



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
HABILITAÇÃO EM PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

DANIELA SANTOS AQUINO

VIDA E SUBALTERNIDADE NO CENTRO ANTIGO
Projeto Executivo direcionado à Editais

SALVADOR
2016

DANIELA SANTOS AQUINO

VIDA E SUBALTERNIDADE NO CENTRO ANTIGO

Projeto Executivo direcionado à Editais

Memorial apresentado ao Curso de Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, em 2015.2. Para fins de obtenção do Título de Bacharel.

Orientador: Prof. Dr. Mauricio Tavares

SALVADOR
2016

À Deus, minha força interior que em todos os momentos de fraqueza e dificuldades me inspirou e me trouxe de volta ao trilho, me fortalecendo para enfrentar todos os desafios desta vida.

AGRADECIMENTOS

A minha mãe, que mesmo estando no plano Celestial, guia a minha caminhada.

Ao meu pai, que infelizmente não pude conhecer, mas que admiro pelo homem que foi.

Aos meus irmãos, Celinha, Moysés, Reinaldo e Adilson, que sempre exerceram papéis importantíssimos em minha vida, sem eles nada seria possível. Eles são mais que irmãos, são pais. E eu só tenho a agradecer por ter sido presenteada com essa família digna e maravilhosa.

A minha namorada Lysia Ayana, por tornar meus dias mais felizes, pelo seu companheirismo, carinho e cuidado.

A minha amiga Iasnaia Lima, que há muitos anos têm ocupado um lugar especial na minha vida, proporcionando-me doses excessivas de sorrisos. Obrigada por ajudar-me nos momentos em que mais precisei, e por dividir comigo sua vasta experiência.

Aos amigos, Adriana, Caio, Anderson, Marília, Sara e Ailton, por alegrarem meus dias durante a faculdade.

Ao professor Mauricio Tavares, por ter aceitado me orientar e ajudar nesse percurso.

“Ser Feliz é para quem tem coragem!
(Dona Canô)

RESUMO

Esta é a memória descritiva do projeto executivo cultural, na área de artes visuais, intitulado Vida e Subalternidade no Centro Antigo, cuja proposição é a montagem de uma exposição artística, que surge da vivência e reflexão do artista visual e sociólogo Flavio Marzadro, na região do Centro Antigo de Salvador. A exposição será composta de artefatos urbanos, esculturas e impressão das calçadas em telas, possibilitando dessa forma uma discussão sobre fatos históricos, dinâmicas e mudanças sociais e a relação dos moradores com a região.

Essa memória irá se debruçar sobre dois temas, a citar: a importância da elaboração e formatação de um projeto cultural direcionado à editais públicos e privados, a partir de informações teóricas e práticas; e sobre o objeto artístico, fruto desse projeto.

Para tanto, será feita uma breve análise da importância dos editais no fomento à produção cultural e uma breve contextualização da temática abordada pela exposição artística, a partir das questões sociais e históricas que as norteiam, tais como moradia, abandono e as intervenções de revitalização propostas pelo Estado para o Centro Antigo.

Palavras chave: Edital, Projeto Cultural; Centro Antigo; Artes Visuais; Exposição; Leis de Incentivo.

SUMÁRIO

1. Introdução.....	8
1.1 Sujeito e a apetências.....	8
1. 2 Porque Projeto Cultural?.....	11
2. Financiamento à Cultura: Leis de Incentivo e Editais Públicos.....	13
3. O Projeto.....	15
3.1 Composição e Etapas da Elaboração.....	16
4. O objeto artístico.....	22
4.1 Breve contexto histórico e social.....	22
5. Considerações finais.....	25
6. Referências	27

1. INTRODUÇÃO

1.1 SUJEITO E APETÊNCIAS

Ao sair da faculdade me deparei com uma grande dúvida que assola praticamente todos os jovens da minha idade, naquele tempo, qual o curso eu faria na minha graduação? Após pensar bastante, uma certeza nasceu em mim, de que eu tinha que cursar uma graduação na área de humanas, pois só assim poderia tentar compreender a complexidade das sociedades, do seu desenvolvimento, das suas criações e tudo o que lhe exerça influência.

Dentro dessa perspectiva, após muita pesquisa, percebi que o meu perfil, bem como a minha busca apontavam imediatamente para o curso de comunicação. Ao prestar o vestibular da UFBA, precisei afunilar mais ainda e decidir se daria ênfase ao Jornalismo ou a Produção Cultural, dúvida esta, que foi sanada de maneira muito mais rápida, pois vi no curso de Produção Cultural a possibilidade de unir teoria à prática.

Era latente o meu desejo de fazer a minha graduação em um curso que me proporcionasse prática no seu decurso, bem como me abrisse um leque profissional ao seu término, pois, apesar de naquele momento imaginar que eu trabalharia com a produção de shows e eventos, sabia que por ter uma identificação tamanha com a área, poderia no transcurso da graduação mudar o meu modo de pensar e querer atuar em outras extensões, algo que também seria possível por imaginar que Produção apresentaria um leque de possibilidades de atuação.

Além disso eu tinha um grande anseio em estudar a cultura e todos os seus desdobramentos, atores sociais, através de uma perspectiva não-midiática.

Ao ingressar no curso de Produção Cultural da UFBA tive a minha aspiração daquele momento realizada, imaginei que estaria cursando a graduação que eu tanto esperava e que iria me possibilitar as vivências de prática que eu almejava. Porém, na metade do curso já sentia uma frustração muito grande, pois todo aquele encaixe da teoria com a prática que eu imaginava que se daria ao longo do curso ficou a desejar, já que a grade curricular desta graduação tem poucas disciplinas voltadas realmente para a Produção, sentia que o curso era moldado na estrutura curricular do curso de Jornalismo. Não tiro aqui a importância de termos acesso à assuntos de outra área, no caso Jornalismo, mas como aluna de produção senti a falta de articulações do curso de Produção Cultural com outras ambiências artísticas, como Belas Artes, Artes Cênicas, Dança etc, que me proporcionasse um leque maior de possibilidades de atuação enquanto produtora.

Esse contratempo fez com que eu me sentisse desestimulada, uma vez que todos os meus planos sucumbiam no decorrer de matérias bastante abstratas e sem diálogo com a prática da produção, ressalto que as teorias são fundamentais para chegarmos a conceitos elementares em qualquer estudo acadêmico, entretanto, devem se fundir com a prática, principalmente tratando-se da formação de um produtor cultural.

Mesmo diante dessas frustrações prosseguir com a graduação e fui muito feliz em algumas disciplinas cursadas, tais como: Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos Culturais, Marketing Cultural e Assessoria de Comunicação. Na primeira pude com a facilitação do professor Adriano Sampaio, vivenciar algo que eu tanto desejava ao longo do curso, ver ideias se materializando no mundo concreto, algo fascinante, do plano imaginário direto para a concretude do projeto em si, nessa perspectiva as ideias tinham formato, modelo, metas, roteiro e objetivos rumo à sua

realização. Na segunda, por sua vez, foi essencial para a compreensão das perspectivas práticas, estratégicas e mercadológicas que envolvem também a elaboração de um projeto.

Além dessas outras disciplinas como Estética e Comunicação, Semiótica e Comunicação e Cultura Contemporânea me possibilitaram uma visão mais ampla sobre Cultura e Sociedade.

A partir da vivência dessas disciplinas e do meu fascínio pela cidade de Salvador, principalmente pela sua arquitetura colonial, foi que cheguei a temática do meu projeto de conclusão de curso.

Cheguei em Salvador para cursar Produção Cultural da UFBA, sou natural de Belmonte, extremo Sul da Bahia, e nos trajetos do ônibus tanto para o meu estágio, quanto para a faculdade, eu ficava na janela admirando as paisagens, monumentos, ruas e casarões históricos, os quais até então só tinha visto nos livros de História. Sempre me chamou atenção a beleza arquitetônica e urbanística do Centro Antigo, especificamente do Pelourinho. Ao passo que também me despertava curiosidade o abandono e a marginalização daquela região.

Com o intuito de sanar essa inquietação fui pesquisar sobre quais eram as políticas públicas voltadas para a melhoria daquela região tão marginalizada e concomitantemente tão rica de historicidade. Descobri que havia um Plano de Reabilitação do Centro Histórico de Salvador proposto pelo Estado, aprofundando ainda mais as pesquisas pude perceber que o Centro Antigo era/é uma região em debate. De um lado encontra-se o Estado e o seu Plano de Reabilitação, do outro, moradores, ativistas e pesquisadores, que entendem que o Plano de Reabilitação é

na verdade um modelo excludente de renovação urbana. Passei então a acompanhar virtualmente as discussões sobre o tema.

Anos mais tarde, conversando com uma amiga sobre essas questões, ela me disse conhecer o artista plástico e sociólogo, Flavio Marzadro, que desenvolvia trabalhos consistentes com comunidades daquela região, em particular, com a comunidade da Ladeira da Preguiça e Chácara Santo Antônio. Imediatamente me interessei em conhecer seu trabalho.

Pouco tempo depois eu e o Flavio nos conhecemos, e ele já tinha o desejo de elaborar um projeto na área de artes visuais, com artefatos recolhidos no Centro Antigo, que abordasse as problemáticas sociais, culturais, históricas, arquitetônicas e urbanísticas que envolviam e até hoje envolvem a região. E a partir daquele dia passamos a viabilizar a elaboração de um projeto cultural que abordasse o tema.

Dessa forma, o meu Trabalho de Conclusão de Curso, tendo como produto o projeto executivo a ser submetido a editais, nasce do meu interesse pelas questões sociais que envolvem a revitalização do Centro Antigo e da minha parceria com o artista plástico e sociólogo Flavio Marzadro, que busca através da sua arte compreender as dinâmicas sociais daquela região, discutir a relação dos moradores comuns, nesse caso, atores sociais subalternos com o espaço onde vivem. Através de uma perspectiva artística onde esses atores sociais subalternos tenham voz e protagonismo, contrariando o silenciamento e a “cegueira social” aos quais são submetidos.

1.2 POR QUE PROJETO CULTURAL?

A opção por elaborar como produto de conclusão de curso um projeto executivo, surge de um questionamento que me acompanhou durante todo o curso, sobre o

desdobramento prático da teoria apreendida. Sentia, ainda, a necessidade de retribuir à comunidade que me acolheu, vinda do interior, com uma ação objetiva, palpável que pudesse redundar em uma ação prática. Nesse sentido construir uma monografia, por mais relevante que possa ser, me parecia mais uma ferramenta que seria utilizada para pesquisa, do que uma ferramenta de impacto nessas comunidades.

A partir daí passei a discutir o formato que daria a esse projeto e, novamente, muito em função do retorno imediato à comunidade, apostei no formato que atende a maioria dos editais atuais, tanto os relacionados às empresas que se utilizam de isenção fiscal, quanto dos editais que supõem verba direta por parte do Estado e outras instâncias ligadas aos governos.

Apesar de ter consciência de que a elaboração de um projeto cultural não se inicia com o preenchimento/formatação de um projeto à uma determinada instituição, sendo antes concebido dentro de um sistema com gramáticas próprias, atores e conjuntura política cultural específica, esse formato foi adotado, por atender à maioria dos programas de fomento existentes, considerando que é muito limitada a possibilidade de apoio direto por parte das empresas, o trecho a seguir descreve os processos de elaboração de um projeto:

Um projeto cultural na sua fase de elaboração assemelha-se a uma pesquisa científica e, qualquer que seja o seu objeto, implica na formulação e reconhecimento dos seus problemas, ou seja, de um conjunto de perguntas que se pretende responder; na determinação das informações necessárias para encaminhar as respostas às perguntas feitas; na seleção das melhores fontes dessas informações; em um estudo de viabilidade do projeto; na identificação do projeto e seus objetivos. (BRASIL, 2005, p.126).

É importante salientar que o campo da cultura têm exigido cada vez mais profissionalização dos produtores culturais, sendo necessário um olhar estratégico e sensível para essa área de atuação. Diante das mudanças políticas,

comunicacionais e tecnológicas, esse profissional precisa estar atento e atualizado com essas dinâmicas de mercado, ou seja, planejamento e organização são fundamentais para um projeto alcançar êxito.

“O planejamento estratégico é uma das principais ferramentas gerenciais de um gestor cultural” (CUNHA, 2013, p.17). De maneira que não é permitido o não uso do planejamento estratégico por um gestor cultural em seu dia-a-dia, haja vista que é através dele que se norteará o desenvolvimento do projeto.

Conhecer verdadeiramente a realidade e o contexto social onde estão inseridos o público-alvo, é outro fator importante para a elaboração de um projeto cultural bem-sucedido e viável. Aspectos do cenário social, histórico e cultural devem ser analisados cuidadosamente.

Para uma real aproximação e conhecimento sobre o objeto de estudo, são necessárias pesquisas, levantamentos de dados, aprofundamento sobre o contexto social inserido, benefícios e riscos, esses são fatores que servem de parâmetros norteadores para o desenvolvimento e êxito do projeto.

2. FINANCIAMENTO À CULTURA: SOBRE LEIS DE INCENTIVO E EDITAIS PÚBLICOS

Um dos maiores obstáculos enfrentados pela produção cultural, talvez sejam as dificuldades para viabilização dos seus projetos. Nesse sentido o planejamento e a elaboração de um projeto exequível são fundamentais para sensibilizar o público e o patrocinador sobre a necessidade e a importância daquele objeto para uma determinada comunidade, linguagem artística e área de fomento.

Se essa já é uma tarefa árdua para os produtores, torna-se ainda mais difícil para as pessoas que não possuem conhecimento sobre a “gramática” que envolve a elaboração de projetos para Editais e Leis de incentivo.

É comum encontrar pessoas com ideias de excelentes projetos, entretanto, sem conhecimento para enquadrá-las nos moldes das leis de incentivo e dos editais de patrocínio. Surge então a partir dessa carência a parceria com o produtor cultural, que através do seu conhecimento torna possível a transformação de boas ideias em projetos exequíveis.

Atualmente no Brasil há formatos distintos de financiamento à cultura. Um deles abrange esfera pública, através de governos federais, estaduais e municipais. O outro abrange a esfera privada através de fundações, empresas, organizações sem fins lucrativo e pessoas físicas.

Na esfera pública, o fomento pode ocorrer de forma direta ou indireta. Na forma direta o fomento se dá através de editais de patrocínio, formação de fundo de cultura, subsídios às instituições culturais e aos artistas, tudo isso através de recursos próprios programados em orçamentos anuais. Nessa modalidade os recursos quantitativos que dispõe o ente federativo são oriundos de percentuais sobre os tributos arrecadados.

Uma das vantagens do fomento direto é a possibilidade de desconcentração e democratização na produção de bens culturais, uma vez que dentro da lógica comercial, produções culturais menos convencionais e sem apelo de visibilidade, teriam poucas chances de captar recursos públicos, como é o caso do projeto em questão.

A forma de fomento indireta ocorre pelo abatimento de impostos das empresas, possibilitando o patrocínio da área privada através da chamada Lei de incentivo fiscal.

A lógica das leis de incentivo torna-se componente vital do financiamento à cultura no Brasil. Esta nova lógica de financiamento [...] se expandiu para estados e municípios e para outras leis nacionais, a exemplo da Lei do Audiovisual (Governo Itamar Franco), a qual ampliou ainda mais a renúncia fiscal. (RUBIM, A 2005 P. 25)

As Leis de incentivo é a modalidade mais recorrente no país, sendo benéfica tanto para os agentes culturais quanto para as empresas. Uma vez que ajuda a pulverizar e potencializar a produção de bens culturais no país, como também têm sido muito utilizado como ferramenta de marketing cultural ao patrocinador, ao associar à imagem dessas empresas ao prestígio de determinados produtos culturais.

Acredito que tanto no fomento direto quanto no indireto, é necessária e de suma importância a participação social, para o correto uso dinheiro público, e para que não ocorra hierarquia nos valores culturais e hegemonias no âmbito da produção cultural. Democratizar a produção de bens culturais e seu acesso são os caminhos para uma sociedade mais justa.

3. O PROJETO

Existem inúmeras definições acerca da palavra *projeto*, “uma organização transitória, que compreende uma sequência de atividades dirigidas à geração de um produto singular em um tempo dado”, conceito de THIRY-CHERQUES (CHERQUES, 2008, p. 15); “esforço temporário empreendido com um objetivo pré-estabelecido, definido e claro, seja criar um novo produto, serviço, processo. Tem início, meio e fim definidos, duração e recursos limitados, em uma sequência de

atividades relacionadas”, segundo AVELLAR E DUARTE ou “Em um sentido lato, projeto é qualquer propósito de ação definida e organizado de forma racional.”, segundo NILSON HOLANDA, em sua obra Planejamento e Projetos (HOLANDA, 1975, p. 95).

Um projeto cultural seria, portanto, um projeto onde o objeto é estritamente cultural. Iremos considerar, nesse sentido a dimensão sociológica da cultura utilizada por Botelho:

Produção elaborada com a intenção explícita de construir determinados sentidos e de alcançar algum tipo de público, através de meios específicos de expressão. Para que essa intenção se realize, ela depende de um conjunto de fatores que propiciem, ao indivíduo, condições de desenvolvimento e de aperfeiçoamento de seus talentos, da mesma forma que depende de canais que lhe permitam expressá-los. Em outras palavras (...) refere-se a um conjunto diversificado de demandas profissionais, institucionais, políticas e econômicas, tendo, portanto, visibilidade em si própria. Ela compõe um universo que gere (ou interfere em) um circuito organizacional, cuja complexidade faz dela, geralmente, o foco de atenção das políticas culturais (...). (BOTELHO, 2001, p.03).

Por outro lado, como toda a atividade humana, a cultura requer organização, bem como possui normas próprias e instrumentos que a regulam.

Esta atividade de cultura busca, desse modo, - através do acionamento de uma variedade de recursos: financeiros, materiais, técnicos, tecnológicos, humanos etc. - tornar viável e dar concretude aos produtos e eventos decorrentes dos processos de imaginação e invenção desenvolvidos pelos criadores culturais. (RUBIM, Linda, 2005 p. 21)

Desse modo, é importante a apresentação de uma proposta coerente, bem planejada, com coesão entre metas e orçamento, e principalmente, que sua realização traga como contrapartida benefício social, caso a fonte de financiamento seja através de fomento público.

3.1 COMPOSIÇÃO E ETAPAS DA ELABORAÇÃO.

É importante aqui destacar que diante das dificuldades de patrocínio por parte das empresas para projetos na “linguagem” de artes visuais, o projeto “Vida e

Subalternidade no Centro Antigo” foi pensado e direcionado à fontes de financiamentos oriundas dos Editais e Leis de incentivo, apesar disso, o projeto não exclui a possibilidade de receber investimentos privados.

Para isso uso como eixo e referência as etapas sugeridas por Rosa Vilas Boas (2010) que descreve um formato no qual o projeto deve conter campos como Apresentação, Justificativa, Objetivos, Público-alvo, Localização, Estratégias de ação, Orçamento e Cronograma.

Portanto o projeto “Vida e Subalternidade no Centro Antigo” é composto de título do projeto, segmento principal e secundário, resumo/apresentação, descrição, justificativa, objetivo principal e secundário, diagnóstico (pontos fortes/fracos), estratégia de ação, plano de metas, equipe, público-alvo, cronograma/roteiro de execução, plano de comunicação, contrapartidas ao patrocinador, plano de distribuição e acesso, planilha orçamentária.

Título – Nome dado ao projeto. Importante estar atento, quando se trata de projeto inscrito em editais, para que o mesmo nome seja utilizado em toda campanha de comunicação elaborado para o projeto.

Principal segmento – Principal linguagem artística envolvida no projeto.

Outros segmentos envolvidos – Quais as outras linguagens presentes no projeto. Importante salientar que “outros segmentos” não é a mesma coisa de projetos de “multilinguagem”, esses têm geralmente categoria própria.

Resumo/ Apresentação – Nesse campo é importante apresentar o objetivo principal, local e período de realização. Geralmente existe um número de caracteres limitados para o preenchimento deste campo.

Descrição – Aqui é definido o que é o projeto. Sendo importante detalhar as principais ações previstas, a metodologia ou plano de ação que será estrategicamente pensando para o cumprimento de suas metas, o período de realização das principais ações, citados os principais parceiros e outras ações que sejam relevantes para a compreensão do projeto.

Justificativa – Um dos campos mais importantes no projeto executivo, pois é nesse campo que pode-se elencar a relevância do projeto, as características que o tornam importantes para determinada comunidade/segmentos culturais/linguagens artísticas. Características como ineditismo, originalidade e caráter estruturante também podem ser avaliados.

Objetivos – Ações que você pretende realizar. Aqui pode haver uma divisão entre objetivo principal e secundário. O principal é o objeto deste projeto, que é “a realização de uma exposição individual, no Goethe Institute, sobre a atual questão do Centro Antigo de Salvador”. Os objetivos secundários são os desdobramentos que se espera atingir com as ações, voltando ao meu projeto pode-se citar como objetivo secundário, por exemplo, o fomento à discussão que envolve o conceito de arte pública.

Diagnóstico do projeto - Aqui serão elencados as qualidades e as deficiências, as condições que serão favoráveis e as não favoráveis ao projeto, tendo como base o cenário atual em que ele está inserido, a partir dessa análise se norteia o planejamento e as estratégias que deverão ser utilizadas.

Plano de metas – É a quantificação das ações previstas. Por exemplo quais exposições se pretende realizar, no caso de atividades formativas, qual é a carga horário, quantas pessoas podem ser atingidas por cada uma das ações. Uma das

relações possíveis de ser avaliadas, em projetos executivos, é a coerência entre o plano de metas, cronograma de execução e planilha orçamentária. A partir dessa análise podemos mensurar, por exemplo, quais projetos são mais interessantes do ponto de vista do custo e benefício.

Estratégia de ação - A estratégia de ação descreve como será realizado o projeto, trazendo os detalhes de suas etapas e os profissionais envolvidos, é essencial que as etapas dialoguem de forma coerente com o orçamento e o cronograma.

Equipe – Aqui serão elencados todos os profissionais envolvidos, mesmo que os nomes ainda tenham sido definidos, os cargos deverão ser descritos.

Público-alvo - Um dos pontos fundamentais para se pensar no planejamento estratégico é a definição do público-alvo. Ele norteará todas as estratégias para que seja possível um projeto atraente aos seus olhos. Muitas vezes as próprias características do projeto já revelam seu público. Alguns fatores são levados em conta na hora de defini-lo, como a linguagem em que o projeto se encaixa (dança, onde será desenvolvido, se gratuito ou não, dentre outros aspectos).

Plano de comunicação – Serve para pensar como será feita a divulgação do projeto, quais os meios, em quais mídias, de quais formas. Criar um conceito para o plano de comunicação é importante para nortear qual a imagem se quer passar e como torná-lo atraente

Plano de contrapartidas – Tem como objetivo apresentar ao patrocinador as vantagens e oportunidades que ele terá apoiando o projeto, essa contrapartida pode ter cunho social ou mercadológico. É uma etapa muito importante, onde todas as vantagens devem ser descritas e detalhadas no intuito de atrair patrocínio.

Roteiro de execução – É a distribuição das ações em determinado tempo de execução. Geralmente o projeto é dividido em três etapas: Pré-produção, produção/execução e pós produção ou disprodução. Na Pré-produção, em geral, são alocadas as ações mais voltadas ao planejamento, contratações, consolidação de parcerias e definição do plano de comunicação. No caso de um projeto de artes virtuais que propõe exposição é necessário prever, nessa fase, a elaboração do projeto expográfico e a montagem propriamente dita. Ou seja, existem especificidades em cada uma das diferentes áreas artísticas que devem ser lembradas na definição do cronograma de execução. A etapa de “Produção” trata efetivamente da execução da proposta e a pós produção diz respeito as ações de finalização do projeto, no nosso caso, entre outras coisas precisamos desmontar, dentro do período acordado com o local que abrigará o projeto, a exposição e, se tratando de projeto apoiado pelo Estado ou suas autarquias, realizar a Prestação de Contas. Algumas empresas, no caso de projetos captados via Leis de Incentivo, não solicitam a prestação de contas direta, consideram necessário apenas a aprovação pelo órgão do Estado responsável pela gestão do programa. De todo modo, é nessa fase que temos que gerar material que nos permita renovar parcerias e registrar os dados de execução, quantitativos dos produtos e alcance gerado pelo projeto. Muitas instituições optam por elaborarem *books* com intenção de pós-venda.

A fase de pré-produção envolve toda a atividade preparatória para a execução de um projeto cultural. A fase subsequente, a produção, corresponde ao momento da execução, em sua singularidade, da atividade cultural: ela funciona como o momento de maior envergadura e complexidade da organização da cultura. Por fim, a terceira e última fase: a pós-produção, quando acontecem as tarefas de finalização da obra ou do evento cultural. (RUBIM, Linda, 2005, p. 25)

Plano de distribuição e acesso – Campo em que elencamos as estratégias utilizadas para a distribuição dos produtos gerados (quando o projeto prevê a

criação de produtos, como CD, DVD, livros, ingresso etc) ou para facilitar, aproximar o público de seu evento. Algumas instituições exigem que, no caso de produtos, seja destinada uma porcentagem como contrapartida do apoio. Esse é um tema polêmico posto, por exemplo, que no caso de apresentações ao vivo, têm-se solicitado que seja destinado porcentagem sobre a previsão de ingressos. A discussão é feita com base em que, nesses casos, o produto é a própria apresentação musical, não sendo portanto, plausível a cessão de ingressos. Por outro lado, discute-se muito sobre o destino que é dado aos produtos cedidos, pois não existe transparência, por parte do Estado, sobre a distribuição desses produtos. Os projetos que não preveem produtos devem esboçar as estratégias que serão adotadas para aproximação do público, alguns produtores apostam na gratuidade do acesso, estratégia bastante discutida e polêmica, pois muitos consideram ineficaz, por não gerar aumento significativo de público e desestimuladora do desenvolvimento da produção cultural.

Ficha técnica – Elencamos na ficha técnica os principais profissionais do projeto ou como preferem alguns os profissionais responsáveis pela identidade do projeto. Importante anexar os currículos desses profissionais para evidenciar a capacidade de executar a proposta. Muitos editais exigem que a Ficha técnica seja formada em sua maioria (em alguns casos pode chegar à 75%) de pessoas oriundas da localidade de execução.

Planilha orçamentária – Detalhamento dos custos necessários para realização plena da proposta. Muitos produtores pecam por elaborar uma planilha que não atende as metas sugeridas por acreditarem ser mais fácil a aprovação de um projeto barato. No entanto o que se espera de um projeto executivo é que os custos sejam equilibrados com as ações propostas e se utilize os valores praticados no mercado local. É importante, portanto, construir um orçamento real, sem rubricas

superestimadas ou subestimadas. Precisamos nos ater, entretanto, a relação custo benefício que dirá, em última instância, se é interessante ou não investir em determinada proposta.

4. O OBJETO ARTÍSTICO

O Projeto Vida e Subalternidade no Centro Antigo propõe uma exposição artística, que surge da vivência e reflexão do artista visual e sociólogo Flavio Marzadro na região do Centro Antigo de Salvador. A exposição será composta de artefatos urbanos, esculturas de pessoas e impressão das calçadas em telas, possibilitando dessa forma uma discussão sobre fatos históricos, dinâmicas e mudanças sociais e a relação dos moradores com a região.

A exposição pretende discutir a relação arbitrária de ocupação dessa região, as constantes alterações do perfil de seus moradores e suas consequências, isso a partir de uma perspectiva dos moradores comuns, pois a exposição almeja fazer essa reflexão dando voz aos seus atores sociais subalternos.

Propondo também uma discussão sobre a urbe e sobre as questões de ocupação do Centro Antigo de Salvador, uma vez que essa região vive um processo de “revitalização” que divide opiniões.

4.1 BREVE CONTEXTO HISTÓRICO E SOCIAL

O Centro Antigo de Salvador corresponde à uma área de 7 km², sendo composto por onze bairros da capital baiana, são eles: Centro Histórico, Centro, Barris, Tororó, Nazaré, Saúde, Barbalho, Macaúbas, parte do Espigão da Liberdade, Comércio e Santo Antônio. E assim como outros centros históricos da América Latina, sofreu a

partir da segunda metade do século XX um processo de esvaziamento e abandono, consequência do novo modelo fordista de produção e da modernização da cidade, que acabou por descentralizar e “esvaziar” as suas atividades econômicas, que foram transferidas para outras regiões da cidade, como pode-se observar no trecho a seguir:

A secular e linear matriz de cidade, associada à concentração das suas principais funções nos centros históricos mudou, tendo estes entrado em crise. De facto, na segunda metade do século XX, o desenvolvimento das forças de descentralização, alterou profundamente a composição e funções das áreas históricas das cidades, emergindo preocupações relacionadas com o destino destas e, com a sua eventual morte anunciada. Com efeito, a partir de cerca dos anos 50, a expulsão do fenómeno de suburbanização, desfaz a anterior e linear matriz de cidade [...]. (TERRITÓRIO, Instituto de Geografia e Ordenamento do. Centros Históricos: Evolução de paradigmas e desafios futuros, p. 22).

O Centro Histórico de Salvador, além de sofrer com o novo modelo de produção que resultou na transferência do fluxo de suas atividades para outras regiões, sofreu também com a decadência da economia agrícola (açúcar e cacau), que deu lugar a uma Salvador voltada para o setor de serviços. Concomitantemente ocorria na gestão de Antônio Carlos Magalhães uma tentativa de modernização que resultou numa diminuição significativa dos investimentos do poder público na região, gerando abandono, e posteriormente uma marginalização daquela localidade e de seus moradores.

A partir dos anos de 1970 o Centro Antigo de Salvador, passa a ser visto como potencial área econômica e turística, transformando-se em objetos de projetos que visavam a recuperação e revitalização urbana daquela região. Naquele ano surgiu a primeira proposta idealizada pelo governo com fins de revitalização.

Essa proposta foi executada em parte com recuperação de casarões numa tentativa de transformar o Centro Histórico em um local turístico e atrativo para o mercado. Desde então há uma intensa implementação de políticas públicas voltadas para a

revitalização econômica e mercadológica, onde o espaço urbano transforma-se em produto para o mercado, sendo inserido, e conseqüentemente incorporado no sistema produtivo.

Apesar das promessas de melhoria, emprego e renda, esses processos de revitalização acabam por alterar as características de ocupação e, portanto, seus aspectos culturais, o texto abaixo evidencia claramente esse processo:

O processo mercadológico que permeia oferta e procura impõe tensões cotidianas às culturas herdadas na medida em que a implementação da lógica capitalista cria modelos de referência comuns a todos que habitam nessas áreas buscando uniformizar tradições em torno de pretensos interesses econômicos; tendo, por fim, a imposição de “costumes nacionais” que se sobrepõem às memórias particulares e regionais. (SILVA, Georgia Patrícia da; FERETTI, Sergio Figueiredo e; SETT, Edileuza. 2008, p. 84).

No ano de 1992, na gestão de Antônio Carlos Magalhães a CONDER começa a executar o Plano de Revitalização do Centro Histórico, que visava transformá-lo num shopping a céu aberto, que acabou ocasionando a expulsão milhares de moradores e desapropriando imóveis. Entretanto o custo foi alto para seus moradores que foram “jogados” em regiões periféricas, e quando indenizados, os valores eram baixos.

Apesar do Plano de Revitalização atualmente buscar uma maior participação popular nas decisões tomadas, ainda é visto como excludente e autoritário. Numa tentativa de sensibilizar a sociedade para essa problemática, moradores, artistas, movimentos sociais e ativistas têm promovido várias frentes de discussão e intervenção, uma vez que veem nessas políticas de recuperação uma forma arbitrária de retirar moradores pobres que lá residem, para que futuramente a área se volte para o comércio atraindo um novo perfil de moradores com maior poder aquisitivo.

Uma das principais críticas ao plano de revitalização, está no fato de que segundo os moradores, eles não estão sendo consultados, as dinâmicas sociais de cada comunidade e seus projetos socioculturais não estão sendo valorizados frente as mudanças propostas, que são segundo eles pautadas basicamente em interesse privado e econômico.

Estudiosos confirmam que essa postura de abandono Estatal a qual está submetido o Centro Antigo e as propostas de requalificação, que são na verdade uma tentativa de substituição e “higienização social”, são características de um fenômeno denominado *Gentrificação* conforme conceito a seguir:

[...] um processo de transformação da composição social dos residentes de um bairro, mais precisamente da substituição de camadas populares por camadas médias assalariadas; e se constitui em um processo de natureza múltipla: de investimento, de reabilitação e de apropriação, por essas camadas sociais, de um estoque de moradias e de bairros operários ou populares. (HAMNETT, 1991, p. 55).

Deste modo, é visível que a localidade do Centro Antigo de Salvador é palco de debates e conflitos que permeiam os interesses privados e econômicos, muitas vezes em detrimento de melhorias sociais que verdadeiramente necessitam as comunidades daquela região. E é exatamente essa discussão que a exposição Vida e Subalternidade no Centro Antigo pretende levantar junto a sociedade, tendo como protagonistas seus moradores comuns, indo de encontro ao silenciamento social que são submetidos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de reconhecer as limitações dos mecanismos atuais de fomento e suas estruturas de preenchimento/avaliação, é inegável que houve nos últimos dez anos

uma forma mais democratizada de acesso à produção cultural e aos bens gerados por essa produção.

Esse processo passa pela popularização e familiaridade com esse formato de apresentação que passa a integrar uma “gramática” do campo. Com a elaboração desse projeto pude conhecer mais de perto esse cotidiano, funções, contradições e utilidade da formatação de um projeto, visando editais e patrocínio via lei de incentivo.

A aproximação com linguagem das artes visuais, por sua vez, em seu gênero mais “impopular” a da arte contemporânea, que sempre me causou estranheza pelos produtos e efeito que gera, me proporcionou um enriquecimento à medida que aprimorou minha concepção estética e me surpreendeu muito o potencial de colaboração que pode e tem se preocupado em acionar com o público fruidor e até mesmo com uma parcela não imaginada enquanto público: formada, por exemplo, por transeuntes.

O principal legado, no entanto, vem dessa possibilidade de transformar uma ideia, algo intangível, em uma coisa concreta, quantificada, técnica, capaz em função dessa transformação, de produzir efeitos que ultrapassam a própria ideia, alcançando as pessoas e gerando uma diversidade incrível de sentimentos e sensações.

Enfim, hoje a função de um produtor, tem para mim uma dimensão diferente e uma parte do seu trabalho deve estar ligada a essa “tradução criativa”, a essa sensibilidade de escutar o artista e construir um projeto que ainda tenha todo o potencial da ideia e sendo técnico possa sensibilizar quem o lê.

REFERÊNCIAS

AVELLAR E DUARTE. **Definição de Projeto**. Disponível em: <<http://www.avellareduarte.com.br/contextos/definicao-de-projeto-2/>>. Acesso em: 25 Fevereiro, 2016.

BOTELHO, Isaura. **As dimensões da cultura e o lugar das políticas públicas**.

Disponível em:

<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjQ-LjYx43MAhUCfZAKHSITAcQFggcMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.fflch.usp.br%2Fcentrodametropole%2Fanti-go%2Fv1%2Fpdf%2FIsaura.pdf&usg=AFQjCNEIZS0Gz2Tnla91g7GTViKC4IuvBw&sig2=4avFe_SV8mQ-eZf1_VYofg>. Acesso em: 15 Janeiro, 2016.

BRASIL, Umbelino. **Organização e Produção da Cultura – Produção Cultural**.

Disponível em:

<<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjvs5yY3MAhVEG5AKHa-VBi8QFggeMAE&url=https%3A%2F%2Frepositorio.ufba.br%2Fri%2Fbitstream%2Fufba%2F146%2F1%2FOrganizacao%2520e%2520producao%2520da%2520cultura.PDF&usg=AFQjCNETX3NNpfSx7SdTtoz39QonbOgVxg&sig2=C9R4GNCFrFZMgn5nE2Le1w>>. Acesso em: 21 Janeiro, 2016.

CUNHA, Maria Helena. **Gestão Cultural**. Coleção Políticas e Gestão Culturais. Secretaria de Cultura do Estado da Bahia, 2013.

HAMNETT, C. Transactions of the Institute of British Geographers. New Series, v. 16, 1991, *apud* REINA, Michelly Lima, e Comarú, Franscisco de Assis. **Dinâmicas imobiliárias e Políticas Urbanas no centro de São Paulo: Uma discussão sobre Gentrificação da Mooca**. Disponível em:

<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiT6Zf91I3MAhVGhZAKHQSSB18QFgggMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.scielo.br%2Fscielo.php%3Fscript%3Dsci_arttext%26pid%3DS2236-99962015000200419&usg=AFQjCNG0DFxKCEKIRShXeSumrFEv2iO56g&sig2=04XD-SYw07Su9iMQM7_jJg>. Acesso em: 14 Fevereiro, 2016.

HOLANDA, Antônio Nilson Craveiro. **Planejamento e Projetos**. 3.ed. Rio de Janeiro: APEC, 1975.

MALAGODI, Maria Eugenia & CESNIK, Fábio de Sá. **Projetos Culturais – Elaboração, Aspectos Legais, Administração, Busca de Patrocínio**. 4. ed. São Paulo: Escrituras, 2004.

RUBIM, Antonio Albino C. **Políticas Culturais no Brasil**. Salvador: Edufba, 2007. (Org.)

RUBIM, Linda. **Organização e Produção da Cultura – Produção Cultural**.

Disponível em:

<<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjvs5yjyY3MAhVEG5AKHa-VBi8QFggeMAE&url=https%3A%2F%2Frepositorio.ufba.br%2Fri%2Fbitstream%2Fufba%2F146%2F1%2FOrganizacao%2520e%2520producao%2520da%2520cultura.PDF&usg=AFQjCNETX3NNpfSx7SdTtoz39QonbOgVxg&sig2=C9R4GNCFrFZMgn5nE2Le1w>>. Acesso em: 21 Janeiro, 2016.

SILVA, Georgia Patrícia da; FERETTI, Sergio Figueiredo e; SETT, Edileuza.

Gentrificação e políticas de revitalização nos centros históricos no Brasil: Processos que levam ao déficit habitacional. Disponível em:

<<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjHgrD0I3MAhWMEJAKHTqiDUcQFggcMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.redalyc.org%2Fhtml%2F3211%2F321127274009%2F&usg=AFQjCNFOfSa6eDrU-J4zysDIphizRZBZIQ&sig2=qmqpukcVtNzTEXLE0SmSzg&bvm=bv.119408272,d.Y2I>>. Acesso em: 12 Março, 2016.

Site Centro Antigo de Salvador. Disponível em:

<http://l.facebook.com/l.php?u=http%3A%2F%2Fwww.centroantigo.ba.gov.br%2Fmodules%2Fconteudo%2Fconteudo.php%3Fconteudo%3D19&h=YAQFP2_Ui>. Acesso em: 06 Março, 2016.

TERRITÓRIO, Instituto de Geografia e Ordenamento do. **Centros Históricos: Evolução de paradigmas e desafios futuros**. Disponível em:

<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi9srf_zY3MAhXGDJAKHXk0AfsQFggdMAA&url=http%3A%2F%2Frepositorio.ul.pt%2Fbitstream%2F10451%2F3862%2F8%2Fgotul000916_tm_3.pdf&usg=AFQjCNFKemHNwh0oB-UNlg-t0PCb7LC6GQ&sig2=kxuRC4kR1XnE5eanqgK1Sw>. Acesso em: 22 Fevereiro, 2016.

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. **Projetos Culturais: Técnicas de Modelagem**. 2. ed. rev. Rio de Janeiro: FGV, 2008.

VILAS BOAS, Rosa M. **Oficina de Elaboração de Projetos Culturais**. Disponível em:

<[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/2F10E04BCBACA176832574B1004F292C/\\$File/oficina%20de%20elabora%C3%A7%C3%A3o%20Espirito%20SANTO.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/2F10E04BCBACA176832574B1004F292C/$File/oficina%20de%20elabora%C3%A7%C3%A3o%20Espirito%20SANTO.pdf)>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2016