

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO
CURSO DE MUSEOLOGIA

ALEXYA GONÇALVES DONAT

O MUSEÓLOGO COMO EMPREENDEDOR E SUA ABSORÇÃO PELO MERCADO

PORTO ALEGRE

2022

ALEXYA GONÇALVES DONAT

O MUSEÓLOGO COMO EMPREENDEDOR E SUA ABSORÇÃO PELO MERCADO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Museologia na Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Márcia Regina Bertotto.

PORTO ALEGRE

2022

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor: Carlos André Bulhões

Vice-Reitora: Patricia Pranke

FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Diretora: Ana Maria Moura

Vice-Diretora: Vera Regina Schmitz

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO

Chefia: Rita do Carmo Ferreira Laipelt

Chefia Substituta: Samile Andréa de Souza Vanz

COMISSÃO DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE MUSEOLOGIA

Coordenadora: Márcia Regina Bertotto

Coordenador Substituto: Vanessa Barrozo Teixeira Aquino

CIP - Catalogação na Publicação

Donat, Alexya Gonçalves
Empresas de Museologia: o museólogo como
Empreendedor e sua absorção pelo mercado / Alexya
Gonçalves Donat. -- 2022.
50 f.
Orientadora: Márcia Regina Bertotto.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Museologia,
Porto Alegre, BR-RS, 2022.

1. Museologia . 2. Empreendedorismo . 3. Inovação .
4. Empresas de Museologia . I. Bertotto, Márcia
Regina, orient. II. Título.

ALEXYA GONÇALVES DONAT

O MUSEÓLOGO COMO EMPREENDEDOR E SUA ABSORÇÃO PELO MERCADO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Museologia na Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Márcia Regina Bertotto.

Data de aprovação: __/__/____.

Prof.^a Dr.^a Márcia Regina Bertotto, UFRGS (orientadora)

Prof.^a Dr.^a Ana Carolina Gelmini de Faria, UFRGS

Prof.^a Dr.^a Vanessa Barrozo Teixeira Aquino, UFRGS

PORTO ALEGRE

2022

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente à minha orientadora, pela paciência e pelo incentivo sempre.

A todos os professores do curso de Museologia, pelo auxílio e por todos os anos nos quais aprendi com vocês.

A minha mãe, por ser uma inspiração não apenas como pessoa, mas como uma pesquisadora fenomenal e uma enfermeira extremamente competente e justa. Aos meus amigos, em especial meu melhor amigo Lucas, que em determinados momentos sentou ao meu lado e simplesmente discutiu o trabalho com tamanha naturalidade que o considero um verdadeiro museólogo honorário, e ao meu querido “Badam” que sempre acreditou em mim quando nem mesmo eu fui capaz. E a Morgana, pois sem seu convite para participar da Bolsa de Empreendedorismo, esta monografia jamais seria possível.

Agradeço também aos colegas que se dispuseram a responder minhas perguntas, às duas empresas que foram imprescindíveis para o desenvolvimento deste trabalho e aos colegas do COREM RS, que foram imensamente prestativos e receptivos às minhas solicitações, muito obrigada, sem a colaboração de vocês, não poderia escrever uma linha sequer.

RESUMO

O presente trabalho trata-se de uma análise sobre o comportamento dos museólogos formados pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, compreendendo o papel da formação acadêmica no processo de empregabilidade junto da contextualização de como é desenvolvido um projeto de empresa e seus efeitos na área. Para isso, as estratégias adotadas foram a coleta de materiais bibliográficos referentes ao tema tais como documentos oficiais, teses, monografias e outros materiais bibliográficos e documentais juntamente do questionamento de empresários atuantes no mercado e egressos do curso entre os anos de 2015 a 2019. Por intermédio destes, buscou-se evidenciar como ocorrem as práticas de empreendedorismo, inovação e absorção de profissionais museólogos pelo mercado de trabalho bem como o perfilamento dos museólogos empreendedores ativos no campo do Rio Grande do Sul. Os principais conceitos empregados no texto são os de empreendedorismo e inovação, ambos voltados à prática da Museologia. Subdividido em duas etapas, a narrativa do estudo e a prática da Museologia aliados aos empreendimentos: o que são, como são criados e como podem nos beneficiar. Em um segundo momento são abordados os dados da pesquisa: os dois questionários e seus respectivos resultados, levantando uma amostragem representativa do cenário atual do mercado de trabalho. Através da pesquisa foi possível delinear o perfil majoritário dos egressos, seu gênero, faixa etária, atuação profissional e perspectivas de futuro na profissão enquanto alunos e como graduados, por meio de dados retirados da pesquisa também foi possível responder se existe um mercado e oportunidades para os profissionais museólogos e como podem se estabelecer nele. Concluiu-se que existe uma demanda e meios de ingressar no mercado de trabalho após a conclusão da graduação, mas é preciso atender alguns requisitos, que são abordados no decorrer da monografia.

Palavras-chave: empreendedorismo. Inovação. Empresas de Museologia. Curso de Museologia/UFRGS.

ABSTRACT

The present paper is an analysis of the behavior of museologists graduated from the Federal University of Rio Grande do Sul, understanding the role of academic training in the process of employability along with the contextualization of how a company project is developed and its effects in the area. For this, the strategies adopted were the collection of bibliographic materials related to the theme such as official documents, theses, monographs and other bibliographic and documentary materials along with the questioning of entrepreneurs active in the market and graduates of the course between the years 2015 and 2019. Through these methods, it was sought to evidence how the practices of entrepreneurship, innovation and absorption of museological professionals by the labor market occur as well as the profile of museological entrepreneurs active in the field of Rio Grande do Sul. The main concepts used in the text are entrepreneurship and innovation, both of which are related to the practice of Museology. Subdivided into two stages, the narrative of the study and the practice of Museology allied to entrepreneurship: what it is, how it is created and how it can benefit us. In a second moment, the research data is addressed: the two questionnaires and their respective results, raising a representative sample of the current scenario of the labor market. Through the research it was possible to delineate the majority profile of the graduates, their gender, age range, professional performance and future prospects in the profession as students and as graduates, through data taken from the survey it was also possible to answer whether there is a market and opportunities for museum professionals and how they can establish themselves in it. It was concluded that there is a demand and means to enter the job market after graduation, but it is necessary to meet some requirements, which are addressed throughout the monograph.

Keywords: Entrepreneurship. Innovation. Museology companies. Museology course/UFRGS.

LISTA DE SIGLAS

ANPROTEC	Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores
CNAE	Classificação Nacional de Atividade Econômica
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
COFEM	Conselho Federal de Museologia
COMGRAD/MSL	Comissão de Graduação do curso de Museologia
COREM	Conselho Regional de Museologia
EI	Empresário Individual
EIRELI	Empresa Individual de Responsabilidade Limitada
FEA/USP	Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo
IBRAM	Instituto Brasileiro de Museus
LTDA	Sociedade Empresária Limitada
MEC	Ministério da Educação e Cultura
MEI	Microempreendedor Individual
MHN	Museu Histórico Nacional
MinC	Ministério da Cultura
NDE/MSL	Núcleo Docente do curso de Museologia
NECCULT	Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura
REUNI	Plano de Estruturação e Expansão das Universidades Federais Brasileiras
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEDETEC	Secretaria de Desenvolvimento Tecnológico
SEM	Sistema Estadual de Museus
SPGG	Secretaria de Planejamento Governança e Gestão
SS	Sociedade Simples
UFBA	Universidade Federal da Bahia
UFPEL	Universidade Federal de Pelotas
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
USP	Universidade de São Paulo

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 — Gênero dos participantes	28
Gráfico 2 — Faixa etária dos egressos	29
Gráfico 3 — Ano de ingresso no curso.....	29
Gráfico 4 — Experiência profissional durante a graduação.....	30
Gráfico 5 — Perspectivas de atuação profissional durante a graduação	31
Gráfico 6 — Perspectivas de atuação profissional atualmente	31
Gráfico 7 — Conhecimento sobre empreendedorismo e inovação.....	32

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	DO COREM AO CNPJ: A TRAJETÓRIA DA INOVAÇÃO.....	13
3	DA COMGRAD AO COREM: PERFILANDO EMPRESAS E EGRESSOS ...	24
3.1	Museologia fora dos museus: uma análise de empresas.....	25
3.2	Egressos da Museologia: profissão e perspectivas.....	27
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	35
	REFERÊNCIAS	39
	APÊNDICE A — QUESTIONÁRIO DIRECIONADO AOS EMPRESÁRIOS..	43
	APÊNDICE B — MODELO DE QUESTIONÁRIO DIRECIONADO AOS	
	EGRESSOS DO CURSO DE MUSEOLOGIA DA UFRGS	45
	APÊNDICE C — MODELO EM BRANCO DO TCLE UTILIZADO	49

1 INTRODUÇÃO

Ao ingressar em um curso de ensino superior, a primeira expectativa do aluno é a de vir a trabalhar em sua área. No caso do aspirante a bacharel em Museologia, sua visão é a de estar empregado em um museu público ou privado. No entanto, desde os primeiros semestres de ingresso no curso de Museologia da UFRGS somos confrontados com a realidade que infelizmente nem sempre condiz com tais expectativas: a baixa oferta de vagas nestas instituições, a disputa com profissionais de áreas análogas em concursos e as ações do atual governo federal diante dos setores cultural e patrimonial tendem a desmotivar. A exemplo dos desdobramentos referentes à Secretaria de Cultura, que atua em substituição ao Ministério da Cultura, um dos primeiros órgãos a serem extintos no início do governo Bolsonaro e que, no final de 2019, foi transformada em Secretaria Especial da Cultura, vinculada ao Ministério do Turismo à medida que ocorria um processo sistemático de censura a projetos cuja temática destoava dos valores da campanha presidencial (FREITAS; TARGINO; GRANATO, 2021).

O país passa por um período de descaso para com a cultura e com a educação em geral, e portanto grande parte das instituições museais, de todas as tipologias de acervo, ainda dependem de equipes diminutas e gestores que, apesar de empenhados, muitas vezes não possuem formações que os qualifiquem ao trabalho consoante com a cadeia operacional da Museologia e, por fim, desempenham uma miscelânea de funções, além das suas principais incluindo, muitas vezes, a de curadores e mediadores.

Para além da busca por maior qualificação e aprimoramento, o déficit na oferta de empregos para museólogos tem levado alguns profissionais a se especializarem através de cursos em áreas específicas ou a retornarem para a academia em busca de uma segunda formação. No entanto, dado o atual contexto político e socioeconômico, poucas vezes os estudantes, em especial os mais jovens, contam com recursos para buscar por estas especializações.

Todos os anos, muitas pessoas ingressam no ensino superior e, conseqüentemente, discentes de diversas instituições de ensino abandonam seus cursos. De acordo com Vanz (2013), os índices de evasão de alunos em cursos da UFRGS acompanham os números nacionais à medida de que para cada 100 alunos ingressantes na universidade, apenas 68 concluem a graduação.

Desde então o cenário vem mudando constantemente, e seguindo a análise dos dados sobre a atuação dos profissionais museólogos no mercado de trabalho entre os anos de 2013 a 2017, Jamenson Freitas (2018) levanta uma triste realidade: grande parte dos egressos do curso de Museologia no estado de Brasília não atua na área e, em 77% dos casos, os entrevistados alegaram não ter encontrado emprego no campo. A história tende a se repetir com egressos de muitos outros cursos de Museologia pelo país.

Na metade de 2021, ao ingressar na bolsa de empreendedorismo pela SEDETEC/UFRGS, fui apresentada pela primeira vez ao contexto de empreendedorismo como uma possibilidade de atuação profissional. Ao confrontar-me com esta realidade, surgiu o interesse em pesquisar sobre a prática voltada ao campo da cultura e do patrimônio, em especial a Museologia, área na qual existe uma lacuna de materiais referentes tanto a absorção de profissionais pelo mercado quanto a variedade de trajetórias de atuação no campo museal dentro do estado.

Tendo como ponto de partida o fato de que a 3ª Região do Conselho Regional de Museologia (COREM 3R) conta com o segundo menor índice de empresas e escritórios registrados em contraste com uma média de um museu por município e cerca de 139 museólogos registrados até o momento, demonstrou-se a existência de um campo inexplorado de oportunidades para a Museologia inerente ao setor privado no estado que não está sendo devidamente aproveitada.

Portanto, é preciso pensar sobre a forma em que ocorre a absorção dos profissionais museólogos pelo mercado de trabalho. Existe um espaço ou demanda no setor cultural para empreendimentos em Museologia no Rio Grande do Sul? Se sim, como podemos nos inserir e nos estabelecer com sucesso nestes espaços?

Para os fins deste trabalho, os métodos principais de aquisição de dados foram os de pesquisa e coleta de teses, monografias e outros materiais bibliográficos e documentais referentes ao processo de desenvolvimento, incubação e gestão de micro e pequenas empresas, empreendedorismo, legislação empresarial, gestão e prática da Museologia no âmbito privado. Foi priorizada a busca por fontes nas presentes plataformas e repositórios *on-line* de publicações: Google Acadêmico, Scielo e Lume, bem como dados e publicações disponíveis em fontes governamentais, em especial os *sites* dos conselhos Federal de Museologia (COFM) e Conselho Regional de Museologia da Terceira Região (COREM 3R) respectivamente.

Em adição a este método, foram aplicados questionários estruturados (Apêndices A e B) tendo em vista dois grupos: os egressos do curso de Museologia da UFRGS entre os anos de 2015 e 2019 e os museólogos responsáveis pelas 5 empresas e escritórios cadastrados no COREM 3R atualmente. As ferramentas utilizadas contemplam dados demográficos como gênero, faixa etária e profissão atual junto de questões envolvendo as perspectivas de atuação profissional dos egressos tanto enquanto alunos quanto como museólogos graduados e os impactos da pandemia em suas rotinas de trabalho.

O trabalho foi desenvolvido tendo como seu principal objetivo apresentar um panorama abrangendo o período de cinco anos (2015 a 2019) relativo aos egressos do curso de Museologia da UFRGS, bem como os meios, obstáculos e oportunidades inerentes ao mercado de trabalho e do empreendedorismo voltado para a área da Museologia e da Cultura.

Aliados ao propósito principal estão os objetivos específicos de se contextualizar os termos e os processos inerentes ao empreendedorismo voltado à criação de uma empresa do setor cultural; mapear as empresas e empresários atuantes registrados no COREM 3ª Região e, por fim, estabelecer uma relação entre o conhecimento de egressos do curso de Museologia da UFRGS em empreendedorismo com prospecção de futuro profissional.

Por fim, o presente trabalho encontra-se subdividido em duas etapas. Em um primeiro momento visa contextualizar o estudo e a prática da Museologia em níveis estadual e regional bem como uma breve história do empreendedorismo, seu papel na criação de empregos e inovação bem como os pormenores do processo de criação de uma empresa.

Na segunda etapa, aborda os dados provenientes da pesquisa direcionada aos egressos e aos empresários da Museologia respectivamente. Traduzindo através de uma amostragem representativa os índices de empregabilidade e a visão profissional dos grupos.

Desta forma, buscamos conhecer melhor as práticas de empreendimento e inovação e seus impactos na Museologia como profissão.

2 DO COREM AO CNPJ: A TRAJETÓRIA DA INOVAÇÃO

Neste capítulo, proponho revisitar muito brevemente a trajetória do campo da Museologia enquanto estrutura acadêmica até sua chegada na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), e como a própria universidade, aliada ao empreendedorismo e aos mecanismos de incentivo externos desempenham um papel fundamental no estímulo à inovação empresarial em diversos cursos da UFRGS e de outras instituições de ensino.

De todo modo, independentemente do tema de quaisquer pesquisas, é fundamental contextualizar o leitor acerca dos conceitos e particularidades de cada objeto de estudo. E por se tratar do curso de Museologia, seria impossível escrever sobre ela seja como objeto de estudo ou profissão sem citar *Conceitos-chave de Museologia*:

Etimologicamente, a museologia é “o estudo do museu” e não a sua prática — que remete à “museografia” —, mas tanto o termo, confirmado nesse sentido amplo ao longo dos anos 1950, como o seu derivado “museológico” — sobretudo em sua tradução literal em inglês (museology e seu derivado museological) — apresentam cinco acepções bem distintas. (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013, p. 61).

Através do Decreto de nº 15.596, de agosto de 1922, a disciplina Museologia, na época intitulada Curso de Museus, teoricamente, passaria a ser ensinada no Brasil, ainda que então como curso técnico de dois anos cuja oferta de disciplinas se daria por intermédio das três instituições: Arquivo, Biblioteca e Museu Nacionais, o que não aconteceu por pelo menos dez anos em decorrência de inviabilidades. Já na década seguinte, através de um outro Decreto, de nº 21.129 em março de 1932, o curso finalmente instaurou-se sob os cuidados do Museu Histórico Nacional (MHN), sendo assim considerado o primeiro curso de Museologia do país (OLIVEIRA, M., 2012, p. 64).

Quase vinte anos depois do Decreto 21.129, é possível dizer que “em 1951, por meio de uma parceria entre o Museu Histórico Nacional e a Universidade do Brasil, atual Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), o curso de Museus passou a ser superior” (FREITAS, 2018, p. 20).

Idealizado pelo arqueólogo Valentín Calderón em 1969 e oficializado através do Decreto de nº 83/327 de 1979, a Universidade Federal da Bahia (UFBA) é

finalmente agraciada com o que viria a ser o segundo curso de Bacharelado em Museologia do país (OLIVEIRA; COSTA; NUNES, 2012).

Até 1985 o manejo do setor cultural em âmbito federal se dava através de uma pasta de autoridade do Ministério da Educação e Cultura (MEC), no entanto, em 14 de março foi publicado o Decreto de nº 91.144 de 1985¹, que criava o Ministério da Cultura (MinC). Já no Rio Grande do Sul, até 1987 o tópico era responsabilidade de uma subsecretaria do estado, vinculada à Secretaria da Educação e Cultura, passando depois a ser um Conselho Estadual de Desenvolvimento Cultural, órgão ligado ao Gabinete do Governador do estado (DUARTE, 2013).

Em seguida, com a chegada dos anos 2000 e o advento de novos aparatos de incentivo à cultura tais como a reestruturação do Ministério da Cultura em 2003² e a Política Nacional de Museus, muitos outros cursos de Museologia surgiram, dentre os quais é importante citar na Região Sul, o curso de Museologia da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), no ano de 2006 (UFPEL, 2022c). Em abril de 2007, por fim, é publicado o Decreto nº 6.096, instituindo o Plano de Estruturação e Expansão das Universidades Federais Brasileiras (REUNI), responsável pelo nascimento de mais cinco outros cursos de Museologia em universidades federais, dentre os quais constava a UFRGS, cujo curso está em plena atividade desde 2008.

A presença de um aporte por parte de sindicatos, sistemas e conselhos regionais é fundamental se quisermos estabelecer um cenário justo e prolífico para todas as profissões, e com o profissional museólogo não seria diferente.

Atrás do Decreto nº 91.775 de 1985 foi regulamentada a Lei nº 7.287/84 que dispõe sobre a profissão do Museólogo e instaura a criação do Conselho Federal e seus braços regionais, hoje usufruímos da atuação de órgãos como o Conselho Federal (COFEM) e dos Conselhos Regionais de Museologia (COREMs), que são essenciais para a atuação profissional no campo da Museologia, pois para além da preocupação com o patrimônio e com a cultura, estes órgãos prestam um serviço de apoio para os seus registrados. Citamos como exemplo a recente impugnação de um edital da Secretaria de Planejamento Governança e Gestão (SPGG) do Governo

¹ Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1980-1989/d91144.htm. Acesso em: 18 abr. 2022.

² Decreto nº 4.805, de 12 de agosto de 2003. Disponível em: <https://legislacao.presidencia.gov.br/atos/?tipo=DEC&numero=4805&ano=2003&ato=b07MTW61EeRpWTf7d>. Acesso em: 8 abr. 2022.

do Estado do Rio Grande do Sul por parte do COREM 3R, em virtude de diversas incongruências presentes no mesmo, que apesar de voltado para contratações de pessoal para instituições culturais não possuía vagas para museólogos estipuladas³.

Apesar dos avanços, da notoriedade e do ganho de espaço da Museologia fora do cenário acadêmico, o maior desafio para a profissão de museólogo segue sendo a evasão dos alunos nas primeiras etapas do curso, como é a situação da UFRGS. Existem poucos estudos realizados, os quais não apontam os índices de evasão específicos por parte dos egressos do curso de Museologia, normalmente eles encontram-se aliados aos dados dos cursos de Biblioteconomia e Arquivologia⁴. Quanto às motivações para a saída dos alunos, nota-se que ingressam em cursos com maior facilidade de entrada na universidade bem como de baixa concorrência, provavelmente visando uma transferência interna posterior ao ingresso na instituição de ensino (LIMA, 2016).

A busca recorrente por atualização e qualificação do profissional museólogo pode levar a vários caminhos profissionalmente. Apesar da amplitude de funções e serviços que podem ser desempenhados por museólogos dentro e fora do espaço acadêmico e dos museus, uma parcela considerável dos estudantes do curso de Museologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), em especial os que já possuem formação prévia, vêm desempenhando trabalhos em áreas diferentes das quais são graduados. Conforme Faria (2015), uma parcela dos egressos do curso de Museologia da UFRGS possuem uma formação prévia, normalmente bibliotecários ou historiadores que já atuam nas respectivas áreas e, em grande parte dos casos, os indivíduos que não atuam no campo aguardam por vagas em concursos em que possam concorrer ou mesmo em que já tenham sido aprovados.

Pessoalmente considero que a baixa adesão dos egressos contribui para os grandes índices de evasão, o que diz muito quanto a visão de futuro que é passada pelos veteranos e colegas de outros cursos de Museologia pelo país: salários relativamente baixos em comparação com o previsto pelos Conselhos e grande

³ Para mais detalhes, veja: CONSELHO REGIONAL DE MUSEOLOGIA DA 3ª REGIÃO (COREM 3R). *Resultado da impugnação do edital nº 06/2021*. Porto Alegre: COREM 3R, 2021. Disponível em: <https://www.corem3.org.br/single-post/resultado-impugnacao-edital-06-2021-spgg-rs>. Acesso em: 10 abr. 2022.

⁴ A atual sede da Fabico, instaurada em 1970 nos dias de hoje, abriga os cursos de Arquivologia, fundado em 1999, Biblioteconomia, superior desde 1958 e Museologia, que data de 2008 (UFRGS, [2022a]).

dificuldade de se encaixar dentro das poucas vagas para museólogos no funcionalismo público. O egresso da Museologia pleiteia vagas em concursos públicos ou estuda, ainda mais, para retornar para as salas de aula, mas como professor de ensino superior, que é outra oportunidade de colocação profissional de muito prestígio.

Para os museólogos graduados, de acordo com a tabela de honorários sugeridos em 2021, providenciada pelo COFEM ([2021b]), uma jornada de 40 horas semanais deveria render cerca de R\$4.424,72, com um adicional de 20% para profissionais museólogos imbuídos de responsabilidade técnica. Por fim, levando em conta que a profissão não possui piso salarial estipulado, a quantia oferecida pela jornada de trabalho pode diminuir.

O COFEM mantém um registro atualizado tanto de seus profissionais museólogos quanto de empresas, entidades e escritórios registrados. A contagem de profissionais registrados no país no início de 2022 é de 1630, dos quais 139 atuam na 3ª Região, que corresponde, como já comentado, somente ao estado do Rio Grande do Sul (COFEM, [2022]). Nestes registros, disponíveis no *site* institucional, é possível reconhecer os nomes de muitos professores, amigos e colegas já graduados, muito embora seja um número considerável em relação às demais regiões dos Conselhos Regionais de Museologia que contam com mais estados. Pode-se presumir que dentre os museólogos já formados, nem todos se registraram nos seus respectivos COREMs. Quanto aos objetivos e missão do curso de Museologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, conforme Faria (2015, p. 4):

[...] [O] objetivo do curso de Museologia da UFRGS é formar museólogos que se tornem agentes de reflexão sobre a Museologia na contemporaneidade, a partir do estudo, análise, crítica e atuação em instituições e espaços da sociedade onde seja necessário o desempenho de funções de caráter museológico.

É importante ressaltar que o Estudo de Avaliação do Curso de Museologia da UFRGS, realizado pela Comissão de Graduação de Museologia (COMGRAD/MSL) juntamente com o Núcleo Docente Estruturante (NDE/MSL), no ano 2015, é muito importante no que se refere ao processo de identificação e empregabilidade dos diversos perfis dos primeiros egressos do curso que se formaram entre os anos de 2011 a 2014. Traduzindo a pesquisa em números, cerca de 40% dos egressos

participantes sinalizaram o ingresso em seus empregos através da seleção em concursos públicos, enquanto 20% qualificaram-se para vagas de emprego por meio de seus currículos e, cerca de 13% ingressaram por indicações (FARIA, 2015).

Sabe-se que os concursos públicos têm sido a principal porta de entrada no mercado de trabalho aos museólogos. Mas não podemos nos esquecer da considerável parcela anteriormente apontada por egressos que alegaram não conseguir empregos na área. No entanto, dados apontam para um mercado privado bem expressivo no que diz respeito à atuação dos museólogos. Alguns exercem o empreendedorismo com empresas de consultorias próprias que atuam em órgãos públicos e privados, em especial, na elaboração de planos museológicos.

De acordo com dados do Conselho Federal de Museologia ([2021a]), existem atualmente 34 empresas registradas nos COREMs que variam entre microempresas e sociedades limitadas, dentre as quais apenas cinco empresas encontram-se registradas na 3ª Região RS, sendo uma das regiões com um dos menores índices de entidades em seus registros, em comparação com regiões que possuem mais de um estado membro como a 1ª região (que corresponde ao estados de Alagoas, Amapá, Bahia, Ceará, Maranhão, Pará, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte, Roraima e Sergipe) com apenas duas empresas registradas; a 2ª e 4ª região (que correspondem aos estados de Espírito Santo, Minas Gerais e Rio de Janeiro na 2ª Região e aos estados do Acre, Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Rondônia e São Paulo correspondendo a 4ª Região), ambas empatadas com 11 empresas registradas cada; sendo estas as regiões com o menor e maior número de entidades presentes, respectivamente.

Uma definição para o empreendedorismo sem utilizar-se de adjetivos elogiosos, considerando que suas principais características são a inovação e a assunção de riscos. Existem poucas variações no que se refere a conceitualização da prática por parte dos diversos autores que discorrem sobre o tema, em suma define-se que:

O empreendedorismo é uma característica humana que mistura estrutura e paixão, planejamento e visão, as ferramentas e a sabedoria ao usá-las, a estratégia e a energia para executá-la e o bom senso e a disposição de assumir riscos. (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008, p. 8).

Por outro lado, a etimologia e às origens tanto da prática quanto da palavra empreendedor em si, de acordo com Boava e Macedo (2009) provém do termo francês *entrepreneur*, que designa aquele que assume riscos, mas também pode ser

compreendido por: aquele que empreende, que organiza, indivíduo que compromete capitais e utiliza-se de mão-de-obra assalariada para uma produção determinada ou aquele que fornece a um terceiro, e a coletividade pública ou Estado, um determinado produto ou um serviço.

De acordo com Dornelas (2008), as principais características inerentes ao empreendedor são a iniciativa e amor por sua profissão, a perspicácia para utilizar os recursos a que tem acesso de forma transformadora e inventiva, desta forma criando o próprio mercado e por fim, o empreendedor assume riscos e a possibilidade de fracasso constantemente. Quanto às características principais que denotam esta natureza empreendedora, Adelar e Daniel Baggio alegam:

O empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas. (BAGGIO; BAGGIO, 2014, p. 26).

Pode-se dizer que tais aspectos vêm ao encontro com o que é trazido por Desvallées e Mairresse (2013) ao conceituar a gestão de museus como responsável essencialmente por atividades ligadas aos aspectos financeiros, jurídicos e de segurança dos museus, dentre outras atribuições. São evidentes as semelhanças entre as características chave de ambos: bons gestores e bons empreendedores devem igualmente ter uma noção apurada das forças, fraquezas, oportunidades e riscos inerentes aos seus trabalhos; sensibilidade, mas também pensamento lógico e calculista ao estar lidando constantemente com as oscilações, sejam elas no campo museal ou no mercado de trabalho.

Para além da relação entre empreendimento e gestão de museus, o conceito de gestão propriamente dito há muito se perdeu em virtude de ser em sua etimologia, um sinônimo de administração, no entanto, pode-se dizer que:

[...] a gestão, também não é o cargo, ou melhor, seria o imperativo do cargo. Seria administração, comercial, contabilidade, finanças, segurança e técnicas, cada qual em sua medida e em seu lugar, sempre observando as necessidades da situação onde está inserida. (DIAS, 2002, p. 10).

Vale ressaltar que tanto o conceito em sua forma ampla quanto a definição de gestão voltada para o mercado cultural e de patrimônio caracterizam a persona do gestor como altamente versátil, persona esta que também denomina uma importante

ferramenta no arsenal do empreendedor, uma vez que simula o comportamento real de um indivíduo, descrevendo-o de forma a representar um grupo (SENNÁ; FIALHO, 2016). Aqui o utilizo para ilustrar as características e condições de um gestor, no entanto, estes personagens podem ser criados visando a redução de riscos para o projeto ou na determinação de um público-alvo. No caso, o gestor de museus costuma personificar características altamente visadas de acordo com o que apontam as definições de um caráter empreendedor.

Dentre as referências que surgiram no processo de pesquisa destaca-se o livro *Pioneirismo e Educação Empreendedora: projetos e iniciativas* (2017), vinculado ao Laboratório Editorial da Universidade de São Paulo (USP). Nele os autores expõem um leque de oportunidades no processo de difusão da prática do empreendedorismo para diversas áreas, inclusive de estudo patrimonial e de cultura. A publicação, desenvolvida a partir da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA/USP), trata-se de uma coletânea de projetos e iniciativas para o incentivo ao empreendedorismo nos campos da cultura e da educação. No texto de abertura do livro, Markovitch e Saes comentam:

Finalmente, [...] o mais valioso resultado da difusão de uma educação empreendedora, a possibilidade de fomentar nos alunos não somente a autonomia, o pensamento crítico e a pró-atividade no processo de aprendizagem, mas também a possibilidade de estimular novas formas de interação dos jovens com os desafios do futuro. (MARKOVITCH; SAES, 2017, p. 13).

É evidente que as atribuições e aspectos necessários para prosperar tanto no mercado empreendedor quanto na Museologia, se assemelham em diversos pontos. Ambos os profissionais no desempenho de suas funções precisam estar constantemente atualizados acerca das inovações tecnológicas de suas áreas bem como a par dos possíveis clientes e concorrentes no caso do empreendedor, enquanto o museólogo e gestor deve estar atento às oportunidades de insumos seja através de editais, eventos, colaboração de associações de amigos ou parcerias com outras instituições.

No começo da década de 1990 deu-se a criação de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). No período que antecedeu a criação do órgão, termos como plano de negócios e incubação eram desconhecidos pelos pequenos empresários brasileiros.

A Secretaria de Desenvolvimento Tecnológico⁵ (SEDETEC) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul conta com uma série de ações que visam promover inovação dentro dos espaços acadêmicos, uma delas é o Programa de Empreendedorismo da UFRGS, que objetiva agregar o estímulo à inovação e ao empreendedorismo na formação acadêmica. Conforme a Lei nº 10.973 de 2004, conhecida como Lei de Inovação, é definido que:

Introdução de novidade ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo e social que resulte em novos produtos, serviços ou processos ou que compreenda a agregação de novas funcionalidades ou características a produto, serviço ou processo já existente que possa resultar em melhorias e em efetivo ganho de qualidade ou desempenho. (BRASIL, 2004, art. 2º, parágrafo 4º).

De acordo com o *site* do Programa de Empreendedorismo da Universidade (UFRGS, [2022b]), a ação busca através de atividades práticas, realizar uma série de ações internas e externas à Universidade voltadas para a ampliação de contatos, troca de informações e a experimentação de ideias e intercâmbio de conhecimentos entre o mercado e a comunidade estudantil.

Além dos estímulos internos aos egressos dos cursos de Museologia, atualmente, o governo federal já conta com um leque de opções no tocante a mecanismos de auxílio voltados aos aspirantes a micro e pequenos empresários em geral. Órgãos como a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC), que atua tanto como incubadora quanto como aceleradora de empresas ou o próprio SEBRAE, que oferece diversos cursos e consultorias voltadas ao aprimoramento do empreendedor. Atuando na área cultural em âmbito federal, existe a Rede Incubadoras Brasil Criativo, que por meio de suas filiais nos estados do Acre, Bahia, Ceará, Goiás, Mato Grosso, Minas Gerais, Pará, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul e Distrito Federal até 2015 contabilizava mais de 30 mil atendimentos por intermédio de suas 13 incubadoras regionais (NECCULT, 2016).

Para melhor compreender a relevância destes dados, é preciso antes de tudo contextualizar o que são as incubadoras e o que elas desempenham em nome da inovação. Em um artigo sobre a ferramenta, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas evidencia que:

⁵ Criada em 03 de Outubro de 2000 a SEDETEC gera propriedade intelectual, promove incentivos ao Empreendedorismo, inovação tecnológica e sustentável.
Disponível em: UFRGS.br/sedetec/sedetec/. Acesso em 13 mai. 2022.

As incubadoras de empresas são instituições que auxiliam micro e pequenas empresas nascentes ou que estejam em operação, que tenham como principal característica a oferta de produtos e serviços com significativo grau de diferenciação. Elas oferecem suporte técnico, gerencial e formação complementar ao empreendedor e facilitam o desenvolvimento tecnológico e o acesso a mercados e a investimentos. (SEBRAE, 2021b).

Apenas em 2011, o número de incubadoras levantado fora de 384, culminando em 2.640 empresas incubadas até o momento, enquanto o estudo da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores, em 2016 revelou 369 incubadoras de empresas no país que reuniram 2.310 empresas incubadas. Agregando o número de empresas graduadas, que são as empresas que já passaram pelo processo de incubação e são capazes de se desenvolverem sozinhas, o estudo totalizou neste ano 5.125 empresas identificadas (ANPROTEC, 2016).

Para além dos dados previamente abordados, caso um profissional museólogo deseje abrir seu próprio empreendimento, o mesmo deve também estar a par das etapas necessárias na criação de uma empresa, seus modelos de regime tributário, os tipos de registro que pode ou não montar e quais são suas características.

Atualmente os principais tipos de empresas caracterizam-se como: Microempreendedor Individual (MEI), Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI), Empresário Individual (EI), Sociedade Empresária Limitada (LTDA) e Sociedade Simples (SS) (SEBRAE, 2020).

Para que uma empresa seja formalizada, tendo seu registro oficializado pelo Governo, é necessário que uma série de regras sejam cumpridas, bem como que se colem documentos, etc. No que se refere às empresas feitas por museólogos, é preciso que sejam seguidas também as orientações dadas pelo Conselho Federal de Museologia.

Um museólogo que deseja abrir uma empresa precisa, por exemplo, estar ciente das orientações e impedimentos presentes na orientação do COFEM de nº 003/2020, que dispõe sobre os tipos de empresa que podemos ou não abrir, no caso, existe um impedimento para o formato MEI. Conforme a orientação, não podem ser MEIs os brasileiros que atuam em profissões intelectuais, como cientistas e escritores, ou regulamentadas, como as que exigem diploma para atuação e têm registro em órgãos de classe.

No entanto, ainda existem outras opções as quais o profissional pode recorrer tais como os modelos de Empresário Individual, Empresário Individual com Responsabilidade Limitada ou apenas Sociedade Limitada (LTDA.), bem como pode vir a exercer seu trabalho na forma de profissional autônomo (COFEM, 2020).

Ainda no ato de criação de uma empresa, hipoteticamente, é importante destacar a necessidade de se realizar a contratação de um profissional da contabilidade para auxiliar neste processo, pois é o contador o agente experiente e responsável por realizar etapas como a abertura da empresa no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) bem como os demais trâmites envolvidos no processo de registro de abertura da empresa na Junta Comercial e Receita Federal juntamente com os órgãos responsáveis ligados ao estado e ao município de sede do empreendimento (SEBRAE, 2021a).

Para a abertura de um CNPJ, é necessário que o empreendedor e seus sócios colem uma série de documentos tais como RG, CPF e comprovantes de endereço de cada um, cópia de IPTU ou documento que conste a inscrição imobiliária ou a indicação fiscal do imóvel que sediará a empresa, entre outros.

Após a contratação do contador e da opção pela modalidade de empresa, a necessidade de escolha da atividade principal a ser exercida é essencial para se ter noção dos impostos a serem pagos e como proceder no mercado de trabalho. De acordo com a Classificação Nacional de Atividade Econômica (CNAE), a atividade principal para uma empresa poderia ser a “CNAE 9102301 - Atividades de museus e de exploração de lugares e prédios históricos e atrações similares”, tal atividade permite a gestão de museus de todo o tipo, operação de prédios e sítios históricos, atrações semelhantes e até mesmo atividade envolvendo a salvaguarda e restauro de patrimônio (IBGE, 2022c).

Além dos trâmites legais envolvidos no processo de criação de uma empresa, é também necessário que seja criada uma identidade visual para o empreendimento, de forma que se torne uma opção atrativa e facilmente reconhecível pelo cliente. Muitas empresas usam redes sociais como endereços *on-line* para contato e divulgação, no entanto o formato de *marketing* sempre dependerá do tipo de público e dos serviços que o empreendedor ofertará.

Mas é preciso não apenas possuir noções de *design* ou de como criar um CNPJ, o museólogo que deseja empreender deve também reconhecer o seu ambiente e para tal, o próximo capítulo pretende ilustrar a situação atual dos

egressos formados pela UFRGS e no que atuam profissionalmente, visando aplicar estes conceitos e compreender a opinião prática de pessoas que já empreendem juntamente com indivíduos com o potencial e os meios para também empreenderem.

3 DA COMGRAD AO COREM: PERFILANDO EMPRESAS E EGRESSOS

Com o objetivo de responder a duas das questões do problema de pesquisa, realizar o mapeamento das empresas de serviços de Museologia e a atuação profissional dos egressos do curso de Museologia da UFRGS, foram desenvolvidos e aplicados dois instrumentos de pesquisa — questionários com questões semiabertas (Apêndices A e B) — contemplando dois grupos distintos:

- a) grupo composto pelos cinco museólogos registrados no COREM RS que constam como responsáveis pelas empresas atuantes no estado;
- b) grupo de egressos do Curso de Museologia da UFRGS entre os anos de 2015 a 2019, totalizando 76 pessoas.

Os questionários foram respondidos entre fevereiro e abril de 2022, com cerca de 40% de participação entre o total das empresas e 30% entre o total dos egressos, perfazendo 22 respondentes — dois e 20 respondentes nos respectivos grupos. Com o resultado destes, busca-se compreender não apenas as concepções dos alunos acerca do empreendedorismo e empregabilidade dentro da Museologia como também identificar as empresas atuantes no setor e seus processos de formação.

As ferramentas utilizadas contemplam questões fechadas como: gênero, faixa etária e conhecimento sobre os programas da SEDETEC; bem como questões abertas acerca da profissão atual, perspectivas de atuação profissional dos egressos — tanto enquanto alunos quanto como museólogos graduados — e os impactos da pandemia em suas rotinas de trabalho.

O procedimento de contato deu-se através de duas etapas: foram notificados o Conselho Regional de Museologia (COREM 3R) e a Comissão de Graduação do curso de Museologia (COMGRAD/MSL), em um primeiro momento foram solicitados, respectivamente, os *e-mails* de contato dos empresários e egressos do curso, apresentando as intenções da pesquisa e esclarecendo como viria a ocorrer o processo da coleta de dados.

Os convites foram efetuados via *e-mail* para que o questionário A (Apêndice A) fosse preenchido na forma de um documento Word, juntamente com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (Apêndice C), enquanto o questionário B (Apêndice B) foi realizado através da ferramenta *Google Forms*.

O percentual de respostas idealizadas não foi atingido. Menos de 30% dos egressos responderam à pesquisa; sendo que o estimado era de 50% de adesão ao

formulário. Em contrapartida, o percentual de respostas por parte dos empresários apresenta-se de forma positiva. Dois museólogos responderam o questionário, contabilizando 40% de adesão, o que era estimado; no entanto, uma terceira resposta não ocorreu em virtude de falhas de comunicação com a terceira empresa, que lamentavelmente não recebeu o contato via *e-mail* dentro do prazo de elaboração da pesquisa.

3.1 Museologia fora dos museus: uma análise de empresas

De acordo com os dados disponíveis através do Conselho Federal de Museologia, existem atualmente 5 empresas de museólogos registrados e atuantes no estado do Rio Grande do Sul. Os empreendimentos variam em formatação, localidade e atuação, mas com exceção de uma, todas as outras quatro empresas atuam na região metropolitana do estado, duas somente na capital, Porto Alegre. Conforme dados disponíveis em endereços *on-line* de consulta de CNPJs⁶ é possível realizar um breve levantamento do histórico destas cinco empresas, que respeitosamente serão tratadas por números de 1 a 5.

As cinco empresas são de profissionais registrados no COREM 3R e, conseqüentemente, pertencentes ao estado do Rio Grande do Sul. Três dos empreendimentos foram criados no ano de 2020, um no ano de 2021 e um em 2006, sendo a mais antiga, com cerca de 16 anos de atividade. Quatro das empresas pesquisadas apresentam-se como Microempresas (MEs), sendo três do tipo Sociedade Empresária Limitada (LTDA.), e uma única Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI). É importante ressaltar que a pesquisa revelou que todas estas empresas foram fundadas por mulheres.

Apenas as empresas 1 e 2 responderam à pesquisa pessoalmente, então para além de seus dados cadastrais, teremos respostas mais subjetivas acerca do processo de inovação. Com base na pesquisa prévia das empresas e nos questionários das duas respondentes, é possível traçar de maneira clara a persona do museólogo empreendedor.

Os profissionais responsáveis por ambas as empresas se formaram em Museologia na UFRGS e concluíram sua graduação em 2018, enquanto as sócias

⁶ CNPJ BIZ — Cadastros das empresas de todo Brasil. Disponível em: <https://cnpj.biz>. Acesso em: 20 abr. 2022.

da empresa 2 ingressaram no curso em 2014, a profissional da empresa 1 ingressou em 2013, apenas um ano antes. Suas idades destoam: enquanto a empresária 1 está na faixa etária de 50 anos ou mais, a empresa 2 conta com indivíduos na faixa dos 21 aos 29 anos de idade. As 4 respondentes também participaram do formulário direcionado aos egressos, respondendo perguntas diferentes.

Os questionários levantaram que as duas empresas possuem profissionais que atuaram na área durante a graduação, sempre com as expectativas profissionais voltadas à inserção no setor público através de concursos e a busca de maior especialização.

Nenhuma das empresas respondentes possuía conhecimentos concretos de empreendedorismo. A empresária 1 alega que adquiriu noções básicas com o auxílio de um pai e um irmão que já possuíam/administravam uma empresa, enquanto as sócias do empreendimento 2 responderam:

Ao terminar a graduação, não. Durante o período de mestrado, [...] fizeram uma disciplina eletiva de Empreendedorismo. Além disso, a equipe [...] também fez estudos independentes: participação em eventos, pesquisas e leituras individuais. (Respondentes da empresa 2).

Observamos, então, que é nas dificuldades e motivações para a criação das empresas que as respostas destoam. A empresária 1, com seus 16 anos de atuação no mercado, conta que começou na área quando não existiam cursos regulares no estado e, por este motivo, precisou abrir uma empresa, pela exigência de emissão de notas fiscais e para facilitar a organização de atendimento para os eventos e projetos dos contratantes. Enquanto as sócias da empresa 2, 14 anos mais nova que a empresa 1, trazem uma resposta que condiz com a realidade que vem se mostrando na bibliografia consultada para a realização da pesquisa e na realidade da autora, a necessidade e a falta de perspectiva. Em resposta à questão “como surgiu a ideia de empreender?”:

A ideia surgiu da necessidade. Graduada e sem perspectiva de contratação efetiva por museus privados, e com bastante escassez de concursos públicos, avaliamos que a nossa parceria durante o período de graduação poderia render bons frutos no meio profissional. (Respondentes empresa 2)

A falta de recursos financeiros para o investimento na abertura do empreendimento foi a maior dificuldade para a empresa 2, enquanto para a empresa 1 os maiores desafios foram a documentação, identidade visual e contabilidade.

Segundo a empresária 1, é imprescindível que o empreendedor encontre um bom contador para auxiliar no processo.

As duas empresas atuam com consultoria, curadoria, produção cultural e documentação em Museologia. No entanto, a empresa 2 também apresenta serviços de documentação de acervos, documentação institucional, desenvolve planos museológicos, regularização de instituições (Cadastramento dos museus junto aos órgãos públicos — SEM/RS, IBRAM, afins), além de projeto e montagem de exposições e emissão de laudos de conservação de obras de arte.

Quanto a atuação no período de pandemia, o fechamento dos museus afetou muito as atividades da empresa 1, à medida que a empresa 2, fundada em 2020, não possui um comparativo mas, segundo as sócias, reforçou a demanda de trabalhos internos, referentes às estruturas organizacionais e de gestão dos acervos e das instituições no geral.

Por fim, foi perguntado às empreendedoras se, em sua opinião, existiria um mercado para empreendimentos do tipo no estado. As respostas foram completamente opostas uma à outra. De acordo com a empresa 1:

Acho que ainda NÃO. Muito incipiente. Agora com o Conselho Regional de Museologia todo organizado e mais atuante, parece que nossa área está sendo mais entendida. Sempre houve uma dúvida sobre o que podemos fazer, como e por quê. (Respondente da empresa 1).

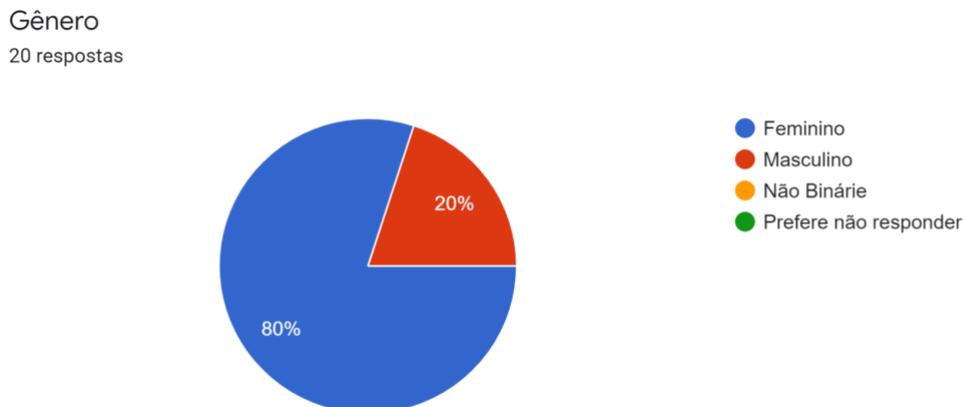
Enquanto a empresa 2 defende que há uma demanda de serviços e um mercado muito grande e carente de profissionais.

3.2 Egressos da Museologia: profissão e perspectivas

Com o auxílio do curso de Museologia, foram coletados no total 76 endereços de *e-mail* de egressos do curso no período definido para a pesquisa (2015 a 2019) — período definido visando agregar subsequentemente ao estudo de egressos desenvolvido pela universidade entre os anos de 2011 a 2014, um dos materiais base para a pesquisa. Seis destes *e-mails* infelizmente não existem mais, o que reduziu a listagem para 70 pessoas, das quais apenas 20 responderam. Em virtude da baixa adesão de participantes ao formulário, as respostas serão analisadas visando estabelecer uma amostragem dos dados.

Com base nas perguntas referentes a gênero e faixa etária, é possível visualizar também qual é o perfil médio do egresso do curso de Museologia. A partir da ferramenta do google forms foi possível construir gráficos que facilitam a visualização da amostragem. Através dos gráficos é possível compreender que a maioria das graduandas é feminina, com faixa etária entre os 26 e 29 anos ou dos 40 anos acima. Tal dado está em consonância com o que foi levantado pelos estudos de avaliação do curso de Museologia da UFRGS (FARIA, 2015), o qual mostra que a maior parte das egressas dos cursos superiores no país é de mulheres, e entre 2011 e 2014 o índice do gênero dos egressos somou mais 80% de mulheres para 19,6% de homens apenas. Conforme o formulário mais recente destaca, pouco mudou nesse aspecto:

Gráfico 1 — Gênero dos participantes

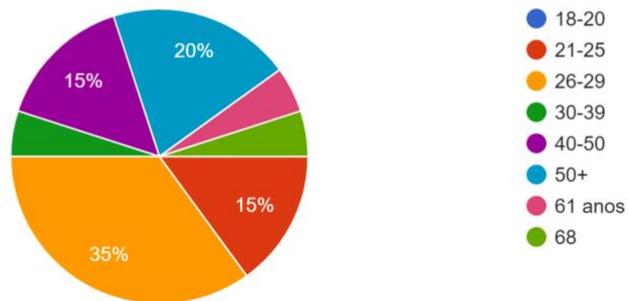


Fonte: Da autora, 2022.

Os respondentes são diversos em idade, contabilizando apenas um participante entre 30 e 39 anos; 10 dos respondentes têm entre 21 e 29 anos de idade (50%), enquanto 7 participantes (35%) estão entre os 40 a 50 anos. Dois participantes estipularam suas idades manualmente, indicando 61 e 68 anos de idade respectivamente.

Gráfico 2 — Faixa etária dos egressos

Faixa etária
20 respostas

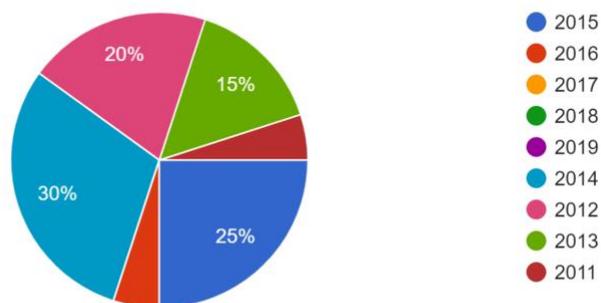


Fonte: Da autora, 2022.

Quanto aos anos de ingresso e conclusão de curso foi onde obtivemos os dados mais diversos, os espaços sem porcentagem contabilizam 5% cada:

Gráfico 3 — Ano de ingresso no curso

Em que ano você ingressou no curso de museologia da UFRGS?
20 respostas



Fonte: Da autora, 2022.

Os períodos de conclusão do curso variam muito, mas 11 respondentes se formaram em 2018, o que vai ao encontro com a lista de *e-mails* repassada pela COMGRAD, cujo ano de 2018 era o com maior número de egressos. O segundo ano com mais conclusões de curso é o de 2019, ano anterior ao da pandemia de covid-19, pode-se presumir que o número alto de egressos em pesquisas futuras não se

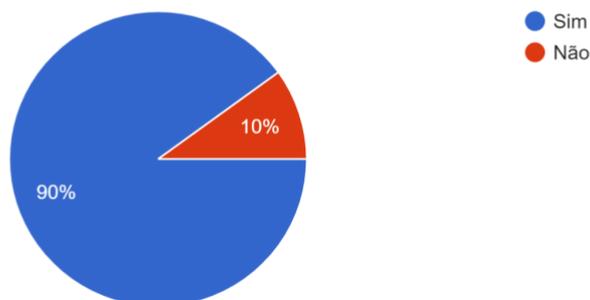
repetirá, em virtude do período inicial de estagnação das universidades diante das medidas de isolamento social e Ensino Remoto.

A experiência de exercer trabalhos em sua área de estudo é importante por diversos motivos, no entanto, não é uma regra. O curso de Museologia conta com dois estágios curriculares obrigatórios (indicados para ocorrerem nas etapas 4 e 8 do curso) e a elaboração de uma exposição curricular, porém para além destas atividades práticas existem também as atividades remuneradas fora do vínculo acadêmico. Trata-se dos estágios não-obrigatórios que atuam como possibilidade de enriquecimento de renda e de currículo, os quais 90% dos respondentes alega ter sido parte em contraste com outros 10% que não realizaram nenhuma atividade além das previstas na grade curricular.

Gráfico 4 — Experiência profissional durante a graduação

Você obteve experiência profissional na área enquanto exercia sua graduação?

20 respostas



Fonte: Da autora, 2022.

Buscando compreender melhor a visão dos egressos acerca do mercado, lhes foi perguntado quais eram as suas expectativas de atuação profissional enquanto alunos e posteriormente, enquanto museólogos graduados. Alguns respondentes produziram respostas específicas, mas que de todo modo se encaixam no gráfico, que inicialmente contava com as opções: prestar concursos para museus e instituições públicas, atuar em museus privados, trabalhar em empresas ou escritórios de Museologia privados, pretendia especializar-se mais, trabalhar em empregos não-relacionados a área. Ainda foram incluídas duas opções referentes a prestação de serviços de consultoria, um dos participantes especificou que pretendia prestar consultoria como pessoa jurídica.

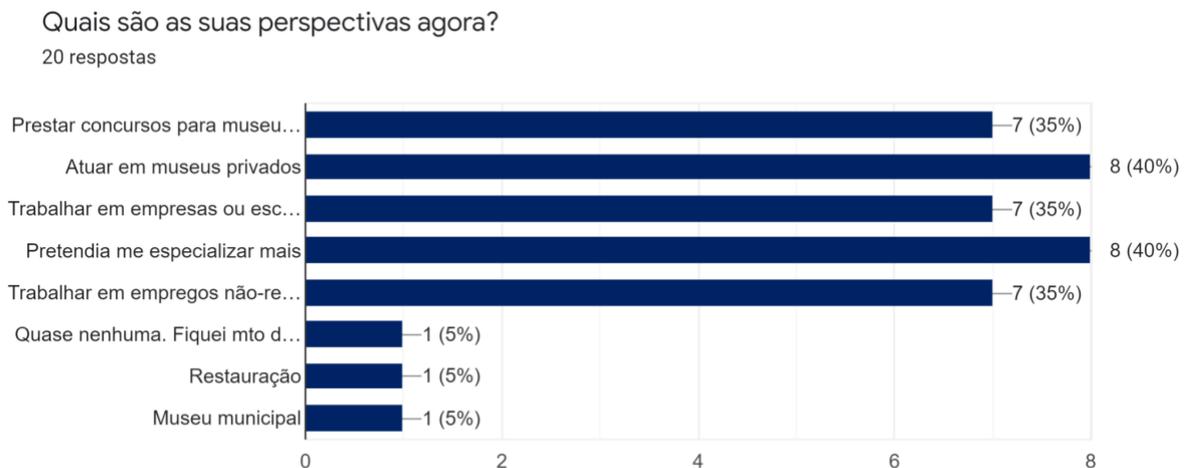
Gráfico 5 — Perspectivas de atuação profissional durante a graduação



Fonte: Da autora, 2022.

Os sujeitos da pesquisa tiveram liberdade para marcar tantos espaços quanto fosse desejado. Assim, é possível observar tanto no gráfico 5 quanto no gráfico 6 que a maior parte dos respondentes optou por carreiras voltadas aos museus públicos ou privados bem como pela atuação no setor público em geral, seguidos por uma parcela menor, composta por 8 respondentes, que esperava atuar em empresas privadas ou fornecer seus serviços de forma autônoma. Quanto às suas expectativas como museólogos formados conforme o gráfico abaixo:

Gráfico 6 — Perspectivas de atuação profissional atualmente



Fonte: Da autora, 2022.

É possível observar uma queda nos índices de egressos interessados na prestação de concursos para o funcionalismo público ou atuação em museus privados, o que pode ser vinculado a menor oferta de realização dos mesmos. Conforme uma das empresárias levantou nas respostas ao questionário, há também um ligeiro aumento de interesse de 10% nas atividades do setor privado e um grande aumento no interesse por maior especialização bem como nas expectativas por trabalhar em empregos não relacionados à Museologia.

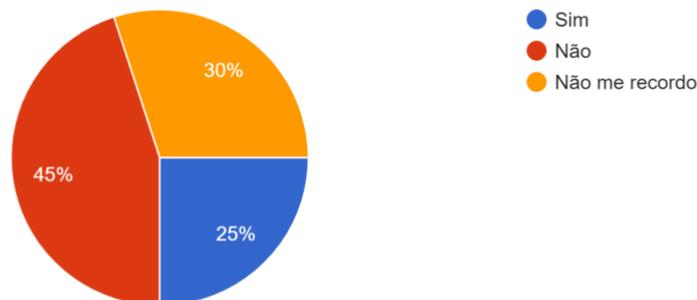
Os egressos também foram questionados acerca de sua profissão atual. As respostas variam entre curadoria, mediação e produção cultural, pesquisadores e 7 respondentes atuando em áreas alheias à Museologia no entanto uma se destacou, a participante de número 8 revelou atuar como Conselheira Tesoureira no COREM 3R, outras respondente alegou não estar trabalhando no momento em decorrência de problemas de saúde graves que comprometem sua rotina.

Os participantes responderam sobre se durante seu período pela UFRGS estavam cientes da existência dos programas e práticas de incentivo ao empreendedorismo e inovação fomentados pela secretaria de desenvolvimento tecnológico da universidade.

Gráfico 7 — Conhecimento sobre empreendedorismo e inovação

Durante o seu período de graduação, teve conhecimento dos programas e práticas de empreendedorismo e inovação realizadas dentro da Universidade?

20 respostas



Fonte: Da autora, 2022.

Conforme o gráfico 7, é possível observar que apenas 25% dos participantes tiveram conhecimento destes projetos, e, pessoalmente, acabei por conhecer o

programa somente após ser convidada a ingressar nas atividades relativas à Bolsa de Iniciação Empreendedora por uma colega da Museologia.

Por fim, foi perguntado se os participantes tiveram seus fluxos de trabalho afetados pela pandemia e caso sim, como foram afetados. Apenas uma pequena parcela de 6 egressos alegou não ter sido afetada, um dos respondentes alegou ter sido desligado do museu onde trabalhava em virtude da pandemia, mas que no momento de melhora e flexibilizações, foi recontratado. Muitas das respostas denotam que o fechamento das instituições gerou dificuldades financeiras e muitos desligamentos. Em contrapartida, houve um aumento da demanda de trabalho *on-line* e foco no desenvolvimento da estrutura das gestões das instituições, o que foi considerado positivo por 4 dos participantes, enquanto alguns denunciaram que o período de trabalho remoto causou dificuldades no contato com possíveis patrocinadores para projetos e exposições.

Com base nos resultados de ambos os questionários é possível deduzir que o mercado de trabalho vem atravessando uma série de mudanças que antecedem o período de pandemia, conforme destaca Faria (2015, p. 53):

O concurso público tem sido a principal porta de entrada no mercado de trabalho aos museólogos. Há também um mercado privado bem expressivo para a atuação dos museólogos. Alguns exercem o empreendedorismo com empresas de consultorias próprias que atuam em órgãos públicos e privados, em especial, na elaboração de planos museológicos.

No entanto, o cenário apresenta uma mudança, uma vez que pelo menos 25% dos egressos participantes da pesquisa atuam profissionalmente como produtores culturais, museólogos autônomos ou empresários. E estes respondentes foram curiosamente os que menos sofreram impactos em virtude da pandemia. Apontaram, muito pelo contrário, que a baixa no movimento dentro dos museus incentivou com que pudessem ofertar seus serviços aos gestores e, por fim, atualizar as estruturas e refinar o cuidado dado aos acervos com mais calma e eficiência enquanto a demanda por curadoria foi bem menor, apesar do aumento de exposições e palestras promovidas por museus remotamente no período de pandemia.

Tanto o questionário aplicado aos empresários quanto o formulário apresentado aos egressos revelaram que o cenário vem apresentando uma mudança gradual na forma como os museólogos se comportam e no que atuam

após a conclusão do curso. Mas, os índices de empregabilidade foram afetados drasticamente pela pandemia? Ou é apenas um reflexo da mudança de enfoque destes profissionais, deixando concursos de lado para se dedicar aos editais de incentivo a cultura e educação? A tendência é clara: se não há mercado, crie-o.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivos mapear as empresas e empresários atuantes registrados no COREM 3ª Região e, estabelecer uma relação entre o conhecimento de egressos do curso de Museologia da UFRGS relativo ao empreendedorismo com prospecção de futuro profissional, além de contextualizar de forma simples os trâmites envolvidos no processo de desenvolvimento de uma empresa.

Com base no que foi levantado através da pesquisa, foi possível simplificar os principais termos e processos inerentes à criação de uma empresa, bem como comprová-los por meio do levantamento de dados das empresas, cujos formatos se assemelham muito ao modelo hipotético de empresa desenvolvido no decorrer do capítulo 2. De acordo com estes dados, podemos ver que quase todas as empresas registradas no COREM 3ª Região atuam no formato de Microempreendimentos com sociedades limitadas, e que o principal local de atuação delas é a região metropolitana.

Entretanto, em que pese o grande número dos museus no Rio Grande do Sul⁷ para seus 497 municípios, levando em consideração que o estado do Rio Grande do Sul atualmente é o detentor de uma das maiores contagens de museus e instituições culturais no país, é evidente a possibilidade de expansão no mercado de trabalho para os egressos, uma vez que as muitas instituições no estado, mesmo quando contam com museólogos contratados, apresentam um fluxo de atribuições de diversas áreas que demandam auxílio de agentes externos.

Tendo em vista os índices de evasão dos alunos dos cursos de Museologia e como infelizmente, a realidade permanece limitada à baixa oferta de concursos públicos voltados para museólogos, descaso dos governos para com a cultura e alta demanda por especialização, é possível compreender os índices de empregabilidade relativamente módicos em todo o país. Faltam opções, e naturalmente muitos egressos seguem em carreiras sem relação com a área ou, ainda pior, evadem do curso pois muitas vezes acabam tendo uma visão limitada e desatualizada acerca dos caminhos de atuação para o profissional museólogo.

⁷ O Rio Grande do Sul possui 491 museus, de acordo com a plataforma *Museusbr*. Disponível em: <http://museus.cultura.gov.br>. Acesso em: 15 dez. 2021.

No entanto, a visível ausência de interesse na prática de criação de empresas por parte dos egressos dos cursos de Museologia no estado poderia se dar em parte pela pouca ênfase dada à prática dentro do curso, uma vez que o empreendedorismo ainda é um assunto relativamente novo no Brasil. Conforme análise do ementário do curso de Museologia da UFRGS (FARIA, 2015), não existem disciplinas voltadas à prática do empreendedorismo no curso, entretanto são obrigatórias nas grades curriculares de outros cursos tais como *Design Visual*, *Design de Produto*, *Engenharia de Serviços* e o curso *Ciência da Computação*, sendo inclusive voltadas às suas respectivas áreas de atuação.

Porém, também é possível constatar que grande parte da falta de atenção dada aos programas de empreendedorismo dentro da Universidade ocorre, possivelmente, por falhas de comunicação entre os departamentos da UFRGS, uma vez que a divulgação por *mailing* está cada vez mais obsoleta. O formulário apontou que poucos egressos tinham conhecimento do programa de empreendedorismo e inovação dentro da Universidade, e apenas 5 alegaram conhecer o programa, dentre os quais, apenas um egresso fazia parte da listagem de alunos na universidade no período de 2019, ano de início do programa de Bolsas de Iniciação Empreendedora (BIE), portanto presume-se que em estudos subsequentes o índice de conhecimento destes programas pode mudar.

Aulas semanais da Bolsa abordaram aspectos administrativos ligados ao processo da criação de uma empresa, a relevância do conhecimento da equipe sobre si mesmos e a empresa, através de diagramas que foram preenchidos individualmente e em grupo. Os bolsistas responderam questões referentes a *expertise* pessoal, visões para o futuro da empresa e quem seria o público-alvo, os concorrentes e os possíveis incubadores para um futuro empreendimento. As aulas foram intercaladas entre apresentação de conteúdo prático empregado no desenvolvimento de uma empresa e palestras de convidados responsáveis por empresas em processo de incubação ou já consolidadas, trazendo a narrativa de seus processos criativos e respondendo às perguntas dos componentes das equipes.

E mesmo a Bolsa de Iniciação Empreendedora não é o formato ideal para introduzir os alunos do curso ao empreendedorismo, uma vez que pessoalmente considero a abordagem antiquada e excludente, por ser muito mais voltada para produtos do que serviços. Observamos que o corpo de mentores não é qualificado

para lidar com a diversidade de cursos que submetem projetos de negócios e muitas vezes negligenciam equipes de naturezas muito distintas das demais, o que vem sendo o caso da equipe de Museologia, que conta com uma proposta de serviços de diagnóstico voltada para o ambiente das reservas técnicas.

Apesar da baixa adesão de participantes em ambos os questionários, consideramos os resultados da pesquisa foram proveitosos, pois houve uma variedade de participações que propiciou uma amostragem adequada para responder todas as perguntas da pesquisa e deixou também um precedente para que esta seja aprofundada posteriormente considerando que tanto os índices de empregabilidade quanto o perfil e prospecções dos egressos da Museologia devem ser atualizados constantemente.

Os instrumentos da pesquisa foram efetivos no que se refere ao processo de delinear uma personificação hipotética do profissional museólogo, que pode ser tanto o empresário quanto o público-alvo do empreendimento, porém em uma nova oportunidade, acreditamos que seria mais sábio entrar em contato diretamente com os respondentes pois a comunicação via *e-mail* e o envio com prazo apertado acarretaram em um atraso ainda maior no processo de escrita.

A pesquisa apontou se existe um espaço ou demanda no setor cultural para empreendimentos em Museologia no estado? E como podemos nos inserir e nos estabelecer com sucesso nestes espaços? No que se refere ao mapeamento das empresas atuantes no estado, apenas uma das 5 empresas levantadas no estudo não atuam na região metropolitana, e em sua totalidade, o enfoque destes empreendimentos baseia-se na capacitação de equipes, curadoria, produção cultural e tratamento de dados e acervo documental.

Ainda existe uma demanda considerável dentro das áreas de restauro, conservação preventiva, segurança e acessibilidade em museus, promoção de ações educativas, transporte especializado de acervo e serviços de identidade visual e de marca personalizados, a lista poderia seguir, mas conclui-se que existe sim, um vasto mercado a ser preenchido pelos profissionais museólogos não apenas nos museus ou no funcionalismo público como também no setor dos empreendimentos privados.

Quanto ao perfil da persona profissional do museólogo, é possível dizer que a nossa “Mnemosine moderna”, baseando-se tanto nos dados do questionário quanto na análise prévia das demais empresas, é uma mulher, entre 20 e 50 anos, que

pretendia se especializar mais, para ofertar um serviço qualificado ao setor público, mas em decorrência da escassez de concursos e de organização por parte dos profissionais da área, viu uma demanda de serviços e percebeu ser um agente suficientemente capacitado para resolver o problema através da inovação, bem como a literatura explicita ser o comportamento de um empreendedor do tipo social, ou seja, o empresário que se empenha em realizar projetos de retorno positivo à comunidade.

Por fim, conclui-se que apesar das dificuldades que ocorrem no processo de aderência dos profissionais museólogos ao mercado de trabalho, existe uma demanda considerável por serviços e faltam museólogos devidamente credenciados que possam desempenhar essas atribuições fora dos quadros operacionais dos museus. Apesar da falta de atenção dada à prática de inovação, o empreendedorismo surge como uma oportunidade para que museus sem museólogos e museólogos sem museus unam-se para melhorar a estrutura das instituições e incentivar cada vez mais a capacitação profissional destes museólogos.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDIMENTOS INOVADORES (ANPROTEC). **Estudo de impacto econômico**: segmento de incubadoras de empresas do Brasil. Brasília, DF: ANPROTEC: SEBRAE, 2016. Disponível em: https://anprotec.org.br/site/wp-content/uploads/2020/06/18072016-Estudo_ANPROTEC_v6.pdf. Acesso em: 17 nov. 2021.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2014. ISSN 2359-3539. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistasi/article/view/612>. Acesso em: 22 nov. 2021.

BOAVA, Diego Luiz Teixeira; MACEDO, Fernanda Maria Felício. Sentido axiológico do empreendedorismo. *In*: ENCONTRO DA ANPAD (EnANPAD), 33., 2009, São Paulo. **Anais [...]**. Maringá, PR: ANPAD, 2009. Disponível em: http://www.anpad.org.br/diversos/down_zips/45/ESO1421.pdf. Acesso em: 21 abr. 2022.

CONSELHO FEDERAL DE MUSEOLOGIA (COFEM). Empresas, entidades e escritórios técnicos de Museologia registrados nos COREMs. **Site Institucional do COFEM**, Rio de Janeiro, [2021a]. Disponível em: <https://cofem.org.br/registro-e-cadastro/registro-de-empresas-e-escritorios-tecnicos>. Acesso em: 22 nov. 2021.

CONSELHO FEDERAL DE MUSEOLOGIA (COFEM). Museólogos registrados nos COREMs. **Site Institucional do COFEM**, Rio de Janeiro, [2022]. Disponível em: <https://cofem.org.br/registro-e-cadastro/museologos-registrados>. Acesso em: 10 fev. 2022.

CONSELHO FEDERAL DE MUSEOLOGIA (COFEM). **Orientação COFEM nº 003/2020**. Orientação ao Sistema COFEM/COREMS em relação ao Microempreendedor Individual – MEI. Rio de Janeiro: COFEM, 2020. Disponível em: http://cofem.org.br/wp-content/uploads/2020/09/Orientacao-COFEM-003_2020_MEI.pdf. Acesso em: 15 abr. 2022.

CONSELHO FEDERAL DE MUSEOLOGIA (COFEM). Tabela de sugestão de honorários. **Site Institucional do COFEM**, Rio de Janeiro, [2021b]. Disponível em: https://cofem.org.br/legislacao_/sugestao-de-honorarios-2021. Acesso em: 28 dez. 2021.

DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François (org.). **Conceitos-chave de Museologia**. São Paulo: ICOM, 2013.

DIAS, Emerson de Paulo. Conceitos de gestão e administração: uma revisão crítica. **Revista Eletrônica de Administração**, Franca, SP, v. 1, n. 1, p. 1-12, jul./dez. 2002.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DUARTE, Carine Silva. **Da CEM ao SEM**: memória e trajetória do Sistema Estadual de Museus do Rio Grande do Sul. 2013. 61 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Museologia) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/88680>. Acesso em: 17 set. 2021.

FARIA, Ana Carolina Gelmini de (coord.). **Estudos de avaliação do curso Bacharelado em Museologia**. Porto Alegre: UFRGS, 2015.

FREITAS, Jamenson Araújo de. **Egressos do curso de museologia da Universidade de Brasília**: atuação no mercado de trabalho (2013-2017). 2018. 70 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Museologia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2018.

FREITAS, Sara da Silva; TARGINO, Janine; GRANATO, Leonardo. A política cultural e o governo Bolsonaro. **Brasiliana: Journal for Brazilian studies**, London, v. 10, n. 1, p. 219-239, 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Comissão Nacional de Classificação (Concla). **Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE)**. Rio de Janeiro: IBGE, c2022. Disponível em: <https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?view=classe&tipo=cnae&versao=7.0.0&classe=91023&chave=Museu>. Acesso em: 12 abr. 2022.

LIMA, Amanda Alcebíades de. **Evasão dos alunos de Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia da Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília**. 2016. 78 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

MARCOVITCH, Jacques; SAES, Alexandre (org.). **Pioneirismo e educação empreendedora**: projetos e iniciativas. São Paulo: Com-Arte, 2017.

NÚCLEO DE ESTUDOS EM ECONOMIA CRIATIVA E DA CULTURA (NECCULT). Conheça a Rede Incubadoras Brasil Criativo. **Site Institucional do NECCULT**, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/obec/neccult/noticia.php?id=22&titulo=CONHE%20A%20REDE%20INCUBADORAS%20BRASIL%20CRIATIVO>. Acesso em: 19 dez. 2021.

OLIVEIRA, Ana Cristina Audebert Ramos de; COSTA, Carlos Alberto Santos; NUNES, Gilson Antônio. Perfil dos cursos de graduação em museologia do Brasil. *In*: OLIVEIRA, Ana Paula de Paula Loures de; OLIVEIRA, Luciane, Monteiro (org.). **Sendas da museologia**. Ouro Preto: UFOP, 2012.

OLIVEIRA, Marcela Marrafon de. Profissionalização e expansão da Museologia no Brasil. **Ciência e Cultura**, São Paulo, v. 64, n. 4, p. 64-65, dez. 2012. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.21800/S0009-67252012000400024>. Acesso em: 18 abr. 2022.

SENNA, Carlos Eduardo; FIALHO, Francisco Antônio. Personas: a teoria Junguiana dos tipos psicológicos e sua utilidade para o *design*. **Projética**, Londrina, v. 7, n. 1, p. 37-52, 2016.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). Como abrir uma Micro ou Pequena Empresa. **Site Institucional do SEBRAE**, Brasil, 2021a. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-abrir-uma-micro-ou-pequena-empresa,c415226b84fd7710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 21 abr. 2022.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). Como as incubadoras de empresas podem ajudar o seu negócio. **Site Institucional do SEBRAE**, Brasil, 2021b. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/as-incubadoras-de-empresas-podem-ajudar-no-seu-negocio,f240ebb38b5f2410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 03 abr. 2022.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). Quais são os tipos de empresas? **Site Institucional do SEBRAE**, Brasil, 2020. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/conteudo_uf/quais-sao-os-tipos-de-empresas,af3db28a582a0610VgnVCM1000004c00210aRCRD. Acesso em: 12 abr. 2022.

TIDD, Joe; BESSANT, John; PAVITT, Keith. **Gestão da inovação**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS (UFPEL). Contextualização. **Site Institucional do Curso de Museologia**, Pelotas, 2022. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/museologia/contextualizacao>. Acesso em: 21 abr. 2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL (UFRGS). Histórico. **Site Institucional da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação**, Porto Alegre, [2022a]. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/fabico/a-fabico/historico>. Acesso em: 15 mar. 2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL (UFRGS). Secretaria de Desenvolvimento Tecnológico. **Site Institucional do Programa de Empreendedorismo da UFRGS**. Porto Alegre: UFRGS, [2022b]. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/empreendedorismo>. Acesso em: 14 abr. 2022.

VANZ, Samile Andréa de Souza (coord.). **Evasão e retenção no Curso de Biblioteconomia da UFRGS (2000/1 – 2009/2)**. Porto Alegre: UFRGS, 2013.

APÊNDICE A — QUESTIONÁRIO DIRECIONADO AOS EMPRESÁRIOS



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO
CURSO DE MUSEOLOGIA

QUESTIONÁRIO PARA PESQUISA DE GRADUAÇÃO - EMPRESAS COREM 3R

Questionário realizado como ferramenta para compor a pesquisa para dissertação de graduação intitulada EMPRESAS DE MUSEOLOGIA: O MUSEÓLOGO COMO EMPREENDEDOR E SUA ABSORÇÃO PELO MERCADO, de autoria de Alexya Gonçalves Donat sob orientação da Profª Drª Márcia Regina Bertotto, realizada no período entre os meses de Dezembro de 2021 e Abril de 2022.

1. Gênero: _____
2. Faixa etária
 - 18-20
 - 21-25
 - 26-29
 - 30-39
 - 40-50
 - 50+
3. Em que ano ingressou na graduação?
4. Em que ano concluiu o curso de Museologia?
5. Atuou na área enquanto exercia sua graduação?
 - Não
 - Sim, _____

6. Qual era sua perspectiva de futura atuação profissional enquanto aluno da museologia?
- Concurso/Museu público
 - Museu privado
 - Empresas/Escritórios de museologia privados
 - Pretendia se especializar mais
 - Emprego não-relacionado ao campo
 - Outros_____.
7. Como surgiu a ideia de empreender?
8. Já tinha noções básicas de empreendedorismo? Se sim, como adquiriu esse conhecimento?
9. Quais foram as dificuldades iniciais ao organizar a empresa?
10. Como se caracteriza sua empresa?
- MEI - Microempreendedor Individual
 - EI - Empresário Individual
 - LTDA - Sociedade Empresária Limitada
 - ME - Micro Empresa
 - EPP - Empresa de Pequeno Porte
 - Outra_____.
11. Que serviços oferta?
- Consultoria, Plano museológico
 - Transporte, acondicionamento e segurança
 - Produção Cultural, Curadoria
 - Documental: tratamento de dados, arrolamento, inventário
 - Conservadoria, restauro
 - Outro.Qual?_____.
12. Em sua opinião existe um mercado para os empreendimentos no campo da museologia no estado?
13. O período de pandemia afetou o fluxo de trabalho da sua empresa de alguma maneira? Se sim, como?

APÊNDICE B — MODELO DE QUESTIONÁRIO DIRECIONADO AOS EGRESSOS DO CURSO DE MUSEOLOGIA DA UFRGS

20/04/2022 10:59

O MUSEÓLOGO NO MERCADO DE TRABALHO: questionário aos egressos da FABICO

O MUSEÓLOGO NO MERCADO DE TRABALHO: questionário aos egressos da FABICO

Olá!

Você está sendo convidado/a a participar de estudo acerca da pesquisa para o trabalho de conclusão de graduação, intitulado EMPRESAS DE MUSEOLOGIA: O MUSEÓLOGO COMO EMPREENDEDOR E SUA ABSORÇÃO PELO MERCADO, de autoria de Alexya Gonçalves Donat sob orientação da Profª Drª Márcia Regina Bertotto.

O objetivo geral da pesquisa é analisar a prática da museologia como empreendimento e os índices de empregabilidade da profissão no período entre os anos de 2015 a 2020. Os benefícios desta pesquisa se encontram na possibilidade da apresentação de novos conhecimentos referentes à temática nos âmbitos local e nacional.

Os dados coletados através da sua participação serão utilizados única e exclusivamente para fins acadêmicos. Estes dados serão tratados confidencialmente. Você NÃO será identificado.

Informações a respeito do estudo podem ser solicitadas a qualquer momento por meio da Profa. Dra. Márcia Regina Bertotto, sob a matrícula 27057 da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: marcia.bertotto@ufrgs.br. Telefone: (51) 99901-6705.

Sua resposta será de grande ajuda na composição dessa pesquisa, obrigada!

*Obrigatório

1. E-mail *

2. Gênero *

Insira no espaço abaixo o gênero com o qual se identifica

Marcar apenas uma oval.

Feminino

Masculino

Não Binária

Prefere não responder

Outro: _____

20/04/2022 10:59

O MUSEÓLOGO NO MERCADO DE TRABALHO: questionário aos egressos da FABICO

3. Faixa etária *

Selecione o grupo correspondente a sua idade, se nenhum dos grupos corresponder, por favor especifique

Marcar apenas uma oval.

- 18-20
- 21-25
- 26-29
- 30-39
- 40-50
- 50+
- Outro: _____

4. Em que ano você ingressou no curso de museologia da UFRGS? *

Se o seu período de ingresso antecede o ano de 2015, por favor especifique em 'outros'

Marcar apenas uma oval.

- 2015
- 2016
- 2017
- 2018
- 2019
- Outro: _____

5. E quando você concluiu o curso? *

Exemplo: 7 de janeiro de 2019

20/04/2022 10:59

O MUSEÓLOGO NO MERCADO DE TRABALHO: questionário aos egressos da FABICO

6. Você obteve experiência profissional na área enquanto exercia sua graduação? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

7. Quais eram suas perspectivas de atuação profissional e carreira enquanto estudante do curso de museologia? *

Marque todas que se aplicam.

Prestar concursos para museus públicos

Atuar em museus privados

Trabalhar em empresas ou escritórios de museologia privados

Pretendia me especializar mais

Trabalhar em empregos não-relacionados ao campo

Outro: _____

8. Quais são as suas perspectivas agora? *

Marque todas que se aplicam.

Prestar concursos para museus públicos

Atuar em museus privados

Trabalhar em empresas ou escritórios de museologia privados

Pretendia me especializar mais

Trabalhar em empregos não-relacionados ao campo

Outro: _____

9. Que profissão exerce no momento? *

Se não quiser responder a pergunta, por favor preencha apenas com "não se aplica" ou "prefiro não responder"

20/04/2022 10:59

O MUSEÓLOGO NO MERCADO DE TRABALHO: questionário aos egressos da FABICO

10. Durante o seu período de graduação, teve conhecimento dos programas e práticas de empreendedorismo e inovação realizadas dentro da Universidade? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não
 Não me recordo

11. O período de pandemia afetou o seu fluxo de trabalho de alguma maneira? Se sim, como? *

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

APÊNDICE C — MODELO EM BRANCO DO TCLE UTILIZADO



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
CURSO DE MUSEOLOGIA

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - TCLE

Você está sendo convidado/a a participar de estudo acerca da pesquisa para dissertação de graduação intitulada EMPRESAS DE MUSEOLOGIA: O MUSEÓLOGO COMO EMPREENDEDOR E SUA ABSORÇÃO PELO MERCADO, de autoria de Alexya Gonçalves Donat sob orientação da Profª Drª Márcia Regina Bertotto.

O objetivo geral da pesquisa é analisar a prática da museologia como empreendimento e seus índices de empregabilidade no período entre os anos de 2015 a 2020. Os benefícios desta pesquisa se encontram na possibilidade da apresentação de novos conhecimentos referentes à temática nos âmbitos local e nacional.

Sua participação é livre, você tem o direito de solicitar quaisquer informações a respeito da pesquisa a qualquer momento, sem que isso acarrete qualquer prejuízo a você direta ou indiretamente.

Caso aceite, sua participação se dará através do preenchimento de um questionário para posterior transcrição e análise de dados. A restituição será feita com o envio na íntegra do texto. O material da pesquisa ficará sob guarda da pesquisadora por cinco anos, conforme indica a Resolução 510/2016.

Os dados coletados através da sua participação serão utilizados única e exclusivamente para fins acadêmicos. Estes dados serão tratados confidencialmente. Caso você concorde, seu nome poderá constar do texto.

Informações a respeito do estudo podem ser solicitadas a qualquer momento por meio da Profª Drª Márcia Regina Bertotto, sob a matrícula 27057 da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Endereço eletrônico: marcia.bertotto@ufrgs.br. Telefone: (51) 99901-6705. Caso seja necessário, você também poderá entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da UFRGS por meio do telefone (51) 3308.3738 ou no endereço Avenida Paulo Gama, 110, sala 317, Prédio Anexo I da Reitoria, Campus Centro, Porto Alegre, RS, CEP 90040-060.

Este termo é assinado em duas vias, sendo uma para o participante/interlocutor e outra para o pesquisador.

Declaro que entendi os objetivos e as condições de minha participação na pesquisa e, sendo assim, concordo em participar.

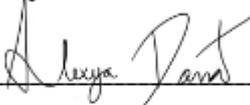
Nome do/a interlocutor/a: _____

Assinatura do/a interlocutor/a da pesquisa: _____

Nome do pesquisador que aplicou o Termo de Consentimento:

_____ Alexya Gonçalves Donat _____

Assinatura do Pesquisador que aplicou o Termo de Consentimento:

_____  _____

Local: _____

Data: ____/____/____