



## **INOVAÇÃO NA PRODUÇÃO CULTURAL: COMPETÊNCIAS DO PRODUTOR EXECUTIVO EM UM CONTEXTO TECNOLÓGICO**

Anna Rech Schultz  
Juliane Neves Fiorezi  
Fernanda Goulart Martins

*Linha temática – Tecnologia e Profissão: qual o verdadeiro profissional do futuro?*

**Resumo:** Este artigo investiga os aspectos na formação e atuação de um produtor executivo na área cultural para a construção da sua competência competitiva. A pesquisa utiliza uma abordagem qualitativa, utilizando o método de revisão narrativa. Inicialmente, explora-se o conceito de competência por como é compreendido no meio organizacional, especificando a adesão dos elementos que a tornam uma competitividade, segundo os 4 pontos cardeais da formação da competência competitiva a partir da Formação Ontopsicológica Interdisciplinar Liderística. Em seguida, são analisados os aspectos específicos da produção cultural, destacando a importância da comunicação eficaz, conhecimento burocrático, adaptabilidade e domínio tecnológico. Os resultados sugerem que a competência competitiva de um produtor cultural pode ser construída por meio de um conhecimento profundo da área, habilidades interpessoais e uma integração contínua de novos conhecimentos e tecnologias. Conclui-se que o comprometimento com o estudo dos aspectos específicos constantemente atualizados, aliado à sua aplicação diária, desenvolvem o processo contínuo de desenvolvimento e adaptação, fundamental para um produtor executivo que deseja se destacar e antecipar as necessidades do mercado cultural.

**Palavras-chave:** Competência competitiva; produtor cultural; Ontopsicologia

### **1. INTRODUÇÃO**

As discussões acerca da produção cultural, suas técnicas, funções e especificidades da profissão assumem diversas vertentes. Pesquisas que detalham a área foram desenvolvidas, buscando especificar cada vez mais as competências que um produtor cultural deve desenvolver e modos de diferenciá-lo de outras funções, como o de gestor cultural, por exemplo (Avelar, 2010). No território nacional, a profissão de produtor cultural ganhou reconhecimento pelo Ministério do Trabalho a partir de 2013, e é definida como função deste profissional: a implementação de espetáculos, sejam eles culturais, audiovisuais ou artísticos, assumindo a responsabilidade pela pré e pós-produção, juntamente com a gestão financeira destinada a sua realização (Pedroso, 2014).

Não apenas a produção como termo possui significado amplo, como também o conceito de cultura, que pode se referir a campos de significado muito amplos, aplicáveis à agricultura, à biologia ou à sociedade. Voltando à sua raiz latina *cultus*, encontra-se o termo “cultivo”, da preocupação em “cultivar”, mais especificamente um terreno, a fim de que renda bons frutos (Bonomi, 2004a, Bonomi 2004b). A cultura é tudo o que se cultiva, ao passo que também é cultivado por este, e na sua aplicabilidade prática, orienta ações e manifestações (Lewin, 1952; Vitória, Emmendoerfer, 2024).

No contexto das artes, é responsabilidade do produtor executivo articular todos os componentes de um projeto para que uma determinada expressão artística chegue à comunicação e conhecimento do público, seja no caso de espetáculos, mostras, festivais e exposições. É o produtor executivo o responsável por tornar a arte passível de conhecimento de uma certa audiência. Suas competências dialogam essencialmente com o universo da administração e de gestão, não se restringindo ao aspecto econômico, mas sobretudo à articulação de diversos componentes de um contexto que quando interconectados e alinhados ao mesmo escopo, tornam a produção possível. Para Avelar (2010), o produtor é aquele que cria e administra diretamente os eventos e os projetos, e também é ele a fazer a intermediação com empresas, poder público, patrocinadores, espaços e os espectadores.

Tendo em vista a diversidade e amplitude de aspectos que estão sob a responsabilidade do produtor executivo, no meio cultural, é importante pensar em sua formação, já que ela é diversa em sua essência e não se limita a apenas uma área de conhecimento. O produtor cultural, em sua atuação, deve mobilizar conhecimentos que vão da arte à economia, das relações públicas à comunicação, do entendimento das preferências de consumo de um determinado público à legislação trabalhista, dos direitos autorais e do consumidor (Rubim, 2005; Avelar, 2010; Pires, 2016; Luz, 2018; Domingues; Machado, 2021; Alvadia, 2022).

Alocando essa discussão no campo do avanço tecnológico, não apenas a arte tem sido permeada por inteligência artificial e tecnologias que visam acelerar processos e qualificar atividades que são repetitivas, mas a entrada da tecnologia, em qualquer meio de atuação humana, instiga os profissionais deste determinado setor, a evoluírem competências e integrar novos saberes em sua atuação. Já é possível encontrar músicas, por exemplo, que foram inteiramente produzidas por inteligência artificial. E no campo da produção, a tecnologia torna-se aliada, por exemplo, do iluminador que se utiliza de *presets* (uma pré definição de cores e tratamentos, já montados anteriormente em que a função do operador é dar o *start*, é muito utilizado também na fotografia e edição de imagens) que economizam tempo na configuração da luz de espetáculo e garantem a qualidade técnica dos espetáculos.

Dessa constatação, o antigo produtor cultural, se não se atualizar como inteligência capaz de utilizar, mediar e identificar tecnologias favoráveis ao ganho de competitividade em sua atuação, pode ficar obsoleto, pois também os campos da arte e a cultura requerem profissionais capazes de dar eficiência à manifestação humana. Sob essa perspectiva, o conceito de competência competitiva, apreendidos de Meneghetti (2021a), podem ser um alerta para que este profissional torne-se capaz de dar estrutura organizacional para a manifestação artística.

Dado o contexto aqui colocado, a presente pesquisa busca compreender *quais são elementos essenciais para o desenvolvimento da competência competitiva de um produtor cultural*, considerando um mercado de trabalho cada vez mais permeado por diferentes tecnologias.

Para isso, seguindo uma abordagem qualitativa, o estudo procede por meio do método de revisão narrativa e se propõe a 1) apresentar o que é a competência competitiva sob a ótica da Ontopsicologia; 2) identificar as competências já relatadas por outros autores do campo cultural e 3) destacar elementos essenciais para o desenvolvimento da competência competitiva de um produtor cultural nos dias atuais.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 COMPETÊNCIA COMPETITIVA

O termo competência tornou-se amplamente utilizado na área empresarial, em especial por meio da gestão por competências. Este é um processo contínuo e se propõe a criar uma orientação que tenha como objetivo, em diferentes níveis organizacionais, o planejamento, captação e desenvolvimento de competências para a obtenção dos objetivos estabelecidos (Brandão; Braby, 2005). O estudo acerca das competências humanas se aprofunda cada vez mais em compreendê-las como combinações de conhecimentos, atitudes e habilidades pessoais que são demonstradas profissionalmente, evidenciando a diferença entre habilidades e competências (Brandão; Braby, 2005). As organizações hoje tendem a direcionar seus modelos de gestão às competências, estimulando o desenvolvimento de conhecimentos, habilidades e experiências, para o melhoramento da utilização de recursos (Caffarelli, 2016).

Para desenvolver uma competência é necessário aliar as habilidades a um profundo saber fazer acompanhado de uma compreensão completa da área (Meneghetti, 2021a). Para a construção de uma competência, são necessárias três etapas essenciais, que não são sequenciais, mas que integradas e executadas de modo contemporâneo, dão a capacidade de ação do profissional: 1) o conhecimento teórico e amplo sobre a área; 2) colaborar com um profissional da mesma área que já tem a liderança daquele setor; 3) introduzir inovações, baseadas na especificidade do profissional.

Neste terceiro aspecto, é acrescentado o ser, no tripé “Ser, Saber e Fazer”, pois o profissional passa, então, a dar características próprias e inserir o seu modo de fazer as mesmas atividades que outros profissionais também fazem, adicionando o aspecto qualitativo ao saber-fazer.

Ser competente emprega um “saber fazer melhor que os outros” (Meneghetti, 2021a p. 139) dentro do seu campo de conhecimento específico. Para Meneghetti (2021a), a competência é um exercício que implica anos de comprometimento, de estudo e prática, iniciando com o estudo máximo sobre o argumento que deseja conhecer e após isso, encontrar os grandes expoentes do ramo, para aos poucos, compreender o próprio modo de desempenhar sua função. Permite que, pelo nível de conhecimento em sua área, o sujeito consiga ensinar outras pessoas e realizar esta função porque é um especialista (Meneghetti, 2020). Ser especialista é saber, mais do que ninguém, sobre o seu negócio aliando essa especialidade a uma competição (Meneghetti, 2020). Ou seja, um saber fazer que é competitivo com outros do ramo, com o intuito de ser superior a eles, “a competitividade é a capacidade de superar de ser melhores no mercado sobre as coisas no próprio ambiente” (Meneghetti, 2020. p. 457). Ao passo que aprimora de modo constante suas competências ganha uma vantagem competitiva em tornar a imitação por parte da concorrência um processo dificultoso, e isso acontece mediante um processo de aprendizagem da organização (Fiorezi, 2013).

Em Meneghetti (2021a), o autor constata que não é suficiente apenas o conhecimento aplicado acerca do próprio negócio, se ao mesmo tempo existem outros que realizam o mesmo produto, desse modo, é necessário aprimorá-lo a partir de *antecipação*, *economia* (o valor é menor que o da concorrência) e *qualidade* (possui algo único dentro do produto que garanta uma qualidade diferenciada).

Enquanto este indivíduo desenvolve uma competência competitiva dentro do seu campo de atuação ele, em conjunto, fortalece o negócio. Cada empresa possui uma especificidade, algo que motiva os interesses, ações, intenções e técnicas de uma empresa, este é chamado *core business*, ou seja, o coração do negócio, do trabalho. Quando a empresa em particular possui uma competência competitiva, esta mesma reforça e fortalece o *core business* dela (Meneghetti, 2020).

Para além do desenvolvimento de uma competência competitiva, quando se trata de almejar mais de si mesmo por funcionalidade, Meneghetti (2021) compreende necessário o desenvolvimento de quatro pontos cardeais, que dão o direcionamento à formação de um jovem. Os dois primeiros são a competência e a competitividade já citados anteriormente, em seguida as relações ótimas, que implica saber manter os melhores clientes, aqueles que crescem no seus próprios ramos e dão as indicações de como aprimorar o próprio negócio, produto ou serviço. Segundo o autor, os três primeiros pontos devem ser permeados por um estilo de vida coerente com a própria ambição. Neste sentido, as escolhas devem ser aquelas que consentem resultados assertivos, escolhendo com base nas situações que dão a vantagem competitiva ao profissional.

Vale ressaltar que esses quatro pontos são constantemente atualizados, ao contexto, a nova posição de vida daquela pessoa, ou aos novos conhecimentos adquiridos. Essa atualização constante dentro do próprio setor depois qualifica o serviço por saber superar outros que realizem um mesmo trabalho. Um produtor que conhece tudo o possível sobre o seu campo de conhecimento, antecipa o mercado e compreende o que mais funciona, porque conhece por evidência, experiência e estudo tudo aquilo que diz respeito ao seu campo de atuação.

## 2.2 ASPECTOS DE UM PRODUTOR CULTURAL

Tendo em vista que o estudo acerca do próprio campo de atuação é importante, destacam-se alguns aspectos específicos exigidos ao produtor executivo na área cultural. Sob essa perspectiva, o produtor precisa garantir uma comunicação clara e muito bem alinhada com todos os expoentes (Avelar, 2010; Domingues; Machado 2021). Levando em consideração que seu papel engloba realizar a ponte entre os diferentes profissionais do setor cultural (artista, mídia, público, empresa, patrocinador, etc.), e entendendo que cada campo possui linguagens próprias, “precisa atuar como ‘tradutor’ das diferentes linguagens, contribuindo para que o sistema funcione harmoniosamente” (Avelar, 2010. p. 50).

Ser capaz de transitar por diferentes níveis de comunicação, compete um vasto repertório e a adaptabilidade dos diversos modos de comunicação possibilita e exige que o produtor possua uma grande e diversa lista de contatos (Pires, 2016; Alvadia, 2022). Também o produtor necessita do conhecimento burocrático, como enfatiza a produtora e gestora cultural, Miriam Brum na entrevista para a obra de Avelar (2010)

“[...] um produtor sem o conhecimento da máquina burocrática não tem a dimensão e o alcance de seu universo de trabalho. Para ser um produtor cultural, é preciso conhecer esse universo. No Brasil, onde os patrocínios para produção e circulação acontecem, via de regra, por meio das leis de incentivo ou de editais, onde grande parte dos teatros pertence à rede pública, o produtor tem que conhecer a lógica da máquina pública para conseguir eficácia.” (Avelar, 2010, p. 54).

Outro aspecto fundamental na atuação do produtor cultural é o conhecimento de como são os mecanismos de fomento à produção cultural. O domínio de como operam as leis de incentivo à cultura, instiga também a necessidade de saber fazer e gerir recursos com exatidão (Rubim, 2005; Pires, 2016). Ao passo que também deve ter um olhar que esteja constantemente observando a interação entre cultura e sociedade, o modo como elas se moldam e principalmente, o modo como são divulgadas, sendo importante uma contemporaneidade de visão sobre como os movimentos sociais nos meios comunicativos se desenham. (Rubim, 2005; Pires, 2016; Luz, 2018).

Na entrevista de Tina Vasconcelos<sup>1</sup>, em Avelar (2010), outro aspecto importante ao produtor é ser detalhista, adquirir uma capacidade de observação que não despreze o óbvio, pois no que diz respeito à produção nada pode ser considerado óbvio, desse modo, desenvolve também um lado resolutivo para os problemas que possam vir a surgir.

Domingues e Machado (2021) discutem sobre a profissão de produtor exigir aspectos subjetivos, característicos, que se atrelam à evolução da própria subjetividade do sujeito e fazem parte da evolução profissional dele (tempo de reação, criatividade, sensibilidade, pró-atividade, liderança, entre outros). Dois desses elementos que os autores consideram provenientes de uma evolução subjetiva são uma boa administração e gerenciamento do tempo acompanhadas de uma capacidade de trabalho sob pressão.

Deve, também, por mais que seu campo não seja o de criação, ser aberto a processos criativos, para além de compreendê-los, realizá-los no desenvolvimento dos projetos (Rubim, 2005; Pires, 2016; Domingues; Machado, 2021). É importante destacar que a “sensibilidade aliada ao conhecimento, encantamento e comprometimento político e social com a cultura” são aspectos primordiais de um produtor, “viver, sentir, pulsar e conhecer a cultura” (Rubim, 2005 p. 28) tornam-se basilares ao ofício deste profissional, a compreensão de: teorias culturais; metodologias de trabalho; conhecimento cultural regional, estadual, nacional e internacional; cultura de vanguarda e experimental; indústria da cultura; globalização cultural; entre outros. (Rubim, 2005; Pires, 2016).

### 3. METODOLOGIA

A presente pesquisa tem o fim de responder quais são os aspectos de um produtor executivo na área cultural que podem construir uma competência competitiva em um contexto cada vez mais tecnológico. Por meio de uma abordagem qualitativa, o trabalho se configura uma revisão narrativa, que se refere por selecionar os estudos base, ou seja, obras ou artigos, sem que ocorra o esgotamento das fontes de informação, ou ainda, que possua critérios rígidos de seleção para estas informações. (Cordeiro, Rentería e Guimarães, 2007).

As fontes escolhidas foram artigos e obras que caracterizam a função, tarefas e competências de um produtor cultural. Em paralelo, discutiu-se acerca do termo competência competitiva por meio

<sup>1</sup> Produtora executiva da banda Skank de 1996 a 2009

das obras de Antonio Meneghetti para definição do tema, juntamente com obras de autores que trouxeram definições sobre o termo competência em âmbito geral. Por fim, foram desenvolvidos os paralelos entre a competência competitiva e os aspectos do produtor executivo na área cultural, compreendendo a atualização constante como base para o desenvolvimento do profissional do futuro.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir dos conhecimentos citados anteriormente notou-se que a competência competitiva pode ser construída independentemente do ramo escolhido, desde que, neste ramo, o indivíduo decida se tornar o melhor. O presente artigo analisou o campo de atuação do produtor executivo na área cultural e elencou aspectos a serem desenvolvidos por aqueles que desejam construir a excelência profissional no setor. A seguinte tabela demonstra os principais aspectos colhidos pelas obras dos autores estudados, evidenciando relações e novidades de cada um.

**Tabela 1:** Aspectos do produtor cultural.

ASPECTOS DO PRODUTOR	RUBIM, 2005	AVELAR, 2010	PIRES, 2016	LUZ, 2018	DOMING UES, MACHAD O, 2021	ALVADIA, 2022
Adaptabilidade de linguagem		X	X		X	X
Compreensão sobre cultura em geral	X		X			
Comunicação clara		X			X	
Conhecer a lógica da máquina pública		X				
Conhecimento burocrático	X		X			
Contemporaneidade acerca do movimento social nos veículos comunicativos	X		X	X		
Criatividade	X		X		X	
Detalhista		X				
Gerenciamento de tempo					X	
Grande lista de contatos			X			X
Liderança					X	
Observação atenta	X	X	X	X		
Observar a interação entre cultura e sociedade	X		X		X	
Planejamento financeiro					X	
Pró-atividade / resolução		X			X	
Repertório vasto			X		X	
Sensibilidade					X	
Trabalho sob pressão					X	

**Fonte:** Criado pelos autores.

Ao realizar o cruzamento entre os aspectos do produtor e a competência competitiva como compreende Antonio Meneghetti notam-se pontos que não foram anteriormente citados pelos autores. A competitividade em si no setor, não foi desenvolvida como aspecto básico do desenvolvimento de um produtor mesmo que a produção cultural seja, sobretudo, um ramo extremamente competitivo.

Meneghetti também aborda outros dois pontos: as relações otimizadas e o estilo de vida. Autores como Rubim (2005) e Pires (2016) dialogam sobre a necessidade de comunicação, lista vasta de conta-

tos e boa comunicação com diferentes setores. Estes são aspectos que auxiliam na construção de possíveis relações otimizadas que auxiliam na qualificação do projeto trabalhado. O estilo de vida, contudo, não se encontra destacado como aspecto de cuidado para o profissional da área, nos autores do meio cultural. Todavia, este é o ponto mais particular porque se relaciona com as situações mais básicas do dia a dia, a comida, o espaço da própria casa, as relações, filmes, músicas, e o modo de organização desses aspectos, resulta também nos resultados do negócio ou do profissional (Meneghetti 2021b).

Estes aspectos básicos, se atualizados e aprofundados constantemente, formam um profissional de diferentes maneiras ao que é relativo ao seu setor (Meneghetti, 2021a). A complexidade e constante mudança que ocorre no meio organizacional faz com que seja necessário cada vez mais novas competências e conhecimentos a serem desenvolvidos para que aquilo que se sabe, não se torne obsoleto (Brandão; Braby, 2005). Desse modo, é indispensável que todo líder<sup>2</sup>, independentemente do campo de atuação, conheça tudo que diz respeito ao negócio e ao contexto.

Nos dias atuais, para construir a própria competência, torna-se indispensável que todo profissional possua os conhecimentos acerca das inteligências artificiais e ademais, como elas influenciam o campo de atuação dele. Destacando também o interesse por pesquisar de que modo pessoas do mesmo ramo utilizam das tecnologias disponíveis para criar vantagem competitiva na área. Sendo a atualização constante na área cultural um aspecto de desenvolvimento do produtor, o conhecimento sobre as inteligências artificiais se torna basilar para desenvolver esta profissão. Isso porque, “a inteligência artificial hoje é comumente utilizada como ferramenta indispensável, ela passou a ser aplicada desde a pesquisa até criação” (Alvez; Ferreira, 2024). No que tange a expressão artística, também para o desenvolvimento de músicas, pinturas, audiovisual e fotografia, elas são amplamente utilizadas.

Gutiérrez, Pulido-Flórez (2024), dialogam acerca da influência da inteligência artificial na produção musical, como via de aprendizado musical, criação e composição, divulgação em empresas e sonorização ambiental, e ainda complemento de espetáculos ao vivo. Também no Brasil, no festival The Town que ocorreu em 2023, foram construídos palcos com o uso de avatares gerados com IA, com a finalidade de passar informações para os participantes do evento. Para a produção, Cardoso (2024) destaca que a implementação de inteligências artificiais desenvolve uma revisão das metodologias tradicionais, fazendo com que os envolvidos em uma produção audiovisual, por exemplo, criem obras mais adaptativas a uma audiência diversa pelo quanto aplicam algoritmos capazes de desenvolver outras manifestações.

Um profissional que deseja se destacar e construir a própria carreira precisa de desenvolvimento constante, de profundidade de conhecimento. Para que isso ocorra é necessário tempo, pois um *expert* na própria área não se encontra no recém contratado, mas sim, naquele que se desenvolve continuamente, o mercado muda, novos modelos econômicos se desenvolvem, exigindo do profissional plena atenção e ação focada em seu *core business*.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo explorou aspectos de um produtor executivo na área cultural, buscando compreender quais deles se relacionam à competência competitiva. Identificamos que a competência competitiva de um produtor executivo é construída por meio de um conhecimento profundo do campo cultural, habilidades de comunicação eficazes, uma compreensão detalhada e um posicionamento sempre em antecipação ao seu mercado.

O estudo procurou autores focados principalmente na produção cultural e de espetáculos, e não esgotou completamente as fontes bibliográficas sobre o assunto, limitando o conhecimento de outros autores diversos. Sob este aspecto, futuras pesquisas podem explorar mais detalhadamente as produções dentro de áreas específicas (dança, teatro, cinema) ou, até mesmo, realizarem estudos

<sup>2</sup> Sobre o conceito de líder utilizamos a visão de Meneghetti (2021b), ou seja, a pessoa-vetor de quem controla as operações e ao estabelecer um escopo cria os meios e busca as pessoas necessárias que são funcionais a ele. “É a mente operadora de funções a um escopo” (p. 24).

que esgotam as bibliografias e detalham ainda mais os aspectos desse profissional, visando especificar sua formação.

O artigo demonstrou que a construção de uma competência competitiva é um processo contínuo e profundo, que não se esgota na aquisição de habilidades ou aspectos específicos. Envolve a integração de conhecimentos, posicionamentos, habilidades interpessoais e uma constante atualização das práticas profissionais. Neste sentido, a construção da competência competitiva não é estática, mas uma contínua capacidade de desenvolvimento e adaptação.

Para um profissional do futuro, torna-se basilar o conhecimento sobre a tecnologia e suas mudanças, um profissional hoje que não acompanha o mercado e as transformações globais fixa-se em um modelo estático de fazer os negócios, enquanto que o mercado e as relações são dinâmicas e mudam as variáveis a cada novo momento. Constantemente o mercado sofre adaptações e encontrar profissionais que aliem novidade e profundidade é uma busca constante. O conhecimento e domínio da inteligência artificial não foi encontrada, na literatura da produção cultural, como uma competência do produtor cultural, mas quando um novo modelo de sociedade se apresenta, todas as atividades humanas são impactadas, deste modo, também a produção cultural é um campo que muda continuamente e seus profissionais devem estar preparados para adaptar-se ao contexto para entregar o melhor serviço aos seus espectadores ou fruidores.

Portanto, além das competências que o mercado cultural já catalogou como sendo aquelas do produtor executivo, no âmbito cultural, este trabalho acrescenta os elementos da competitividade, que envolvem não apenas a profissão do produtor, mas também o seu modo de relação com o contexto e sua capacidade de estar em contínua atualização.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Gabriela dos Santos Alves, E.; FERREIRA, Nogueira do Amaral, A. **A arte do consumo: inteligência artificial na indústria musical sul-coreana**. Revista Multidisciplinar, v. 37, n. 1, p. 24-40, 2024. Disponível em: <https://portalunifipmoc.emnuvens.com.br/rm/article/view/11>. Acesso em: 9 ago. 2024.

ALVADIA, Magali Ferreira. **Viver d(a) cultura: Uma experiência em gestão e programação cultural na câmara municipal de Coimbra**. Coimbra: Faculdade de Letras Universidade Federal de Coimbra, 2022.

AVELAR, Romulo. **O Avesso da Cena**. 2 ed. Belo Horizonte: DUO Editorial, 2010. BRANDÃO, Hugo Pena; BRABRY, Carla Patricia. **Gestão por competências: métodos e técnicas para mapeamento de competências**. Revista do Serviço Público. Brasília, 2005.

BONOMI, F. **Vocabolario etimologico della lingua italiana**. [S.I.]: [S.n.], 2004-2008a. Disponível em <<https://etimo.it/?term=cultura&find=Cerca>>. Acesso em: 03 de ago. de 2024.

BONOMI, F. **Vocabolario etimologico della lingua italiana**. [S.I.]: [S.n.], 2004-2008b. Disponível em <<https://etimo.it/?term=coltivare&find=Cerca>>. Acesso em: 03 de ago. de 2024.

CAFFARELLI, João Gabriel Moscaleski. **Perfil de liderança de gestores cinematográficos**. Brasília: 2016.

CARDOSO, Fabio. **“Nothing, Forever”: a práxis enunciativa e a produção de sentido na geração autônoma do audiovisual por inteligência artificial**. Bauru: 2024.

CORDEIRO, A. M., OLIVEIRA, G. M. de., RENTERÍA, J. M., & GUIMARÃES, C. A.. (2007). Revisão sistemática: uma revisão narrativa. **Revista Do Colégio Brasileiro De Cirurgiões**, 34(6), 428–431. <https://doi.org/10.1590/S0100-69912007000600012>

DOMINGUES, João; MACHADO, Gustavo Portella. **A enunciação de um sujeito competitivo-pacificado: uma análise das competências profissionais sugeridas a produtoras/es culturais na Classificação Brasileira de Ocupações**. PragMATIZES - Revista Latino Estudos em Cultura, Niterói/RJ, Ano 11, n. 21, p. 125-145, set. 2021.

GUTIÉRREZ, Jenny P. Lis; PULIDO-FLÓREZ, Jhonathan. **Creaciones artísticas musicales e Inteligencia Artificial**. El oído pensante, marzo, 2024 - septiembre, 2024.

LEWIN, K. **Field theory in social science: Selected theoretical papers by Kurt Lewin**. Londres, Tavistock, 1952.

LUZ, Arthur Bonfanti da. **PRODUTORES CULTURAIS E INSTRUMENTALIZAÇÃO: Fluxograma dos processos de produção de um espetáculo de dança**. Porto Alegre, 2018.

MENEGHETTI, Antonio. **A riqueza como arte de ser**. 2. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2021a.

MENEGHETTI, Antonio. **A psicologia do líder**. 6. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2021b.

MENEGHETTI, Antonio. **Psicologia Empresarial**. 2. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2020.

PEDROSO, Sandra Helena. **O produtor cultural e a formalização de sua atividade**. pragMATIZES - Revista Latino Americana de Estudos em Cultura Ano 4, n 7, set. 2014. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/pragmatizes/article/view/10395>. Acesso em: 3 ago. 2024.

PIRES, Patrícia Castelo. **Manual de Produção das Artes do Espetáculo**. Instituto Politecnico do Porto (Portugal) ProQuest Dissertations & Theses, 2016.

RUBIM, Linda. **Organização e produção da cultura**. Editora da Universidade Federal da Bahia: 2005.

VITÓRIA, José Ricardo; EMMENDOERFER, Magnus Luiz. **O que é cultura? Reflexões para uma sociedade (pós-)pandêmica**. Revista USP, São Paulo, Brasil, n. 140, p. 145–156, 2024. DOI: 10.11606/issn.2316-9036.i140p145-156. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/re-vusp/article/view/223199>. Acesso em: 9 ago. 2024.