

A COMPLEXIFICAÇÃO DO SISTEMA CULTURAL

Leonardo Corrêa Minervini

Universidade Federal Fluminense

DOI: 10.25768/20.04.01.021

RESUMO: Este artigo reflete sobre a composição de um sistema cultural, reconhecendo os profissionais envolvidos na consecução das políticas culturais, traçando um escopo de atuação que os diferenciam e os tornam elementos essenciais neste complexo. São elencadas as seguintes profissões: gestor cultural; produtor cultural; produtor executivo; mediador; programador; curador; e artista, independente ou integrante de grupos, companhias ou coletivos. Complementando esse sistema abordamos uma reflexão acerca do público, tendo como objetivo pensarmos nas ações de formação de plateia, termo amplamente utilizado no contexto das políticas culturais.

PALAVRAS-CHAVE: políticas culturais; gestão cultural; curadoria; públicos de cultura.

A CULTURA é uma área de conhecimento específico, composta por profissionais especializados para atuação em diferentes vertentes. Essa profissionalização impõe aos integrantes do sistema cultural que se adaptem à realidade. Nesse sentido, torna-se cada vez menos viável a ideia do artista produtor ou produtor artista, em outras palavras, o “faz tudo”, uma espécie de truste da cultura. A necessidade de engajamento e dedicação de ambos os profissionais, nesse exemplo o artista e o produtor, é tamanha que certamente o acúmulo de funções irá comprometer a qualidade de uma delas, quando não as duas. Essa realidade a que nos referimos está associada à complexificação do sistema cultural, tal como o modelo de uma engrenagem. Os termos sis-

tema e engrenagem são adequados, pois ajudam a compreender a relação que se estabelece entre os agentes envolvidos, de modo que, se uma peça desse complexo falhar, afetará o processo como um todo.

Partimos da premissa de que as políticas culturais não são um assunto exclusivo do Estado, cabendo aos diversos agentes a responsabilidade de participação. Tendo tal afirmação como paradigmática, proponho aprofundarmos a questão do sistema cultural partindo da reflexão acerca das profissões que o integram. Antes de elencá-las, reforço a utilização do termo profissões, visto que muitas delas ainda não são reconhecidas como tal na sociedade, seja por uma arraigada noção deturpada e preconceituosa que por décadas associou as artes à desocupação, e outras por serem novas,

© 2020, Leonardo Corrêa Minervini.

© 2020, Universidade da Beira Interior.

O conteúdo deste artigo está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra ca-

rece de expressa autorização do editor e do(s) seu(s) autor(es). O artigo, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade do(s) autor(es).

surgidas como consequência da complexificação do sistema cultural. Portanto, elencamos as seguintes profissões: gestor cultural; produtor cultural; produtor executivo; curador; mediador; artista, independente ou integrante de grupos, companhias, coletivos etc.

O gestor cultural surge a partir da compreensão de que a cultura abarca um conjunto de saberes que necessitam de planejamentos, planos, regras, pesquisas, análises, instruções e outros diversos conhecimentos específicos para o seu gerenciamento qualificado. Este cenário delineou-se nas décadas de 1960 a 1980, por consequência de transformações em escala global nos campos econômico, social e político. Neste sentido, trata-se de uma profissão relativamente recente, ainda em estágio de expansão no que se refere à oferta de cursos de formação específica.

Tendo como referência a pesquisa feita por Maria Helena Cunha (2008) com profissionais atuantes na gestão cultural de Belo Horizonte, este profissional "deverá ser capaz de materializar e dinamizar, no âmbito local, regional e nacional, as práticas que configuram a cultura de uma comunidade" (2008: 147). Para isto, ele necessita de uma formação diversificada, o que não significa dizer generalista e superficial. Oposto a isto, o gestor cultural deve ter conhecimento de áreas como administração, política e economia, ser capaz de lidar, com certa naturalidade, com questões relacionadas à contabilidade e, obviamente, possuir uma formação cultural sólida. Além disso, deve ter em seu perfil atributos como liderança, sensibilidade, capacidade de gerir equipes, poder de decisão, visão ampla do cenário em que atua e estar em permanente contato com a produção cultural, tanto nos aspectos conceituais, participando de encontros, simpósios, palestras e debates, quanto no que tange às manifestações artísticas, mantendo-se atualizado acerca das produções dos artistas locais e dos espaços da cidade.

Partindo do conceito de *habitus*, de Bourdieu (1998), e criando uma analogia com o sistema de representação que Saussure (2006)

fornece da língua, o gestor cultural é responsável pelas estruturas estruturadas, isto é, ele pensa, elabora e articula as estratégias para a consecução de políticas e projetos culturais, criando as condições necessárias para que, a partir disso, os outros diversos agentes envolvidos no sistema cultural transformem essa estrutura estruturada em estrutura estruturante. A analogia nos ajuda a compreender que se trata de um sistema, isto é, a existência de um gestor pressupõe a existência de algo ou alguém que será gerido.

Necessariamente articulado ao gestor está o produtor cultural. O adjetivo não é por acaso, ele confere uma diferenciação fundamental para outros profissionais, tais como o produtor executivo, o mediador, o agente cultural e o programador. No âmbito de suas atribuições consideraremos que a soma destes profissionais compõe o perfil do produtor cultural, cujos três princípios essenciais de suas práticas são: programar, produzir e mediar.

Programar é um exercício constante, um permanente estado de alerta para observar as coisas que estão na cidade e que, muitas vezes, passam despercebidas aos olhos comuns. Utilizando o termo cunhado por Zygmunt Bauman (2013), o programador deve ser onívoro, em oposição ao indivíduo *unívoro*, isto é, ter "disposição para consumir tudo contra a seletividade excessiva" (Bauman, 2013: 9). Este "estar disposto" para conhecer novas possibilidades é acompanhado de um esforço hercúleo e, quase impossível em sua completude, de se despir das interferências externas e dos pré-conceitos, tentar enxergar com os olhos de quem vê o mundo pela primeira vez, para, posteriormente, concatenar a recepção ao seu repertório de referências, àquilo que possui como bagagem cultural. É isto que diferencia o programador de um espectador comum, a capacidade de ir além da fruição. O seu gosto, conceito que será abordado posteriormente, não deve ser determinante, e muitos outros fatores estão em jogo, pois programar não é uma ação para si próprio, mas para os outros e para aquilo que se quer provocar nes-

ses outros. É nesse sentido que Sidnei Cruz afirma que:

A programação neutra não existe. Programar é sempre um processo de escolha. Ao programar reforça-se uma situação dominante, repetindo e mantendo uma hegemonia na oferta de bens culturais ou, ao contrário, está-se sinalizando a necessidade de abrir espaço para a diversidade e para a heterogeneidade. A programação cultural deve ser sempre o resultado de um processo constante de perguntas sobre a realidade na qual ela pretende interferir, e isso pressupõe entender que ela estará sempre buscando equilibrar ou corrigir os mecanismos que manipulam e privilegiam a disseminação de determinados conteúdos ou conhecimentos com vistas à padronização do gosto do público (Cruz, 2009: 21).

Ao conceber uma programação cultural é fundamental refletir sobre o território de atuação, os impactos que esta realização pode causar, prevendo as possíveis consequências positivas e negativas que viabilizam ou não sua realização. Considerar o território implica, sobretudo, em pensar nas formas de participação da comunidade local. Desta forma, o produtor cultural ao realizar uma programação terá como elemento norteador atender às necessidades culturais da comunidade onde está atuando e, ao mesmo tempo, provocá-la para novas percepções. Pouco ou quase nenhum resultado significativo para as práticas culturais de uma comunidade poderão ser alcançados se não forem levadas em conta as idiossincrasias locais. Além disso, o produtor cultural deve pensar em elementos que fomentem o pensamento reflexivo do público, proporcionando um cenário rico em experimentação para que novas práticas culturais possam surgir, propiciando a participação coletiva ampla e irrestrita.

Portanto, a tarefa de elaborar uma progra-

mação é uma constante negociação de interesses com a comunidade, um jogo no qual o produtor cultural deve mesclar conhecimento específico à criatividade, atuando como mediador social entre os diferentes públicos ao fazer interagir formas distintas de manifestação cultural, buscando ser inovador e surpreendente, mas sempre tendo em vista que os interesses comunitários estão acima dos seus, para que não caia no erro de programar para si mesmo. Dessa forma, como afirma Teixeira Coelho, o agente cultural – e aqui aplicaremos o termo como sinônimo de produtor cultural –

serve ao indivíduo, sensibilizando-o para a criação e dando-lhe as armas para repelir a dominação cultural (quando o objetivo dele e desse indivíduo é apenas criar as condições para um desenvolvimento genérico da individualidade) ou abrindo-lhes as possibilidades para tornar-se um artista ele mesmo, objetivo extremado da ação cultural mas não impertinente. Ou ele serve ao coletivo, quer esse coletivo seja entendido como "comunidade", como na França e em Cuba, que se veja nele a simples "audiência", como no universo anglo-saxão dominado pela ideia da administração e de um público ao qual se oferece um serviço a que de outro modo não teria acesso, e pelo qual se paga como por qualquer outro tipo de serviço. E serve o agente cultural, ainda, ao artista, não apenas criando-lhe um público, mas ocasionalmente dando-lhe condições de se aproximar de uma comunidade, entender-lhe as aspirações e criar em consequência, permitindo que o artista se abra um espaço nessa coletividade – se esse for o objetivo do artista. E serve à própria arte, ou cultura, criando, por tudo isso, condições para sua revitalização e atualização (Coelho, 2008: 67)

Notamos, portanto, que o produtor cultural é o mediador entre diferentes áreas de representação do sistema cultural. Mas, no que consiste esse trabalho de mediação? O termo mediação vem sendo utilizado amplamente e em diversos contextos, muitas vezes de forma banalizada e distorcida, entendido como todo e qualquer processo que está "entre" duas partes, realizado por um indivíduo, na figura do mediador. No entanto, essa visão desconfigura a mediação no que ela tem de mais importante: a comunicação entre grupos e categorias sociais com apreensões distintas de um determinado tema ou da própria realidade. Sendo assim, a mediação não é um ato de transmissão de informações composto por um agente ativo emissor de mensagens e um receptor passivo. Também não é sinônimo de visita guiada, como fazem parecer alguns museus e instituições culturais ao utilizarem o termo para designar o trabalho de um profissional que explica e contextualiza um acervo. Diametralmente oposto a isso, o mediador atua no conflito, isto é, no limiar entre duas ou mais partes, cada qual com sua idiossincrasia. Mediar não significa facilitar, assim como não é um ato de transmitir algo a alguém, mas sim uma oportunidade de dialogar e trocar experiências, e a mediação só será efetiva e produtora de sentido estético na medida em que conseguir produzir outros sentidos.

Na definição de José Márcio Barros, "a mediação quer dizer, simultaneamente, intercessão, interposição e intervenção" (2009: 8), ou seja, pontos de convergência, soma de pontos de vista para construção de uma outra apreensão e mudança de paradigmas vigentes. Nesse sentido, todo processo de mediação cultural é também um ato de mediação social e um entremeio do real com o simbólico, atuando na interface entre o ser humano e a arte, entendendo esta a partir de sua capacidade de produção de sentido e por sua natureza intrínseca relacionada à *poiesis*.

Segundo Simmel (2006), a sociabilidade possui uma natureza democrática, ao retirar

dos indivíduos participantes suas características de personalidade para valorizar o efeito dos mútuos. No entanto, Simmel destaca que "esse caráter democrático só pode ser realizado no interior de um estrato social – já que, muitas vezes, uma sociabilidade entre membros de diferentes estratos sociais se torna algo contraditório e constrangedor" (2006: 69). É justamente neste ponto em que se dá o trabalho do mediador: transformar essa experiência possivelmente contraditória e constrangedora em algo enriquecedor e construtivo, ao proporcionar espaços de fala e legitimar a participação dos diferentes grupos envolvidos. Dessa forma, a mediação é um processo complexo, que envolve estranhamento, resistência, divergência e embates, ao mesmo tempo em que proporciona encontro, reflexão, mudança e conhecimento.

Complementando a tríade que compõe a atuação do produtor cultural está sua capacidade de realização. Para conseguir realizar na prática o que descrevemos é necessário um domínio técnico específico, que consideramos fazer parte da função de produção executiva, o que inclui conhecimentos aprofundados de: leis de incentivo à cultura, em todas as esferas, captação de recursos, prestação de contas, acompanhamento permanente dos editais públicos e privados, logística de produção, entre outros aspectos. É claro que nem sempre o produtor executivo irá lidar com todas essas questões, visto que existem outras possibilidades para além do universo das leis de incentivo. No entanto, conhecer os modelos que, hoje, sobretudo no Brasil, ditam a maioria das ações de fomento aos projetos e eventos culturais é uma condição inerente à profissão. Para isso, sua prática requer planejamento, organização, capacidade de prever possíveis problemas e antecipar planos alternativos para solucioná-los, formação de redes de parcerias e confiança para composição de equipes de trabalho, além de, quase sempre, uma dose extra de pragmatismo, responsável por evitar que procrastinações levem o plane-

jamento à estagnação e, conseqüentemente, ao insucesso.

Portanto, o produtor cultural é um profissional com diversas facetas, atuante nas áreas de planejamento e execução, o que lhe exige uma formação diversificada e constante atualização de seus conhecimentos. Ao desmembrar essa profissão, chegamos a outras que descrevemos como inseridas em seu âmbito, tais como o produtor executivo, o programador e o mediador, podendo, ainda, incluir outras que não consideraremos como profissões, na medida em que se caracterizam mais como funções, dentre as quais estão o captador de recursos, o elaborador de projetos e o diretor de produção, entre outras.

No sistema cultural, destacamos também a profissão do curador. O termo passou por algumas mudanças ao longo dos séculos, inicialmente sendo utilizado como sinônimo de tutoria e posteriormente associado às artes, sobretudo, em referência às exposições de artes plásticas de museus e instituições culturais, tal como descreve Newton Cunha:

Em sua origem, e cujo significado se mantém, é um termo jurídico aplicado a pessoa incumbida de zelar pelos bens e direito dos que não o podem fazer por si mesmos, representando-o em instâncias legais (do latim *curatore*, aquele que cuida ou administra em nome de outrem; tutor). No século XIX, no entanto, a palavra migrou para o terreno das artes, indicando inicialmente o responsável pela guarda legal, pela catalogação e exposição de coleção de artes plásticas particulares, bem como a de documentos e de obras literárias entregues a seus cuidados. Já no século XX, passou a concorrer e mesmo a substituir, sobretudo no âmbito de fundações públicas ou privadas, a denominação tradicional de conservador-chefe de museus, ou seja, o dirigente encarregado de preservar, recuperar e promover expo-

sições de acervos, sugerir e justificar novas aquisições e ainda divulgar pesquisas da instituição por meio de publicações e seminários. De maneira corrente, o curador tem sido o profissional incumbido de sugerir e orientar o conteúdo de eventos de artes plásticas modernistas e contemporâneas (bienais, por exemplo) conforme temas ou critérios pessoais, e mesmo o de administrar, financeiramente, as exposições (Cunha, 2003: 206).

Não nos restringiremos a definir o curador como um selecionador de obras para uma exposição de artes plásticas, um arrecadador de fundos para museus e instituições de salvaguarda de acervos ou mesmo um orientador de temas para eventos de cultura. Visto assim, a figura do curador se aproximaria a de um diretor executivo de uma grande empresa multinacional ou um consultor de investimentos, alguém distante da realidade que o circunda, detentor de um conhecimento inquestionável, que por um exercício de generosidade decide compartilhar o seu olhar com o público apresentando-lhes suas virtudes intelectuais. Preferimos pensar no curador como um sujeito invisível. Aliás, não apenas um sujeito, mas um coletivo, visto que uma curadoria é resultado de uma multiplicidade de vozes. Entendendo-a como um meio, a curadoria é um exercício dos sentidos. O que os curadores fazem é "olhar a arte e pensar sobre sua relação com o mundo. Um curador tenta identificar as vertentes e comportamentos do presente para enriquecer a compreensão da experiência estética. Ele agrupa a informação e cria conexões"(Obrist, 2010: 10). Desta forma, a curadoria é uma forma de mediação, no sentido em que o "curador tenta passar ao público o sentimento de descoberta provocado pelo encontro face a face com uma obra de arte"(Obrist, 2010: 14). O artista cria a obra e o público a transforma em obra de arte a partir do trabalho do curador, que cria as condições necessárias para que isso aconteça e

cuida para que as que já são obras de arte não se transformem em antiquadas. É nesse sentido que se dá a mediação (não verbal) entre público e artista.

Portanto, o trabalho de curadoria é um constante esforço de buscar relações, costuras temáticas que provoquem reflexão, curiosidade e engajamento nos públicos. Um permanente movimento de entrada, estância e fuga por caminhos diversos, ora convergentes, ora dicotômicos, na busca por um diálogo que poderá existir. Longe de buscar consensos ou validações teóricas a partir do embasamento de autores, a curadoria está mais interessada em ampliar perspectivas sobre temas, pensamentos estéticos, contextos histórico-sociais, recursos estilísticos etc.

Seria um erro diferenciar o trabalho do curador daquele desenvolvido pelo programador afirmando que seu foco está, em primeira instância, na arte. No entanto, é possível entender o curador como um especialista. Enquanto o programador está envolto em questões amplas, como o território e o desenvolvimento cultural local, o curador tem em seu trabalho uma atenção especial para o artista, a obra de arte e o público. É claro que há muitos pontos que se tangenciam entre os trabalhos destes profissionais e, por isso, trata-se de funções distintas que se complementam, sendo, por vezes, realizadas por uma mesma pessoa.

E quanto ao artista, qual o seu papel na produção cultural contemporânea? Quais as alternativas para aqueles que não se enquadram nas políticas de editais? Observamos uma mudança no paradigma da produção cultural brasileira a partir da década de 1990, sobretudo, com a consolidação das leis de incentivo à cultura, o que obrigou os artistas a um processo de adaptação a este novo modelo de se “fazer” cultura no país. Conforme afirmamos anteriormente, a complexificação do sistema cultural impossibilita que o artista dê conta de acumular diversas funções que outrora era capaz de desenvolver autonomamente. Os conhecimentos necessários e o tempo que deve ser destinado para a produ-

ção e a criação artística fazem com que estas sejam ações incompatíveis para serem executadas com qualidade por uma mesma pessoa. Sendo assim, uma produção artística profissional precisa também de um aporte de produção profissional. Isso nos ajuda a refletir sobre uma questão que consideramos central em relação ao artista: a compreensão de que ele não é o centro do sistema cultural, mas uma das engrenagens fundamentais para que este sistema funcione.

Ao se colocar no centro do sistema cultural, ou ser colocado nesta posição pela indústria cultural, o artista é responsável por desarticlar uma série de políticas culturais baseadas nos princípios de produção, distribuição e acesso. Para exemplificar, consideremos um caso corriqueiro: o programador de um espaço cultural pretende promover um show com um artista de relevo da Música Popular Brasileira. Suponhamos que o local onde o show será realizado tenha capacidade para quinhentas pessoas. Ao contratar um artista com o cachê de cinquenta mil reais, valor médio praticado por artistas de maior projeção midiática da MPB, o produtor terá como ponto de partida o desafio de vender todos os ingressos ao preço de cem reais para bancar apenas o investimento referente à contratação artística, sem considerar os outros diversos custos relacionados à produção. Tendo em vista que este valor está longe de ser acessível para a grande maioria da população brasileira, na prática o que vemos são artistas cada vez mais distantes de seu público e públicos cada vez mais restritos àqueles que possuem poder aquisitivo. Fica claro que desta forma o sistema por si só não se retroalimenta, dependendo de patrocinadores, em sua grande maioria patrocinando projetos via Lei de Incentivo Fiscal, isto é, diretamente sustentados pelos impostos pagos pela população, e isso também não garante preços acessíveis ao grande público. Pensar que este é um problema a ser resolvido apenas pelos gestores e produtores culturais é um equívoco comum.

De outro lado está a grande maioria dos

artistas, aqueles que não possuem espaço de visibilidade na mídia, e que não conseguem manter seus trabalhos em circulação, tendo que colocar a produção artística em segundo plano e buscar outros segmentos profissionais para se manterem financeiramente. Cria-se, então, uma dicotomia entre a própria classe. O trabalho artístico deixa de ser um processo e passa a ser mensurado financeiramente, expresso em termos inapropriados como "apelo comercial". Esse distanciamento, além de causar desequilíbrio na ação cultural, ao destinar à produção maior importância em detrimento à distribuição, ao acesso e à fruição, impede também o intercâmbio entre os próprios artistas. Soma-se a isso a ausência de espaços de sociabilidade, que fomentem as trocas entre os artistas, e a lógica de produção industrial da arte, na qual a todo o tempo estes profissionais precisam se reinventar e produzir novos trabalhos, em um mercado cada vez mais ávido por novidades. É nesse contexto que temos a construção da sociedade do espetáculo:

O caráter fundamentalmente tautológico do espetáculo decorre do simples fato de os seus meios serem ao mesmo tempo a sua finalidade. Ele é o sol que não tem poente, no império da passividade moderna. Recobre toda a superfície do mundo e banha-se indefinidamente na sua própria glória. (...) A primeira fase da dominação da economia sobre a vida social levou, na definição de toda a realização humana, a uma evidente degradação do *ser* em *ter*. A fase presente da ocupação total da vida social pelos resultados acumulados da economia conduz a um deslizar generalizado do *ter* em *parecer*, de que todo o «*ter*» efetivo deve tirar o seu prestígio imediato e a sua função última. Ao mesmo tempo, toda

a realidade individual se tornou social, diretamente dependente do poderio social, por ele moldada. Somente nisto em que ela *não é*, lhe é permitido aparecer (Debord, 2005: 12).

Ressalto que não estamos condenando o retorno financeiro dos trabalhos artísticos, tampouco sugerindo um modelo socialista utópico, o que seria uma incoerência ao pensar que estamos cada vez mais imbricados no sistema capitalista. O que fica evidente nesta perspectiva é a dificuldade – e por que não afirmar como inviabilidade? –, de se manter uma perspectiva político-cultural partindo de princípios que estão fora da realidade social. Trata-se de um problema ideológico para gestores e produtores culturais. Portanto, o sistema cultural não funciona para o artista, mas sim com o artista, e isso faz toda a diferença. Ele não pode ser o centro das políticas culturais, também por uma questão conceitual: a arte é uma das formas pela qual a cultura se manifesta e as políticas devem ser amplas e terem por missão englobar outros diversos conceitos. Se não fosse desta forma, o termo deveria ser alterado para políticas artísticas, o que não convém.

Pensando nos artistas que estão fora do cenário *mainstream*² o modelo de editais e leis de incentivo à cultura pode não ser uma alternativa, obrigando-os a repensar suas próprias lógicas de produção. Pode-se observar que o alto custo para fazer uma produção artística circular, associado ao desafio constante de atrair público para as salas de exibição, fazem com que o cenário cultural se adapte a esta realidade. São cada vez mais frequentes os teatros construídos com formatos de plateias reduzidas, direcionados para espetáculos intimistas, ou a realização de espetáculos em formatos menores, fugindo dos modelos espetaculares que exigem altas cifras. Não adianta, portanto, que o artista conceba um espetáculo

² Termo utilizado para se referir àquilo que está em evidência, uma corrente principal.

ou uma obra sem, conjuntamente, pensar na viabilidade de fazer chegar seu trabalho ao público.

Vale ressaltar que não estamos condenando a produção artística ao minimalismo, tampouco defendendo que os artistas aceitem diminuir a qualidade de seus trabalhos em troca de maiores possibilidades de exibição. Oposto a isto, exigir qualidade é fundamental, pois só assim será possível consolidar a produção cultural em um parâmetro profissional. O que está sendo colocado em questão é que tão importante quanto conceber um trabalho artístico de qualidade é garantir que ele chegue ao público com qualidade e, para isso, o artista não pode estar alheio a aspectos socioculturais. Se a intenção é dar vida útil a um trabalho artístico garantindo-lhe sua difusão ampla, há de se ter em conta estratégias de adaptação para as diversas realidades, considerando que a distribuição de seu trabalho deverá contemplar, obrigatoriamente, possibilidade de acesso e compatibilidade com os equipamentos culturais disponíveis na cidade. Sendo assim, de nada adianta, por exemplo, a montagem de peças teatrais com cenários grandiloquentes ou shows com estruturas faraônicas se os custos para circulação destes trabalhos se tornarem incompatíveis com a realidade, impondo ao público ingressos a preços excludentes para a maior parcela da população.

Desta forma, o mantra do artista deve ser fazer circular a obra de arte. Buscar parcerias, colocar-se à prova, expor-se às críticas do público, fazer e desfazer quantas vezes forem necessárias e nunca ter certezas, pois as dúvidas serão bem mais úteis para o seu processo criativo.

Portanto, essas são as profissões que entendemos como essenciais no âmbito das políticas culturais, em diferentes instâncias e representações. A soma de seus trabalhos e saberes formam um sistema cultural, juntamente com as instituições que representam (governo, iniciativa privada, sociedade civil, grupos comunitários etc.), e, quando articulados, refor-

çam esse sistema por meio de redes de cooperação, fomentando a geração de capital social, ampliando a capilaridade das ações culturais. Uma característica aproxima estes profissionais: eles devem estar em permanente “estado de desconforto”, isto é, não se deixarem tomar pela acomodação de replicar modelos pré-estabelecidos e, sempre que possível, devem arriscar novas possibilidades. Na prática, devem atuar como uma esponja: estarem suscetíveis a receber o que está no mundo que o cerca; interiorizar essas referências para refletir, analisar, questionar, adaptar à sua realidade local e devolver para a sociedade, não de forma mastigada, mas como proposta de estímulo a novos olhares.

Fazendo uma analogia com o rizoma de Deleuze e Guattari (1996), esses profissionais criam em suas práticas linhas de fuga, isto é, ações que se afastam da tentativa totalizadora e estabelecem conexões com outras raízes, propondo rupturas com o *status quo*, diferentes das linhas de força estabelecidas:

Será tão triste e perigoso não mais suportar os olhos para ver, os pulmões para respirar, a boca para engolir, a língua para falar, o cérebro para pensar, o ânus e a laringe, a cabeça e as pernas? Por que não caminhar com a cabeça, cantar com o sinus, ver com a pele, respirar com o ventre, Coisa simples, Entidade, Corpo pleno, Viagem imóvel, Anorexia, Visão cutânea, Yoga, Krishna, Love, Experimentação (Deleuze & Guattari, 1996: 10).

Essa reflexão sobre a composição de um sistema cultural deixa claro que estamos fazendo cisão entre dois universos, que denominaremos de cultura e mercado. Afirmamos que a diferença entre uma produção cultural e uma produção mercadológica não está em seu resultado, mas em seu processo. Tal como a analogia feita por Teixeira Coelho, inspirada nos escritos de Francis Bacon acerca “da cultura e do adubamento dos espíritos”:

(...) uma das primeiras consequências positivas da noção da cultura como adubo é a ideia de processo nela implícita: o estrume é o elemento afinal ativo, mas ele mesmo em si não é nada, ele mesmo é outra coisa, e outra coisa resultante de um processo cujas partes têm todas a mesma natureza verificada no conjunto: a cultura como processo, não como um objeto, mas como uma atividade, esta é a ideia chave (Coelho, 2008: 19).

A produção cultural não é pensada visando ao mercado, mas sim, ao público. Com isso, não estamos condenando a cultura à pobreza, ao filantropismo ou à condição de seus profissionais trabalharem por amor. O enriquecimento por meio do trabalho já foi condenado pela Igreja Católica e questionado como legítimo por Martin Lutero há mais de quinhentos anos. O artista não é um prestador de serviço e a arte não é uma mercadoria, um produto de prateleira ou uma *commodity* que pode ser especificada para participar de um leilão cujo vencedor é aquele que apresentar o menor preço. Tal como defendido pelo mestre Ariano Suassuna (1997), em frase repetida inúmeras vezes em suas aulas-espetáculos: "Arte pra mim não é produto de mercado. Podem me chamar de romântico. Arte pra mim é missão, vocação e festa." A cultura vista como um bom negócio está fadada a ser domesticada.

É evidente que uma das facetas do sistema cultural acaba constituindo-se num "mercado", o qual os estudos contemporâneos denominaram de economia criativa, definida pela Conferência das Nações Unidas so-

bre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) como:

um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico. Ela pode estimular a geração de renda, criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano; Ela abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que integram com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo; É um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral; É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial; No centro da economia criativa, localizam-se as indústrias criativas (Ministério da Cultura, 2012: 8).

E existe a outra noção de mercado, a que está preocupada com a compra e venda de produtos e artigos relacionados a arte, o enriquecimento, a ampliação dos lucros, o *show business*. Esta foi cunhada por Max Horkheimer e Theodor W. Adorno (2002) como indústria cultural (metáfora coerente com o seu processo de reprodução e consumo³ da coisa cultural):

A unidade visível de macrosociedade e

³ O termo utilizado faz referência a diferenciação traçada por Teixeira Coelho (2008) entre consumo e uso da cultura: "o que de fato diferencia o uso da cultura do consumo cultural é que no uso a coisa de cultura é interiorizada e transformada em substância vitalizadora em virtude de algum metabolismo de seu receptor (o que pressupõe a existência de um resto eventual a jogar fora), enquanto o consumo marca-se por um contato epidérmico entre re-

ceptor e coisa cultural, contato mediante o qual a coisa de cultura desliza pela superfície do receptor sem afetá-lo interiormente seja como for e é em seguida eliminada, posta fora, sem que tenha havido qualquer trabalho (alteração de estado) na coisa cultural por parte do receptor e no receptor em virtude de sua exposição à coisa cultural"(Coelho, 2008: 18).

de microcosmo mostra aos homens o modelo de sua cultura: a falsa identidade do universal e do particular. Toda a cultura de massas em sistema de economia concentrada é idêntica, e o seu esqueleto, a armadura conceptual daquela, começa a delinear-se. Os dirigentes não estão mais tão interessados em escondê-la; a sua autoridade se reforça quanto mais brutalmente é reconhecida. O cinema e o rádio não têm mais necessidade de serem empacotados como arte. A verdade de que nada são além de negócios lhes serve de ideologia. Esta deverá legitimar o lixo que produzem de propósito. O cinema e o rádio se auto definem como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores-gerais tiram qualquer dúvida sobre a necessidade social de seus produtos (Adorno, 2002: 5).

O estranhamento acerca do termo no contexto da cultura também foi feito por Umberto Eco (1993), a partir do conflito semântico presente em aglutinar duas palavras com sentidos intrinsecamente opostos:

Que haverá de mais reprovável que o emparelhamento da ideia de cultura (que implica um privado e sutil contato de almas) com a de indústria (que evoca linhas de montagem, reprodução em série, pública circulação e comércio concreto de objetos tornados mercadorias)? (Eco, 1993: 12).

Para isso é necessário considerar os dois significados do termo indústria que se colocam de formas antagônicas no contexto cultural. Dentre os significados presentes no dicionário *Michaelis* estão:

sf (lat *industria*) 1 Conjunto de artes de produção, em oposição à agri-

cultura e ao comércio. 2 Arte, ofício, profissão mecânica ou mercantil. 3 Aptidão ou destreza com que se executa um trabalho manual, habilidade para fazer alguma coisa. 4 Engenho. 5 Invenção. 6 Artimanha, astúcia, manha (...) *de transformação, Econ*: setor da produção industrial voltado para a transformação de matérias-primas em bens de consumo (Indústria, 2019).

Esta segunda definição de indústria é incompatível com os conceitos que colocamos aqui como integrantes de uma política cultural. Faz parte de outra dimensão. Ela não forma público, pelo contrário, segmenta-o em nichos organizados como consumidores, difunde o que já é amplamente difundido, é criada por encomenda, a partir de um modelo bem sucedido, e é reproduzida até o esgotamento. A diferença fundamental entre essas duas formas de perceber a cultura está na maneira como receptor é visto: na indústria como um receptor passivo, na política cultural como agente ativo, necessariamente participativo e questionador. Não estamos propondo que ela deixe de existir. A questão, como bem descreve Marilena Chauí, é:

Não que a cultura não tenha um lado lúdico e de lazer que lhe é essencial e constitutivo, mas uma coisa é perceber o lúdico e o lazer no interior da cultura, e outra é instrumentalizá-la para que se reduza a isso, supérflua, uma sobremesa, um luxo em um país onde os direitos básicos não estão atendidos (Chauí, 2006: 64).

Compreender a cultura pelo viés industrial é limitá-la ao papel de instrumento, condená-la aos interesses de mercado e extirpar o direito de existir àqueles que não se enquadram na lógica de produção mercadológica. Por outro lado, ignorar o fato de que a cultura e a produção artística fazem parte de um sistema, estão inseridas na economia e compõem uma

indústria, a partir da primeira definição dicionarizada citada anteriormente, seria uma visão ingênua e suicida. Utilizando os termos cunhados por Umberto Eco (1993), não sejamos "integrados", defendendo a posição dos funcionalistas americanos cujas análises estiveram voltadas aos mercados consumidores e que não conseguiram manter uma isenção necessária entre as análises e o poder econômico financiador de suas pesquisas, tampouco, apocalípticos, com uma visão hierarquizada e elitista da cultura.

A partir da análise de Umberto Eco, pensamos que nas duas posições há um problema epistemológico: não se trata de saber se essa indústria cultural é boa ou ruim, mas descobrir qual a ação cultural possível a fim de permitir que os meios de comunicação de massa possam veicular valores culturais. Isto é, utilizar o significado mais adequado do termo indústria para o contexto cultural, já que "nesse ponto já não se pode mais pensar na cultura como algo que se articule segundo as imprescindíveis e incorruptas necessidades de um Espírito que não esteja historicamente condicionado pela existência da cultura de massa"(Eco, 1993: 15).

Para concluir a reflexão acerca do sistema cultural proposto, abordaremos a peça fundamental que compõe sua engrenagem, sem a qual ele não funcionaria. Estamos falando do público. Entre os muitos bordões repetidos como mantra nas políticas culturais está o da "formação de públicos". Evidentemente, trata-se de um objetivo intrínseco da política cultural que não deve ser pensado como um fim, mas uma etapa, um estágio obrigatório pelo qual toda ação de cultura deve se debruçar. Para isto, primeiramente devemos partir da compreensão de que o público não é uma multidão, tampouco "uma aglomeração de indivíduos isolados"(Guénoun, 2003: 21). O público deve ser visto a partir da máxima da heterogeneidade, sempre no plural. Ao se colocar como público de uma determinada atividade cultural, seja ela qual for, o indivíduo situa-se como integrante de um grupo;

uma reunião de pessoas com desejos, ambições, vontades e gostos distintos, que por algum tempo se predispõem a partilhar de um espaço para uma recepção compartilhada daquilo que está sendo exposto. Motivações individuais (que também podem ser coletivas, fato que não retira a individualidade do ato de escolha) formam um grupamento denominado público, uma forma de assembleia com tempo determinado para extinguir-se (o tempo da recepção estética). Essa recepção estética é, ao mesmo tempo, individual e coletiva, isto é, as diferentes reações individuais contagiam o coletivo e influenciam a recepção da mensagem. Denis Guénoun (2003) afirma que essa dimensão do encontro, da convocação pública de "desconhecidos", é o que define o teatro (na concepção do espaço físico e não da linguagem artística) como um ato político.

Laurent Fleury (2009) aponta para a existência de três categorias de público: o público inventado, que reúne características que esperam ser encontradas nas pessoas que frequentam determinada atividade cultural; o público constatado, que reúne características que de fato são observadas no público que frequenta tais atividades; e o público recusado, aquele para quem a indústria cultural produz diversos procedimentos de domesticação das expectativas, visando fazer dele não apenas puro receptáculo, mas também negar-lhe expectativas ou demandas. A estas três categorias, pode-se acrescentar o que Francis Jeanson (2009) chamou de não-público, isto é, uma "imensidão humana composta de todos aqueles que ainda não têm nenhum acesso nem qualquer chance de se aproximar do fenômeno cultural sob as formas que ele persiste em revestir-se na quase totalidade dos casos"(2009: 83).

E o que, de fato, significa formar um público? Formação de plateia significa lotar os teatros e espaços culturais da cidade? Definitivamente não. Estamos pensando na formação dos sentidos por meio do apuramento reflexivo do gosto. Com isso, estamos nos referindo não à distinção entre o que seria classificado como um bom ou um mau gosto,

mas à capacidade do espectador de questionar o seu próprio gosto, compreender o que lhe causa prazer do intelecto e dos sentidos. Estamos trazendo para discussão algo pensado por Montesquieu no século XVIII, de que o gosto é algo que pode (e deve) ser discutido, exercitado, adquirido e modificado. Nas palavras de Montesquieu, "é o prazer proporcionado por um objeto que nos conduz a um segundo objeto; é por isso que a alma sempre procura coisas novas, e nunca se cansa de fazê-lo"(Montesquieu, 2005: 97). Neste sentido, o gosto é um processo e, como tal, está em constante composição e decomposição. Estimular o gosto é realizar um exercício prático e permanente de se predispor a conhecer o desconhecido, como afirma Teixeira Coelho: "Dar a ver, dar a ver mais do que se poderia esperar, dar a ver outra coisa, e outra coisa que não se espera: essa seria, nessa ótica, a meta de um programa artístico, e uma filosofia da educação, de uma política cultural"(Coelho, 2005: 97).

Vista como uma etapa das políticas culturais, a educação dos sentidos e a formação do público não se dará a partir da normatização das formas de fruição ou o estabelecimento de regras de compreensão das manifestações artísticas. Esse é um equívoco recorrente:

Políticas culturais inteiras se justificam com essa ideia de ordenação: mostrar não basta, imprescindível pôr ordem, ensinar a ver, educar para ver. Esta educação dos sentidos ou educação do gosto (na expressão de Karl Marx, "educação dos cinco sentidos, trabalho de toda a história universal até agora") configura uma das orientações da política cultural na verdade mais discutíveis (Coelho, 2005: 99).

Ações com esse propósito estão associadas à fabricação cultural e ao entendimento do mediador como um facilitador. Conhecer os públicos é um dos princípios fundamentais de qualquer política cultural, pois é para eles

e com eles que as políticas serão fundamentadas. A formação de plateia não passa por uma programação mais "fácil" ou ações voltadas exclusivamente à promoção do acesso físico, tal como exposições gratuitas, mas na criação de possibilidades que permitam também o acesso simbólico e intelectual, o acesso dos sentidos, como propunha Heitor Villa-Lobos:

É indispensável orientar e adaptar, nesse sentido, à juventude dos nossos dias, e começarmos este trabalho (de educar musicalmente) muito cedo com as gerações mais novas, sobretudo as crianças de cinco a quatorze anos. Seu fim não é o de criar artistas nem teóricos de música senão cultivar o gosto pela mesma e ensinar a ouvir. Todo mundo tem capacidade para receber ensinamentos, pois sendo capaz de emitir esses sons para falar, pode emití-los também para cantar; assim como tem ouvidos para escutar palavras e sons, também os terão para música. Tudo é uma questão de educação e método (Villa-Lobos *apud* Paz, 2000: 85).

É pela complexidade da questão que existem os profissionais especializados para o exercício de tais funções, como descrevemos o produtor cultural, o programador, o mediador e o curador.

Considerações finais

Portanto, esses são os integrantes que consideramos fundamentais na composição de um sistema cultural no que tange a sua gestão. Descrevê-los é a maneira que encontramos de reconhecer sua importância no contexto das políticas culturais e, sobretudo, demarcar suas áreas de atuação. Com isto, não temos a intenção de organizá-los de maneira estanque e racionalizada ao extremo, tal como uma tabela periódica ou um modelo de classificação botânica. Sabemos que, na prática, as funções que

desempenham se dão, quase sempre, de maneira sobreposta, marcadas por uma boa parcela de imprevisibilidade e – por que não afirmar? – imprevisto.

Importante frisar que a escolha por elencar tais integrantes do sistema cultural deve-se ao fato de reconhecermos neles um papel ampliado, que podemos definir como hiperônimos. Nesta analogia gramatical, expandindo o cenário profissional da cultura, devemos considerar todo um amplo complexo de profissões que são indissociáveis deste sistema e que poderiam ser classificados como hipônimos, isto é, ofícios, dentre as quais citaremos algumas: lutier, roadie, técnico de som, produtor fonográfico, produtor musical, técnico de luz, iluminador, contrarregista, cenógrafo, cenotécnico, fotógrafo, designer, ilustrador, camareira, coreógrafo, maquiador, sonoplasta, dramaturgista, dramaturgo, encenador, figurinista, crítico, cineasta, cinegrafista, continuísta, roteirista, argumentista, restaurador, arte-educador, operador de câmera, pesquisadores, etc.

Sendo assim, a escolha por priorizar a análise destes integrantes do sistema cultural que classificamos como hiperônimos da cultura partiu de um critério metodológico, objetivando uma reflexão geral das redes que se estabelecem na consecução de políticas culturais.

Bibliografia

- (s.d.) Indústria. *Michaelis, Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa*. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/ind%C3%BAstria/>. Acesso em: 20 out. 2019.
- Adorno, T. (2002). *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e Terra.
- Barros, J. (2009). *As mediações da cultura: arte, processo e cidadania*. Belo Horizonte: Ed. PUC Minas.
- Bauman, Z. (2013). *A cultura no mundo líquido moderno*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bourdieu, P. (1998). A Escola Conservadora: as desigualdades frente à escola e à cultura. In M. Nogueira & A. Catani (orgs.), *Escritos de educação*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes.
- Chauí, M. (2006). *Cultura e Democracia: o discurso competente e outras falas*. São Paulo: Cortez.
- Coelho, T. (2008). *A cultura e seu contrário*. São Paulo: Iluminuras: Itá Cultural.
- Coelho, T. (2008). *O que é ação cultural*. São Paulo: Brasiliense.
- Cruz, S. (2009). *Palco Giratório: uma difusão caleidoscópica das artes cênicas*. Ceará: Sesc.
- Cunha, N. (2003). *Dicionário Sesc: a linguagem da cultura*. São Paulo: Perspectiva, Sesc São Paulo.
- Debord, G. (2005). *A Sociedade do Espetáculo*. Lisboa: Edições Antipáticas.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1996). *Mil platôs – capitalismo e esquizofrenia*, vol. 3. Rio de Janeiro: Editora 34.
- Eco, U. (1993). *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva.
- Fleury, L. (2009). *Sociologia da cultura e das práticas culturais*. São Paulo: Senac.
- Guénoun, D. (2003). *A exibição das palavras: uma ideia (política) do teatro*. Rio de Janeiro: Teatro do Pequeno Gesto.
- Ministério da Cultura (2012). *Relatório de economia criativa 2010: economia criativa uma, opção de desenvolvimento*. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itá Cultural.
- Montesquieu (2005). *O gosto*. São Paulo: Iluminuras.

- Obrist, H. (2010). *Uma breve história da curadoria*. São Paulo: BEI Comunicação.
- Paz, E. (2000). *Pedagogia musical brasileira no século XX: metodologias e tendências*. Brasília: Musimed.
- Saussure, F. (2006). *Curso de linguística geral*. São Paulo: Cultrix.
- Setton, M. (2002). A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. *Revista Brasileira de Educação*. Universidade de São Paulo, Faculdade de Educação, edição Maio/Jun/Jul/Ago.
- Simmel, G. (2006). *Questões fundamentais da sociologia – indivíduo e sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Suassuna, A. (1997). Arte não é mercado, mas vocação e festa. *Jornal O Estado de São Paulo*, Cad. 2, D-3. São Paulo.