1	16,6	21,2	12	19,5	100
Funcionário(a) Terceirizado(a)	16,1	9,7	22,6	12,9	11,3	27,4	100
Técnico-administrativo em Educação	22	7,3	16,8	14,2	16,4	23,3	100
Total de respondentes	22,9	6,6	17,1	21,8	12,5	19,2	100

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

3.3- A relação entre as categorias de atividades artístico-culturais e as dimensões culturais da UFMG

Em outubro de 2014, os ministérios da Cultura e Educação lançaram o Edital *Mais Cultura nas Universidades* com o objetivo de induzir a criação de Planos de Cultura nas Instituições Federais de Ensino Superior e nas Instituições da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, por meio da concessão de apoio financeiro. A UFMG participou dessa seleção com a proposta do *Plano UFMG de Cultura: 2015-2017*. Ainda que tenha sido uma das instituições selecionadas, a UFMG não chegou a receber aporte financeiro para implementação do referido Plano, assim como a maioria dos contemplados. Entretanto, dada a excelência da proposta apresentada e da coerência com a prática cultural na UFMG, o documento apresentado aos ministérios foi referência para a proposição das dimensões culturais neste mapeamento.

Fundamentada nos oito eixos temáticos dispostos no edital *Mais Cultura nas Universidades*²⁰, a DAC/UFMG organizou, em 2016, cinco linhas de atuação a partir das quais

²⁰Eixos temáticos do Edital *Mais Cultura nas Universidades*: Educação Básica; Arte, Comunicação, Cultura das Mídias e Áudio Visual; Arte e Cultura Digitais; Diversidade Artística-Cultural; Produção e Difusão das Artes e

foram propostas cinco dimensões culturais que foram utilizadas neste Mapeamento Cultural da UFMG 2019-2021, a saber: *Memória e patrimônio*, referente à atividade museal; memória de sujeitos, espaços e obras; preservação e conservação de obras, espaços, edificações; *Culturas, artes e educação*, referente aos estudos culturais, história da arte e das culturas, artes, história e cultura afro-brasileiras nos processos de ensino-aprendizagem em ações de ensino e extensão; *Criação, produção artístico-cultural e sua difusão* relacionada à produção artística e cultural, divulgação e circulação a partir de agentes coletivos e individuais, espaços de cultura da UFMG; *Culturas e tecnologias* relacionada às culturas híbridas; economia criativa; cultura digital, arte e tecnologia, jogos digitais, aplicativos e mídias sociais e Diversidade de culturas, de linguagens, de formas de conhecimento associada à perspectiva transdisciplinar entre as áreas de conhecimento; diversidade de saberes e conhecimentos e suas linguagens.

Aos respondentes do questionário foi solicitado relacionar a categoria de atividade artístico-cultural declarada a uma ou mais dimensão cultural. As dimensões menos correlacionadas às atividades declaradas foram *Culturas e tecnologias* e *Memória e patrimônio*. A maior parte dos artistas (36,5%), dos produtores (33,4%) e dos técnicos (32,4%) relacionou suas atividades à dimensão *Criação, produção, artístico-cultural e sua difusão* (Tabela 8). Os pesquisadores/professores associaram suas atividades prioritariamente às dimensões *Diversidade de culturas, de linguagem, de formas de conhecimento* (25,7%) e *Criação, produção, artístico-cultural e sua difusão* (25,6%), seguida da dimensão *Culturas, artes e educação* (24,5%). Os curadores associaram a maioria de suas atividades à dimensão *Criação, produção, artístico-cultural e sua difusão* (26,8%) e *Diversidade de culturas, de linguagem, de formas de conhecimento* (26%), assim como os gestores (27,3% em cada uma delas). Os respondentes cujas atividades estão relacionadas às práticas da tradição têm maior participação na dimensão *Culturas, artes e educação* (28,9%) e na dimensão *Diversidade de culturas, de linguagem, de formas de conhecimento* (25,6%). Esses também associaram suas atividades à dimensão *Memória e patrimônio* (18,2%) e 21,1% dos técnicos de luz, som e coreógrafo relacionam suas atividades à dimensão *Culturas e tecnologias*.

Linguagens; Economia Criativa, Empreendedorismo Artístico e Inovação Cultural; Arte e Cultura: Formação, Pesquisa, Extensão e Inovação. Disponível em:
<http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=16804-edital-mais-cultura-30122014-pdf&category_slug=janeiro-2015-pdf&Itemid=30192>

Tabela 08 - Dimensões culturais relacionadas às atividades culturais - %

Atividades Culturais	Dimensões Culturais					
	Criação, produção artístico-cultural e sua difusão	Culturas, artes e educação	Culturas e tecnologias	Diversidade de culturas, de linguagens, de formas de conhecimento	Memória e patrimônio	Total
Artista	36,5	21,5	10,8	23,2	7,9	100
Curador(a)	26,8	18,9	12,2	26,2	15,9	100
Gestor(a) de cultura	27,3	18,9	14	27,3	12,6	100
Pesquisador(a) e/ou professor(a)	25,6	24,5	10,6	25,7	13,6	100
Produtor(a) cultural/ Produtor(a) executivo	33,4	20,9	11,9	24,8	8,9	100
Relacionado as práticas da tradição	20,7	28,9	6,6	25,6	18,2	100
Técnico(a) de luz, som e técnico(a) coreógrafo(a)	32,4	21,1	14,1	26,8	5,6	100
Total de respondentes	30,6	22,3	11,1	24,9	11,1	100

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

A maior parte dos docentes, estudantes, funcionários terceirizados e técnicos-administrativos em educação correlacionaram suas atividades à dimensão *Criação, produção, artístico-cultural e sua difusão*, sendo que a maior parte dos aposentados associaram suas atividades à dimensão *Culturas, artes e educação*, de acordo com a Tabela 09.

Tabela 09 – Dimensão cultural por vínculo com a UFMG – %

Vínculo com a UFMG	Dimensão Cultural					
	Criação, produção artístico-cultural e sua difusão	Culturas, artes e educação	Culturas e tecnologias	Diversidade de culturas, de linguagens, de formas de conhecimento	Memória e patrimônio	Total
Aposentado(a)	10,3	34,5	10,3	27,6	17,2	100
Docente	27,9	23,7	10,4	24,7	13,3	100
Estudante	30,9	22,5	10,6	25,1	11	100
Funcionário(a) Terceirizado(a)	35,8	20,8	11,3	20,8	11,3	100
Técnico-administrativo em Educação	40	15,3	8,2	19,4	17,1	100
Total	31	22,1	10,3	24,2	12,4	100

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

A dimensão cultural *Criação, produção artístico-cultural e sua difusão* foi mais expressivamente relacionada às atividades realizadas no âmbito dos seguintes campos culturais: Publicidade, Rádio, Produção Cultural, Dança, Performance, Artes Integradas, Desenho e Circo, nessa ordem. A dimensão *Culturas, artes e educação* foi mais associada aos campos culturais das Manifestações étnico-raciais, das Festas Populares, das Tradições, da Dança, do Circo, da Ópera, das Artes de rua, da Literatura, do patrimônio Imaterial, da Música, da Moda, nessa ordem. *Culturas e Tecnologias*, uma das dimensões menos associadas às atividades dos respondentes, foi correlacionada a atividades realizadas nos campos dos Jogos Eletrônicos, Televisão e Novas Mídias. Os campos culturais relacionados às categorias de atividades artístico-culturais declaradas mais associados à dimensão *Diversidade de culturas, de linguagens, de formas de conhecimento* foram os das Cosmologias, Cultura Indígena, Gastronomia, Meio Ambiente, Literatura, Manifestações Étnico-culturais, Festas Populares, Arte de Rua, Cultura LGBTIQ, nessa ordem. À dimensão *Memória e Patrimônio* foram correlacionadas atividades vinculadas mais expressivamente aos campos culturais da Restauração, Conservação, Patrimônio Material e Acervos.

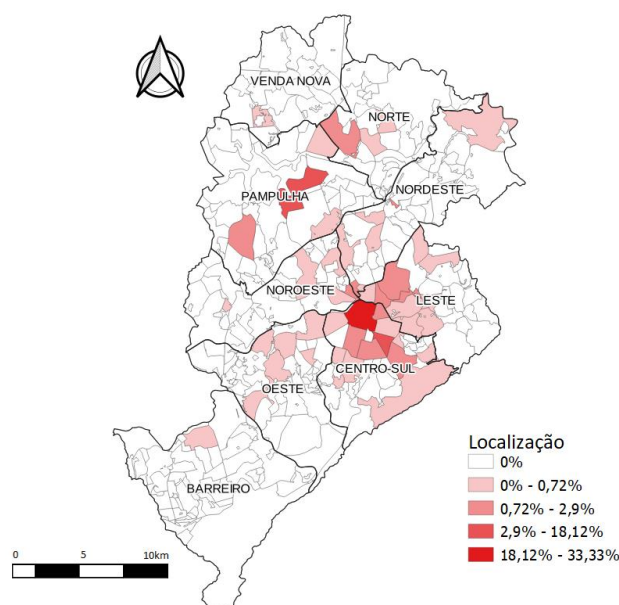
Destaca-se a riqueza da diversidade de campos culturais associados a todas as dimensões, ainda que pareça ser necessário fomentar atividades que se correlacionem às dimensões *Culturas e tecnologias* e *Memória e patrimônio*.

3.4- Georreferenciamento e redes de parceiros

De acordo com as respostas encontradas na pesquisa primária, tem-se, na Figura 01, a distribuição espacial dos agentes culturais individuais que se relacionam com a UFMG, ao longo do território de Belo Horizonte.

Constata-se que a maior concentração dos entrevistados se localiza no bairro Centro e São Luiz (regional Pampulha). Quando se lançam os olhos sobre as regionais de Belo Horizonte, observa-se que as interações entre agentes culturais individuais e a UFMG, ocorre em regiões com maior proximidade ao bairro Centro de Belo Horizonte, principalmente nas regiões Centro-Sul, Leste, Oeste e Noroeste, embora haja pelo menos uma ocorrência em todas as regionais de Belo Horizonte. É interessante destacar que, na regional Pampulha, onde se encontra um dos *campi* da UFMG, poucos bairros foram destacados com interações, somente São Luiz, São Francisco, Paquetá e Itapoã.

Figura 01 - Distribuição espacial dos agentes individuais em Belo Horizonte

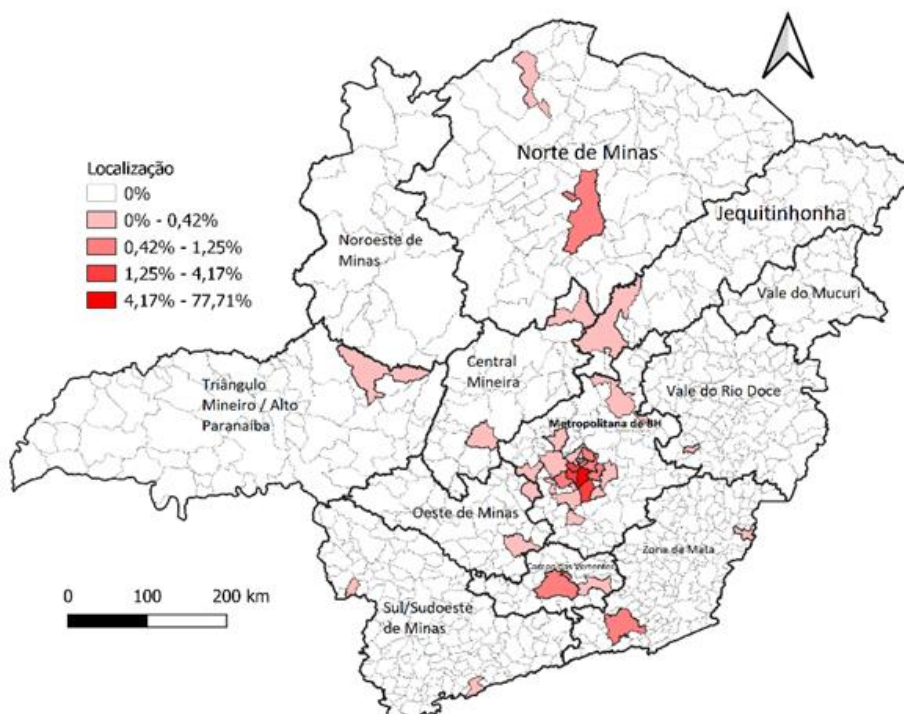


Fonte: dados da pesquisa, 2022.

Considerando Minas Gerais, ao analisar a distribuição espacial dos agentes culturais que se relacionam com a UFMG, constata-se o transbordamento dessas relações para além dos limites municipais de Belo Horizonte, alcançando principalmente os municípios vizinhos da capital de Minas Gerais, o que totaliza 22 municípios da Região Metropolitana de Belo

Horizonte. Verifica-se que não há ocorrências somente nas regiões do Vale do Mucuri e Noroeste de Minas, de acordo com a figura 02.

Figura 02 - Distribuição espacial dos agentes individuais em Minas Gerais



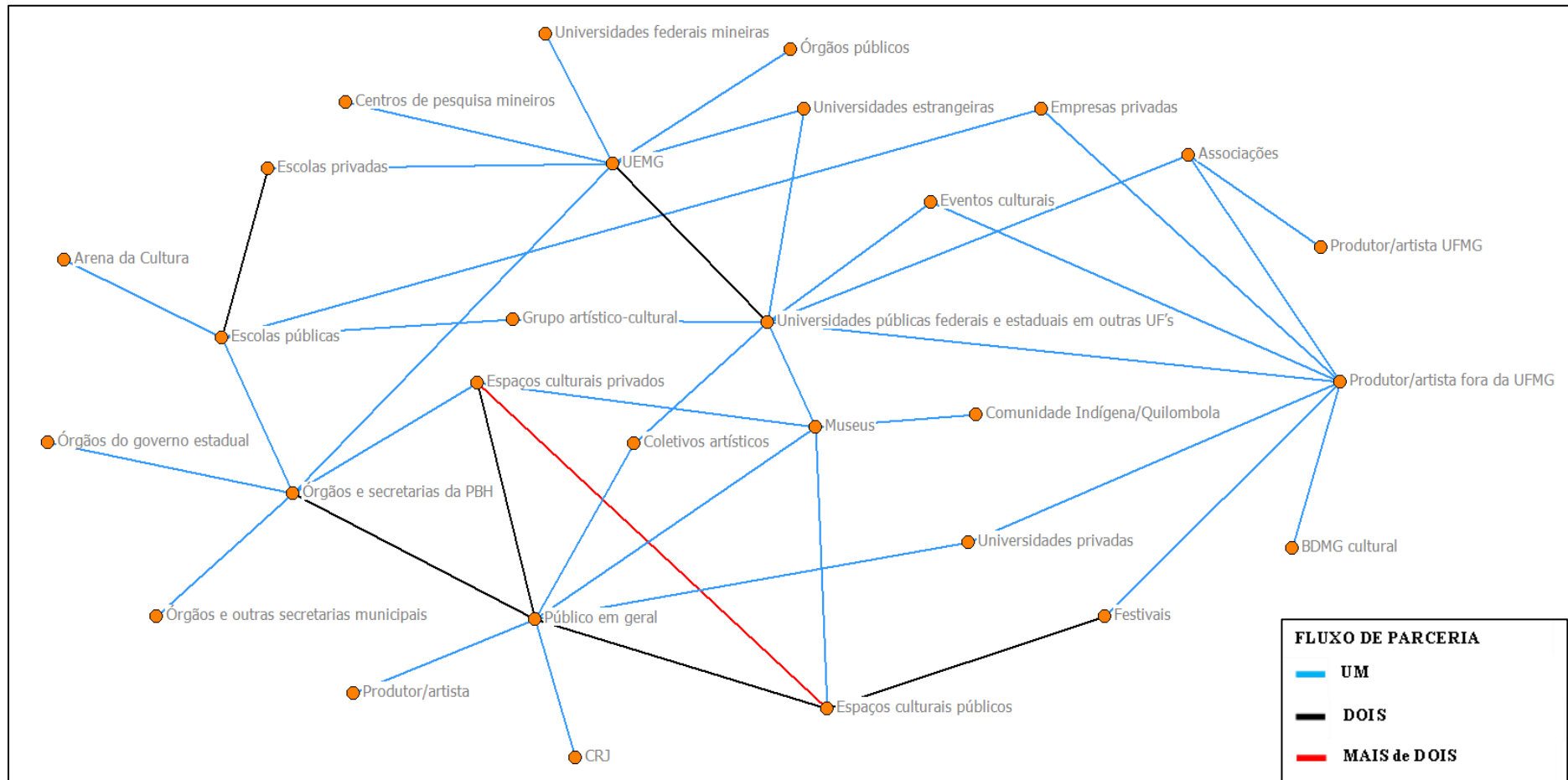
Fonte: dados da pesquisa, 2022.

Além do georreferenciamento das parcerias dos agentes da UFMG com a comunidade externa à Universidade, elaborou-se um estudo de redes sociais. A Análise de Redes Sociais (doravante ARS), é definida como os conjuntos de contatos que ligam vários atores, em que esses contatos podem ser de inúmeros tipos, com conteúdos diferentes, e com distintas propriedades estruturais (NELSON, 1984). Dessa forma, as ARS têm como foco analítico as relações criadas entre os diferentes agentes e possibilita realizar inferências em diversos níveis, sendo o mais abrangente a rede como um todo (macro).

As relações buscadas no presente trabalho se referem à colaboração ou participação de discentes, docentes, Técnicos Administrativos em Educação (TAEs) com agentes culturais sediados para além dos muros da UFMG. No total dos respondentes que mantém essas parcerias e se encontram nestes vínculos com a UFMG, tem-se 182 estudantes, 90 docentes e 36 TAEs. Pretendeu-se assim compreender a densidade dessas relações e o tamanho das redes que esses agentes culturais estabelecem com outros agentes que não são vinculados à UFMG.

Os resultados são apresentados em sociogramas, separados por categoria de vínculo com a Universidade, que mostram os agentes/parceiros (nós) e suas relações (arestas). Para a elaboração dos sociogramas foi utilizado o software UCINET.

Figura 03 – Redes de parceiros dos docentes



Fonte: dados da pesquisa, 2022.

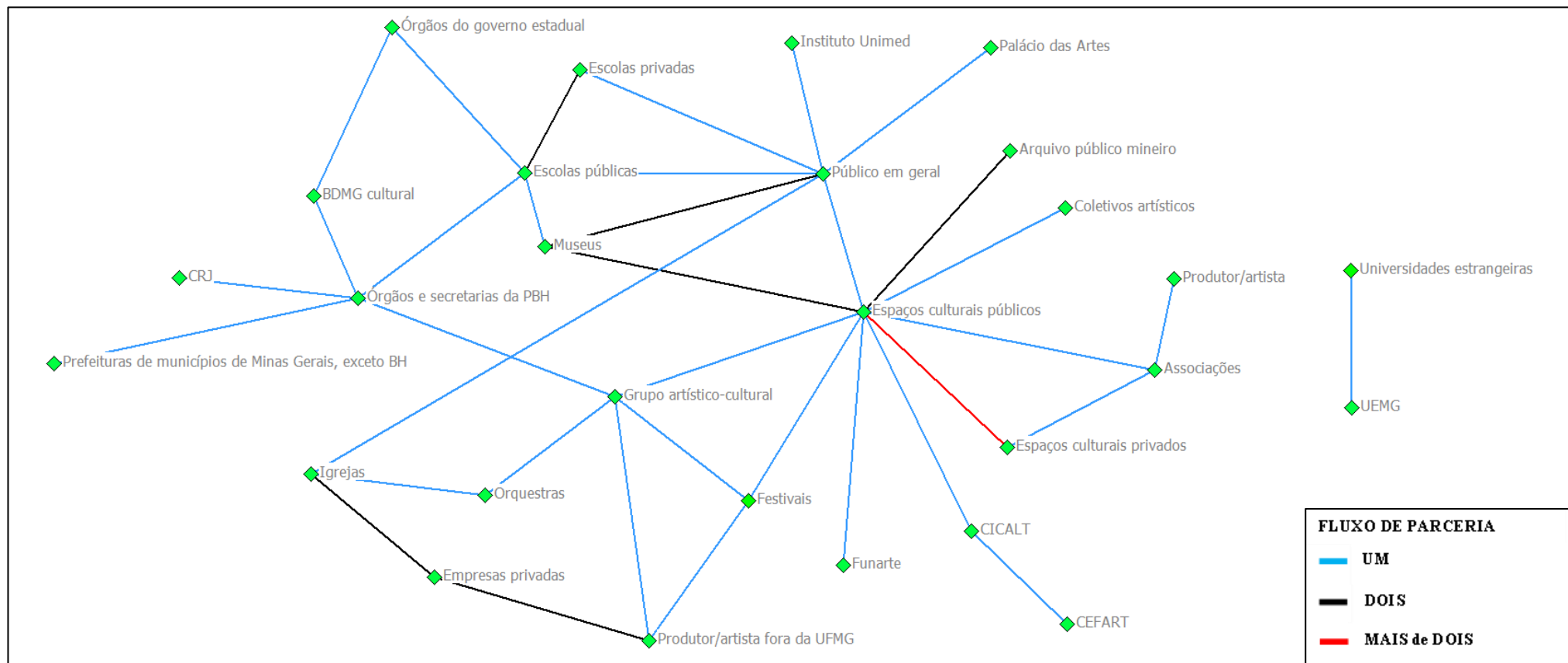
A Figura 03 representa os fluxos de parcerias dos docentes, isto é, a ligação entre as classificações dos parceiros. Nota-se que, na rede de parcerias dos docentes, oito dos respondentes (mais de dois, linha vermelha) possuem ligação tanto com espaços culturais *públicos*, quanto com espaços culturais *privados*. Ainda sobre a rede dos docentes, observa-se que no centro da rede os **nós** UEMG e universidades públicas federais e estaduais de outras UF's, possuem vários fluxos. Em outras palavras, os docentes que declararam que possuem como parceiros a UEMG, também possuem outras parcerias com órgãos públicos, universidades estrangeiras, eventos culturais, entre outros. Pode-se inferir que, quando se tem como parceiro as universidades, mais diversificadas são suas parcerias culturais.

Ainda sobre a Figura 03, observa-se que grande parte dos docentes possui alguma relação com produtor/artista fora da UFMG, sendo essa classificação uma das mais apontadas entre os docentes e, também, com mais ligações com outros parceiros, isto é, quem tem conexão com BDMG cultural, Festivais, Associações, Empresas privadas, Eventos Culturais, e com as Universidades em geral, também tem um produtor/artista como parceiro. Wasserman e Faust (1994) ressaltam que quanto mais centrais são esses atores nas redes sociais – nesse caso, UEMG e Produtores e Artistas fora da UFMG –, mais se demonstram importantes nas redes.

A Figura 04 representa os fluxos de parcerias dos estudantes. Observa-se que os espaços culturais são o centro dos fluxos, e assim como na rede dos docentes, grande parte dos estudantes que tem como parceiros os espaços culturais públicos, também é parceiro de espaços culturais privados. Ressalta-se que os docentes possuem uma ligação maior com as universidades em geral. Por outro lado, os parceiros dos estudantes se encontram fora das universidades (Público Geral) e principalmente concentrados em Belo Horizonte. A Figura 05 destaca os fluxos dos técnicos-administrativos em Educação e nota-se que, assim como nos fluxos dos docentes e estudantes, os TAEs têm uma ligação maior com os espaços culturais públicos, produtores/artistas e coletivos artísticos.

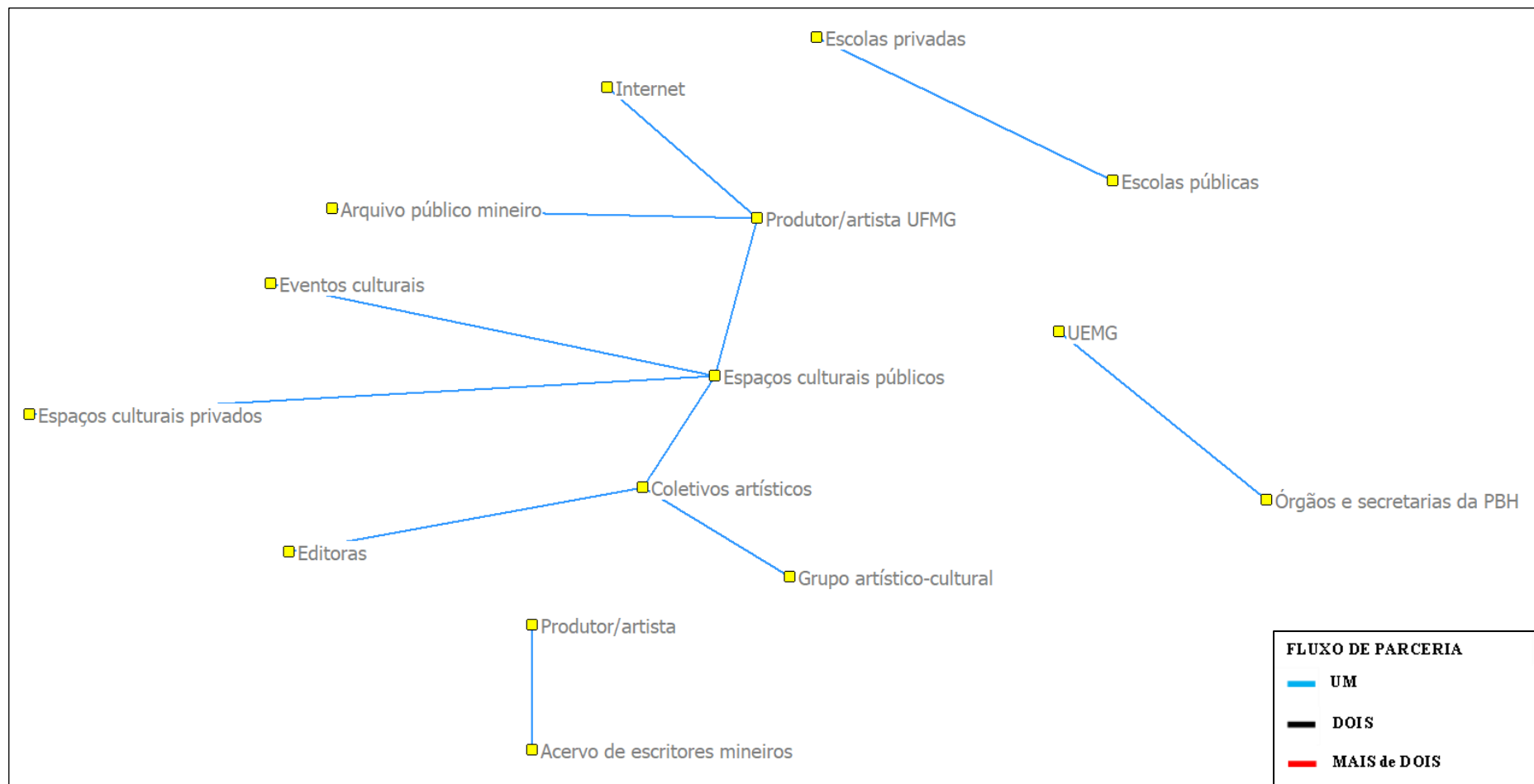
De modo geral, constata-se que a rede de parceiros tanto dos docentes, estudantes, bem como dos TAEs, são contínuas e diversificadas, demonstrando que o fomento da cultura no âmbito da universidade está em constante expansão, densificando-se e, sobretudo, conectando-se para além dos muros da UFMG.

Figura 04 – Redes de parceiros dos **Estudantes**



Fonte: dados da pesquisa, 2022.

Figura 05– Redes de parceiros dos Técnicos-Administrativos em Educação



Fonte: dados da pesquisa, 2022.

4. Considerações Finais

O Mapeamento Cultural da UFMG contribuiu para o reconhecimento dos agentes, espaços e ações culturais no âmbito universidade, bem como para a identificação de redes dos agentes da UFMG com a comunidade externa. Seus resultados mostraram a distribuição espacial dos agentes e espaços culturais bem como ressaltaram a diversidade de atividades culturais desenvolvidas pela UFMG e das redes de parceiros locais e regionais, principalmente.

Considera-se necessário o aprimoramento do instrumento de coleta de dados em razão de sua extensão, da necessidade de revisão e padronização de termos utilizados e também das diversas questões que permitiam mais de uma resposta. A multiplicidade de respostas exigiu diversas ações de tabulação e de leitura crítico-interpretativa de cada uma das respostas dadas.

Na segunda fase de análise e interpretação dos dados, ainda em curso, estão sendo elaborados indicadores de cultura a partir dos resultados encontrados. É necessário sublinhar a importância e dificuldade de se construir indicadores que permitam, também, avaliações qualitativas e que digam respeito às pautas fundamentais para a cultura na universidade como, por exemplo, a transversalidade da cultura, a prática pluriepistemológica, a inclusão epistêmica, a prática interartes entre outros possíveis.

Este foi o primeiro texto que apresenta e reflete sobre resultados da pesquisa *Mapeamento Cultural da UFMG 2019- 2021*. Estão no prelo dois textos a serem publicados em anais de eventos acadêmicos e outros em processo de redação.

Consideramos ser este o início de uma prática contínua de mapeamento cultural na UFMG, planejada como uma série bianual, que subsidiará o aperfeiçoamento da política cultural da universidade, resultando em planos plurianuais de cultura.

Referências

GARRIDO, Manuel Arcila; SÁNCHEZ, José A. López. La cartografía cultural como instrumento para la planificación y gestión cultural: una perspectiva geográfica. *Periférica: revista para el análisis de la cultural y el territorio*, n.12, 2011.

KITCHIN, R.; PERKINS, C.; DODGE, M. Thinking about maps. In DODGE; KITCHIN, R. e PERKINS, C. (Eds.). *Rethinking maps: New frontiers in cartographic theory*. London: Routledge: 2009, p. 1-25.

LEI Nº 12.365 DE 30 DE NOVEMBRO DE 2011. Dispõe sobre a Política Estadual de Cultura, institui o Sistema Estadual de Cultura, e dá outras providências. Acesso em 16 de

dezembro de 2020. Disponível em: <<https://siic.cultura.ba.gov.br/pdfs/Lei-12.365-de-30-11-2011-Lei-Organica-da-Cultura.pdf>>

MAPA DA CULTURA DO GOVERNO FEDERAL BRASILEIRO. Acesso em 16 de dezembro de 2020. Disponível em: <<http://mapas.cultura.gov.br/>>

NELSON, R. Uso da análise de redes sociais no estudo das estruturas organizacionais. *Revista de Administração de Empresas*, v. 24, n. 4, 1984, p. 150-157.

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.

PLANO DE DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL DA UFMG, 2018 A 2023. Acesso em 16 de dezembro de 2020. Disponível em: <<https://www.ufmg.br/pdi/2018-2023/versao-final/>>

REDAELLI, Eleonora. Cultural Mapping: Analyzing its meanings in policy documents. In: DUXBURY, Nancy; GARRETT-PETTS, W.F.; MACLENNAN, David (eds.) *Routledge Advances in Research Methods: Cultural Mapping as Cultural Inquiry*. Florence, KY, USA: Taylor and Francis, 2015. p.86-98.

RIBEIRO, Elisa. A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa. *Evidência, olhares e pesquisas em saberes educacionais*. n 4, 2008. Araxá. Centro Universitário do Planalto de Araxá.

RUBIN, A. Delimitação inicial da noção cultura a ser usada no mapeamento cultural da UFBA. In. Mapeamento Cultural da UFBA 2019 – MAPCULT 2019. Disponível em: <<https://mapeamentocultural.ufba.br/metodologia>>

SILVA, Simone Martins; ROSA, Adriane Ribeiro. O impacto da OCVID-19 na saúde mental dos estudantes e o papel das instituições de ensino como fator de promoção e proteção. *Revista Práxis*. Novo Hamburgo. a. 18. n.2. 2021, mai/ago.

STEWART, S. *Cultural Mapping Toolkit*. Vancouver: Creative City Network of Canada, 2007. TEIXEIRA COELHO. Dicionário Crítico de Política Cultural. Cultura e Imaginário. São Paulo. Editora Iluminuras LTDA. 1997.

UNESCO. *The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)*. Montreal: UNESCO Institute for Statistics, 2009.

WASSERMAN, S.; FAUST, K. **Social network analysis: methods and applications**. New York: Cambridge Press, 1994.