



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

PRISCILA PRINCE OLIVEIRA FERREIRA

**PROFISSIONALIZAÇÃO DO PRODUTOR CULTURAL:
FORMAÇÃO EM QUESTÃO**

**SALVADOR
2014**

PRISCILA PRINCE OLIVEIRA FERREIRA

**PROFISSIONALIZAÇÃO DO PRODUTOR CULTURAL:
FORMAÇÃO EM QUESTÃO**

Monografia apresentada ao curso de graduação em Comunicação Social – Produção em Comunicação e Cultura, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Produção em Comunicação e Cultura.

Orientador: Prof. Dr. Leonardo Figueiredo Costa

**SALVADOR
2014**

Este trabalho é dedicado a todos os alunos do curso de Comunicação – Produção em Comunicação e Cultura da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.

Para que seja possível fortalecer a nossa profissão.

AGRADECIMENTOS

Acima de tudo meu maior agradecimento é a Deus, a Nossa Senhora e aos Espíritos de luz que me conduziram por todo esse árduo caminho na faculdade. Sem esse conforto e iluminação essa realização não seria possível;

Aos meu pais, que sempre me deram o subsídio para que eu alcance esse tão sonhado objetivo. Lembrando também do apoio moral e a torcida na busca da superação de cada obstáculo, e a comemoração e os sinais da cruz em agradecimento a cada dificuldade superada;

Aos meu amigo da vida toda, quiçá de outras vidas, que tenho no coração como irmão de alma. Pamela, Sik, Tathê, Thamis e Xande obrigada por sempre me ouvir e me acalantar com palavra de amor e esperança no sucesso. Vocês são fundamentais na minha vida.

Ao meu noivo, Tiago Barbosa, por me fazer dar risada nos momentos de puro estresse, e ao seu amor por mim. Te amo!

Agradeço imensamente a duas meninas que fizeram toda a diferença na minha caminhada acadêmica, Lorena Reis e Susana Coelho. Vocês foram o meu alicerce nessa caminhada, nunca deixando que eu desistisse. Sou muito feliz por tê-las na minha vida para sempre;

Ao meu orientador, prof. Leonardo, por ser essa pessoa tão querida, que me compreendeu e tanto me acalmou. Sem o senhor não seria nada bom!

Aos meu professores queridos, Sergio Sobreira e Daniele Canedo, que marcaram a minha passagem pela FACOM como exemplos de dedicação e amor à Produção Cultural;

Sou imensamente grata por essa contribuição na minha evolução!

OBRIGADA!

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo descrever e analisar como o produtor cultural soteropolitano lida com a questão da profissionalização para a sua atuação no mercado de trabalho. Para entender esse cenário contemporâneo, foi preciso fazer um breve histórico da cultura no Brasil, e entender como os governos entendiam a cultura e como eles lidavam com esse setor social. Partindo desse premissa, a pesquisa baseia-se nas obra do especialista em políticas públicas para a cultura, professor Albino Rubim; tendo como recorte temático a formação acadêmica para o campo cultural, foi consultado os trabalhos do professor Leonardo Costa; e para entender como o papel e atuações do produtor e gestor cultural foram constituindo-se com o passar da história e de acordo com cada governo, foi analisado a dissertação de Maria Helena Cunha. Com o intuito de contextualizar a pesquisa, e debater sobre a cena cultural soteropolitana, foram realizadas entrevistas com produtores e gestores culturais, atuantes; levando em consideração o recorte das suas formações, agentes formados em Produção Cultural, outros formados em outras áreas e os que não tem formação de nível superior. Após o cruzamento das informações retiradas das entrevistas e os dados da situação atual no país, verificou-se que o mercado de trabalho cultural necessita, cada vez mais, de agentes que sejam especializados e saibam lidar com os trâmites burocráticos no complexo sistema cultural.

Palavras-chave: políticas culturais; formação acadêmica; mercado; cultura.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	07
2. FORMAÇÃO DO AGENTE CULTURAL.....	11
2.1 Importância das Políticas Públicas.....	11
2.2 Formação: Área Cultural.....	14
2.3 Políticas Públicas para a Formação.....	19
2.4 Institucionalização da Formação.....	22
3. CARREIRA E MERCADO.....	29
3.1 Objeto de Pesquisa.....	29
3.2 Mercado Cultural e Atuações Profissionais.....	30
3.3 Atuação do Produtor Cultural.....	40
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53
5. REFERÊNCIAS.....	57
6. APÊNDICE A.....	59

1. Introdução

A formação do produtor/gestor cultural está em pauta em todas as conferências, debates e mesmo em conversas informais sobre o campo de atuação cultural. Esse assunto percorre os corredores da Universidade Federal da Bahia, entre os alunos dos cursos de Produção Cultural e também os de Jornalismo. A questão principal é a real necessidade de uma formação para o exercício das atividades de um produtor/gestor cultural. Pois, temos um campo de trabalho que foi constituído com base na prática, e não na formação acadêmica tradicional.

Este trabalho faz uma breve contextualização da situação cultural brasileira, relatando o papel da políticas públicas como ferramenta de modificação; como essa ferramenta é utilizada no setor cultural, em busca da institucionalização, fruição e valorização democrática. Aborda e analisa o papel do organizador cultural, seu papel em meio às diversas esferas de um sistema novo, com permanentes desafios.

Destina-se, sobretudo, a analisar a trajetória de atuação do produtor/gestor cultural. Levando em consideração os momentos políticos que construiu o caminho da cultura, através de leis e criação das instituições culturais. Esse novo cenário abriu espaço ao surgimento de profissionais especializados, que saibam lidar com as novas ferramentas públicas de financiamento, consagrando assim um novo posto de atuação no sistema cultural. A questão principal para essa análise é a formação dos indivíduos ocupantes deste cargo, trazendo para a discussão como o produtor/gestor cultural conduzia a sua carreira antes do surgimento de cursos profissionalizantes na área; como lidam com a profissionalização nos dias de hoje; como os profissionais egressos dos cursos de Produção Cultural da UFBA analisam suas carreiras e o campo de trabalho na contemporaneidade.

Por um longo tempo na história cultural brasileira, observa-se o domínio da cultura européia, a tida cultura erudita ou clássica, dominante no seu conceito e de acesso excludente para a maior parte da população. Com o movimento modernista, é começado uma reviravolta na cultura que era valorizada, buscava-se a centralização da produção nacional, reconhecer as manifestações literárias, o patrimônio material e imaterial do povo brasileiro, em detrimento das artes européia que eram tidas como exemplo de excelência. O movimento modernista foi o prenunciador de um estado de espírito nacional, a quebra de grandes impérios, exigia a remodelação da consciência brasileira. (Andrade, 2005)

A classe artística e os pesquisadores do tema começaram a se articular e assumir postos de gestão no poder público nacional. O objetivo era desenvolver o setor cultural nacional e estruturá-lo perante a sociedade. O professor Albino Rubim esclarece em seus estudos sobre o setor cultural as “tristes tradições” que foram ocorrendo na trajetória das construções das instâncias culturais nos governos brasileiros que foram vigentes, e precisaram ser enfrentadas pelo governo do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, e seu ministro da cultura Gilberto Gil. Gestão que marca a história da cultura através de modificações significativa no que tange a questão das políticas públicas para o setor.

O objetivo desta pesquisa não é traçar o caminho das políticas públicas para a cultura, mas sim, esboçar um preâmbulo para abordar as políticas culturais para a formação do produtor/gestor cultural. Temos o intuito de explicar como se deu a necessidade de formação para os agentes envolvidos, conforme as mudanças políticas para a área; e, principalmente, como indivíduos estão lidando com as transformações e exigências do mercado cultural no país, como eles estão construindo suas carreiras com essa nova conjuntura.

Tomamos como recorte o cenário cultural soteropolitano. É possível perceber na cidade de Salvador uma efervescência cultural, com patrimônio material e imaterial impregnando de história e cultura, onde nascem e se concretizam inúmeras produtoras culturais e seus profissionais. Salvador conta com um curso de formação em nível superior específico para a Produção Cultural, oferecido pela Universidade Federal da Bahia, sendo pioneiro e referência na área. Diante da experiência vivida nesse curso, junto com a inquietação sobre a real necessidade de formação para atuar no mercado de trabalho, percebida na observação das atuações de produtores/gestores locais, busco ilustrar como o campo se constituiu, como os agentes da cultura lidam com a condição da especialização em suas carreiras.

No esforço para entender esse novo cenário, foram realizadas entrevistas diretas com oito indivíduos que trabalham e desenvolvendo atividades na área cultural. Não foi feita nenhuma restrição sobre as suas atuações, pois a tentativa é justamente ouvir ao máximo todos os segmentos de atuação, para entender como cada um trata o assunto profissionalização e formação em suas carreiras. A partir desse pressuposto, foi determinado um tipo de divisão que proporcionará uma reflexão a partir da própria formação. Foram entrevistados três indivíduos com formação de nível superior em outras áreas, três indivíduos egressos do curso de Produção Cultural na UFBA e dois indivíduos que não possuem nenhum tipo de formação superior.

Esse trabalho tem por base o estudo de pesquisas voltadas para o tema formação na área cultural. Hoje, com o assunto formação em destaque nas conferências nacionais da cultura e no meio cultural em geral, buscamos autores que discutam sobre esse tema, como Maria Helena Cunha, que em sua dissertação nos fala que “Seu foco principal foi compreender os processos diferenciados de formação dos gestores culturais e sua relação na condução de suas trajetórias profissionais, levantando, finalmente, quais são os saberes necessários para que atuem no mercado de trabalho.” (Cunha, 2005).

Como referência local, buscamos o trabalho do pesquisador e professor Albino Rubim para entender sobre a história da cultura no Brasil. Mais especificamente sobre a formação, temos a contribuição do pesquisador e professor Leonardo Costa, que está construindo uma bibliografia sobre a formação do agente cultural, como por exemplo, dentre outros trabalhos estudados nesta pesquisa, temos o artigo “Uma Reflexão sobre Políticas Públicas e a Questão da Formação na Área Cultural”; no qual ele conta que “Este artigo se propõe a fazer um panorama atual das políticas públicas no Brasil em relação ao que é formulado e gerido sobre formação, inicialmente trazendo questões da área cultural e do campo de atuação da organização da cultura.” (Costa, 2008)

Antes de analisarmos a formação é preciso entender como se deu o sistema cultural brasileiro e como a profissão do Produtor Cultural esta firmando-se perante o meio cultural, e também, aos olhos da sociedade. Para auxiliar neste processo de esclarecimento buscamos a pesquisadora e professora Linda Rubim, e sua obra “Organização e Produção da Cultura”, onde a professora foi a organizadora dos artigos que compõem o livro, e também é autora do capítulo “Produção Cultural” que explica a importância do sistema cultural, sugerido pelo professor Albino Rubim, explica que “Todos esses momentos do sistema cultural devem ser diferenciados, diagnosticados, analisados e articulados em políticas culturais que compreendam o sistema em sua totalidade” (Rubim, L., 2005).

A partir dessa base, foi realizada uma pesquisa qualitativa, para analisar o contexto em que atuam os produtores e gestores culturais na cidade de Salvador. As entrevistas foram orientadas por um questionário construído em cima dos conceitos citados anteriormente, com o objetivo de ouvir as dificuldades e facilidades que cada um enfrenta diariamente na realização de seus projetos (desde o financiamento, até a contratação de mão de obra) e na construção de suas carreiras levando em consideração a formação acadêmica.

O primeiro capítulo destina-se a contextualizar sobre a importância das políticas públicas, mais especificamente para a cultura. Como o governo geriu a cultura no país, e as transformações ocorridas para a área cultural, que resultaram em legislação e

institucionalização. Contando com relatos extraídos das entrevistas com os profissionais que atuavam naquele momento histórico, e entraram no campo de atuação cultural sem a oportunidade de formação, é traçado um breve histórico político cultural das “tristes tradições”, com isso exposto os novos desafios, principalmente para a formação dos agentes, assunto ainda pouco valorizado perante o poder público e que tem suma importância para a organização cultural. A institucionalização da cultura alavancou a necessidade da formação, infelizmente ainda são percebidas poucas ações voltadas para uma verdadeira mudança no setor.

Perante esse cenário, o segundo capítulo traça uma conexão entre o mercado de trabalho e a economia desenvolvida pela cultura, onde os agentes amadores perdem espaço. Buscamos pontuar como são constituídas as atuações dos produtores/gestores culturais, como cada indivíduo buscou a sua capacitação para realizar suas obrigações em cada trabalho desenvolvido e como cada um deles lida com o surgimento dos cursos profissionalizantes para a área no aperfeiçoamento das suas habilidades profissionais.

2. Formação do Agente Cultural

2.1. Importância das Políticas Públicas

As políticas públicas atuam de forma a promover soluções para problemas comuns que surgem das necessidades da sociedade, buscando assegurar os direitos da população em determinada área. Diagnosticar, e a partir daí desenvolver metas que solucionem tal problema social, assegurando através de leis direitos dos cidadãos em diversos setores sociais, como saúde, educação e cultura. É da responsabilidade do Estado, em suas esferas (federal, estadual e municipal), planejar e executar tais políticas públicas, prestando serviço de melhoria para a população em diversas áreas como: saúde, educação, cultura e etc.

As políticas públicas traduzem, no seu processo de elaboração e implantação e, sobretudo, em seus resultados, formas de exercício do poder político, envolvendo a distribuição e redistribuição de poder, o papel do conflito social nos processos de decisão, a repartição de custos e benefícios sociais. (Teixeira, 2002)

Os interesses da sociedade são expostos em busca de soluções que demandam intervenção do governo, que por muito tempo, foi omissa em relação as necessidades de grupos sociais que foram menosprezados desde o início da construção do nosso país, e mesmo com o início da implantação da democracia brasileira, não tivemos melhorias significativas. Por parte do poder público, as políticas efetivadas exprimem os valores que os que detém o poder, acreditam. As políticas públicas são pensadas por atores públicos ou privados e desenvolvidas pelo Estado. Para que a demanda da sociedade chegue ao dirigentes do poder público é preciso que as propostas sejam planejadas e representadas por sociedades civis organizadas, como: sindicatos, associação de moradores, entidades de representação empresarial e etc. Quando instaurada não necessita da vontade do gestor e passa a ser dever do Estado e direito da população.

A participação da sociedade civil é cada vez mais presente nos debates, explanando os pontos de deficiência social e exigindo ações efetivas para solucionar os problemas. A transparência nos debates é de suma importância, já que se tratam de recursos públicos e de interesses diretamente ligados a população, por afetarem suas vidas e direitos sociais. Geralmente são setores da sociedade considerados desfavorecidos e fragilizados, por uma história de autoritarismos e ausência pública. Grupos sociais que foram abandonados em favor

da construção e manutenção de interesses da minoria que detém o poder e não consideravam a diversidade.

Nos últimos tempos é possível perceber uma mudança significativa nesse quadro. Estão sendo criadas políticas públicas pontuais e com maior envolvimento da população. Em alguns casos, a participação popular é assegurada pela própria lei. Através de conferências setoriais, encontros e audiências públicas é possível a atuação de diversos segmentos da sociedade, sugerindo formulações e controlando a execução das políticas públicas. Para conectar esses movimentos com o setor cultural faz-se referência às Conferências Nacionais de Cultura, já realizadas em três edições, e tem como prioridade a elaboração do Plano Nacional de Cultura que proporciona a construção de políticas públicas para a cultura, onde a participação popular é destacada em busca do desenvolvimento da cultura no país.

Na história do Brasil, no que tange as questões sobre o desenvolvimento institucional da cultura, as políticas públicas tem um papel fundamental. A área cultural foi construída em bases frágeis, devido a não valorização do seu conceito e dos benefícios e mudanças sociais que são conquistados a partir dela.

Estudiosos da área de políticas públicas para a cultura afirmam que é preciso olhar para o histórico das políticas pública no Brasil para que possamos fazer uma análise real de como foram desenvolvidas ao longo do tempo, e quais foram as grandes mudanças desenvolvidas pelo governo do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Uma avaliação rigorosa das políticas culturais desenvolvidas pelo presidente Lula e o ministro Gilberto Gil exige, antes de tudo, uma revisão das tradições — historicamente construídas pela trajetória das políticas culturais no Brasil e não apenas uma análise crítica do governo imediatamente anterior (FHC) e sua gestão da cultura (Francisco Weffort). Os desafios, a serem enfrentados, traduzidos em tristes tradições, por certo emergiram em plenitude no longo governo FHC / Weffort, mas tinham tristes tradições. (Rubim A. A., 2008)

No governo do ex-presidente Lula (2003 - 2010), o Ministro da Cultura, Gilberto Gil¹, enfrentou uma situação onde a cultura era pouco valorizada. Um processo histórico onde a cultura era tida como benefício e só a elite poderia fruir. Os autores Márcio de Souza e José Álvaro Moisés citam a criação do Instituto Histórico e o Instituto Geográfico, em 1838, como políticas culturais, fato rechaçado por Rubim, pois acredita na ideia que um governo tem obrigações institucionais e legais que sejam mais efetivas. Por isso, “as pessoalizadas atitudes

¹Gilberto Gil esteve à frente do Ministério da Cultura a partir de 2003, início do governo do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, e deixou o cargo no ano de 2008. Ficou no cargo no período de cinco anos e seis meses.

culturais de Dom Pedro II, a rigor, não podem ser pensadas como uma efetiva política para a cultura.” (Rubim A. A., 2008). Esse é um fato que sempre aconteceu na história das políticas culturais. É notória o descaso do governo com a cultura, por conta da não apropriação do seu conceito como fator de desenvolvimento social e modificador de pensamentos.

A cultura também foi tida como “um bom negócio”, no manual escrito pelo Ministério da Cultura no governo do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (1995 - 2003), e seu ministro da cultura, Francisco Weffort. Foram criadas as leis de incentivos a cultura Lei *Rouanet* e do Audiovisual, onde o governo passou a responsabilidade para as empresas privadas de escolherem qual projeto cultural seria mais interessante para seus objetivos mercadológicos. “...esta nova modalidade de ausência tem seu ponto culminante.” (Rubim A. A., 2008). Ainda um governo submisso e ausente.

A ditadura no Brasil foi um período importante para as políticas culturais, pois a sociedade viveu um Estado que construiu políticas reais para a cultura. Atreladas, óbvio, ao autoritarismos, o governo criou ações mais ativas para a cultura, mas não fugiram das suas características, onde a democracia e as necessidades aclamadas pelo povo não eram tidas como prioridades, contrariando o objetivo de um política pública.

Por certo tal atuação visava instrumentalizar a cultura; domesticar seu caráter crítico; submetê-la aos interesses autoritários; buscar sua utilização como fator de legitimação das ditaduras e, por vezes, como meio para a conformação de um imaginário de nacionalidade. Esta maior atenção significou, sem mais, enormes riscos para a cultura. Por outro lado, de modo contraditório, esta “valorização” também acabou criando uma dinâmica cultural e de políticas culturais que trilhou as fronteiras possíveis das ditaduras, quando não extrapolou estes limites. (Rubim A. A., 2008)

A mais gritante incompatibilidade das políticas culturais sempre foi a democracia nunca presente. No ministério de Gilberto Gil, uma das suas propostas era exatamente combater a exclusão de atores sociais historicamente desconsiderados. A gestão da diversidade com suas dinâmicas é uma barreira a ser vencida no campo cultural. Ligado a esse fato, Gil trouxe à tona a transformação no entendimento público de cultura, considerando-a com suas dimensões antropológicas, “conjunto de signos de cada comunidade e de toda a nação” (Gil, 2003)

A diversidade tão presente na vida dos brasileiro teve, pela primeira vez, políticas públicas que consideraram e trabalharam para valorizar, manter e estimular seu crescimento e afirmação perante a sociedade em geral. Possibilitando novas articulações entre os agentes da cultura, gerando autonomia e criação de redes culturais. Vários programas foram criados, com um instrumento legal, que proporcionou o maior investimento de recursos públicos na área, atingindo assim diversos projetos e combatendo a desigualdade. Infelizmente, ainda hoje, a

burocracia é um obstáculo a ser vencido. Muitos projetos acabam sem continuidade ou, até mesmo, não saem do papel.

2.2. Formação: Área Cultural

A Lei *Rouanet* pode ser considerada um marco inaugural na formalização das atividades do produtor cultural. Criada em 1991, Lei 8.3/3 de 23/12/1991, no governo Collor; reformulada em 17 de maio de 1995, através do decreto 1494, dando reconhecimento a atuação do produtor cultural como intermediador da relação do artista com os meios de financiamentos para seus projetos. Esse marco contribuiu para a sistematização do campo, onde se fez necessário a figura do facilitador, da pessoa que sabe lidar com os trâmites burocráticos das políticas culturais.

Antes da promulgação da Lei *Rouanet*, quando ainda não era reconhecida socialmente a profissão do produtor cultural e, conseqüentemente, não haviam cursos que formassem tais profissionais, a cultura era gerida por pessoas que aprendiam seus ofícios com as práticas do dia a dia e a inserção no mercado geralmente acontecia através de convites de pessoas que já se envolviam de alguma forma com as atividades artísticas. No cenário baiano e soteropolitano, mais especificamente, podemos perceber esse fato com o relato da produtora executiva Zorá Marambaia², funcionária da empresa Caderno 2 Produções Artísticas³, atuante no mercado há 28 anos:

Eu entrei na faculdade em 1985 pra fazer o curso de Ciências Sociais, e no curso eu conheci uma amiga chamada Rosana que por sua vez conheceu um produtor (...) estudando na Federal, no curso de Sociologia, dava pra pegar uns bicos aqui e outros ali. Então, eu fazia pesquisas, que tinha mais a ver com o meu trabalho propriamente dito. Terminou que eu comecei a me envolver com produção, com Dalmo me convidando pra secretariar ele por um turno, dava pra conciliar a faculdade com o trabalho. Fui me envolvendo muito com a produção. (...) Trabalhamos por muito tempo. Eu comecei a espaçar o meu curso, pegava poucas matérias e comecei a me dedicar ao meu trabalho, que é a produção. (...) Dalmo levou um tempo trabalhando com Daniel Rodrigues, e depois resolveu abrir a sua própria empresa que é a Caderno 2 Produções Artísticas. A empresa começou pequenininha e foi crescendo, foi quando comecei a trabalhar como produtora. (...) Desde 1986 até hoje eu não consegui me separar dessa tal produção. Realmente é um trabalho que gosto, adoro trabalhar com

² Produtora executiva na empresa Caderno 2 Produções Artísticas. Atuante no mercado cultural desde 1986. Relato obtido através de entrevista realizada no dia 26/08/2014.

³ A Caderno 2 Produções Artísticas atua no mercado baiano e nacional desde 1991. Experiência e profissionalismo na realização de eventos, produção de shows, elaboração, planejamento, administração e coordenação de projetos de marketing cultural, captação de recursos, assessoria de imprensa e administração de “projetos especiais”. (<http://www.caderno2.com.br/conceito/>; acesso em 30/09/2014)

produção. Acho que hoje eu não faria outra coisa, se não fosse produtora não sei o que seria. (informação verbal)⁴

Esse exemplo de inserção no mercado era comum à todos os profissionais da época, no qual a rede de contatos formada pelas pessoas atuantes era a grande porta de entrada para o mundo da organização da cultura, “...percepção um tanto difusa da tomada de decisão da produção e gestão cultural como percurso profissional.” (Cunha, 2005). Um leque de atividades foram surgindo, exigência do sistema de produção, cada pessoa exercia aquilo em que mais se favorecia. Os profissionais da área se encaixavam no segmento de sua preferência e acabavam se firmando por conseguir realizar bem suas atividades específicas. O profissional que melhor realize determinada atividade, conseguindo o êxito de solucionar o problema, ganha notoriedade perante os outros profissionais da área e assim vão construindo suas carreiras. As habilidades pessoais de cada um eram a principal questão para a construção do currículo. O campo de trabalho para cultura foi constituindo-se aleatoriamente, sem subsídio e reconhecimento do governo.

Observamos que esses comportamentos do mercado cultural é um reflexo das atitudes tomadas pelos governos desde quando começaram a pensar em políticas públicas para a cultura. O caminho trilhado é marcado por “tristes tradições” como explana Albino Rubim⁵ em seu trabalho teórico sobre o assunto.

O itinerário das políticas culturais, não resta dúvida, produziu tristes tradições e, por conseguinte, enormes desafios. Estas tristes tradições podem ser emblematicamente sintetizadas em três palavras: ausência, autoritarismo e instabilidade. Cabe em sequência fazer uma visitação a tais signos, que em razoável medida resumem a vida prejudicada, para lembrar Adorno, das políticas culturais da nação brasileira. (Rubim A. A., 2008)

Através dessa leitura, conseguimos enxergar como um histórico de desvalorização, por parte do governo, da importância de transformação social trazida pela cultura, afetou diretamente na concepção das políticas públicas implementadas. Dentre as tristes tradições estar o autoritarismo do governo na era da ditadura, onde temos que reconhecer uma gestão pública voltada para a cultura de forma mais ativa, e a fundação de instâncias voltadas para a cultura mais sistematizadas. Nas ações governamentais limitadas pelo regime ditador, “tem-se a criação

⁴ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 26/08/2014.

⁵ Professor doutor da Universidade Federal da Bahia, atuando como docente do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade e do Programa de Artes Cênicas, ambos da UFBA. Especialista em políticas públicas. Mais de dez livros publicados com pesquisas e reflexões sobre as políticas culturais brasileiras e na Bahia, além de diversos artigos sobre o assunto. Um dos criadores do curso de graduação ofertado pela Universidade Federal da Bahia, Comunicação – Produção em Comunicação e Cultura, em 1996.

de legislações para o cinema, a radiodifusão, as artes, as profissões culturais etc. e a constituição de inúmeros organismos culturais, tais como:

Superintendência de Educação Musical e Artística; Instituto Nacional de Cinema Educativo (1936); Serviço de Radiodifusão Educativa (1936); Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (1937); Serviço Nacional de Teatro (1937); Instituto Nacional do Livro (1937) e Conselho Nacional de Cultura (1938)” (Rubim A. A., 2008), criados pelo Estado Novo (1937-1945). Assim como, na ditadura Militar (1964-1985), “esboçou legislações culturais e criou inúmeros organismos no campo cultural. O Conselho Federal de Cultura (1966); o Instituto Nacional de Cinema (1966); a Empresa Brasileira de Filme – EMBRAFILME (1969); a Fundação Nacional das Artes –FUNARTE (1975); o Centro Nacional de Referência Cultural (1975); a RADIOBRÁS (1976); o Conselho Nacional de Cinema (1976) etc. Algumas delas, a exemplo da FUNARTE, com grande atuação em prol da cultura brasileira (Botelho, 2001). Sintomático que o primeiro Plano Nacional de Cultura, que foi formulado no país, tenha sido esboçado em 1975, em plena ditadura militar (Miceli, 1984)”. (Rubim A. A., 2008)

Não é possível fazer a dissociação do que representa um governo ditador. Mesmo com o começo de um novo caminho anunciado, as repressões e as censuras sempre estiveram presentes. A cultura foi limitada aos interesses do governo que “visava instrumentalizar a cultura; domesticar seu caráter crítico; submetê-la aos interesses autoritários; buscar sua utilização como fator de legitimação das ditaduras e, por vezes, como meio para a conformação de um imaginário de nacionalidade.” (Rubim A. A., 2008). Em um cenário artístico novo, modernista⁶, que urgia por providências na questão da valorização do nacional, onde figuras progressistas compunham as cadeiras do ministério da Educação e Saúde, regido por Gustavo Capanema. Um governo centralizado, que não fugia da maior característica ditatorial, o autoritarismo. A ditadura militar, por sua vez, investiu pesado na industrialização da cultura, em novas tecnologias para midiaticização da cultura, claramente utilizada ao seu favor, na tentativa de convencer a população a ser favorável aos seus objetivos, que tinham a pura intenção de controlar; e instalar nas suas memórias um orgulho nacional.

Concomitantemente com uma atuação mais preocupada com a sistematização da cultura, as ditaduras citadas acima conseguiram o feito de negar a ausência governamental na cultura, uma das três “tristes tradições” construídas por Albino Rubim. Mas não foi com propósitos de configuração de um sistema sólido para a área cultural, muito menos com objetivos democráticos em favorecimento do desenvolvimento e melhorias na sociedade. Esse fato fica mais claro quando é percebido que o autoritarismo é consequência, não só dos regimes ditatoriais, mas se faz presente no íntimo da construção da nação brasileira, baseada na

⁶ Movimento artístico que buscava dar conceito nacional à arte feita no Brasil. Artistas brasileiros, em viagens ao exterior, traziam influências da transformação do sentido de arte, na nova fase da arte mundial junto a vontade de dar características brasileiras ao que produziam, longe das reproduções do padrão europeu. Em suas três fases, o modernismo buscou a valorização da identidade nacional e da arte com características brasileiras.

desigualdade e no privilégio das elites. “Ele está entranhado em quase todos os poros da sociedade brasileira. Por exemplo, nas concepções do que pode ser definido como cultura, subjacentes às políticas culturais empreendidas.” (Rubim A. A., 2008)

Analisando o conceito de políticas culturais dado pelo ex-presidente Fernando Henrique Cardoso e seu ministro da cultura Francisco Weffort, já citados, inaugura-se uma nova dinâmica governamental nas relações culturais, onde o governo abriu mão do seu dever de gerir e transferiu para o poder privado a responsabilidade de gerir os recursos públicos destinados aos projetos culturais. “Em um texto publicado no insuspeito livro intitulado *A Era FHC*, José Castello anota esta nova ausência do Estado. As leis de incentivo — agora designadas como *Rouanet* e do Audiovisual — assumem o lugar das políticas estatais (Castello, 2002) e o mercado toma o papel do Estado.” (Rubim A. A., 2008). Apesar de ser considerado uma nova forma de construção de políticas públicas para a área, o objetivo maior não foi alcançado, já que a democracia, em seu sentido real, não foi efetivamente cumprida, papel que deveria ser do governo. Hoje temos uma cena diferente, onde a cultura é tema de reuniões, conferências e congressos, onde os debates giram em torno da valorização e da democratização dos recursos destinados à cultura; e também discussões acerca das políticas culturais para atender à nova dinâmica contemporânea.

A instabilidade institucional é um reflexo dessa forma de governar e da importância que a cultura tinha. Perante entendimentos limitadores, que visavam apenas interesses próprios, as políticas públicas não conseguiam de fato organizar e estruturar a área cultural. Fica claro quando observamos o descompasso da criação do Ministério da Cultura, montado e diluído em vários momentos da história. Muito se fala que o despreparo dos agentes que compunham o ministério contribuiu para a sua fragilidade, junto a outros fatores, já citados, de ausência e autoritarismo. O Ministério da Cultura, instalado em 15 de março de 1985, no governo do ex-presidente José Sarney, e transformado em secretaria no governo de Fernando Collor de Mello em 1990, foi gerido por dez pessoas em dez anos, o que para muitos intelectuais é inacreditável (Rubim, A. A., 2008). Esse é um notório exemplo de instabilidade, na qual as políticas aplicadas em um governo não são capazes de perpassar a fronteira das políticas governamentais. Cada governo realiza, constrói e desconstrói, de acordo com suas necessidade políticas e não com uma lógica de Estado. Diante desse cenário completamente volúvel, a cultura tem momentos de fragilidade e descredibilidade, onde as políticas públicas implantadas não conseguem de fato alcançar seu desígnios. Com a destinação de 0,14% do orçamento da União para a cultura, no governo FHC, o problema da instabilidade institucional não foi solucionado, “a continuada

situação de orçamentos precários – com poucas exceções históricas, como a fase inicial da FUNARTE – apresenta-se como outro componente nada desprezível da tradição de instabilidade da área nacional da cultura.” (Rubim A. A., 2008)

Dado esse preâmbulo, constata-se que uma nova forma de governar para a cultura faziam-se necessário (e se faz até hoje). O quadro de instabilidade institucional promovida pela ausência, presente nos governos; pelo autoritarismo nos governos ditatoriais e pelo pensamento elitista e excludente, em que a nação brasileira foi formada, são fatores desastrosos para a área da cultura. Pensando e analisando âmbitos Estaduais e Municipais, esses fatos refletem direto no campo de atuação do produtor cultural, a ausência de políticas públicas e a sua importância na vida do profissional, podem ser diagnosticado no relato do produtor cultural Augusto Hessel⁷, atuante na área cultural desde 1991:

Eu percebo que a prefeitura de Salvador atual está buscando uma política cultural. Como a gestão só tem um ano e meio, vamos ver o que o prefeito vai desenvolver. [...] Ouvimos os grandes pensadores da cultura falando que ela não é autossustentável. Ou seja, ela por se só, não dá pra viver de bilheteria, do seu próprio produto, da sua vendagem, pelo menos a grande maioria não consegue. Sempre precisa de subsídios federal, estaduais e municipais.

Pra mim, fica muito claro que se não tem política cultural o sistema não vai pra frente. Não se cria, não se pensa algo a médio e a longo prazo para a cultura. Não podemos pensar só no amanhã. Não adianta um governante criar uma bolsa, porque no dia que ele sair não é garantido que continue a movimentação daquele dinheiro. Eles pensam apenas nos quatro anos que vão governar e esquecem de planejar enquanto cultura do Estado, fato importante para o desenvolvimento. Tem que desenvolver algo que fique, que permaneça, uma boa política cultural. Tudo parte de uma base bem construída, assim tudo cresce. (informação verbal)⁸

Segundo Rubim, essas são as “tristes tradições” históricas, que foram enfrentadas pelo governo Lula e os ministros da cultura, Gilberto Gil e Juca Ferreira, que fizeram parte do seu governo. Gil, no seu quadro de propostas políticas teve como base a organização da cultura no seu governo, partiu da ideia onde “ênfaticamente o papel ativo do estado na formulação e implementação de políticas de cultura. Ele teceu uma poética relação entre políticas culturais e cultura. O artista ministro propôs que formular políticas culturais é fazer cultura (Gil, 2003, p.11).” (Rubim A. A., 2008) Começamos a ter um cenário, de uma certa forma, mais valorizado, que busca estruturar de forma sólida a área. O então ministro foi regido pelo entendimento de cultura como o fazer de um povo, leva em consideração toda e qualquer manifestação popular. Esse conceito nos leva a reconhecer aí um ideal de inclusão social e perspectivas de campo mais estruturado e estável.

⁷ Dono da empresa Hessel Produções. Formado em Administração – Gestão de Pequenas e Médias Empresas. Atua na área da Gestão Cultural desde 1991. Hoje administra a sua própria empresa, que desenvolve produtos culturais.

⁸ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 04/09/2014.

Hoje temos uma organização do campo cultural regida por leis que tornam o campo mais formal, tendo uma posição forte perante a sociedade como um todo. O Decreto nº 7.743, de 31 de maio de 2012⁹, onde observa-se uma lógica composta por secretarias, gabinetes e consultorias, e ainda conta com os colegiados e suas entidades, a exemplo, da Agência Nacional do Cinema (Ancine), Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), Fundação Cultural Palmares (FCP). Toda essa nova forma de atuação do governo se traduz no conceito que o Ministério da Cultura segue como filosofia, ações que desenvolvem especificamente como forma de valorização e reconhecimento da identidade nacional, bem como, todas as expressões, sem exceções. São contemplados a cultura indígena (hoje entendido como cultura), antes totalmente desprezada e anulada; a cultura dos afrodescendentes; as manifestações artísticas de ruas e suas nuances; como também a preservação do patrimônio histórico, material e imaterial. Os atores do campo cultural ainda assim, sentem que mais deve ser feito para a área da cultura.

2.3. Políticas públicas para a formação

Diante de tantas transformações políticas e sociais no que tange o reconhecimento da cultura como uma forte linha de desenvolvimento, o campo cultural vem se tornando importante e é percebido o começo de uma valorização. O Estado, aos poucos, está tomando para si a responsabilidade de organizar e dar posição política ao campo cultural. O processo de criação de instituições que discutem e defendem a cultura começam a ser entendidas e determinadas para a construção de políticas públicas voltadas para a valorização, estímulo à produção; para garantir que todo e qualquer cidadão tenha acesso aos bens culturais da nação.

As únicas ações de formação em organização cultural que conseguimos localizar na gestão do ministro Francisco Weffort foram em 1996, através da realização de Fóruns Empresariais e cursos sobre financiamento cultural, além da distribuição de 15 mil exemplares da cartilha “Cultura é um bom negócio” (BARBALHO, 2007:49). (*apud* Costa, Mello e Fontes, 2010)

Através do artigo 215, a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, decreta que “O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.”¹⁰ Com a criação do Ministério da Cultura em 1985, desmembrado da educação, foi o começo de novas atitudes para o campo. Os governos subsequentes começaram a criar

⁹<http://www.cultura.gov.br/legislacao> (acesso em 03/10/2014).

¹⁰<http://www.cultura.gov.br/documents/10907/963783/Constitui%C3%A7%C3%A3o+Federal+da+Cultura.pdf/9185e6c0-1cca-4ccd-a109-89f116ae2c9d> (acesso em 06/10/2014)

legislações no objetivo de estabilizar a área cultural. Nessa linha, foram criadas, a *Lei Rouanet* e a *Lei do Audiovisual*, que trouxeram a tona a importância do profissional mediador dessa nova relação, entre o governo e os criadores da cultura.

No Brasil, a existência do “profissional da cultura” é reconhecida através da promulgação da Lei Sarney, em dois de Julho de 1986 – a primeira lei para financiar a cultura através de incentivos fiscais –, e posteriormente com a criação da Lei Rouanet em 1991, durante o Governo Collor – na gestão do Ministro que deu o nome a lei, Sérgio Paulo Rouanet. No decreto 1.494 de 17 de maio de 1995 a Lei Rouanet reconheceu legalmente a existência do trabalho de intermediação de projetos culturais, inclusive com a possibilidade de ganho financeiro. (Mello, 2010)

A nova dinâmica cultural contemporânea coloca o agente/produtor em um processo onde o seu papel é cada vez mais reconhecido e exigido pelo sistema cultural. A figura de uma pessoa que saiba lidar com a burocracia dos trâmites de financiamento, que surgiram quando a cultura tornou-se um “bom negócio” para as empresas privadas. Falando das leis de incentivo, a isenção fiscal concedida aos empresários quando investiam em cultura, gerir as providências necessárias a serem tomadas para que a verba chegasse aos artistas, obriga a esse sistema a existência da figura que soubesse, e se dedicasse, somente para cuidar desse processo. Esses novos profissionais devem ser qualificados, capazes de lidar com esse novo mercado, autonomizado. Onde cada vez mais, através das discussões e novos conceitos, a área da cultura foi se estruturando e a divisão das funções devidas a cada sujeito, parte desse sistema, foram se estabelecendo. É preciso citar que, com a transformação do conceito de cultura, a atuação do gestor/produtor cultural se fez ainda mais necessária, nos grupos com menor experiência, pois a partir da nova dinâmica cultural começaram a ter acesso a esses meios de financiamentos disponibilizados pelo governo, através das políticas públicas.

Temos uma crescente distinção social da organização cultural, tendo em vista a complexificação do sistema cultural. Essa distinção e especialização adquiridas pelo sistema são reflexos do processo de complexidade das relações humanas e produtivas que culminou com uma maior divisão social do trabalho. Diferente de quando tais atividades eram desenvolvidas de modo mais amador pelos criadores/artistas que queriam divulgar e/ou vender as suas obras, ou até mesmo profissionais que não conseguiam dar conta de tantas responsabilidades e burocracias inerentes ao processo da produção cultural. Tal processo não diferenciado ainda permanece em situações de pouca complexidade do campo. E, inclusive em mercados regionais, podemos perceber diferenças entre a atuação do profissional nas diversas áreas, com diferentes graus de profissionalização nos casos das artes cênicas, música, artes plásticas, etc. (Costa, 2008)

Partindo para outras formas de financiamentos criadas pelo governo, temos a abertura dos editais, mais um exemplo dessa nova dinâmica, que abarca a diversidade, e atinge grupos culturais antes desfavorecidos. Esses grupos menores, costumam não ter uma pessoa destinada a organizá-los para lidar com as formas de financiamento. Diante das entrevistas realizadas com

os profissionais atuantes no mercado soteropolitano, a gestora cultural Maylla Pita, formada no curso de Comunicação – Produção em Comunicação e Cultura (falaremos sobre o curso mais a frente), atuante no mercado desde 2007, relata essa prática existente ainda hoje, que foi percebida no seu dia a dia profissional:

A experiência que tenho é de autogestão. Minha percepção é que os artistas, ainda hoje, trabalham muito dentro da perspectiva da autogestão. A pessoa que tem uma banda organiza o *release*, o *rider*, o mapa de palco, a divulgação. A realidade de grande parte dos grupos é essa, dentro deles uma ou duas figuras são responsáveis por fazer tudo. Em outros a presença do produtor se dá, mas também é uma pessoa que está aprendendo junto. Por exemplo, nos grupos de teatro, os próprios atores produzem o cenário. No contexto de Salvador, temos grupos mais qualificados nesse sentido, existe a figura do produtor, mas mesmo assim os atores acabam se envolvendo um pouco. Os papéis ainda tem se confundido, talvez por necessidade desses grupos, ou por capacidade de gestão existente. (informação verbal)¹¹

Em seguida, Maylla Pita nos fala da sua impressão sobre as consequências dessa forma de lidar com a organização cultural:

Acho mais coerente e eficaz que cada grupo tenha um produtor/gestor para lidar com as questões administrativas burocráticas, com o planejamento, com as questões técnicas que não envolvem criação artística especificamente. O artista tem que ficar voltado para a criação, interpretação, executar o seu ofício de artista. É essencial que haja uma divisão de papéis, o acúmulo resulta numa sobrecarga que influencia no resultado do trabalho. Mas reconheço que a realidade de hoje não é essa. (informação verbal)¹²

Podemos perceber que as práticas antigas de organização da cultura ainda se fazem presentes nos dias de hoje. E os motivos são variados, recursos financeiros ou, até mesmo, a falta de informação sobre como buscar o financiamento público. Temos uma realidade onde se encaixam pequenos grupos, frágeis, perante à burocracia que se tornou o investimento público em cultura; outros grupos culturais maiores, que já conseguem se articular em busca de sustentabilidade. O mercado cultural vem se fortalecendo e a figura do gestor/produtor cultural vem se afirmando a cada dia. Isso por conta da transformação que a área vem sofrendo, tornou-se mercadológica e com um caráter antropológico. A empresa privada que resolve investir em cultura deixa de ser mecenas, “Com o surgimento de inúmeros estabelecimentos de arte e cultura bem como através da dinamização dos setores editoriais, cinematográficos, fonográficos e de patrimônio histórico, desenvolve-se um importante mercado para esse profissional.” (Costa, 2008).

Embora tenhamos um mercado propício para a atuação do gestor/produtor cultural, a partir da década de 90, onde cada vez mais é valorizada e tida como necessária, não temos muita

¹¹ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 19/09/2014.

¹² Relato obtido através de entrevista realizada dia 19/09/2014.

políticas públicas que efetivamente cuidem da sua formação. Mesmo que as políticas públicas tenham por objetivo a atuação do governo em setores antes não alcançados (reivindicados pela população) o setor de formação e qualificação do sujeito organizador da cultura não teve dedicação proporcional aos demais setores do sistema cultural. Muito se fala nos setores de criação, divulgação, transmissão, recepção; compreendendo uma organização articulada como um todo; onde as políticas públicas são desenvolvidas e aplicadas, mas, infelizmente a área de formação dos agentes mediadores, tão importantes para que esse circuito funcione de maneira facilitada para os criadores da cultura, não acompanha as demais políticas aplicadas no setor cultural.

2.4. Institucionalização da Formação

Os anos 90 são destacados na história cultural do Brasil, pois nele temos o reconhecimento legal das atividades do produtor cultural. A Lei *Rouanet*, criada durante o governo do então presidente Fernando Collor de Melo, em 1991, que leva o nome do ministro da cultura nesse mandato, Sergio Paulo Rouanet, deu um apoio à cultura e em decorrência iluminou um espaço, distinto de outros cargos, no sistema para função do produtor cultural. Junto a esse importante reconhecimento, essas duas leis transformaram a lógica do mercado cultural, as políticas públicas foram completamente subordinadas aos incentivos fiscais concedidos às empresas privadas, que buscavam o benefício da isenção fiscal e a associação da sua marca a movimentos culturais que podem agregar valor as suas marcas. Essa nova lógica do *marketing* cultural foi o momento onde ficou mais claro a necessidade do profissional que saiba realizar essa comunicação entre a empresa que quer patrocinar e o grupo artístico que busca recursos para pôr em prática os seus projetos.

Como podemos perceber na análise anterior, o reconhecimento do profissional mediador vem se tornando uma peça fundamental para o desenvolvimento da área cultural. Nessa dinâmica complexa e contemporânea a profissionalização e qualificação do gestor/produtor cultural vem sendo exigida pela própria lógica do mercado; e estudada e desenvolvida pelos intelectuais da área. O objetivo principal é chegar a uma estrutura reconhecida pela sociedade como um todo e superar a desorganização de ações pontuais desarticuladas, causada pela ausência do governo perante uma história de descaso.

A carência de pessoal e sua má distribuição tornam-se ainda mais graves com a ausência de uma política sistemática de formação, qualificação e atualização dos organizadores da cultura. Aliás, esta é uma das maiores mazelas do campo cultural, nunca enfrentada pelas políticas culturais no país. (Rubim A. A., 2008)

Um dos grandes marcos inaugurais da institucionalização para formação de nível superior (graduação) para os profissionais da cultura foi a criação do curso de Comunicação – Produção em Comunicação e Cultura, na Universidade Federal da Bahia (UFBA), já citado neste trabalho. O curso de Produção Cultural, assim conhecido entre os discentes, docentes e comunidade envolvida, foi implementado em 1996. Criado como uma habilitação na área de Comunicação (já existente com o curso de Jornalismo) tem em sua base a justificativa de um cenário mercadológico forte para a indústria cultural e audiovisual, os bens simbólicos cada vez mais estavam presentes para a sociedade através da comunicação. Sociedade essa que viveu naquele contexto um momento de informatização e midiaticização, onde a surgimento de novas tecnologias faziam parte da cultura das pessoas. A comunicação é destacada nesse momento, pois consegue se moldar a qualquer segmento das novas mídias. É através da compreensão da multiplicidade de “faces” da comunicação que o projeto acadêmico se sustenta, tanto na renovação do currículo do Jornalismo como na criação pioneira do novo currículo de Produção em Comunicação e Cultura. (Mello, 2009)

Podemos extrair do trabalho de conclusão de curso do produtor cultural Ugo Barbosa Mello¹³ o histórico que explica como se deu a proposta de criação de uma nova habilitação em comunicação na FACOM (Faculdade de Comunicação), agora em seu prédio, independente de outros cursos. O proposto trabalho conta que no ano de criação do curso de Produção Cultural já haviam outros cursos ligados a cultura e comunicação, oferecidos em nível de pós-graduação e mestrado, onde o professor Albino Rubim era diretor e o professor Marcos Palácios vice-diretor, participantes da criação e na reunião de apresentação da proposta de uma nova habilitação para o curso de Comunicação, até então composto apenas pelo curso de Jornalismo.

Ter um caráter multidisciplinar é um dos pilares da fundamentação acadêmica oferecida pelo curso. Ser possível uma formação multifacetada, onde o estudante tenha a oportunidade de escolher dentre um leque de disciplinas em qual segmento da cultura quer se especializar, são objetivos almejados em todas as propostas de reformulação da grade curricular do curso. A justificativa apresentada tem em seus fundamentos o fato de quem o Brasil, um país em

¹³Egresso do curso de Comunicação – Produção em Comunicação e Cultura, oferecido pela Universidade Federal da Bahia. Formado em 2009. Hoje, atua como gestor da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia. Também é dono da empresa 5 Sentidos Cultura e Comunicação.

desenvolvimento, ainda existem situações de exclusão, onde a mídia se disseminou em todos os espaços públicos, fazendo necessário a existência de profissionais e intelectuais na área. A Bahia, como celeiro cultural, fortes influências histórica culturais, explica a necessidade de um profissional que saiba lidar com a diversidade presente no cenário Estadual. Na Faculdade de Comunicação da UFBA, tem-se um campo que já desenvolve estudos culturais, atendendo as demandas do novo momento de midiatização presente na sociedade.

Após o primeiro ano de funcionamento do curso de Produção em Comunicação e Cultura, em 1996, os professores propuseram uma reformulação da grade curricular, com o objetivo de rever possíveis falhas na formulação do curso. A proposta foi gerada a partir das experiência vivida nesse ano inaugural do curso. Professores externos, qualificados, foram convidados a formar uma comissão para avaliar o andamento do curso e propor novos caminhos para que o curso atendesse às necessidades da nova realidade social, em cumprimento do que havia sido proposto nas bases da sua construção. A comissão externa junto com professores internos e os alunos, em reunião, construíram uma documento que foi apresentado ao Colegiado, logo depois aprovado. Novas disciplinas foram incluídas, outras tiveram seus nomes modificados, e a carga horária também foi ajustada, de acordo com o que foi apontado pelos discentes e docentes do curso. Essa proposta entrou em vigor somente no ano de 1998. (Mello, 2009)

Com essa primeira modificação concretizada, inúmeros debates e questionamentos aconteceram durante o ano de 1998, culminado em uma nova reforma curricular no ano de 1999, na qual o objetivo é aperfeiçoar o curso. Durante o ano aconteceram cinco debates internos para que fossem explanados os desejos de transformação dos alunos e professores. Essa movimentação gerou novas adaptações no currículo do curso, que entraram em vigência no ano letivo de 2000. (Mello, 2009)

Eram discutidas nas reuniões questões relacionadas a reformulação de pré-requisitos, criação de novas disciplinas e atualizações das ementas de disciplinas já presentes na grade. A autonomia dos alunos é reforçada através das disciplinas optativas, que proporciona a eles a possibilidade de escolher qual disciplina é de interesse maior para sua formação. Todas as mudanças realizadas tinham como intuito a inserção da prática no cotidiano de formação, foi uma meta estabelecida desde a proposta de criação do curso. A chamada quebra de tradição nas graduações, que reuni teoria e pratica, oportuniza aos alunos a vivencia prática no desenvolvimento de produtos como método avaliativo. Ainda assim, é possível detectar que ainda existe a insatisfação dos discentes sobre a forma como as disciplinas práticas (nomeadas

de oficinas) são aplicadas e, também, sobre a necessidade de mais atividades práticas que consigam trazer para dentro da universidade a realidade do mercado. (Mello, 2009)

A construção de uma Faculdade de Comunicação na Bahia, independente e com uma habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, foi uma grande conquista para a área cultural do Estado, principalmente para o município. A cidade de Salvador agora conta com um instituição forte, não só em movimentar o circuito intelectual, mas também em formar profissionais que atuam na área. O mercado deixa de ter apenas profissionais que aprendiam com o fazer e começam a absorver profissionais que estudaram e foram preparados para lidar com a burocracia das formas de financiamento para a cultura, e com a diversidade cultural na capital baiana.

Um dado importante retirado da monografia mostra que o mercado está buscando cada vez mais construir seu quadro de funcionário com egressos do curso. Destacam-se as Instituições Públicas da cultura:

20 egressos atuantes disseram trabalhar nas diversas áreas analíticas, políticas e de gestão e produção culturais da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (SECULT) e da Fundação Cultural do Estado da Bahia (FUNCEB), o que totaliza aproximadamente 37% dos egressos que atuam na área. (Mello, 2009)

O campo cultural hoje é alvo de pesquisas acadêmicas, voltadas para esse novo campo de atuação profissional. Como já foi mostrado, o campo cultural tem se complexificado, com as ações de incentivo através dos recursos públicos e a dinâmica burocrática; essa relação necessita de profissionais especializados. Com o curso de Produção em Comunicação e Cultura, a Instituição buscava assegurar a demanda desse mercado, mesmo com a intenção de fornecer profissionais qualificados para toda a demanda do mercado, os cargos para produtor e gestor cultural ainda são ocupados por pessoas com outras graduações, ou até mesmo sem formação especializada, por conta da dimensão do mercado cultural em seus diversos segmentos.

Foi possível perceber esse cenário quando destacamos as falas de dois entrevistados. O primeiro, Augusto Hessel (já citado neste trabalho), conta que em sua trajetória conhece poucos produtores culturais com formação especializada.

Até então, eu me deparei com poucos formados atuantes na área, por isso que não saberia lhe dizer se isso foi bom ou ruim [...] Acho que em toda a minha vida de produtor só me deparei com dois casos de produtores formados [...] Espero que venha melhorar muito a visão que se tem do produtor, mas também um reconhecimento de uma bagagem que a faculdade dá, não só fiquemos na experiência ao logo dos anos. O conhecimento sobre a cultura e como lidar com ela, sem dúvida alguma é importante. (informação verbal)¹⁴

¹⁴ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 04/09/2014.

A segunda, Rebeca Castro¹⁵, produtora executiva atuante no mercado, relata que não sabia da existência de um curso que preparava o aluno para ser um Produtor Cultural. “Na época que eu comecei, fiz publicidade porque não sabia que existia. Nunca soube de curso para produção. Para mim não existia.” (informação verbal)

Conseguimos perceber que existe ainda uma deficiência nas políticas culturais para a formação do Produtor Cultural. Pensar a formação desses profissionais é indispensável nesse novo campo, pois temos hoje a cultura com novas formas de administração e uma lógica de captação de recursos que exige um estudo sobre como lidar com essa ferramenta; concomitantemente a esse fato, hoje a cultura precisa ser gerida de forma sensível à todas as manifestações de uma comunidade para que se possa alcançar a democracia e contribuição para o desenvolvimento da sociedade. É preciso mais ações que proponham o surgimento de mais cursos, podendo ser até mesmo direcionados para cada segmento.

Os estudiosos na área buscam, através de pesquisas, construir bases que possam contribuir para firmar a profissão do gestor/produtor cultural diante da sociedade. Como já vimos anteriormente nesse trabalho, muito pouco foi feito pelo Estado no que tange a articulação de ações efetivas voltadas para promover a formação do agente que irá organizar o setor cultural. Apenas pontualmente percebemos alguns movimentos ligados a formação. Apesar de ser um dos assuntos mais debatidos, tendo muita relevância, em conferências e encontros que acontecem por todo o país que tratam da cultura e seu campo na contemporaneidade. E também por fazer parte das diretrizes de base do Plano Nacional de Cultura¹⁶.

A partir desse cenário que pudemos ver no decorrer deste trabalho, a ausência do Estado na construção de políticas públicas efetivas para a criação, financiamento e fruição (entre outros pontos constituidores do sistema) da cultura; como também o não reconhecimento do sujeito organizador como peça importante, e conseqüentemente fez com que a formação desse profissional não tivesse políticas diretas que garantissem a sua qualificação perante ao novo conceito de cultura que perpassa todas as esferas sociais. A figura do organizador da cultura é de suma necessidade para que o sistema possa funcionar.

¹⁵ Começou a trabalhar com Produção Cultural em 1996. Produtora executiva, atuante na empresa Maurício Pessoa Produções. (saiba mais sobre a empresa em <http://www.mauriciopessoaproducoes.com.br/site/empresa.aspx>)

¹⁶ Saiba mais em <http://www.cultura.gov.br/plano-nacional-de-cultura-pnc-> (acesso em 13/10/2014)

Diante desse fato, pesquisadores da cultura organizaram um mapeamento¹⁷ dos cursos que são oferecidos em todo o território nacional, sejam eles em níveis de doutorado, mestrado, especialização, graduação, tecnológico, cursos técnicos ou de extensão, que atuem nos segmentos da organização como a produção cultural, a gestão cultural ou a formulação de políticas públicas:

O objetivo principal desta pesquisa é justamente propiciar elementos para a elaboração de parâmetros referenciais à criação no Brasil de uma política e de uma rede de formação no referido setor e de um programa nacional de formação e qualificação em cultura. Através dela, podem ser diagnosticados os problemas e potenciais existentes e, simultaneamente, identificados os possíveis parceiros para a construção conjunta deste programa. (Rubim, Barbalho e Costa, 2009)

O campo necessita de um organizador cultural que tenha conhecimento da nova forma que é concebida a cultura para que possa atuar no seu campo específico atendendo as singularidades de cada movimento e expressão.

O compromisso ético e político com a cultura e a sociedade; a ampla informação cultural e a capacidade de analisar a cultura e a sociedade – estes vetores fundamentais ao organizador cultural estão inexoravelmente associados a uma consistente formação no setor que lhe possibilite conhecimentos teóricos, analíticos e práticos de técnicas e instrumentos variados. E mais: apesar do organizador não ser necessariamente um criador cultural, ele deve ter abertura e contato com os procedimentos de criatividade, necessários não apenas para a compreensão de tais processos, mas também à elaboração e desenvolvimento de seus projetos, eventos e produtos. (Rubim, Barbalho e Costa, 2009)

No âmbito da cidade de Salvador, no Estado da Bahia, temos o curso precursor em produção cultural oferecido pela Universidade Federal da Bahia¹⁸, já abordado. Inaugural na questão da formação em todo o país, simultâneo a criação do curso de Produção Cultural na Universidade Federal Fluminense¹⁹, Rio de Janeiro. Além do bacharelado na capital baiana, o Estado conta com mais cinco cursos que capacitam indivíduos para o mercado cultural. Cursos aplicados entre as várias formas de estudo e pesquisa acadêmicas, como curso técnico e graduação. Completando o mapeamento, Salvador conta com mais de vinte e cinco cursos diversos, desde cursos com curta duração, passando por mestrado e doutorado. (Rubim, Barbalho e Costa, 2009)

Contudo, podemos perceber ainda que a vulnerabilidade acadêmica ainda se faz presente. O mapeamento nos apresenta a instabilidade do campo na busca de construir uma rede

¹⁷ Esse mapeamento foi realizado sob a coordenação geral de Albino Rubim, Alexandre Barbalho e Leonardo Costa. Para mais informações <http://www.organizacaocultural.ufba.br/index.php?apresentacao> (acesso em 13/10/2014)

¹⁸ Saiba mais em <http://www.facom.ufba.br/portal/faculdade/> (acesso em 13/10/2014)

¹⁹ Saiba mais sobre o curso em <http://www.uff.br/procult/historico.htm> (acesso em 13/10/2014)

onde possa transparecer ao poder público as deferências do campo. A pesquisa conclui em dados que o:

Contexto que se revela nos dados apresentados e analisados: a maior parte dos cursos pesquisados (75,88%) é qualificado como “extensão”; a limitada abrangência nacional dos cursos (apenas 7,73%); a pouca quantidade de diferentes procedimentos metodológicos, tais como práticas (10,90%) e cursos a distância (4,27%); a pouca quantidade de processos seletivos para a admissão do aluno (apenas 13,04% – faltam exigências quanto ao ingresso dos alunos além dos aspectos financeiros); e pouca avaliação (apenas um quarto dos cursos trazem a exigência de trabalhos finais para a sua conclusão – 24,23%). E mais: temos 63,75% de cursos sem frequência definida, ou seja, não há certeza de que sejam ofertados com periodicidade. O que podemos deduzir destes dados é que são cursos voltados para uma formação rápida na área de produção cultural: elaboração de projetos; captação de recursos e execução/produção de produtos e serviços culturais. (Rubim, Barbalho e Costa, 2009)

Conclui-se que, um caminho está sendo trilhado em busca de mais políticas públicas para a formação, mas ainda são ações pontuais e desarticuladas. O Estado precisa cada vez mais investir na formação do profissional da cultura, peça fundamental para que a mesma seja organizada e gerida em conformidade com as novas diretrizes estabelecidas.

3. Carreira e Mercado

3.1. Objeto de Pesquisa

Após a passagem da cultura concebida como “um bom negócio”, estopim para o reconhecimento do agente que intermedia as negociações entre a empresa que quer financiar e o artista que busca recurso para realizar seus projetos culturais; a função do gestor/produtor cultural foi entendida como fundamental para essas relações. É por conta desse papel tão importante para o funcionamento da organização cultural, que buscamos aqui analisar como essa nova profissão está se inserindo no mercado soteropolitano hoje em dia.

Assim, se faz necessário analisar como o profissional do campo cultura (ainda em desenvolvimento) iniciou sua carreira e como ele lida com as transformações que vem ocorrendo desde a instalação das leis de incentivo. É sabido que desde então o profissional organizador da cultura passou a ter reconhecimento, e cada vez mais vem se firmando e ganhando espaço no mercado de trabalho.

A profissionalização dessa figura componente do sistema cultural é importante, mas nunca foi dado o devido respaldo. Já que a cultura contemporânea perpassa quase todos, quiçá todos, os segmentos da sociedade; é uma grande força motivadora de transformações sociais. Para lidar com as especificações de cada segmento e contextos em que estão inseridos o profissional organizador precisar estar sensível a todas as questões envolvidas, para isso deve ter conhecimento em cultura, os acontecimentos e transformações contemporâneas, meios de comunicação e as novas tecnologias.

A graduação específica precisa dar conta de formar um profissional capaz de refletir sobre sua área. Não só uma formação técnica, para lidar com a burocracia e os trâmites do *marketing* cultural, mas alguém que possa desenvolver a auto sustentabilidade dos grupos culturais (e da cultura); pensando também em profissionais que pensem políticas públicas efetivas e articuladas, tanto para a criação e divulgação, como também para a formação dos gestores/produtores, tão importantes para o bom funcionamento do campo.

A ideia principal deste trabalho é buscar nos atuantes do mercado cultural da cidade de Salvador – BA, suas impressões sobre a institucionalização (órgãos públicos, entidades

privadas, organizações não governamentais - ONGs) da cultura, como essas implicam na sua rotina de trabalho; qual as relações com as fontes de financiamento e quais os anseios desses profissionais. Como ponto de partida fizemos um recorte de qualificação acadêmica, justificada pela importância (já discutida) da qualificação específica do gestor/produtor cultural. Foram selecionados profissionais que estivessem ativos no mercado, com mais de três anos de carreira (para que fosse possível colher deles experiências que só são possíveis com um certo tempo de atuação). Buscamos por três pessoas com terceiro grau completo na formação em Produção Cultural, egressos da FACOM-UFBA; três pessoas que tivessem formação superior em outras áreas (neste quesito não foram feitas distinções entre as possíveis formações) e mais três profissionais que não tivessem formação superior em nenhuma área de especialização profissional.

Com base nesse recorte, almejamos delinear como a qualificação específica no setor de produção cultural pode influenciar no gerenciamento que cada profissional faz na sua carreira. O questionário aplicado conta com nove questões qualitativas, onde o entrevistado responde sobre como foi o começo da sua carreira; como ele descobriu a área cultural; passando por questões de dificuldade e facilidades em busca do seu reconhecimento perante a classe artística; como ele se reconhece nesse sistema ainda instável e quais são as suas impressões sobre as necessidades do campo.

Assim é possível fazer uma análise de como os profissionais, e suas diferentes formações, estão atuando no mercado. Através dessa análise, pudemos identificar quais as maiores dificuldades enfrentadas nas práticas culturais. Entendendo, através dos relatos, em que momento o mercado e seus profissionais precisam de mais intervenção do governo e como esses indivíduos estão lidando com as mudanças que vem acontecendo desde a década de 1990 no campo cultural.

3.2. Mercado Cultural e Atuações Profissionais

O mercado cultural foi se constituindo e, paralelo a isso, tivemos o reconhecimento da relevância do profissional organizador da cultura. Em 1980, surgiram instâncias públicas que cuidavam da cultura, como as secretarias e o Ministério; debates acerca de fontes de financiamento para a cultura começaram a se tornar cada vez mais presentes. Com isso, em

1990, ocorreu o processo de edificação das instituições públicas que acabaram por maturar o mercado de trabalho para a cultura. As leis de incentivo deram ao sistema cultural uma complexidade que exige do próprio mercado profissionais especializados para desempenhar determinadas atividades. Uma dinâmica provocada por investimentos financeiros nunca vistos antes.

Sabemos que, antes desse período de estruturação governamental, o campo cultural era administrado perante as ocorrências do dia a dia. Os produtores/gestores culturais davam início as suas carreiras através de convites de amigos, estimulados, muitas vezes, pelo seu envolvimento como consumidor das artes. Os seus afazeres eram compreendidos na prática, onde cabia a esses novos profissionais a obrigação de cumprir tarefas. É possível perceber esse antigo cenário através das narrativas dos entrevistados, que são o objeto principal dessa pesquisa, levando em consideração o tempo de carreira. Como por exemplo, no relato do Produtor Cultural Augusto Hessel:

Pra mim a produção cultural surgiu no meu dia a dia. Na época eu morava em São Paulo e estava envolvido com teatro, ajudando um pouco, da forma que o teatro é. [...] eu não escolhi fazer produção, a produção que me escolheu. [...] Eu não sou formado em Produção Cultural. Eu comecei em 1991 e, acredito que, naquela época não tivesse nenhuma formação nessa área. Os produtores eram muito autodidatas. E eu comecei trabalhando para o Estado, e dentro das necessidades, fui fazendo as produções que vinham acontecendo. (informação verbal)²⁰

Hessel²¹, é Produtor Cultural, formado em Administração – Gestão de Pequenas e Médias Empresas. Mas, sempre se interessou por música e começou a estudá-la. Por isso foi convidado para trabalhar na Fundação Cultural, na Diretoria de Teatro, Música e Dança, entrando como gestor de uma instituição pública para a área cultural.

Nos últimos anos o campo da Produção Cultural vem passando por grandes transformações econômicas, de consumo e para a formação. O mercado de trabalho vem a cada dia tornando-se um campo fértil e exigente em relação a qualidades dos profissionais envolvidos. Os mecanismos de financiamento e a rígida burocracia do seu gerenciamento muitas vezes dificultam que os grupos artísticos cheguem até o recurso disponibilizado. Nesse momento fica mais claro que é preciso um produtor ou gestor que saiba lidar com esse caminho. A produtora executiva Rebeca Castro, formada em Publicidade e Propaganda, revela que sente

²⁰ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 04/09/2014.

²¹ Além de atuar como gestor, também é empresário, dono da sua própria produtora chamada Hessel Produções, que está em fase de reorganização e planejamento para voltar a funcionar.

falta de uma formação que a preparasse para conduzir bem esse momento da produção de um projeto:

Sinto falta, por não ter me aprofundado mais, porque, às vezes, quero fazer algum projeto meu. O que faço muito é inscrever em edital, que dá para todo mundo fazer, vou lendo e seguindo as orientações, só preciso ter a disponibilidade do tempo que é diferente de uma pessoa que já tem a prática. Como eu tenho essa facilidade dentro da empresa, como um departamento que cuida disso, o que acontece é que eu sempre peço para a pessoa responsável adequar o meu projeto em determinada lei, e ela faz. Então, eu nunca precisei de fato estar envolvida, mas acho extremamente importante. Se eu tivesse tempo e disponibilidade faria um curso que me capacitasse para isso. (informação verbal)²²

Podemos perceber nesse relato uma característica empresarial, onde as funções são divididas em etapas, comum no modelo de produção capitalista. Cada pessoa é responsável por um setor e dedica-se inteiramente à aquela atividade. Essa situação acabou por causar em Rebeca uma certa acomodação em relação ao desenvolvimento das suas habilidades profissionais. Tornando-se dependente de outros que saibam gerir os mecanismos de leis de incentivo. Esse é um exemplo em meio ao grande cenário de profissionais do meio cultural que não sabem utilizar essas ferramentas de financiamento.

Em outro contexto, mas com características semelhantes, podemos observar essa mesma prática. A entrevista realizada com Piti Canella, que se denomina como produtora executiva, com mais de vinte anos de carreira, sem formação de nível superior, enveredou pelo caminho da produção cultural, pois, segundo a mesma: “O universo foi fazendo desse o meu caminho, muito mais do que eu busquei. Fui aprendendo na raça.”. Hoje Piti é sócia da empresa Gil e Canella Produções²³, e quando questionada sobre como lida com os financiamentos na sua empresa revelou que:

Temos uma parceria com uma produtora que se especializou em escrever projetos para leis de incentivo. Essa parceria nos deu a vantagem da rapidez e prática. Conseguimos nos dividir, ele fica com a parte de escrever os projetos nas leis e nós com a produção executiva. (informação verbal)²⁴

Como citado nesse trecho da entrevista, temos no mercado soteropolitano outras práticas especializadas que compõem o fazer da Produção Cultural. Hoje temos empresas atuantes que são destinadas a escrever projetos culturais e adequá-los às leis de incentivo e editais. E mais,

²²Relato obtido através de entrevista realizada no dia 03/09/2014.

²³A Gil & Canella vem produzindo Arte e Cultura desde 1993. Marília Gil e Piti Canella assinam as produções. Realizar eventos com qualidade, transformar a experiência para o cliente final, através de soluções criativas, gerando resultados positivos com o melhor custo-benefício. Principais eventos já realizados: Festival de Jazz do Capão, Camarote Expresso 2222, Festival de Música Conexão Vivo, entre outros. Mais informações acessar: <https://pt-br.facebook.com/gilecanella>

²⁴Relato obtido através de entrevista realizada no dia 09/09/2014.

especializações em captação de recursos, gestão financeira, planejamento estratégico, *marketing* e etc. A complexificação do mercado de trabalho vem a cada dia se organizando mais perante a conformação das exigências do fazer cultural.

Temos hoje no mercado uma gama de Produtores Culturais donos da sua própria empresa, gerenciando-a da forma que melhor entendem o mercado. Um dos entrevistados, que tem formação em Produção Cultural pela FACOM é Fernanda Bezerra, produtora e sócia da empresa Multi Planejamento Cultural²⁵. A Multi (como é chamada pela entrevistada) foi criada em 2010, depois de dois anos de experiências com o Circuito Sala de Arte trabalhando com lançamento de filmes, festivais, projetos de formação de plateia, entre outros projetos. Fernanda nos fala que suas experiências externas foram importantes para a sua formação como Produtora Cultural e cita alguns exemplos de atividades extras oferecidas pela faculdade como o núcleo da Produtora Junior²⁶, onde pode ter ideia de como é o universo de produção executiva de um produto. Apesar do pouco tempo de existência, hoje a Multi é considerada referência em captação de recursos, como nos conta a Gestora Cultural, Maylla Pita, quando narra sobre o seu principal trabalho, o Equalize:

Projeto de qualificação em música, com base nas etapas da cadeia de produção da música. Específico para os agentes que trabalham com música no território do Vale do Jequiçá. [...] Curso composto por quatro módulos, cada um específico para uma etapa de produção. [...] o terceiro sobre financiamento, instrutora Fernanda Bezerra (sócia da empresa Multi, referência em captação de recurso em Salvador. (informação verbal)²⁷

O mercado cultural contemporâneo é dominado pelas relações de patrocínio. A própria função do produtor/gestor cultural foi ganhando relevância perante a esse mercado quando essas relações foram tomando tal proporção. Esse nexos entre as instâncias protagonistas do contexto de uma produção, que são: governo, empresas privadas e indivíduos do meio cultural; estão inteiramente ligadas a uma relação de poder, como nos esclarece Leonardo Brant, na sua obra Mercado Cultural. Ligado diretamente a essa relação de poder Brant fala sobre a formação dos profissionais, onde: “O ideal seria preparar carreiras e processos culturais como negócios,

²⁵A Multi é uma empresa de projetos culturais, localizada em Salvador, Bahia, Brasil. Atua na criação de projetos culturais que visam o desenvolvimento da cena artística e cultural do estado e do país. O trabalho que realiza passa pela elaboração, planejamento, captação de recursos e produção de projetos culturais e pelo desenvolvimento de políticas públicas e privadas de incentivo à cultura. Atuaram em produções como: Festival Bahia em Cena, Red Bull Freestyle, Circuito Música Bahia, entre outros. Mais informações: https://www.facebook.com/pages/Multi-Planejamento-Cultural/101471663243057?sk=timeline&ref=page_internal

²⁶ Saiba mais sobre a Produtora Junior em <http://produtorajuniorpjr.wix.com/site>

²⁷ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 03/09/2014.

tentando conhecer melhor as relações de mercado e buscando se adequar melhor a elas, quando possível, ou superá-las, quando imprescindível.” (Brant, 2004)

Trazendo essas considerações para o contexto soteropolitano proposto nesse trabalho, temos a manifestação incisiva na entrevista concedida por Maylla Pita, que mostra uma profissional, formada em Produção Cultural, que diz ter total domínio sobre as vias de financiamento público através dos editais. Uma profissional que buscou envolver-se com o mercado de trabalho e através dele aprimorar os conhecimentos trazidos da sala de aula.

Essa parte é muito tranquila para mim porque trabalhei por muito tempo com essa questão do financiamento. Formatação de projetos para captação de recursos, com qualificação dos artistas para que eles conseguissem captar o recurso através dos editais da Secretaria de Cultura. Por isso falo que o Governo acabou sendo uma grande escola para mim. Quando sai da SECULT já tinha transitado, tido contato com planejamento dos mecanismos de fomento do Ministério da Cultura aqui na Bahia. [...] Então, eu já tinha a clareza dos caminhos necessários para captar recurso via Lei Rouanet ou Faz Cultura e, também, de outros mecanismos. [...] Para mim é muito mais cômodo concorrer a editais e a prêmios, sobretudo do Governo do Estado, porque já tenho muito domínio sobre eles, inclusive participo de comissão de seleção, eu sei quais são as prioridades, sei o que tem peso maior, sei pensar estrategicamente qual seria o edital mais apropriado para o projeto que estou propondo. (informação verbal)²⁸

Nas últimas duas décadas (1990 e 2000) o setor cultural vem se tornando um dos setores econômicos mais movimentados. A Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento, revela que 7% do PIB mundial são gerados pelas Indústrias Criativas [...] e a expectativa para as próximas décadas é de uma expansão média de 10% ao ano. (Avelar, 2008) Por todo o país observamos manifestações culturais valorizando suas identidades e saberes de cada povo, em meio a essa explosão mercadológica. Se faz necessário que existam políticas públicas democráticas que deem subsídio para que tais expressões possam se manter e desenvolver. Através das leis de incentivo temos essa ação, que deveria ser de responsabilidade do governo, transferidas para as empresas privadas que buscam a valorização de suas marcas associando-as com a cultura e o desenvolvimento social que ela proporciona.

O sistema das leis acabou por deixar ao gosto do empresário a escolha. A lógica mercadológica acaba por privilegiar produtos culturais que lhes agreguem mais visibilidade comercial, em detrimento do movimentos culturais com menos representatividade. A tentativa de disponibilizar a sociedade investimentos na cultura, esbarrou nas vontades individuais de uma quantidade reduzida de empresários, movidos principalmente pelo estímulo do lucro.

²⁸Relato obtido através de entrevista realizada no dia 03/09/2014.

A partir daí o setor cultural sofreu com a falta da democratização. E só recentemente começou a ser modificada através da ferramenta dos editais, que tem a função de difusão, alcançando mesmo os menores municípios do país e suas necessidades culturais. Brant, nos elucida sobre essa questão:

Justamente o mercado não pode ser o mediador de todas as relações sociais, competindo a ele um filão muito pontual, ou seja, aquele de interesse de patrocinadores ou doadores [...] As regras de funcionamento do mercado não são e nem podem ser as mesmas que gerenciam o patrimônio cultural, as condições de fomento e difusão de arte em uma sociedade. A mediação neste campo, tem os pés fincados em outro chão, de condição de criação, financiamento e veiculação que nem sempre falam a língua do mercado. (Brant, 2004)

As grandes empresas buscam em primeiro lugar firmar as suas marcas no mercado. É preciso que se chegue a um denominador comum quando trata-se de ligação direta com a sociedade através da cultura. A cultura não pode deixar de lado o seu cunho artístico, naturalmente emanado da população, em favor somente de proveitos mercadológicos e do lucro. A globalização levou a uma grande concentração econômica mundial por parte das grandes empresas. Quando essas empresas são instaladas em alguma cidade cabe a ela se envolver e criar laços culturais com os habitantes daquele local, é preciso que as marcas estabeleçam empatias e maneiras diferenciadas. (Brant, 2004) Como estratégias de ação, é preciso falar a língua do comprador, implantar estratégias regionais. (Brant, 2004)

Para que uma empresa consiga firmar sua marca perante a sociedade ela busca construir uma boa imagem. Estudiosos desse tema discutem sobre a eficácia de investimentos feitos para que a fixação de uma marca, seja direto no conceito e no corpo da empresa, não somente em ações isoladas que resultarão em efeitos curtos e fáceis de serem dissolvidos. O desenvolvimento de ações culturais tem muito a oferecer na fixação de uma marca; com a elaboração de um projeto cultural desenvolvido para atender as necessidades da comunidade em que está inserido, comprometido com o desenvolvimento humano e social, em que a população percebe que está sendo atendida, tem mais condições de dar um retorno à empresa patrocinadora. (Brant, 2004)

No cenário atual da capital baiana, podemos contar com grandes empresas que disponibilizam editais próprios para a cultura da cidade, como por exemplo Natura, Petrobras e Vivo Telecomunicações. A produção cultural local conta com essa linha de investimento como alternativa aos “tradicionalistas” mecanismos de financiamento do governo. A renúncia fiscal não é mais o único meio de investimento em cultura, apesar de ser ainda o mais usado.

Mesmo com esses avanços ainda é constatado uma relação frágil entre as empresas e o campo cultural.

Nas narrações obtidas através das entrevistas realizadas, quando os profissionais culturais foram indagados sobre o envolvimento da iniciativa privada como patrocínio direto, foram conseguidas respostas que atestam essa situação de novidade e aperfeiçoamento nas relações empresa-cultura. A maior parte dos entrevistados relataram que não existe patrocínio direto nos projetos organizados por eles. A produtora Aline Cléia conta: “Outra coisa é lidar diretamente com as empresas. É muito difícil a empresa disponibilizar, chegar pra você e dizer ‘tome aqui o dinheiro’, elas não fazem isso, é muito difícil. Elas dão apoio em serviços ou produtos.” (informação verbal)²⁹ Semelhante a esse revelação temos o gestor/produtor Augusto Hessel:

A questão do patrocínio direto existe muito pouco. Acontece mais como permuta, do que propriamente um patrocínio. Você consegue permuta de gráfica, de hotel, até mesmo passagem aérea. Mas a verba mesmo não tem. Acontece quando você é amigo ou parente de um empresário, aí rola o patrocínio. Mas no dia a dia é difícil. (informação verbal)³⁰

A produtora Fernanda Bezerra também expõe:

Patrocínio direto não existe. Todos os nossos projetos são por lei de incentivo. Se você conseguir uma entrevista com um patrocínio direto me diga que eu vou lá também. É muito difícil, ninguém pega cem mil reais e investe direto, a não ser que seja uma festa de verão com retorno garantido de um grande público. (informação verbal)³¹

Lendo essas colocações é possível perceber que o patrocínio direto não é facilitado pela formação do profissional organizador. Temos aí perfis de formações diferentes (Cléia e Hessel formados em outras áreas e Bezerra egressa do curso de Produção Cultural) que não influenciam na conquista de financiamento direto com as empresas. Essa é uma questão de conscientização dos empresários. Compreender que, além de agregar valor institucional à marca patrocinadora, a ação cultural tem condições de desencadear outras ações, como a fidelização da empresa com o cliente, fornecedores e acionistas. (Brant, 2004)

Através da experiência da produtora executiva Piti Canella (profissional que não tem formação acadêmica), é possível perceber uma impressão positiva da relação com as empresas na captação de recursos. Utilizando dos mesmos mecanismos que os entrevistados citados

²⁹ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 17/07/2014.

³⁰ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 04/09/2014.

³¹ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 04/09/2014.

anteriormente, Canella diz que não enfrenta tais problemas para conseguir o patrocínio de uma empresa privada, constatado no seguinte trecho:

Até hoje a nossa experiência com as empresas privadas foi excelente. Como exemplo foi o Conexão Vivo, que nós fizemos por três anos, onde uma operadora de celular patrocinava esse projeto grande, com um milhão de reais por ano. Foi uma parceria muito saudável. O projeto foi criado por nós e patrocinado pela operadora telefônica Vivo, por isso levou o nome deles. (informação verbal)³²

Retiramos da comparação dos trechos apresentados aqui que existe sim a inserção de investimento privado no setor cultural soteropolitano, mas essa relação ainda é precária. Profissionais do ramo ainda buscam com muita dificuldade por esses patrocínios e muitas vezes não encontram. Sabe-se que o momento é de desenvolvimento e novas conquistas, essas relações de financiamento entre empresa e cultura ainda é inexperiente e por isso é visto mais atuações das grandes empresas, como foi exemplificado no trecho a cima. Apesar do relato de Piti Canella ser positivo em relação a captação de recurso, é preciso deixar claro que o projeto citado por ela foi financiado através da lei de incentivo e não como patrocínio direto.

Com uma simples busca pela internet é possível conseguir informações sobre editais de empresas privadas direcionados para a cultura. Geralmente são empresas de grande porte, com uma vasta experiência de mercado, e com setores internos aprimorados, um desses setores é o de *marketing*. Que deve ser estruturado com um conjunto de ações que visam o envolvimento da empresa com o público direto e indireto, por meio da atividade cultural, fundada nos compromissos éticos, estéticos e culturais. (Brant, 2004) O *marketing* e seus gestores são responsável por gerir esse processo, criando ferramentas que possibilitem à empresa ser inserida e aceita no seu local de atuação da melhor forma possível.

As empresas privadas precisam ser mais elucidadas sobre o assunto patrocínio cultural, tanto para patrocínio através das leis de incentivo, quanto direto. Saber o potencial que os investimentos em cultura podem agregar valor às suas marcas, e que tem a oportunidade de desenvolver um trabalho com responsabilidade social, contribuindo para o desenvolvimento daquele local. Esse fato é narrado pela entrevistada Aline Cléia, formada em pedagogia, atuante na área de Produção Cultura há 13 anos.

Sinto dificuldades em lidar com as leis de incentivo, porque a pessoa escreve o projeto todo, coloca na lei e tem que correr atrás do patrocinador, às vezes você consegue o patrocinador outra vezes não. Para conseguir convencer o patrocinador é difícil porque a maioria deles não entendem o que é uma lei de incentivo fiscal, como a lei funciona, como ela acontece. Acredito que seja necessário que o governo, os gestores da cultura do estado da Bahia, tenham que cuidar um pouco mais de esclarecer aos

³² Relato obtido através de entrevista realizada no dia 09/09/2014.

possíveis patrocinadores, como é importante investir na cultura do nosso Estado e como o sistema funciona. (informação verbal)³³

É possível conferir um cenário de investimento em cultura ainda em desenvolvimento e com muitas ações a serem lapidadas e melhoradas. A intervenção do governo nesse caso é fundamental para o setor, aliás, os profissionais atuantes pedem uma atitude para que sejam formadas políticas públicas que interfiram diretamente nas transformações das ferramentas de investimento e na formação de profissionais culturais que possam esclarecer o financiamento, burocrático, para as empresas em potencial patrocinadoras da cultura. Hessel, conta:

Pra mim fica muito claro que se não tem política cultural o sistema não vai pra frente. Não se cria, não se pensa algo a médio e a longo prazo para a cultura. Não podemos pensar só no amanhã. Não adianta um governante criar uma bolsa, porque no dia que ele sair não é garantido que continue a movimentação daquele dinheiro. Eles pensam apenas nos quatro anos que vão governar e esquece de planejar enquanto cultura do Estado, fato importante para desenvolvimento. Tem que desenvolver algo que fique, que permaneça, uma boa política cultural. Tudo parte de uma base bem construída, assim tudo cresce. (informação verbal)³⁴

Muito se fala sobre Indústria Criativa pelo mundo. É impossível, na contemporaneidade, que o setor criativo não seja levado em conta por conta da relevância que tem economicamente. Estudiosos da área vão além, mostram que o conceito de Indústria Criativa deveria ser transformado em Economia Criativa, pois a Indústria trata da replicação em massa, tem direito de propriedade intelectual, como televisão e cinema; a Economia Criativa são “As transformações nas formas de produção, consumo e convivência social nas sociedades modernas têm no conhecimento e na criatividade sua base dinamizadora. Por isso, atributos de conhecimento e criatividade constituem fator de altíssima relevância no desenvolvimento social, econômico e político de um país.” (Minc, 2011); motivos que baseiam a criação de uma secretaria exclusiva para tratar da economia criativa no Brasil, em suas diretrizes, políticas e ações.

Compreendido esses conceitos, é possível perceber que Economia Criativa é capaz de abarcar toda e qualquer forma de expressão criativa de um povo. São levados em consideração as individualidades locais do trabalho cultural, a economia que é movimentada a partir das relações de comércio que podem existir. Consequência do reconhecimento desses afazeres culturais é a geração de outros mercados que diferem da produção em larga escala, base da Indústria Criativa.

³³ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 17/07/2014.

³⁴ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 04/09/2014.

Segundo a empreendedora cultural Lala Deheinzelin, especialista em economia criativa e desenvolvimento [...] a economia criativa para o desenvolvimento, trabalha para criar políticas e mecanismos que tenham horizontalidade no lugar da verticalidade; para trabalhar com distribuição, e não com concentração; para incluir os saberes e fazeres tradicionais e as características locais; para que tudo saia baseado no pequeno e seja inovador do ponto de vista de gestão e distribuição; e para que essa inovação acabe tendo uma interface grande com a economia solidária. Na economia criativa você tem o fator econômico, mas também tem igual ênfase nas outras três dimensões: ambiental, social e simbólica. Na indústria criativa, o econômico é preponderante. (Avelar, 2008)

Essa concepção de mercado abre maiores possibilidades de atuação para o produtor/gestor cultural. A valorização da cultura local e, muitas vezes a imaturidade burocrática para conseguir financiamento, dispõem de um lugar específico e importante para o organizador cultural agir e encontrar soluções adequadas àquela manifestação. Para isso, se faz necessário profissionais que tenham a sensibilidade de entender as peculiaridades de cada manifestação cultural ali dispostas e buscar formas de sustentabilidade, sem perder o seu valor simbólico.

Trazendo esse contexto para a realidade da cidade de Salvador, o produtor cultural Ugo Mello, egresso do curso de Produção Cultural da FACOM, narra a sua experiência com esse duelo entre o valor de transformação social de um projeto cultural e a necessidade de ser comercial para atrair o interesse do patrocinador.

[...] temos que começar a pensar em formas de sustentabilidade dos nossos projetos. Eu faço isso na minha empresa. Pensar como podemos tornar o projeto mais “comercial” para dar sustentabilidade ao que achamos ser essencial conceitual. [...] o produtor cultural que tem uma empresa tem que pensar nesses dois sentidos, o que podemos fazer, dentro do nosso âmbito profissional e mercadológico, que pode ser desenvolvido. [...] acredito que o produtor cultural hoje, independente ou com uma empresa, tem que buscar o equilíbrio. Muitas pessoas reclamam que não dá para ganhar dinheiro com produção, mas nós precisamos pesquisar mais. Sabemos que tem alguns produtos que são mais comerciais e isso pode te dar uma sustentabilidade na empresa e proporcionar que faça outros projetos que achamos ser mais importante ou interessante. [...] Acabamos sempre esbarrando no financiamento. Quando se fala de arte e cultura nem tudo é comercial. Nós precisamos que projetos não comerciais também aconteçam. Não quer dizer que aquele produto cultural não seja interessante, muito pelo contrário, pode ter uma importância muito grande para um determinado público ou até para a sociedade inteira. Então, acabamos tendo que buscar financiamento nas políticas públicas, que é quem mais investe. (informação verbal)³⁵

Observa-se também um contraponto existente no mercado contemporâneo. Quando o produtor/gestor cultural tenta trilhar esse árduo caminho em busca da sustentabilidade dos seus projetos, acaba esbarrando nas relações com o financiador. Esse fato exige do profissional um certo grau de conhecimento e preparo para lidar com os interesses dos empresários. Para

³⁵Relato obtido através de entrevista realizada no dia 25/09/2014.

exemplificar, a gestora Maylla Pita mostra a sua opinião construída com as experiências da sua carreira:

Mesmo sabendo da importância que é gestores, produtores e artistas caminharem com suas próprias pernas, independentes do financiamento público. Por outro lado, entendo que o cenário cultural, hoje, na Bahia, não tem preparo para isso. O mercado não tem interesse em se preparar. Falo em âmbito nacional. (informação verbal)³⁶

Diante das constatações, podemos averiguar que o setor cultural a cada dia vem se desenvolvendo e complexificando mais. É latente as dificuldades com os financiamentos públicos, seja por conta do não conhecimento de seus trâmites ou por conta da sua burocracia; que estão diretamente ligados às empresas e seus objetivos mercadológicos. Fica claro que o sistema cultural nos dias de hoje não tem mais espaço para o amadorismo, que se fazia presente décadas atrás. O momento é de capacitação, profissionalização e especialização dos organizadores culturais.

3.3. Atuação do Produtor Cultural

Antigas práticas culturais, onde comercialização e criação se misturavam diariamente, a indistinção das atividades não proporcionava ao artista se dedicar plenamente ao seu ofício, onde as responsabilidades não tinham profissionais adequados para que fossem resolvidas, refletem o amadorismo preponderante dos fazeres culturais das décadas passadas. Ainda hoje é possível encontrar grupos, ou segmentos, que não tem um produtor mercadológico atuando para o desenvolvimento cultural, junto a complexificação do sistema. Esse fato é exposto pelo entrevistado Ugo Mello:

A função do produtor cultural já existia antes das formações existirem. Inclusive, dentro dos projetos culturais e artísticos, dentro do coletivos de cultura (grupos de teatro, de dança), surge a função do produtor, ela já estava ali, sempre alguém assumia essa função. Só que a relação que as pessoas tinham com o produtor cultural era sempre de não querer ocupar o papel do produtor, mas alguém assumia por algum motivo. Esse contexto faz com que essa relação não fosse tão interessante. [...] Acho que essa concepção vem mudando, a visão que o produtor é capitalista e vai explorar o artista, porque ele entra como mais um parceiro, mais um agente dentro do contexto da cultura. Assim como tem os artistas e os criadores, precisamos dos profissionais que vão organizar, mediar e é aí entram os produtores culturais. É mais uma função importante dentro de uma realização artística cultural. (informação verbal)³⁷

Refletir sobre a composição do sistema cultural neste momento do trabalho proporcionará entender a localização exata dos profissionais organizadores, e qual a sua relevância para o funcionamento da sua composição. A tão falada complexificação do campo

³⁶ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 03/09/2014.

³⁷ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 25/09/2014.

está inscrita nessa divisão social, onde profissionais especializados ocupam cada um dos setores, realizando suas atividades diferenciadas, em um rede de trabalho que fortifica e autonomiza o campo perante a sociedade. A partir dessas constatações o sistema cultural se capacita para interagir com as diversas culturas e com os outros sistemas que compõem a sociedade; e gera seus próprios profissionais, suas práticas singulares e suas próprias leis e atitudes.

Podemos fazer um desenho de um sistema cultural formatado e discutido a partir a ideia de campo de Pierre Bourdieu, solicitando-se profissionais diferenciados para cada atuação, transformações que de uma forma mais direta alimentaram o processo de autonomização deste campo. São estas, no entender de Bourdieu (2005): 1) a constituição de um público consumidor crescentemente extenso e heterogêneo capaz de garantir aos produtores de bens simbólicos (artistas e intelectuais), simultaneamente, demanda (e independência) econômica e legitimação cultural; 2) a constituição de um corpo profissional de produtores e empresários de bens simbólicos cada vez mais numeroso e diferenciado, disposto a reconhecer como legítimas, exclusivamente, as determinações de ordem técnica e regulatória estabelecidas pelo próprio campo; e 3) o crescimento e a diversificação tanto das instâncias de consagração e legitimação da produção do campo (por exemplo, as academias e os salões) como das instâncias de difusão do que aí é produzido (museus, salas de concerto, teatros, editoras, revistas etc.). “É assim que a arte e o consumo artístico estão predispostos a desempenhar, independentemente da nossa vontade e de nosso saber, uma função social de legitimação das diferenças sociais” (BOURDIEU, 2007b:14). (*apud* Costa, 2011)

O setor onde atuam os produtores/gestores culturais estão delimitados e são citados na maior parte das pesquisas referentes ao tema. Muitos debates e estudos estão sendo realizados acerca do sistema cultural, e esse é um fato que contribui para a consolidação do sistema. Como em todo e qualquer sistema social o setor de pesquisa e estudos é tão importante quanto outro setor, ele é o que move os pensamentos e ideias que estimulam a mudança e melhoria do sistema como um todo.

O professor Albino Rubim, especialista em políticas públicas culturais, através de estudos sugeri uma divisão de atuações para o campo cultural.

[...] traz em diferentes momentos as práticas sociais de um sistema cultural:

1. Criação, novação e invenção (artistas);
2. Transmissão, difusão e divulgação (educadores e profissionais da comunicação);
3. Preservação e manutenção (museólogos e arquivistas);
4. Administração e gestão (administradores e economistas);
5. Organização (produtores, gestores e formuladores/avaliadores de políticas);
6. Crítica, reflexão, estudo, pesquisa e investigação (críticos e pesquisadores);
7. Recepção e consumo (público em geral – democratização da cultura). (*apud* Costa, 2008)

Com base nessa distinção das atividades culturais, é possível perceber a organização da cultura como a esfera onde estão os produtores e gestores culturais e ainda as pessoas que pensam e formulam as políticas públicas para o sistema. Políticas públicas devem compreender

esses sistema articulado, desigual e combinado (Rubim L., 2005). As políticas são pensadas para efetivar práticas que almejam consolidar o campo. Como por exemplo, a formação do produtor/gestor cultural, objeto desse trabalho. Com a autonomização de cada esfera do sistema agora será preciso que ganhem distinção social, ou seja, que a sociedade reconheça as atividades do sistema; a partir daí será possível a conquista de reconhecimento legal, através da legislação (Rubim, L., 2005).

O público consumidor é parte fundamental dessas ligações entre as esferas do sistema cultural. É a partir do interesse do público que gera campo de atuação para os artistas, e como exigência de qualidade, o papel do produtor/gestor cultural está feito para organizar, gerenciar e facilitar todas as relações necessárias para o acontecimento de uma criação, fazendo com que chegue ao público da melhor forma possível.

Dentro dessa perspectiva de relações de poder dentro do sistema cultural, é preciso esclarecer quais são os saberes precisos para a atuação de um produtor/gestor cultural. Antes as relações eram estabelecidas de forma aleatória e as responsabilidades não eram cobradas de uma só pessoa. “[...] as habilidades profissionais tem sido consolidadas a partir de experiências no cotidiano do trabalho, como ‘saberes em ação’ durante o próprio processo de constituição da profissão. (Cunha, 2005)

A conformação da área de atuação lança um novo contexto em que se exige novas formas de atuação. “[...] estamos diante de uma área nova em que surge uma série de profissionais com perfis diferenciados e, portanto, gerando a necessidade de produção de conhecimentos e saberes próprios.” (Cunha, 2005). A própria dinâmica da área foi aos poucos mostrando aos profissionais quais as competências que cada um precisaria desenvolver para conquistar êxito no ofício. A amplitude do processo estimula a especialização de cada atuante diante das suas atividades, onde o próprio campo é responsável por estabelecer quais são esses saberes.

Cada profissional percebe que é preciso buscar qualificação para exercer suas atividades, e aprimorar suas habilidades.

[...] precisaram desenvolver saberes específicos capazes de potencializar suas habilidades no domínio dessas novas ferramentas de trabalho, por isso se tornaram profissionais que compõem o jogo de relações internas ao campo da cultura, respondendo, assim, às exigências impostas pelo contexto atual desse campo. (Cunha, 2005)

Diante dessas constatações é possível fazer relação com as entrevistas realizadas com os profissionais do setor cultural na cidade de Salvador. A produtora executiva, Aline Cléia,

formada em pedagogia, conta que, por afinidade, começou a se envolver com projetos culturais e percebeu que era esse o caminho que queria seguir profissionalmente. Percebeu que precisava se profissionalizar para lidar com as atividades da cultura.

[...] fui percebendo que gostava de fazer aquilo e decidi me dedicar mais a minha profissionalização. Comecei a pegar as disciplinas voltadas para a produção, tomei inúmeros cursos profissionalizantes como cursos de produção executiva, cursos direcionados com o tratar da Lei *Rouanet* e do Audiovisual, sempre voltados para produção. Viajei para Rio de Janeiro e São Paulo para me atualizar do que estava acontecendo no cenário cultural. (informação verbal)³⁸

Para um campo profissional estruturar-se cada sujeito, parte daquele sistema, terá que atuar em suas funções demarcadas e limitadas, profissionalizando-se a cada dia para obter excelência em seu trabalho. Na área cultural, por ser um campo novo, como já foi citado, essas funções ainda estão se estabelecendo. Após a análise das entrevistas, é possível ver relatos de agentes que atuam em todas as fases de produção de um projeto, contemplando aí as fases de planejamento (pré produção), execução (produção) e prestação de contas (pós produção). A produtora executiva Piti Canella, conta que “Quem aprendeu na prática tem que saber fazer um pouco de tudo. Eu aconselho ao produtor que está começando agora que aprenda um pouco de tudo, desde carregar um isopor para fazer um camarim até sentar e escrever um projeto geral.”.

Vale ressaltar que, para Piti o profissional (produtor) tem que saber um “pouco” de cada etapa, isso não nega a tendência do sistema cultural de especializar. Isso fica claro quando ela conta sobre sua atuação, o que ela faz melhor: “Eu sou uma produtora executiva, sou boa em executar o seu projeto. Se chega uma demanda de show, eu sei fazer e te entregar pronto. Sou a pessoa que bota a mão na massa.”. Mesmo tendo conhecimento raso em todos os setores, a especialização é o caminho para uma melhor atuação do profissional.

Percebe-se, então, que, ao se identificar fronteiras, definir limites e controlar o processo de entrada no campo profissional, por domínios de ferramentas de trabalho e conhecimentos específicos, defende-se a manutenção de uma ordem estabelecida que, de certa forma, constitui e define o campo. Assim, qualquer reestruturação interna ao campo é possível, por meio de influências políticas, econômicas e culturais ou, mesmo, com a entrada de recém-chegados que podem trazer mudanças a esse ambiente já estabelecido. (Cunha, 2005)

O mercado cultural vem se construindo e amadurecendo a partir das leis de financiamento que exigem dos profissionais a sua qualificação. Demanda que proporciona ao sistema cultural, como um todo, estabilidade, junto com a necessidade de formação dos seus

³⁸ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 17/07/2014.

agentes. O produtor cultural Ugo Mello dá o seu parecer sobre essa etapa que está cada vez mais em pauta.

Acredito que as formações se retroalimentam, pois o campo está se complexificando porque as formações existem, e as formações foram criadas por conta da demanda do mercado. É como um ciclo. As formações contribuem para que o campo amadureça. Muitos egressos da FACOM estão trabalhando na Secretaria de Cultura do Estado, e outros profissionais que não saíram da FACOM estão fazendo mestrado na área de cultura. A formação sempre qualifica o mercado. (informação verbal)³⁹

Na atual realidade é percebido que o profissional que atua na área cultural não precisa mais somente ter conhecimentos técnicos, é preciso ter entendimento de todos os ramos que circundam o fazer cultural e o constitui, interagindo com as outras áreas da sociedade. Assim faz-se uma conexão com as diretrizes do ex-ministro Gilberto Gil, que conduz pensar a cultura como algo que perpassa todas as esferas da sociedade, contribuindo para o seu progresso.

Um novo contexto está diante de todos os profissionais e o momento é de adaptação às novas exigências do público e do próprio mercado. O advento das novas tecnologias modificaram radicalmente as formas de atuação do produtor/gestor, onde cada um tinha uma atuação fechada, envolvida de mistério, passou a constituir-se de redes de contatos, com maior interlocução entre os profissionais. Contribuiu fundamentalmente para a evolução do fazer (técnico), o telefone móvel e o e-mail, por exemplo, são ferramentas indispensáveis nos dias de hoje.

Junto ao desenvolvimento tecnológico, facilitador das atividades culturais, o produtor/gestor cultural vem vivenciando um momento conceitual modificador de toda a estrutura tida antes como necessária para a sua atuação. Os projetos culturais precisam abarcar, além de um apelo mercadológico, um conceito que vise a modificação social daquele local onde será trabalhado. “O que cria diferencial, o que promove e dá visibilidade é o conceito.” (Avelar, 2008) Essa é uma exigência do consumidor e da sociedade como um todo.

As consequências dessa constituição no campo de atuação cultural é a nova roupagem, onde a pessoa que queira atuar de forma diferenciada precisa tomar para si. A especialização, a busca pelo conhecimento através da formação é o caminho seguido por inúmeros profissionais atuantes na área. Mesmo os que manuseiam a cultura desde a década de 80, hoje procuram linhas de formação em busca de atualização e melhor exercício do seu trabalho.

Hoje, esse profissional precisa ter um nível de abertura e de entendimento para a interlocução com diversas áreas da sociedade. Precisa conhecer um pouco de outras disciplinas, como administração, *marketing*, história. Ele não pode ser só um técnico. Tem que conhecer de cultura e trabalhar a partir de um conceito. Não se vende

³⁹ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 25/09/2014.

qualquer coisa porque é grande, porque é maravilhosa. Hoje, você vende pela ideia. (Avelar, 2008)

Reflexo da novidade que é a constituição dessa área de atuação e da sua sistematização ocorrida após muitos anos de atividade desreguladas, temos inúmeros indivíduos que desenvolvem muitas atividades. A complexificação da área gerou novos cargos de atuação, tanto no setor público, como no privado; identifica-se atuações em vários locais e em projetos variados; o “nomadismo profissional” ocorre por uma demanda vinda com a multiplicidade de interlocutores e perfis institucionais diferenciados nas próprias organizações culturais públicas, como também o recente criação das gerências culturais nas empresas privadas. (Cunha, 2005)

Através das entrevistas realizadas em Salvador, constata-se a explicação de Cunha nos relatos, primeiro da produtora executiva, sem formação, Piti Canella, quando indagada sobre como ela define o cargo que ocupa e quais são as atividades que competem a ele. Canella fala: “Se eu pudesse escolher, seria só produtora executiva, mas, hoje, além de produtora sou empresária, faço gestão de todos os nossos projetos, faço logística, faço de tudo um pouco. Quem aprendeu na prática tem que saber fazer um pouco de tudo.” Para essa produtora, o contexto técnico do projeto é fundamental que seja conhecido pelo profissional, chamado de produtor executivo. É preciso levar em consideração a conjuntura da sua carreira, iniciada há 24 anos atrás. Esse é um exemplo de uma profissional que aprendeu com a prática, onde os cursos para a área da cultura surgiram após o começo da sua atuação. Então, os seus afazeres estão restritos ao saber técnico, o que não limita o seu conhecimento geral da composição do projeto.

É possível fazer um contraponto com a entrevista de Fernanda Bezerra, egressa da FACOM, com sete anos de carreira, onde relata que sua atuação perpassa todas as etapas do projeto. Ela atua, diretamente, desde o planejamento e composição, até a execução, e a prestação de contas.

Eu me defino como uma pessoa que ainda não tem uma definição muito certa. Na Multi, nós fazemos a gestão conjunta dessa empresa, há quase cinco anos, e nós dividimos os projetos que cada uma coordena. [...] Você vai me ver no palco do TCA (Teatro Castro Alves), de madrugada montando som e vai me ver também de camisa de botão em reuniões. Existem várias facetas e ainda não nos demos ao luxo de ser uma coisa só, nós somos muitas coisas. [...] Eu sou um pouco agitadora, um pouco produtora, um pouco gestora. Tem mais alguma função pra ser? Eu só não sou artista, realmente não tenho esse dom. A gente ainda não tem essa visão de, por exemplo, eu ser uma gestora com uma equipe de cinco pessoas. Eu espero que em breve isso mude porque acho que é uma tendência, não vou ficar executando pra o resto da minha vida. [...] Nós ainda estamos um pouco em todas as etapas do projeto. (informação verbal)⁴⁰

⁴⁰ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 04/09/2014.

Fernanda é um exemplo de uma profissional especializada, qualificada por um curso pioneiro na formação de produtores culturais no Brasil. É percebido que ela lida de forma diferenciada, envolvendo-se em todos os processos, com uma carga de conhecimento adquirida na sala de aula, junto às suas experiências profissionais obtidas durante a sua passagem pela faculdade, através dos estágios e das atividades extras possibilitadas pela FACOM. Identificamos na sua história a preocupação em gerir sua carreira, e na escolha de seus projetos, inerente com o desenvolvimento social. Identifica-se neste trecho:

Primeiro nós pensamos em projetos que trabalham em rede. Nós nunca estamos sozinhos, sempre chegamos “de galera”. Projetos que envolvam festivais, circulação de artista, shows, nós fazemos também espetáculos de teatros, mas buscamos focar em projetos que movimentem uma cena. O conceito da Multi hoje é trabalhar com a cena e que ela seja principalmente local. É muito fácil fazer um show e trazer várias pessoas de fora e deixar os artistas locais sem ter onde tocar, focamos no desenvolvimento local, brigamos por essa bandeira. (informação verbal)⁴¹

O sistema cultural dentro da sua complexa formulação, instituiu cargos a serem ocupados, com suas variadas nomeações. Indo ao campo de trabalho identifica-se, como é possível reconhecer nos trechos citados, a ainda presente dificuldade de entender e limitar cada atuação e sua nomenclatura mais adequada.

Para este trabalho, vale ressaltar a diferença entre os títulos de produtor cultural e gestor cultural. Esse é um esclarecimento pertinente por conta da confusão que ainda se faz acerca desses dois papéis centrais no sistema cultural. Na obra “O Averso da Cena”, é revelado algumas definições, com as diferenças apontadas.

O produtor: Profissional que cria e administra eventos e projetos culturais, intermediando as relações dos artistas e demais profissionais da área com o Poder Público, as empresas patrocinadoras, os espaços culturais e o público consumidor de cultura. (Avelar, 2008)

O gestor: Profissional que administra grupos e instituições culturais, intermediando as relações dos artistas e dos demais profissionais da área com o Poder Público, as empresas patrocinadoras, os espaços culturais e o público consumidor de cultura; ou que desenvolve e administra atividades voltadas para a cultura em empresas privadas, órgãos públicos, organizações não-governamentais e espaços culturais. (Avelar, 2008)

Existem espalhados pelo país uma vasta quantidade de cursos para a formação na área cultural e de eventos, mas que geralmente são cursos de curta duração. No Estado da Bahia podemos contabilizar quatro cursos de extensão no interior, e na capital temos a maior parte, entre esses está o curso de graduação Produção Cultural na FACOM. Cada vez é possível acompanhar o crescimento no interesse das pessoas envolvidas com o fazer cultural com a

⁴¹ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 04/09/2014.

formação. É complicado pensar no contexto contemporâneo, dentre todas as expectativas acerca de um futuro promissor para a área, a permanência de produtores e gestores sem a mínima instrução. O próprio sistema não oferece mais espaço para o amadorismo.

A valorização pela formação dos agentes culturais está aparente no relato do egresso Ugo Mello. Ele expressa que é preciso defender a formação do produtor cultural. Como a formação acadêmica foi a porta de entrada desse entrevistado no sistema cultural, Ugo vivenciou o oposto referente a antiga informalidade de inserção no campo. Ele conta sobre o conflito das nomenclaturas para cada atividade desenvolvida por um indivíduo:

Acho que quando saímos da faculdade de comunicação, do curso de Produção Cultural, temos que nos afirmar, se você se identifica e atua, tem que dizer que é um produtor cultural. O que eu estou fazendo agora é ocupar um cargo no órgão público de cultura, estou ocupando a função de gestor cultural, mas quando as pessoas me perguntam o que eu sou, digo que sou produtor cultural. [...] Eu penso que a gestão é uma função, você está gestor, de um espaço cultural, de um coletivo cultural, da carreira de artista ou está ocupando um cargo público. Eu sou um produtor cultural que posso ser um consultor de políticas culturais, posso ser um professor que estará formando outros profissionais que estarão atuando na área, como eu que já tive algumas experiência e atualmente sou professor [...] eu me entendo como produtor cultural, e dependendo das especificidades que eu adentrar, vou atuar como tal, sou produtor cultural e vou assumir funções. Defendo o produtor cultural como o profissional base da produção cultural. Assim como tem o biólogo que trabalha com animais, com plantas ou com saúde; tem o produtor cultural que trabalha com gestão, com elaboração de projetos, programas culturais, com comunicação e divulgação. Então, entendo o profissional, até porque já existem formações que buscam formá-los, como um profissional base do campo cultural. (infomação verbal)⁴²

Demonstra-se que as diferenças de atuação existem e são discutidas no âmbito das pesquisas e estudos sobre o tema, como também é percebido que os profissionais especializados são capazes de explicar sobre o assunto e defender suas atuações, baseados no seu conceito de cultura, no desenvolvimento das suas atividades enquanto profissionais e buscando sua afirmação no mercado de trabalho.

Apesar de ainda existir nos mercados de trabalho para o produtor cultural agentes que acumulam funções, por inúmeros fatores como falta de recursos para a contratação de indivíduos específicos e especializados, é preciso ratificar que “a distribuição adequada de funções no universo cultural contribui sensivelmente para a elevação do padrão de qualidade dos projetos desenvolvidos” (Avelar, 2008). As consequências da sobrecarga de funções ajudou a construir uma imagem do produtor e gestor cultural pouco valorizada.

⁴² Relato obtido através de entrevista realizada no dia 25/09/2014.

O cenário cultural contemporâneo ainda não conta com todos os seus agentes especializados. Nos setores da cultura no poder público; nas empresas privadas que através dos seus setores de *marketing* escolhem, baseados no seus interesses mercadológicos de lucro qual projeto te trará mais retorno de marca. Essa é uma realidade que não favorece o sistema cultural, dessa forma a imagem de improviso sempre estará presente em detrimento da seriedade e profissionalismo. Percebe-se que estamos em um momento de modificações em relação à formação dos produtores e gestores culturais.

Com as inúmeras conferências sobre cultura, encontros e seminários o tema da formação está sempre presente e em destaque, isso transparece a tendência dos próprios indivíduos a busca por conhecimento técnico e antropológico acerca dos saberes sobre o fazer cultural e sobre o conceito de cultura. É possível extrair das entrevistas feitas com os produtores e gestores em Salvador, o relato do gestor/produtor (como ele se define) Augusto Hessel, a necessidade de ter políticas públicas mais eficiente para o desenvolvimento das formações.

Como em qualquer área, foram surgindo os cursos e existe a necessidade dos governantes, da cultura ou da educação, fazer isso acontecer. [...] Espero que venha melhorar muito a visão que se tem do produtor, mas também um reconhecimento de uma bagagem que a faculdade dá, não só fiquemos na experiência ao logo dos anos. O conhecimento sobre a cultura e como lidar com ela, sem dúvida alguma é importante. (informação verbal)⁴³

Os agentes da cultura entrevistados dão as suas opiniões sobre a formação para a área, em suas diversas especificidades. A produtora executiva Zorá Marambaia, com 28 anos de atuação, começou sua carreira quando ainda não existiam cursos profissionalizantes para a função de produtor, e não tem formação na área. Ela conta que em suas produções hoje sente a necessidade da formação dos agentes envolvidos.

Acho que o que o mercado precisa hoje é dos cursos profissionalizantes. Precisamos de profissionais qualificados. Quanto mais cursos forem oferecidos para qualificar essas pessoas eu acho ótimo, muito valido. Quem trabalha comigo eu sempre incentivo porque a pessoa cresce, em todos os sentidos, então isso é importante. Eu lido com muitas pessoas que não tem nenhum curso profissionalizante, é o mercado informal. [...] Então acho que no geral os atuantes tenham que se profissionalizar mesmo. (informação verbal)⁴⁴

A busca por cursos de capacitação tem que partir de cada atuante da área. É preciso que seja reconhecido essa necessidade, tanto para aprimorar o próprio profissional, quanto para o setor cultural como um todo, que ganha em valorização e reconhecimento da sociedade. Atuante no mercado da cultura há 18 anos, a produtora executiva Rebeca Castro, formada em

⁴³ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 04/09/2014.

⁴⁴ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 26/08/2014.

Publicidade e Propaganda, discorre que as atividades diárias do seu trabalho acabaram por impedi-la de buscar o conhecimento específico. Hoje ela compara a sua atuação com outros projetos realizados por agentes culturais mais capacitados para lidar com os trâmites burocráticos do financiamento a cultura.

Acho muito válido a realização de cursos voltados para a área de produção cultural. Vejo uma moçada muito nova, trabalhando e realizando os projetos através das leis de incentivo do governo, tendo uma relação direta com o patrocinador de uma forma bacana e que na minha época não tinha isso. (informação verbal)⁴⁵

A formação na área cultural se constitui como um ambiente novo para os profissionais que estão atuantes na área há mais de quinze anos. Identifica-se na entrevista com a produtora Piti Canella, atuantes há 24 anos, sem formação na área, a valorização pelo conhecimento na prática, aliando os conhecimentos teóricos com o aprendizado no dia a dia. Isso é um reflexo da construção da sua carreira. Ela conta:

Acho muito bom que tenhamos hoje um curso superior para produção cultural, mas isso também é relativo, porque quando se entra na universidade, seja lá qual for o curso, a pessoa não tem certeza do que quer, a não ser que a pessoa desde pequeno tenha influências. As expectativas são grandes e podem ser frustradas. Acho que os cursos ainda são muito novos, tem que buscar se capacitar na prática, aproveitar as oportunidades que o campo profissional oferece. [...] É válido falar que é preciso aceitar mais a opinião do outro, não sair da faculdade se achando o melhor produtor e quando surgir uma vaga pra auxiliar de produção não aceitar porque já está formado. É necessário aprender na prática. (informação verbal)⁴⁶

Mesmo ainda sendo um contexto novo, a formação para o campo já está fincada e reconhecida, pelo menos pela maioria, dos executores da cultura. A produtora Aline Cléia, 13 anos de carreira, formada em Pedagogia, relata que assim que começou a trabalhar com produção e perceber que aquela era a sua profissão, resolveu buscar a formação. Hoje ela desenvolve em projeto de formação no segmento cultural do audiovisual, o Cine Artes.

Sobre as pessoas que trabalham comigo, acho ser uma situação muito singular. No projeto Cine Arts nós preparamos as pessoas para o mercado de trabalho. Lido oito meses com a mesma pessoa que eu estou dando aula de audiovisual, as pessoas produzem filme dentro do projeto. Então eu já tenho uma cartela de profissionais que eu contrato vindo do projeto. Já tem quatro anos que nós fazemos esse projeto e eu sempre aproveito esses profissionais. Hoje nós temos excelentes captadores de som, excelentes produtores, excelentes diretores de arte, excelentes roteiristas com ideia magníficas, uma equipe muito bacana. Trabalhamos com um núcleo de entretenimento, um núcleo criativo a partir desses profissionais. O Cine Arts de formação, que também dá um significado a essa formação, porque não adianta formar a pessoa e largar ao Deus dará no mercado, por isso nós mesmos movimentamos o mercado. (informação verbal)⁴⁷

⁴⁵ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 03/09/2014.

⁴⁶ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 09/09/2014.

⁴⁷ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 17/07/2014.

As mudanças vem acontecendo pela busca e movimentação dos próprios agentes. Esse é um fato relevante, quiçá fundamental, para o setor e para a construção das carreiras. Sendo essas as dos produtores em adaptação das novas formas de agir com os elementos que conduzem a cultura (principalmente financiamento), seja com os novos profissionais que entram na área pela porta da formação acadêmica.

Nesse âmbito, hoje no país são inúmeros os cursos que formam os agentes da cultura, seja específico para cultura ou com teor mais voltado para o entretenimento. O crescimento desses cursos é consequência do mercado que está complexificando-se e do público consumidor que exige a qualidade do produto. A entrevistada Fernanda Bezerra, egressa do curso de Produção Cultural da Universidade Federal da Bahia, narra como ela percebe no decorrer da sua carreira a diferença entre esses cursos na capital baiana.

[...] acho que são cursos muito focados em fazer cerimoniais, aniversário de quinze anos, eventos corporativos, e hoje no mercado, um curso que lhe dá uma visão pra trabalhar com um coisa que se chama cultura, economia criativa, produção cultural e agenciamento de artista ainda é o da Universidade Federal. Acho que todos os outros lhe dão mecanismos pra operar e a UFBA te dá uma visão que te permite que você seja um agente diferenciado. O que mais vemos são pessoas que sabem fazer um cerimonial, um projeto de orçamento imobiliário, mas poucas são as pessoas que realizam projetos que realmente movimentem a economia da cultura, que gere transformação, que gere renda, que gere sustentabilidade. Quando a gente fala sobre isso as pessoas ficam assustadas e nos perguntam o que é isso. Então eu acho que o curso de Produção da UFBA ainda é uma solução. (informação verbal)⁴⁸

Os organizadores da cultura, em suas atuações, entendem que para a realização de qualidade do seu projeto precisam enfrentar diversos problemas, desde fornecedores comprometidos com horários até a busca pelo financiamento público ou privado; dentro das etapas do projeto umas das dificuldades é qualificação dos seus colaboradores. Maylla Pita, egressa do curso de Produção Cultural da UFBA, relata essa dificuldade, enfatizando justamente na questão aqui analisada, a formação para a qualificação dos agentes que trabalham na cultura. Quando indagada sobre qual é a maior necessidade para a cultura soteropolitana ela relata:

Sem dúvida, qualificação, profissionalização dos agentes envolvidos. Por todos os aspectos que já mencionei como dificuldade de contratação dos fornecedores, de equipe, no interior é mais difícil, mas dentro da própria capital os profissionais acabam se repetindo nas diversas realizações. [...] O mercado é ainda muito limitado nesse aspecto, carece de profissionalização e qualificação, não só da equipe técnica, mas também dos artistas, para serem produzidos projetos de qualidade. Até mesmo dos próprios gestores, essa rede ainda é relativamente pequena. (informação verbal)⁴⁹

⁴⁸ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 04/09/2014.

⁴⁹ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 03/09/2014.

Percebe-se que todos os caminhos da organização cultural apontam para a formação como a forma mais adequada de buscar especialização, para que possam se encaixar na nova dinâmica do processo de financiamento e do próprio mercado cultural. Hoje podemos identificar em todos os setores da cultura soteropolitana (público, privado ou ONGs) agentes egressos do curso de Produção Cultural, ou indivíduos que buscam outros tipos de formação, como mestrado, cursos de curta duração, pós graduação, dentre outros. Ugo Mello, egresso do curso de Produção Cultural da UFBA, atua como gestor em um órgão público, e também como produtor e é sócio da uma empresa de cultura e comunicação; quando está produzindo um produto da sua empresa busca colaboradores egressos da FACOM, na intenção de reafirmar a sua profissão e gerar um ciclo que estimule a profissionalização.

Na questão da escolha da equipe, na minha empresa como somos só eu e meu sócio, e precisamos de mais pessoas, aciono colaboradores. Essa escolha também é feita através do conhecimento do trabalho desenvolvido por ele. Colegas que conheço e por suas experiências, que melhor desenvolvem seu trabalho. Geralmente, dou valor aos profissionais que saem da academia. (informação verbal)⁵⁰

Quando fala-se de formação, Mello ainda cita que é possível ainda encontrar ideias antigas sobre a atuação do produtor/gestor cultural. Ele fala:

Acredito que a formação legitima o papel do produtor. Muita gente ainda crítica, dizendo que produção cultural não se ensina, uma coisa que eu descordo totalmente. Podemos dizer que o curso da FACOM de Produção Cultural já é reconhecido no meio. As pessoas estão trabalhando nos lugares, são convidadas a realizarem projetos culturais em distintas áreas. Tenho colegas que são formados em produção cultural e trabalham especificamente com Rock, outros com audiovisual, outros com teatro. (informação verbal)⁵¹

Identifica-se neste cenário a concretização do novo processo, onde a formação está presente, é reconhecida e se faz necessária. Mello continua:

Não só em Salvador, hoje, nós precisamos de uma profissionalização maior, que acho que está em vias, com o surgimento de cursos, com a quantidade de profissionais no mercado de trabalho. [...] É preciso um reconhecimento maior da profissão e da importância da cultura para sociedade para que tenhamos um retorno financeiro maior. Não só individualmente, mas falo em mais recursos circulando no campo cultural, assim complexificando e movimentando mais o campo. [...] É preciso que a sociedade em geral entenda como fundamental e valorize a cultura, em um sentido mais amplo. Nos beneficiaremos disso, com mais recursos, mais profissionais, mais vagas de trabalho. É isso que faz mudar a cabeça das pessoas, e assim teremos maior quantidade de público. Se tiver um educação para mostrar a importância da culturais as pessoas vão entender e valorizar mais a importância disso para a vida delas. [...] Então, temos que valorizar a nossa cultura como um todo e é isso que vai melhorar o campo cultural no sentido profissional. (informação verbal)⁵²

⁵⁰ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 25/09/2014.

⁵¹ Relato obtido através de entrevista realizada no dia 25/09/2014.

⁵² Relato obtido através de entrevista realizada no dia 25/09/2014.

Entende-se assim que não é possível mais negar que a profissionalização do organizador da cultura é necessária para a melhora do campo, em termos de qualidade e afirmação de um setor importante para a sociedade. A cultura perpassa todas as instâncias de uma sociedade e é parte da vida de cada indivíduo. O poder transformador social que é visto na cultura precisa ser melhor esclarecido para os empresários, no objetivo da conquista do financiamento; e também para a população, assim constrói-se público consumidor que é parte decisiva para que se dê início ao processo de planejamento e execução de uma ação cultural.

4. Considerações Finais

Neste trabalho, o principal objetivo era propor uma reflexão sobre como a formação acadêmica influi na carreira do produtor cultural. Para atingir tal reflexão, foi preciso traçar um breve histórico sobre políticas públicas para a cultura, como elas foram administradas pelos governos no Brasil, desde a época da ditadura. Para isso buscamos os estudos do pesquisador e especialista em políticas culturais, o professor Albino Rubim. Partindo da análise de seus trabalhos, é possível entender um histórico de descaso governamental relacionado à cultura; são as chamadas “tristes tradições”, ausência, autoritarismo e instabilidade. Dentro dessa perspectiva, conseguimos visualizar como se deu a implantação do sistema cultural, e os motivos pelo qual ainda percebemos nos dias de hoje a deficiência neste setor da sociedade.

A partir das exigências dos intelectuais da área e do próprio mercado cultural, a cultura começa a se institucionalizar, galgando a valorização e o reconhecimento da cultura como forte modificador social. O início desse reconhecimento se deu com a criação da Lei do Audiovisual e a Lei *Rouanet*, onde o papel do produtor cultural é tido como fundamental para a realização de projetos culturais, com a possibilidade de ganho financeiro. Nesse mesmo sentido, borbulhavam modificações para o setor cultural, através da aplicação de políticas culturais mais fortes e engajadas a resolver os desafios da cultura no país.

A cultura se complexificou, e o sistema cultural teve como consequência a divisão do trabalho, a especificação de atuação para cada indivíduo envolvido nas manifestações. Impôs para a sociedade um sistema que busca articular e organizar todas as etapas da produção. O governo agora dispunha recursos para financiar a cultura, mas, como contrapartida, para os grupos culturais conseguirem o financiamento precisam entender de um processo burocrático. Enquanto isso, o público consumidor exige qualidade das produções, obrigando aos produtores e gestores a buscarem qualificação para lidar com essa nova dinâmica cultural.

Trazendo para o contexto municipal, a cidade de Salvador sedia o curso de Produção em Comunicação e Cultura, pioneiro na formação dos produtores culturais. Um dos objetivos é dar ao mercado profissionais capacitados para a dinâmica cultural vigente, mas, devido ao vasto campo de atuação e grande mercado cultural, a FACOM (Faculdade de Comunicação) não consegue dar conta dessa demanda. O curso de Produção Cultural objetiva formar um profissional multidisciplinar, que saiba lidar com uma nova noção de cultura, atrelando esse conhecimento teórico às atividades técnicas e burocráticas do novo contexto cultural.

Baseado neste preâmbulo, busco aqui discorrer sobre as experiências de carreira do produtor/gestor cultural soteropolitano. Como cada entrevistado lida com as transformações no campo cultural, e em que as transformações e a implementação das políticas públicas na cultura puderam modificar o seu modo de fazer cultura. Para tal análise, foi preciso voltar ao governo do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, e seu ministro da cultura Francisco Weffort, quando a cultura foi gerida com bases apenas em operações comerciais, tida como “um bom negócio”. O *marketing* cultural estava em alta e fazia-se necessário um produtor cultural capacitado para mediar essa relação, que, de um lado tinham as empresas que buscavam a dedução fiscal dos seus impostos, de outro, os grupos culturais que viam-se envolvidos em um novo contexto do qual não tinham o pleno domínio.

Concomitantemente com as novas formas de financiamento cultural, temos a reviravolta no que diz respeito às políticas culturais no país, com o governo do ex-presidente Lula, e seu primeiro ministro da cultura Gilberto Gil, observa-se uma remodelagem no sentido da cultura, agora, além das tradicionais manifestações artísticas, o fazer de povo, qualquer manifestação popular é expressão cultural. Então, chegamos a um consenso onde a cultura é parte intrínseca de um povo, e perpassa por todos os segmentos da sociedade. O produtor/gestor cultural tem que estar sensível a essa situação, precisa ter esse olhar afetivo e teórico para perceber os valores da expressão popular, e não somente (como antes) dominar os saberes técnicos de uma produção executiva.

As diversas possibilidades de atuação no setor cultural apresentam um campo vasto e complexo nas suas relações, pois é possível encontrar intitulações como: 1) Profissões: produtor e gestor; 2) Funções: produtor executivo, assistente de produção, etc.; onde cada indivíduo afirma-se como tal desenvolvendo suas habilidades, muitas vezes, aprendida exclusivamente na prática. Hoje esses segmentos absorvem profissionais especializados, principalmente o cargo de produtor e gestor, porque temos a oferta de cursos profissionalizantes que ensinam a teoria e a prática. Pois, o mercado cultural exige profissionais especializados, já que o mercado se movimenta através das leis de incentivo fiscal, dos editais, de relações com os empresários que requer conhecimento específico da situação.

Nesse ambiente, entrevistamos oito produtores/gestores culturais que atuam na cidade de Salvador. Na escolha do perfil de profissional, escolhemos fazer um recorte pela própria formação, entrevistei três formados em Produção Cultural, três formados em outras áreas e dois que não tem nenhuma formação acadêmica. Consegui extrair desses agentes da cultura diferentes formas de construção de carreira. Percebemos que o tempo de atuação é importante

ser levado em consideração, pois as produtoras culturais Piti Canella (24 anos de carreira), Zorá Marambaia (28 anos de carreira) e Rebeca Castro (18 anos de carreira)⁵³, iniciaram suas atividades profissionais antes da criação do curso de Produção Cultural da UFBA. Elas tem perfis de atuação parecidos, são três produtoras executivas, que se dedicam ao fazer técnico, não são responsáveis pelo planejamento e reflexão do conceito de um projeto cultural, aprenderam sua atividade na prática. Vale fazer uma ressalva no caso da produtora Piti Canella, que administra sua própria empresa e envolve-se um pouco em cada parte do processo de realização do projeto. Essas produtoras preocupam-se com a formação dos novos agentes, acreditam que é importante para o bom funcionamento do sistema cultural. Suas principais dificuldades são financiamento (capacitação das empresas e a necessidade de um profissional captador de recursos); mais espaços culturais de apresentação; e maior conexão entre os produtores e seus projetos, buscando uma troca de informações.

Um dado relevante possível de ser observado, é o fato de que, dos oito entrevistados apenas duas produtoras são funcionárias de uma empresa de produção cultural, Zorá Marambaia e Rebeca Castro. Essa é uma característica do mercado, onde a maior parte dos agentes culturais são empreendedores e em casos especiais, como o de um grande projeto, recrutam colaboradores para ocupar cargos de curta duração na realização do mesmo. Resultante dessa observação, a conquista de um emprego com carteira de trabalho assinada no setor cultural ainda é um objetivo complicado de ser alcançado.

O financiamento é uma das maiores dificuldades percebidas nas entrevistas. Todos os entrevistados relataram que o processo de financiamento é burocrático e demorado. Os agentes Aline Cleia e Augusto Hessel (formados em outras áreas acadêmicas) tem experiências de atuação parecidas, no poder público cultural, e hoje trabalham para si, nas suas empresas; relatam que suas maiores dificuldades são com a falta de políticas públicas para o financiamento da cultura. É preciso uma política efetiva de médio e longo prazo, onde ações de um governo não se percam na próxima administração, e a cultura consiga estabilidade financeira para alcançar sua auto sustentabilidade. Relatos pontuais que expressam preocupação com o mercado e seu andamento.

É de importância peculiar os relatos dos profissionais especializados, egressos do curso de Produção Cultural da UFBA. Pessoas que passam por um curso e foram preparadas para lidar

⁵³ Vale ressaltar que Piti Canella e Zorá Marambaia não tem formação acadêmica; Rebeca Castro tem formação em Publicidade e Propaganda (área relacionada a comunicação), mas não tem nenhum curso em Produção Cultural.

com a nova conjuntura cultural vigente na contemporaneidade. Observamos nessas entrevistas, a preocupação na valorização da cultura feita no seu próprio território, dentro do limite do Estado, dando prioridade para os projetos e cunho social, que possam impactar no desenvolvimento territorial, de forma que a ação possa ser perpetuada e de fato transforme determinado local. Não que seja prioridade, porque é preciso se manter ativo, e nem sempre ações com esse conceito conseguem financiamento com facilidade. Esses profissionais buscam o equilíbrio entre o conceito e o valor mercadológico de um projeto.

Para Fernanda Bezerra, é preciso que os produtores e gestores culturais se unam para poder exigir do governo ações de melhoria para as políticas de financiamento; fato também reconhecido por Ugo Mello. O financiamento da cultura precisa passar por uma reforma na sua legislação, o setor cultural ainda não conta com uma ferramenta que consiga facilitar o acesso ao recurso disponível. Maylla Pita, por já ter passado pela administração desse setor, se sente à vontade com o recurso; apenas ela, que foi capacitada para tal, relata que é muito mais fácil lidar com os trâmites públicos de financiamento.

Percebe-se que na atual conjuntura da cultura a especialização através da formação é fundamental para o andamento dos trâmites de realização de um projeto. Maylla Pita e Ugo Mello ressaltam em suas entrevistas a necessidade percebida no mercado de profissionalização dos agentes envolvidos. A falta de profissionalização resulta na dificuldade de mão de obra qualificada que consiga desenvolver um trabalho diferenciado, e por isso os profissionais acabam se repetindo nas diversas produções. Não é possível mais na realização de um projeto que realmente alcance outros setores da sociedade, que não só a classe envolvida, a atuação de profissionais que não saibam lidar com o novo contexto teórico, e também com as ferramentas de financiamento que são mantidas numa lógica burocrática.

Um produtor/gestor cultural não deve se limitar apenas a execução de tarefas, ele precisa estimular a cena cultural, em busca do reconhecimento social do seu papel no sistema, junto a valorização da cultura pelo poder público. O governo ainda precisa investir mais em políticas públicas para a cultura, mas principalmente para a formação desse profissional mediador, de fundamental importância para a engrenagem do sistema e da vida cultural contemporânea do Estado.

5. REFERÊNCIAS

- ANDRADE M. **O Movimento Modernista**. Fonte: Estadão: São Paulo, 2005, Folha de São Paulo. Disponível em:
<http://www.iphi.org.br/sites/filosofia_brasil/M%C3%A1rio_de_Andrade_-_O_movimento_modernista.pdf>. Acesso em 28 out. 2014.
- AVELAR, R. **O Averso da Cena**: Notas sobre Produção e Gestão Cultural. Belo Horizonte: Duo Editorial. 2008.
- BRANT, L. **Mercado Cultural**: Panorama crítico e guia prático para gestão e captação de recursos. 4. São Paulo: Escrituras, 2004, 176 p.
- COSTA, L. F. Uma Reflexão sobre as Políticas Públicas e a Questão da Formação na Área Cultural. In: ENECULT - ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 4., 2008, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2008. 13 p.
- COSTA, L. F.; MELLO, U. B.; FONTES, V. **Avaliação da área de formação em organização da cultura**: apenas ação ou uma política estruturada? In: RUBIM, A. A. C. (org.). Políticas Culturais no Governo Lula. Edufba, Salvador, 2010.
- COSTA, L. **Profissionalização da Organização da Cultura no Brasil**: Uma Análise da Formação em Produção, Gestão e Políticas Culturais. 2011. 240 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2011.
- CUNHA, M. H. **Gestão Cultural**: Profissão em Formação. 2005. 210 f. Dissertação (Pós-Graduação - Conhecimento e Inclusão Social em Educação) - Faculdade de Educação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2005.
- GIL, G. **Discursos do Ministro da Cultura Gilberto Gil**. Brasília, Brasil: Ministério da Cultura. 2003
- MELLO, U. B. Formação do Produtor Cultural na FACOM/UFBA (1999-2008). In: ENECULT - ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 6., 2010, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2010. 14 p.
- MELLO, U. B. **Formação em Produção Cultural – UFBA**: uma análise dos alunos egressos entre 1999-2008.2009. 95f. Monografia (Bacharelado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.
- MINISTERIO DA CULTURA: **Plano da Secretaria da Economia Criativa**: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. Brasília, Ministério da Cultura, 2011. 148 p. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/documents/10883/38605/Plano-da-Secretaria-da-Economia-Criativa.pdf/10d10d64-2a53-4596-8a40-09bd08e1775c> Acesso em: 18 dez. 2014.
- RUBIM, A. A. Políticas culturais no governo Lula / Gil: desafios e enfrentamentos. In: ENECULT – ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 3., 2007, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2007. 21 p.
- RUBIM, L. **Organização e Produção Cultural**. Salvador: EDUFBA. 2005, 186 p.

TEIXEIRA, E. C. **Textos e Publicações**. Fonte: AATR: Bahia, 2002. Disponível em: <http://www.aatr.org.br/site/uploads/publicacoes/o_papel_das_políticas_publicas_no_desenvolvimento_local.pdf>. Acesso em 01 nov.2014.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. **Mapeamento da Formação em Organização Cultural no Brasil: Apontamentos Iniciais**. Fonte: Mapeamento da Formação em Organização Cultural no Brasil. 2009 – Disponível em: <http://www.organizacaocultural.ufba.br/apontamentos_iniciais.pdf>. Acesso em 12 out. 2014.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. **Mapeamento da Formação e Qualificação em Organização Cultural no Brasil - Considerações Finais**. Fonte: Mapeamento da Formação em Organização Cultural no Brasil. Salvador, 2009 – Disponível em: <http://www.organizacaocultural.ufba.br/mapeamento_da_formacao.pdf> . Acesso em: 12 out. 2014.

APÊNDICE A – Digitalização das entrevistas realizadas para compor a base de pesquisa desta monografia.