

# mapa da mina



Mapeamento de Experiências Sociais com Arte e Cultura no Estado do Rio de Janeiro

## Estado do Rio de Janeiro

268 experiências

248 ongs

cerca de 18 mil pessoas envolvidas

20 ações de governo

cerca de 330 mil pessoas envolvidas



### OFERTA DE ATIVIDADES:

Música: 1 município  
 62 experiências: 2 a 9 municípios  
 5 experiências: acima de 10 municípios

OFERTA DE ATIVIDADES	EXPERIÊNCIAS em
1. EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO	11
2. CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO	2
3. SAÚDE FÍSICA	7
4. ARTES VISUAIS	113
5. MÚSICA	14
6. MOVIMENTO E DANÇA	3
7. ARTE E CULTURA	1
8. OUTROS	7
TOTAL	268

Pesquisa realizada no âmbito do projeto de 2007 a março de 2010.

4. OUTROS MUNICÍPIOS COMPLEXOS PELAS EXPERIÊNCIAS: 11



Cinema para Todos: Secretaria de Estado de Educação e Secretaria de Estado de Cultura - 19 municípios  
 300 mil alunos e professores de escolas da rede envolvidos

## Mapeamento de Experiências Sociais com Arte e Cultura no Estado do Rio de Janeiro

O objetivo do mapeamento é dar visibilidade e divulgar informações sobre experiências sociais com arte e cultura de grupos e instituições envolvendo jovens, que tenham por foco a transformação social, por intermédio do Banco de Experiências Sociais com Arte e Cultura.

A pesquisa tem a coordenação do Centro de Estudos de Políticas Públicas (CEPP) e é patrocinada pela Light, por meio da Lei de Incentivo do Governo do Estado do Rio de Janeiro.

Os resultados alcançados são muito importantes para destacar as experiências do Estado do Rio de Janeiro, contribuir para abrir oportunidades de intercâmbios, parcerias e fortalecimento das diversas ações nesse terreno e também dar subsídios para programas e iniciativas governamentais.

O trabalho de campo da pesquisa foi realizado por jovens selecionados em instituições que trabalham com juventude, arte e cultura no estado do Rio de Janeiro: Spectaculis, Galpão Agilhaus e Instituto Teat. Esses jovens foram capacitados na metodologia do mapeamento e tiveram a tarefa de alimentar o Banco de Experiências a partir de questionários respondidos pelos grupos e instituições.

Parceiros da pesquisa:

- Oi Futuro e Centro de Informação e Comunicação do Estado do Rio de Janeiro (Prodenj)
- Prefeitura de Nova Iguaçu e Programa Integração pela Música (PIM), de Vassouras.

Confira os resultados das iniciativas mapeadas no Rio de Janeiro a partir de julho de 2010 no Banco de Experiências no site: [www.juventudearte.org.br](http://www.juventudearte.org.br).

### O que é o Programa Juventude Transformando com Arte?

São ações integradas que visam contribuir para a identificação, o fortalecimento e a divulgação de manifestações artísticas e culturais de grupos, instituições e projetos sociais envolvendo jovens brasileiros, que têm por foco a transformação social. Coordenado pelo CEPP, o programa é composto das seguintes ações e produtos:

Mapeamento de Experiências Sociais com Arte e Cultura:  
 Região Nordeste - 2007; Região Sudeste - ES, SP e RJ - 2009/2010

Mostra Brasil Rio de Janeiro - 2006, 2008 e agosto de 2010  
 Revista JuventudeArte: 2007 e 2009  
 Revista Mapa da Mina: resultados do mapeamento São Paulo, 2010

## A Light investe nas crianças e nos jovens através da arte

Preservar a inserção social de crianças e jovens por meio de todas as formas de manifestações artísticas: a Light sabe da importância de sua contribuição nesse desenvolvimento e, por isso, através do Instituto Light, vem apoiando inúmeros projetos em todo o estado do Rio de Janeiro. Um bom exemplo disso é o Mapeamento de experiências sociais com arte e cultura no estado do Rio de Janeiro, pesquisa que teve maior visibilidade e esse tipo de iniciativa, fortalecendo as organizações envolvidas e contribuindo para a formação das políticas públicas no estado.

A Light apoia outros projetos em parceria com este. Um deles é o Ríngulo de Luz, voltado para jovens das instituições de ensino e comunidades no entorno da sede da empresa. Oferecendo cursos, oficinas, concursos, encontros com escritores e ilustradores e peças teatrais, o projeto desperta o interesse pela leitura e pela escrita, valorizando a mentoria e incentivando o crescimento cultural e educacional dos jovens participantes.

Outro exemplo é o Museu da Energia, construído recentemente na sede da Light, no qual se pretende receber anualmente cerca de 100 mil visitantes. Criado com o objetivo de complementar a formação escolar de crianças e jovens na área de ciências, o Museu da Energia também tem o propósito de conscientizar as pessoas sobre o seu papel como consumidores e sobre a importância da energia elétrica. O portal do Museu já está disponível: [www.museulight.com.br](http://www.museulight.com.br).

A programação educacional será aprimorada com a abertura da Casa do Rio de Janeiro, outro projeto em desenvolvimento pelo Instituto Light. O espaço, que será criado no Centro Cultural Light, terá como tema central a evolução dos serviços urbanos, sua importância para a qualidade de vida dos cidadãos e para a formação de hábitos, relações sociais, econômicas e culturais.

Cultura também passa pela música e a Light patrocinou o Núcleo Musical Light "Músicas Jovens Separadas", que forma 30 jovens nas práticas instrumentais de uma orquestra de cordão composta por violões, violas, violoncelos e contrabaixos, além de outros 30 jovens na prática coral. Os alunos que compõem o projeto eram estudantes de escolas próximas à Light.

E mais, a Música nos Cordeiros vem promovendo a formação musical de 22 mil alunos da rede pública municipal de Barra Mansa, por meio de atividades de treinamento e capacitação. Os alunos são introduzidos na música por uma equipe de profissionais qualificados e podem chegar ao nível superior de música, por meio de um convênio firmado com a universidade local.

Juntando pontos, mapeando necessidades, apoiando projetos consagrados e desenvolvendo novas iniciativas, a Light e o seu Instituto estão colaborando para que nossos jovens e crianças possam ser uma nova perspectiva de futuro.

Quem são  
Onde estão  
Como trabalham  
Financiamento e Parcerias  
Articulação com  
Políticas Públicas

# os dados



### QUEM SÃO

**CATEGORIAS**

- 156 do mundo civil
- 20 ações de governo
- 83 do mundo artístico
- 3 grupos juvenis
- Muitos grupos juvenis se dividiram em várias categorias

**TEMPO DE EXISTÊNCIA DAS EXPERIÊNCIAS**

40% até 3 anos  
30% de 3 a 10 anos  
30% mais de 10 anos

### ÁREAS DE SITUAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES EXECUTORAS

12% arte e cultura  
46% educação  
3% cidadania e defesa do direito  
12% desenvolvimento econômico e comunitário  
11% assistência e promoção social  
14% novo ambiente, saúde, esporte e lazer, trabalho, capacitação e profissionalização

### SITUAÇÃO LEGAL DAS ONGs

32% formalizada juridicamente  
68% não formalizada  
2% em processo de formalização jurídica

### ONDE ESTÃO

**ONDE REALIZAM AS ATIVIDADES**

- 24 em áreas urbanas
- 30 também na área rural
- 4 exclusivamente no interior

**SEDE DAS EXPERIÊNCIAS**

64% em áreas urbanas  
36% em áreas rurais

**REGIÕES ADMINISTRATIVAS**

77% das experiências atuam em um único município  
49 em 2 a 4 municípios  
11 em 5 a 7 municípios  
3 em 10 a 25 municípios

57% no capital  
37% no Estado de Pernambuco (8)  
14% em outros Estados (7)  
11% no Nordeste (11)  
7% no Sudeste (7)  
3% no Centro-Sul (Pernambuco 3)

### PESSOAS ENVOLVIDAS

**COBERTURA**

cerca de 106 mil crianças, adolescentes, jovens e adultos diretamente envolvidos  
100 mil nas experiências governamentais (26%)  
30 mil nas experiências de ONGs (14%)  
crianças e jovens até 18 anos participam de 80% das experiências  
42% envolvem de 100 a 100 pessoas  
34% envolvem de 20 a 100 pessoas  
13% envolvem mais de 100 pessoas

**PERFIL**

socialidade: trabalha com comunidades de baixa renda, outros públicos, grupos vulneráveis (40%)  
pessoas de todas idades, mas maiorias (22%)  
pessoas com deficiência (18%)  
população em conflito com a lei (16%)  
população de risco (10%)

estar na escola e requisito para 84% das experiências

### IMPACTOS GERADOS

**PRINCIPAIS RESULTADOS INDICADOS PELOS RESPONSÁVEIS**

**processos educativos:** desenvolvimento pessoal e social, construção de valores, valores e cidadania, melhoria em relação à escola formal, protagonismo juvenil

**formação artística e profissional:** jovens protagonistas, jovens artistas, formação de grupos artísticos, capacitação para o mercado artístico/profissional e para o mercado de trabalho em geral

**desenvolvimento comunitário:** fortalecimento da identidade cultural, promoção da identidade cultural, formação de grupos, criação de espaços e grupos profissionais, formação de lideranças comunitárias, inserção econômica, formação de grupos artísticos, participação para o mercado artístico/profissional e para o mercado de trabalho em geral

### ATIVIDADES E METODOLOGIAS

**MULTIPLICIDADE DE LINGUAGENS ARTÍSTICAS**

14% dança  
12% música de linguagem  
12% teatro  
12% audiovisual  
12% artes visuais  
12% literatura  
12% teatro  
12% dança  
12% música

**metodologias de trabalho:** grande maioria tem metodologia própria, grande maioria não tem metodologia, grande maioria não tem metodologia, grande maioria não tem metodologia

### ATIVIDADES E APOIOS OFERECIDOS

atividades culturais externas (79%)  
internas e híbridas (16%)  
acompanhamento social (17%)  
recreativo (12%)  
formação profissional e urbana (12%)  
atividades esportivas, apoio à família e oferta de serviços aos jovens (12%)

**EQUIPE E ESPAÇOS DE TRABALHO**

as experiências mapeadas mobilizam cerca de 6 mil pessoas, e metade voluntária  
12% têm equipe com profissional remunerado  
47% não atuam com profissional voluntário

**perfil:** profissionais/educadores da comunidade, profissionais do mundo artístico/profissional, profissionais/educadores da fora das comunidades, jovens moradores das comunidades

### ESPAÇOS DE TRABALHO

**principais:** locais próprios (77%), espaços públicos, outros espaços, espaços de trabalho próprios (17%)  
**outros locais:** escolas, não próprios, outros espaços próprios, outros locais, grupos, associações de moradores

### RECURSOS

**ORÇAMENTO ANUAL**

87% até R\$ 10 mil no último ano (maioria de R\$ 02 mil)  
20% entre R\$ 10 mil a R\$ 30 mil no último ano (R\$ 4 mil maior)  
maioria (79%) até R\$ 100 mil no último ano (R\$ 03 mil maior)  
maiores orçamentos: experiências de grupos juvenis, maiores orçamentos: experiências governamentais, experiências nos municípios e no campo

**PRINCIPAL PARCEIRO FINANCEIRO (ÚLTIMO ANO)**

na rede social: empresas, fundações e instituições, governo federal e pessoas físicas  
no mundo artístico: pessoas físicas, pessoas físicas e empresas, fundações e instituições, grupos juvenis, pessoas físicas e empresas, fundações e instituições

23% das experiências geram receitas com as atividades artísticas e, para quase metade delas, estas receitas representam mais de 30% do orçamento do último ano

### O QUE NECESSITAM

**principal necessidade:** recursos de atividades (34% das experiências)  
**outras necessidades:** equipamentos, instrumentos e materiais, infraestrutura com outros grupos e com profissionais do mercado artístico e participação em eventos e feiras, estratégias de gestão de recursos, materiais de comunicação, espaço físico e qualificação de equipe, criação e produção de equipamentos e ações de promoção de apresentação fora do estado

44% já descontinuaram as ações - principais motivos: falta de recursos financeiros ou de outros apoios e recursos locais

### ARTICULAÇÕES E PARCERIAS

**PRINCIPAL PARCERIA INSTITUCIONAL**

região metropolitana: instituições de governo, ONGs e associações comunitárias e empresas, fundações e instituições de pesquisa

**PARTICIPAÇÃO EM REDES DE ARTE E CULTURA**

redes regionais (20%), redes locais/comunitárias (46%), não participam de redes (20%), redes nacionais (26%), redes internacionais (14%)

**INTERCÂMBIOS**

**PRÁTICAS**

nas últimas 2 anos: 161 experiências realizaram no máximo 5 atividades (33%), apenas 83 fizeram pelo menos 6 interações (17%), 43 mapeadas não fizeram intercâmbios (14%)

com quem: escolas públicas (26%), organizações culturais (26%), artistas locais (17%), universidades (10%), outras instituições públicas, associações de moradores e grupos (12%), grupos de cultura (12%), grupos de cultura (12%), redes internacionais (24%), organizações empresariais (17%)

que tipo: oficinas e workshops (77%), aulas (12%), produção artística em conjunto (4%), reuniões e feiras de intercâmbio (2%)

onde: rede de linguagem e comunidade (26%), outros espaços próprios (46%), fora do estado (24%), no exterior, apenas 47 experiências (12%)

**OFERTAS PARA OUTROS GRUPOS**

grande maioria oferece oficinas artísticas (75%) e repasse de metodologias e saberes (68%)  
capacitação de profissionais (39%), criação de espaços físicos para atividades (38%), articulação com poder público (34%)  
formação de lideranças (18%), estratégia de comunicação e fortalecimento institucional (14%), gestão de recursos próprios (11%), criação de equipamentos, instrumentos e materiais (9%)

### CIRCULAÇÃO E COMUNICAÇÃO

**PRODUÇÃO ARTÍSTICO-CULTURAL:**

37% materiais integrados próprios, 40% materiais integrados próprios, 33% materiais integrados próprios, 32% materiais integrados próprios, 31% materiais integrados próprios, 29% materiais integrados próprios, 21% materiais integrados próprios, 19% materiais integrados próprios, 16% materiais integrados próprios, 14% materiais integrados próprios

**maioria já recebeu algum tipo de prêmio (61%)**

77 em nível nacional, 64 em nível municipal, 53 em nível estadual, 25 em nível internacional

**pouca circulação dos mapeados:** 33% se apresentam na própria comunidade, 53% se apresentam em outros municípios, apenas 24% fora do estado, 13% no exterior

**locais de apresentação:** espaços culturais e locais públicos (67%), na própria rede (62%), ruas e praças públicas (67%), centros comunitários (57%), armazéns, congressos e feiras (17%), centros culturais em outros espaços (17%)

**formatos de comunicação:** sites próprios e mídias sociais (26%), participação em eventos (39%), sites, blogs ou redes de outras organizações e feiras ou CD em apresentação institucional (24%), mídias comunitárias e relações de atividades (23%), presença em jornal e DVD (dados institucionais) (14%), 40%  
informação no bônus eletrônico (20%), canais de TV e rádio comunitária (12%)

### COMO SE RELACIONAM COM AS POLÍTICAS PÚBLICAS

**Integração com a rede de Pontos de Cultura MDC**

98 Pontos de Cultura mapeados  
18 já se articularam ou não se articularam  
10 querem participar e não têm condições  
27 não conhecem a rede

**a grande maioria considera contribuir com as políticas públicas por meio do trabalho na formação e implementação de programas ou projetos nas áreas de cultura, educação e juventude**

**metade participa de algum conselho:** Diretoria de Cultura do Poder Judiciário (23%), Câmara (22%), Assembleia Social (18%), 30% não participam

**apresentação em teatros públicos (62%)**

**meios públicos importante espaço para atividades (46%)**

praças públicas (42%) e outros espaços públicos para lazer público (31%)

**intercâmbios com escolas públicas (38%)**

com outras instituições públicas, como polícia, centros de saúde e hospitais (27%), com grupos de cultura (11%)

### AS EXPERIÊNCIAS GOVERNAMENTAIS

**29 experiências mapeadas:** 2 federais, 2 estaduais, 13 municipais

7 em até 3 anos de existência, 6 entre 3 a 10 anos, 7 com mais de 10 anos

**cerca de 100 mil pessoas envolvidas:** 10 experiências envolvem mais de 100 pessoas

**Cinema para Todos:** Secretaria de Estado de Educação e Secretaria de Estado de Cultura  
300 mil alunos e professores de escolas da rede envolvidas

**cerca de 800 pessoas nas equipes:** 60% voluntárias, 40% remuneradas

**área de atuação principal:** 11 experiências em arte e cultura, 6 experiências em educação, 1 experiência em assistência social

**faixas de orçamento no último ano:** 3 experiências (R\$ 10 mil a R\$ 100 mil), 4 experiências (R\$ 10 mil a R\$ 50 mil), 1 experiência (R\$ 50 mil a R\$ 100 mil), 2 experiências (R\$ 100 mil a R\$ 1 milhão), 2 ações de R\$ 1 milhão

2 experiências não receberam fontes de orçamento

### FINANCIAMENTO E OUTRAS PARCERIAS

**governo federal:** importante parceiro em 16 experiências (38%), 16 experiências institucionais

**governo estadual:** importante parceiro em 16 experiências (38%), 16 experiências institucionais

**governo municipal:** principal parceiro em 24 experiências (56%), 16 experiências institucionais

**utilização de incentivo fiscal:** 11 experiências utilizam algum tipo de incentivo (24%), 54 federais (62%), 34 estaduais (79%), 13 municipais (100%)