

PRODUÇÃO CULTURAL NO BRASIL

APRESENTAÇÃO

A produção de cultura está ligada essencialmente à prática, à vivência, ao produto das relações sociais e ao seu reflexo enquanto manifestação de uma visão de mundo. Conteúdos culturais são produzidos a todo momento e das mais variadas formas. Individualmente ou não, eles caracterizam aquilo que é legitimamente parte e resultado do coletivo.

A complexidade do pensar cultura e a dificuldade em encontrar uma definição para algo que, por essência, não é passível de limitações, não devem trazer consigo um obstáculo para discussões e ações. Ao contrário. Abrem ainda mais para um universo que deve ser explorado, discutido, experimentado em suas múltiplas possibilidades.

Mas de que forma a produção cultural no Brasil está sendo discutida, desenvolvida, enxergada, experimentada, articulada, pensada, praticada? Qual o contexto social e político da cultura – em suas variadas vertentes – em nosso país? Quais conclusões podem ser extraídas dos processos passados e presentes? (Mas é propício e pertinente pensar que existem conclusões?)

O projeto PRODUÇÃO CULTURAL NO BRASIL surge de maneira a movimentar e estimular a discussão. Longe de ser um processo finito, trata-se de uma ação integrada, tanto na maneira como se apresenta, quanto pelo seu conteúdo.

Uma série de entrevistas será realizada com profissionais atuantes do setor cultural brasileiro. Três universos especiais norteiam este ponto de partida: Os Produtores; Os gestores, investidores e mecenas; e Os Trabalhadores. O conteúdo coletado estará acessível em uma plataforma web e, ao mesmo tempo, editado e publicado para constituir uma coleção de livros. O material digital (online) possibilita um maior alcance, acessibilidade, remixagem, apropriação, liberdade para discussão em âmbito global. A publicação torna o conteúdo uma referência para estudos, impulsionando o desenvolvimento de novas práticas e teorias.

Todo o registro visa partilhar reflexões transversais à cultura brasileira, traçando um panorama com especificidades – e deixando sobressair todas as facetas que este paradoxo traz. Pode-se assim dizer que o projeto PRODUÇÃO CULTURAL NO BRASIL servirá como guia do cenário artístico e cultural do país na atualidade.

OBJETIVOS

- Objetivo Geral:

Consolidar a formação de um acervo (físico e virtual) que permita dar acesso público e difundir experiências pessoais e coletivas dentro do contexto cultural brasileiro. Com isso, busca-se a expansão das possibilidades de informação e diálogo, não apenas durante as entrevistas realizadas, mas, sobretudo, diante dos possíveis desdobramentos que as pautas dos registros irão gerar.

- Objetivos Específicos:

- a) Priorizar a relevância das experiências a serem publicadas, selecionando, de forma rigorosa, os entrevistados em potencial;
- b) Capacitar, técnica e conceitualmente, toda a equipe envolvida no projeto, de forma que todos tenham condições de participar ativamente de todos os processos e consolidar uma unidade estética;
- c) Aumentar o alcance do conteúdo produzido, disponibilizando-o tanto em meio digital (plataforma online) quanto físico (livros);
- d) Contribuir com a bibliografia existente sobre produção cultural no Brasil, de forma a
- e) Proporcionar gratuidade aos produtos gerados (livros e vídeos na plataforma online), tornar-se um projeto de referência, fomento e estímulo as outras iniciativas;
- e) Proporcionar gratuidade aos produtos gerados (livros e vídeos na plataforma online), permitindo, assim, a ampliação do acesso, da fruição e do debate;

f) Permitir a continuidade do projeto por tempo indeterminado, através da repercussão causada pela inovação e necessidade natural de expansão do projeto (embora as primeiras diretrizes aqui propostas contemplem o prazo de execução de 9 meses apenas - de fevereiro a outubro/2010).

JUSTIFICATIVA

PRODUÇÃO CULTURAL NO BRASIL busca apontar trabalhos e conceitos desenvolvidos pelos mais variados profissionais atuantes no campo da Produção Cultural em nosso país, permitindo resgatar criticamente a experiência acumulada por esses entrevistados. Ao mesmo tempo, tal projeto busca refletir sobre os rumos da cultura e do setor cultural brasileiro, abrindo e ampliando o espaço para discussões e para o desenvolvimento de novas perspectivas e paradigmas.

Atentos à conjuntura que se desenrola desde a metade do século XX, é possível concluir que a produção, a circulação e o consumo de bens e serviços culturais começaram a ser percebidos como um segmento de peso na economia das nações. Assim, a Economia da Cultura é hoje um setor estratégico e dinâmico de enorme movimentação financeira no mundo, de forma paralela à necessidade de nova configuração dos modelos de negócios praticados pela indústria cultural consolidada. Conjugado a isso, a entrada na era da cultura digital possibilitou que a produção e circulação de elementos simbólicos atingissem uma escala global de fruição do conhecimento.

Antenado a estes contextos, o projeto PRODUÇÃO CULTURAL NO BRASIL possibilita que os conteúdos produzidos (de natureza social, histórica, artística e técnica) tragam a oportunidade efetiva de ação multiplicadora do entendimento de cultura – inclusive como algo essencialmente público e coletivo. Neste sentido, cabe, inclusive, uma citação do sociólogo Michel de Certeau, sobre a necessidade de uma visão mais abrangente do conceito cultural: *“a relação da cultura com a sociedade modificou-se: a cultura não está mais reservada a um grupo social; ela não mais constitui uma propriedade particular de*

certas especialidades profissionais (docentes, profissionais liberais), ela não é mais estável e definida por um código aceito por todos” (1970, p. 104). Assim, o projeto provocará legítimas reflexões acerca de questionamentos instigantes e atuais como: "O que é cultura?", "O que é produção cultural?", "Quem produz cultura?", "De que forma ainda impera a concepção de que cultura é apenas arte ou conhecimento acadêmico (e que, por isso, é privilégio de poucos...)?", "Não somos produtores de cultura?", "Mas somos todos produtores?"...

Com o projeto, uma outra dimensão da natureza social será pensada (ainda que talvez mais veladamente): a produção cultural enquanto engrenagem - mas não sob o viés mecânico ou comercial, e sim enquanto processo colaborativo e de produção de capital social. De acordo com Robert Putnam (1994), este conceito traz consigo a ambição de criar uma vertente do desenvolvimento, pautado nas relações de confiança e cooperação entre indivíduos, através das trocas simbólicas que visam fortalecer as potencialidades do desenvolvimento cultural (tanto no segmento simbólico, quanto no econômico e sustentável). E, nesta direção, o conteúdo de PRODUÇÃO CULTURAL NO BRASIL traz, por meio digital e físico, a ampliação das utilizações e formas de acesso, a capacidade de potencializar a economia da cultura e o fomento à fruição e à troca de conhecimentos.

Na perspectiva específica da era digital, a criação da plataforma online multimídia surge no desejo de maximizar a acessibilidade e a capacidade de diálogo acerca do material gerado pelo projeto. Manuel Castells (1999) descreve a sociedade contemporânea como uma sociedade globalizada, centrada no uso e na aplicação de informação e conhecimento. Sua base material está sendo alterada aceleradamente por uma revolução tecnológica, concentrada na tecnologia da informação e em meio a profundas mudanças nas relações sociais, nos sistemas políticos e nos sistemas de valores. Assim, não há como falar em processo dinâmico, como é caso da cultura, sem relacioná-lo aos fatores emergentes e, muitas vezes, determinantes para a caracterização global da cultura na contemporaneidade. Se a tecnologia nos permite potencializar as trocas entre as pessoas e a exploração do que esta nova "sociedade em rede" (CASTELLS, 1999) nos

oferece, nada mais oportuno do que unir um projeto que se pretende modificador à utilização de uma ferramenta potencialmente revolucionária.

A utilização da plataforma online para disponibilizar as imagens em vídeo das entrevistas e a oferta do espaço para discussão, reapropriação, criação é um complemento indispensável à publicação dos livros. As duas formas de apresentação do projeto fazem-se necessárias, multiplicando ações e desdobramentos.

Por fim, além de evidenciar novos entendimentos sobre o papel dos atores do setor cultural, o projeto se apresenta como uma nova referência de conteúdo para discussões, servindo como base de estudo e análise para produtores culturais, artistas, intelectuais, estudantes e público em geral interessado.

PRODUÇÃO CULTURAL NO BRASIL destaca-se por seu ineditismo, por sua capilaridade e pelo potencial gerador do acesso à informação e à produção do conhecimento. Assim, o movimento aqui proposto legitima o lugar político, socializador e estratégico do fazer cultural.

METODOLOGIA | ETAPAS DE TRABALHO

1. Pesquisa

O processo de trabalho iniciar-se-á com uma pesquisa para definição estratégica das pessoas a serem entrevistadas. Serão realizados levantamentos detalhados sobre indivíduos atuantes nos seguintes universos da produção cultural brasileira: Os produtores; Os gestores, investidores e mecenas; e Os trabalhadores. Aqueles que apontarem participação proeminente nas conjunturas das quais fazem parte, além de garantirem a diversificação dentro do conjunto das experiências a serem publicadas, serão selecionados para participarem das entrevistas.

Após a definição dos nomes (que dar-se-á, finalmente, durante o curso/imersão de capacitação da equipe), entra-se na etapa de pesquisa mais centrada na biografia de cada

entrevistado. Este material será essencial para a formulação do roteiro/pauta do entrevistador, para cada entrevista a ser realizada. As biografias serão encontradas nas seguintes fontes secundárias: internet, livros, matérias de jornais e revistas e demais canais relacionados ao entrevistado.

2. Curso de capacitação

A fim de que toda a equipe do projeto possa produzir uma unidade estética e metodológica, haverá uma imersão para um curso de capacitação (inclusive técnica).

Esta etapa acontecerá em duas fases: a primeira para discussão e fechamento de conceitos técnicos e estéticos; e a segunda distribuída ao longo do primeiro mês (fevereiro), para treinamento técnico e aplicação dos conceitos propostos.

Para a primeira fase, a atividade inicial consiste em escolher o local de realização do curso e providenciar toda infra-estrutura necessária para deslocamento e acomodação da equipe. Tal etapa terá 24 horas de atividades, distribuídas em três dias de duração. O espaço de realização das atividades deve promover uma infra-estrutura para apresentação de conteúdo teórico em formato audiovisual, manuseio de equipamentos de câmera (imagem e áudio) e apresentação das ferramentas para gerenciamento da plataforma. Como ação primordial deste primeiro processo, está o debate acerca dos conceitos chaves de construção da narrativa conceitual e estética do projeto, sendo que a condução das entrevistas será o instrumento central e tendo como meta a aplicação e distribuição desse conteúdo nos dois formatos propostos: a plataforma *online* e os livros. Objetivamente, serão definidos, também, o escopo final de nomes a serem entrevistados, funcionalidades centrais da plataforma, definições sobre o projeto editorial, bem como outras atribuições técnicas necessárias.

A segunda etapa prevê a aplicação prática das ferramentas apreendidas no processo anterior, bem como a experimentação dos conceitos definidos pela equipe. Essa fase levará ao aprimoramento da equipe técnica em torno das etapas específicas de trabalho, pois permitirá o diagnóstico e a possibilidade de readequação, caso sejam

necessárias correções no planejamento inicial e método proposto. Tal etapa ocupará 26 horas a serem divididas conforme o agendamento dos treinamentos necessários e acontecerá em espaços livres que permitam a aplicação das técnicas definidas.

3. Entrevistas e produção dos vídeos

Para a efetivação das entrevistas, será necessária a conclusão da etapa de pesquisa e a execução de uma estratégia de agendamento das mesmas, que culminará no cronograma geral e no planejamento de realização. O passo seguinte consiste em definir o perfil estético, cenográfico e técnico dos sets, bem como viabilizar as necessidades de produção (locação de materiais necessários, contratação de profissionais, compra de passagens aéreas, locação de set de filmagem, etc).

Os momentos das entrevistas seguirão o seguinte formato:

1º: focado na entrevista para os livros (aproximadamente, 1 hora de duração)

2º: recorte e aprofundamento dos eixos centrais da fala do entrevistado, tanto para a edição dos vídeos, quanto para o enriquecimento do material para edição dos livros (com duração de, aproximadamente, de 12 minutos). Atuação paralela do fotógrafo em set, apreendendo imagens pontuais e caracterizando o conteúdo estético para os vídeos.

Após a captura do material bruto serão editados vídeos de 6 minutos para veiculação *online*.

4. Conteúdo e Plataforma *online*

A construção da plataforma *online* será pensada não somente como um espaço virtual para a hospedagem dos vídeos, mas, fundamentalmente, como um local de referência para compartilhamento de experiências, debates, articulação entre redes sociais e sites afins e produção de conteúdo. O material estará disponível em Creative Commons, podendo ser reapropriado e remixado, garantindo a liberdade de expressão e comunicação para os milhares de interlocutores.

Para tais objetivos, será necessária a contratação de um web designer (construção e manutenção da plataforma) e de um gestor de redes sociais (atualização, divulgação e circulação de conteúdo).

Quanto aos vídeos, a partir do momento que as edições forem sendo finalizadas, subirão imediatamente para a plataforma - e lá ficarão todos disponíveis.

O site privilegiará um tema atraente em suas funcionalidades e ligado à identidade visual do projeto. Ainda como aprimoramento estético, serão realizados ensaios fotográficos, ilustrando o tema da plataforma. (Estes ensaios poderão ser também utilizados para a publicação dos livros)

5. Editoração dos livros

A coleção dos livros prevê a produção de 5 volumes: 2 sobre o tema *Os Produtores*, 1 sobre *Os gestores, investidores e mecenas* e 2 sobre *Os Trabalhadores*, assim distribuídos pelo número de entrevistas. Cada volume deverá agrupar cerca de 20 entrevistas.

A primeira etapa de trabalho prevê a transcrição das entrevistas, seguida pela revisão crítica e histórica, revisão editorial, *copy desk*, diagramação e nova revisão das bonecas dos livros.

Concomitantemente, a capa e as ilustrações (fotos e caricaturas) serão produzidas, tendo como base estética a identidade visual central do projeto. Após aprovação da última prova, os livros estarão prontos para impressão. (Serão impressos à medida que o bloco de entrevistas de cada livro for completado).

Os produtores

O primeiro livro da coletânea abará a fala, a história e a forma de intervenção de profissionais/instituições que atuam sob o viés catalisador e organizacional da produção cultural no Brasil. O objetivo será explicitar como a ação de cada produtor dialoga de forma tática ou estratégica com o contexto global da Cultura.

Os gestores, investidores e mecenas

O segundo livro da série aborda os agentes inseridos nas formas de financiamento cultural, seja por meio de políticas culturais, leis de incentivo ou patrocínio direto (verba direta, sem utilização de mecanismos de benefícios fiscais). Os discursos confrontarão temas como viabilização de projetos e manifestações, atuação do poder público e privado, formas de acesso, democratização cultural, políticas públicas e variadas visões sobre as prioridades ao fomentar um conteúdo cultural.

Os trabalhadores

O último livro agrupará a fala daqueles que transitam entre o universo da criação artística e da efetivação técnico material. Serão reunidos os pontos de vista dos técnicos operacionais de projetos, aparelhos culturais e espetáculos artísticos. A forma de percepção destes “agentes concretizadores” acerca do contexto cultural e artístico no qual estão inseridos constitui, sem dúvida, um ponto alto da coletânea.

BIBLIOGRAFIA

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999

CERTEAU, Michel de. *A CULTURA NO PLURAL*. SP, Papirus: 1995.

PUTNAM, Robert. *Cultura e Democracia*. Venezuela: Galac, 1994.