

PRODUZINDO CULTURA E FORMAÇÃO: RELATO A PARTIR DA EXPERIÊNCIA NA OFICINA DE PRODUÇÃO CULTURAL (FACULDADE DE COMUNICAÇÃO - UFBA)

PRODUCING CULTURE AND TRAINING: REPORT FROM THE EXPERIENCE AT THE CULTURAL PRODUCTION WORKSHOP (FACULTY OF COMMUNICATION - UFBA)

Leonardo Costa

Professor da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA. E-mail: leocosta@ufba.br

Mateus Anjos

Estudante de Graduação em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, UFBA. E-mail: mateus.anjos0101@gmail.com

Jaiane Eloy

Estudante do Bacharelado Interdisciplinar em Artes, UFBA. E-mail: jaielloy@gmail.com

Janayna Moradillo

Estudante de Graduação em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, UFBA. E-mail: janaynamoradillo9@gmail.com

RESUMO

Este relato de experiência busca apresentar a ação extensionista da disciplina Oficina de Produção Cultural e discutir alguns dos projetos culminados por ela, a partir da reflexão de conceitos como projeto cultural e financiamento à cultura. A ideia aqui é relacionar tais conceitos, à medida que discutimos os eventos e sua relação com a construção do componente curricular e sua relação com os estudantes que passaram por ela, tendo a extensão como uma etapa fundamental para a formação de futuros produtores culturais.

Palavras-chave: Produção cultural. Planejamento. Financiamento.

ABSTRACT

This experience report seeks to present the extensionist action of the Cultural Production Workshop and discuss some of the projects culminated by it, from the reflection of concepts such as cultural project and funding for culture. The idea here is to relate these concepts, as we discuss the events and their relationship with the construction of the curricular component and its relationship with the students who went through it, having the extension as a fundamental step for the formation of future cultural producers.

Keywords: Cultural production. Planning. Funding.

INTRODUÇÃO

A Oficina de Produção Cultural é um componente curricular obrigatório da graduação em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, vinculado à Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Oferecido desde o ano de 1996, de forma pioneira no Brasil, o curso propunha tratar dos enlaces entre a comunicação e a cultura na conformação dessa nova área, considerando tanto as relações entre as mídias e a cultura (cultura midiática) quanto das mídias com a cultura dita não midiática (UFBA 1995).

No processo formativo, as Oficinas para o curso de graduação constituem o momento de consolidação das experiências práticas em produção. Essa modalidade foi implementada desde a criação do currículo e teria como resultado final um produto elaborado pelos estudantes, estipulado nas ementas, a partir de conteúdos específicos com a finalidade de, não só aproximar o estudante das possibilidades de linguagens a serem exploradas, como também apresentar metodologias que podem vir a serem aplicadas no mercado de trabalho. Assim, entendendo-se que “quando se une a prática com a teoria tem-se a práxis” (FREIRE, 2003, p. 11) e, sendo uma ação modificadora da realidade, tais componentes são oferecidos desde os semestres iniciais, buscando romper com uma tradição de segregação entre os conteúdos teóricos e práticos dos cursos de graduação. Nessa modalidade se evidencia o protagonismo do estudante em iniciativas desenvolvidas em um espaço privilegiado para o exercício da aprendizagem e para interação junto à comunidade externa. Desse modo buscamos alinhar a relação do ensino com a extensão.

Compreende-se como extensão a participação em atividades institucionais que permitam a interação dialógica da comunidade acadêmica com a sociedade por meio da troca de conhecimentos, da participação e do contato com as questões complexas contemporâneas presentes no contexto social, voltadas às comunidades externas, desenvolvidos sob a orientação

de um professor ou responsável.

No curso de Produção em Comunicação e Cultura, a Oficina de Produção Cultural¹ é, sem dúvidas, um dos pontos de culminância das experimentações nesse campo de atuação. Por meio da realização de um Projeto Cultural, pretende-se desenvolver a capacidade dos estudantes de realizar ações culturais na prática, promovendo a iniciação em sua futura área profissional. A disciplina tem uma oferta de, no máximo, 30 vagas, tendo em vista o seu caráter prático. Deste modo, o presente relato tem por objetivo discutir o processo de formação dos futuros produtores nesse componente curricular, a partir do olhar sobre o financiamento à cultura aplicado a uma experiência presencial antes da pandemia de COVID-19: Pocando de Rir (2019.2); e duas remotas realizadas durante o período da pandemia: Quem faz literatura na Bahia (2020.2), e Faz.com/CulturaDigital (2021.2).

Para um projeto acontecer, é preciso dos agentes e, para os agentes se formarem, é necessário entender a produção cultural. Esse debate precisa ser basilar não somente neste componente, mas em todos do curso que dialoguem diretamente com a área. Isso por conta da (ainda presente) dificuldade em entender o setor: (a) por dentro: seja para quem está chegando agora na formação; ou (b) por fora: onde se entende a comunicação além do jornalismo como uma coisa só. Ambas visões vão sendo apresentadas a bibliografias e experiências que ultrapassam noções deslocadas sobre a produção cultural. Assim, nos valem bem quando Linda Rubim (2005, p. 14) a partir de Antonio Gramsci coloca os produtores e gestores culturais como o terceiro tipo de intelectuais: aqueles que organizam a cultura. Deste modo, a produção cultural pode ser entendida como o trabalho no qual se organiza atividades culturais em sua completude e os seus agentes são os profissionais capazes de fazer acontecer tal organização.

A iniciativa de um projeto cultural pode focar uma determinada área artística ou temática, a partir das discussões e deliberações conjuntas.

¹ Vale ressaltar que a disciplina pode ser cursada por outros cursos da UFBA. Citamos aqui outros cursos nos quais já tivemos algum estudante matriculado: Bacharelado Interdisciplinar em Artes, Bacharelado Interdisciplinar em Humanidades, Dança, Teatro, Música, Administração, Gastronomia e Biotecnologia.

Mas antes de tudo, é preciso consolidar no estudante o que é, diante de tantas variedades e formatações, um projeto cultural. Através das reflexões trazidas na obra “Projetos Culturais – Técnicas de modelagem” do autor brasileiro Hermano Thiry-Cherques, pode-se perceber que um projeto pode ser definido a partir de cinco termos-chave:

Objetivo: um objetivo, um projeto. Essa é uma regra básica. O projeto deve ter um, e somente um, objetivo [...]; Transitório: um projeto tem um ciclo de vida predeterminado, com começo e fim. Extingue-se quando seu objetivo é atingido; Produto: entende-se por “produto” de um projeto qualquer classe de bens, tangíveis ou intangíveis, desde bens materiais até serviços, ou mesmo ideias. Singularidade: um projeto é um empreendimento único, e qualquer alteração de conteúdo ou de contexto corresponde, necessariamente, à modificação do projeto; Complexidade: um projeto é um compósito articulado de ações — as atividades do projeto —, que se dão tanto linearmente quanto em paralelo. Só faz sentido modelar um projeto quando as atividades necessárias para se alcançar o objetivo pretendido não podem ser ordenadas ou avaliadas de imediato. (THIRY-CHERQUES, 2006, p. 13)

Ainda que seja visível, à primeira vista, uma postura rígida do autor em relação ao objetivo de um projeto, deve-se levar em consideração o cunho exequível de um projeto num espaço delimitado de tempo. Noção essa que é trazida de forma mais flexível para os momentos de debates em sala, visto que os projetos podem ser drasticamente diferentes uns dos outros. O importante, na verdade, é que a percepção enquanto fomentador de culturas seja evidenciada e, que naquele espaço é possível pensar a estrutura de execução e aplicá-la. Assim, entendendo que um projeto cultural é em parte fomento (trazer uma linguagem a luz) e parte organização (saber como essa luz pode ser acendida).

Em relação às temáticas, foram abordadas diferentes linguagens artísticas nos semestres: artes integradas, música, artes cênicas, artes visuais, audiovisual, gastronomia, humor e design. Alguns projetos trouxeram importantes questões identitárias na contemporaneidade, como a cultura LGBTQIA+ e a cultura negra.

Os eventos têm duração variada, sendo realizados de um até 40 dias². A programação costuma ser diversificada, envolvendo ações de difusão, formação e circulação.

De todo modo, independente da linguagem escolhida pelos estudantes, tecer o conhecimento de como é possível organizar um projeto cultural é insuficiente para trazê-lo à vida sem que haja recurso financeiro para arcar com as suas escolhas, seus convidados, estrutura e afins. Sendo assim, um segundo pilar na formação é entender a importância e os tipos de financiamento de um projeto cultural.

Ao longo dos anos, teve-se projetos distintos nos quais as buscas por formas de realizá-los foram igualmente diferentes a partir da disposição dos estudantes em função das oportunidades vigentes no momento, como editais ou financiamento coletivo. É verdade que, por mais brilhante que seja uma ideia de projeto, sua execução dependerá de quanto capital aqueles produtores têm ou poderão ter em mãos. Reflexões como essas estão presentes em bibliografias ofertadas na disciplina, como *Cultura neoliberal: leis de incentivo como política pública de cultura* de Cristiane Garcia Olivieri, que traz logo no seu primeiro capítulo, *Fontes de custeio das produções culturais no Brasil*, a seguinte passagem:

[...] para que se garanta o acesso e a produção da cultura não se pode contar apenas com a receita direta. Ou melhor, não se pode reduzir a produção cultural àquelas sustentáveis pela sua receita direta. Parte dela deverá buscar soluções de financiamento externas à sua própria produção. Estes financiamentos externos são materializados, fundamentalmente, por meio da política cultural do Estado, pela benemerência dos amantes das artes, ou pelos patrocínios efetivados em função do marketing cultural. (OLIVIERI, 2004, p. 29)

A partir do trecho, toma-se que quando se pensa em efetivar qualquer tipo de projeto cultural, precisa-se ter em mente as diferentes formas dele ser financiado, já que nem sempre se pode contar somente com a receita direta. E para além disto, é entendendo o mecanismo desta tarefa fundamental que os novíços produtores começam a pensar na sua própria

² Tal como ocorreu num evento que teve exposições na área das artes visuais.

receita e como chegar aos agentes financiadores. Assim, implementando estratégias para movimentar o setor. A partir desses dois conceitos, podemos partir para entender as atualizações dentro da disciplina e suas implicações na vida profissional daqueles que passaram por ela.

METODOLOGIA: FERRAMENTAS, ATUALIZAÇÕES E ADAPTAÇÕES AO LONGO DA INSERÇÃO DO CENÁRIO PANDÊMICO

Uma disciplina que acontece há décadas precisa de adaptações e atualizações quanto às ferramentas que utilizam, visto que o próprio mercado da produção cultural esteve crescendo e se complexificando mais. Sendo assim, com o passar do tempo, novidades foram trazidas pelos estudantes e pelo próprio professor do componente. Desde a criação de grupos de e-mail até a criação de grupos no Facebook, foram testadas diversas plataformas e mídias sociais nas quais os estudantes estivessem mais conectados naquele momento. A partir do primeiro semestre de 2013, com o projeto “Circolando”, outras ferramentas online foram adotadas para a gestão dos processos na disciplina. Foi criado um modelo de planejamento, contendo um Plano de Ação e um Orçamento, a ser preenchido ao longo do semestre. Esse modelo foi feito em planilhas do Google Drive³, facilitando o acesso remoto e simultâneo aos estudantes.

Parte da avaliação do semestre também começou a ser realizada no Google Drive, desta vez com a criação de um formulário. Além dos relatórios por equipe, no qual cada grupo precisa descrever e analisar as ações e tomadas de decisão realizadas no semestre, foi introduzido uma avaliação individual em formulário específico, no qual através de perguntas fechadas e abertas são avaliadas a performance do estudante e dos diferentes grupos. O instru-

mento também visa obter a avaliação dos estudantes quanto à metodologia empregada na disciplina, a fim de auxiliar na reflexão docente e na possível atualização dos conteúdos.

No primeiro semestre de 2017 o Trello⁴ foi incluído no planejamento do projeto. Sem descartar o Google Drive, o Trello auxiliou o gerenciamento dos projetos, tendo em vista as funcionalidades oferecidas pela ferramenta. Um exemplo é a criação do quadro geral, em que cada equipe aparece em uma lista, nas quais são enumeradas ações diversas, a serem criadas e alteradas a depender das demandas da fase do planejamento. Nas ações, é possível criar check-lists, determinar prazos, marcar os responsáveis - que serão notificados automaticamente pelo aplicativo, bem como anexar arquivos, fazer comentários, dentre outras funções. No segundo semestre de 2018, foi adotado o Google Classroom para a gestão da comunicação, bem como para o ordenamento do calendário e dos textos acadêmicos que são discutidos ao longo do semestre.

Como já foi mencionado, os estudantes são divididos em equipes, desde a pré-produção até a pós-produção dos projetos. A equipe de coordenação pode ser destacada ou colegiada, composta pelos coordenadores das outras equipes; de comunicação; de captação e administração financeira; e de produção de cada área do projeto, o que normalmente varia em cada semestre. Como a proposta é criada pelos próprios estudantes a cada novo semestre, não temos como prever quais serão as equipes e possíveis divisões antes de iniciar o trabalho de forma coletiva.

A fim de subsidiar o processo de construção, são abordados em aulas expositivas o processo de elaboração de uma ação cultural; o financiamento à cultura no Brasil; bem como são apresentados todos os projetos já realizados nesta disciplina desde o ano de 2004. Por fim, é feito um brainstorm sobre o que cada um gostaria de realizar ou teria maior afinidade para construção, a fim de discutir qual seria o projeto cultural que os estudantes gostariam de propor e executar no semestre corrente.

³ Nuvem de arquivos do Google, espaço para armazenar arquivos digitalizados. Disponível em: <https://drive.google.com/>. Acesso em: 01 abr. 2022.

⁴ Ferramenta de gestão de equipes online. Disponível em: <https://trello.com/>. Acesso em: 01 abr. 2022.

A partir das propostas individuais, vão se formando pequenos grupos para burilar possíveis propostas, no intuito de estimular uma construção coletiva. Após a apresentação desse conjunto de propostas busca-se, através do diálogo e da sustentação de argumentos e ideias, um consenso sobre qual será o projeto que iremos seguir. Dada esta reflexão, os projetos a seguir foram escolhidos para comparar as formas de financiamento em cenários distintos.

POCANDO DE RIR

A idealização do projeto partiu da iniciativa da turma de 2019.2 e contou com a realização do Festival Pocando de Rir em três dias, sendo eles 20, 27 e 29 de novembro de 2019. No dia 29, voltado para a produção de conhecimento no tema, tivemos uma roda de conversa sobre mulheres na comédia, trazendo convidadas que atuam na cena e/ou que desenvolvem pesquisas na área. Além disso, oficinas variadas foram organizadas e ministradas por profissionais qualificados.

Nos dias 20 e 27, foi produzido um espetáculo das 19h às 22h. Em ambas sessões, a programação foi iniciada com uma apresentação de comedy queen de Malayka SN, a mestre de cerimônia. Feita a abertura, pequenos shows individuais com artistas mais conhecidos do cenário baiano. Entre as performances, ainda tivemos dois instantes de open mic, para que o público pudesse arriscar seus textos, e um quadro de filas de piadas improvisadas com os comediantes convidados.

A produção teve uma equipe de comunicação que produziu um teaser para divulgação nas mídias sociais, bem como folders, flyers e cartazes e spots para rádio. Também foram criados perfis no Facebook e Instagram, a fim de estabelecer um contato direto com o público. O objetivo deste projeto consistiu na reunião de artistas consagrados pelo público, bem como revelações do gênero, produtores culturais, imprensa, estudiosos de humor, articulando a inserção do gênero no circuito cul-

tural de Salvador. As apresentações, debates e oficinas presentes na programação do festival passaram por uma curadoria com a pretensão de abrir espaços para os novos talentos e para o humor sem ofensas, mostrando as diversas possibilidades inseridas no gênero. O evento conseguiu ser realizado através da captação de recursos por meio do *crowdfunding*⁵, ainda que houvesse a possibilidade de realizá-lo apenas com os recursos do componente.

QUEM FAZ LITERATURA NA BAHIA

O projeto cultural “Quem faz literatura na Bahia” foi o primeiro a ser elaborado totalmente de forma remota por conta do início da pandemia. Realizado no período de 27 a 29 de novembro de 2020, no chamado “Semestre Letivo Suplementar” (SLS), e foi dividido em três lives. Uma para cada eixo de atuação na literatura escolhido pela turma, sendo eles: Prosa ficcional, Poesia e Performance, com duração de uma hora e sendo transmitido através do YouTube, pelo canal da própria Faculdade de Comunicação da UFBA.

Contando com sua divulgação através de redes sociais como o Facebook e o Instagram, onde em ambas as redes o alcance chegou a ultrapassar aproximadamente mais de cinco mil contas, um número bastante expressivo e animador, visto as condições no qual estava sendo realizado, o projeto contou com participações de diversos nomes da literatura baiana correspondente aos eixos temáticos propostos pelos alunos, além dos sorteios de obras literárias relacionadas aos mesmos eixos temáticos.

Diferentemente dos projetos citados anteriormente, este não havia a possibilidade dos estudantes se deslocarem ou transitarem pela cidade livremente, nem para correr atrás de espaços, e ou apoios para o projeto por eles proposto, fazendo com que, naquele momento, o seu meio de fomento/financiamento fosse justamente o recurso destinado para a disciplina.

⁵ Financiamento coletivo através da plataforma Benfeitoria. Disponível em: <https://benfeitoria.com/projeto/pocandoderir?lang=en>. Acesso em: 01 abr. 2022.

FAZ.COM/CULTURADIGITAL

O projeto Faz.com/CulturaDigital é o terceiro produto cultural em formato remoto e parte da iniciativa da turma de 2021.2 do componente curricular Oficina de Produção em Cultura. O festival propôs a discussão acerca das transformações tecnológicas que influenciam a cultura digital inicialmente pensado para ocorrer entre os dias 26 de novembro e 04 de dezembro de 2021. A programação abrangeu mesas, palestra e workshop com nomes renomados do mercado, como o diretor e crítico de cinema Pablo Villaça e a cineasta e youtuber Luisa Clasen, popularmente conhecida como Lully de Verdade. No entanto, pela baixa adesão das programações que tinham inscrição prévia, o evento precisou passar por reajustes, como o cancelamento do “Memeando” - que seria o primeiro concurso de memes na Bahia. Com isso, o projeto se encerrou antes do previsto, no dia 03 de dezembro de 2021.

Diferente das experiências presenciais, onde a captação de recursos podia acontecer e os estudantes saíam em busca de capital para executar a obra, nas experiências remotas esta atividade sofreu bastante. A impossibilidade de fazer da maneira tradicional e uma ajuda de custo já organizada pela instituição para a disciplina deixaram a turma confortável em não procurar novas possibilidades. Desta forma, o projeto contou com poucos esforços para fazer acontecer financeiramente as ambições daqueles estudantes, que foram diminuindo com o passar do semestre.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os anos nos quais a disciplina de Oficina de Produção em Cultura esteve estritamente presencial, um modo de operação foi sendo construído ao longo dos semestres pelos professores que ela ministrava. A cada período, havia a possibilidade de adaptações, melhorias e inclusões de facilitadores de gestão de projetos culturais. Esse modo de funcionar e de desenvolvimento com os estudantes no decorrer do semestre sofreu alterações a partir da necessidade de acontecer virtualmente nos

últimos anos, alterando a experiência para todos os componentes.

Na Oficina, quando operava presencialmente, havia discussões em salas e produções pelos espaços da cidade. Inclusive, a própria experiência de ir atrás de quem fomentasse o projeto; ou o estudo da locação onde o evento fosse acontecer e como seria distribuído o espaço usado. Ou seja, trabalhava-se com necessidades que estavam relacionadas aquela realidade e preocupações como o tratamento dos convidados no antes e no depois do momento eram fundamentais. Outra questão era o quadro de riscos para o evento cuja composição tinha pontos diferentes daqueles quando os eventos passaram a ser remotos. Era, então, uma experiência muito mais próxima do que tem sido feito na área da produção há muito tempo com algumas adesões, como as ferramentas virtuais, que desde 2011 auxiliam os futuros produtores a potencializar o seu trabalho, não somente em gestão interna, como também na gestão com o público e na própria estratégia de marketing.

Decerto que, além das alterações de natureza na experiência para os estudantes, houve também uma dimensão nova para o público e comunidade artística que esses projetos acessaram. Na cena cultural movimentada de uma cidade como Salvador, cessar essa dinâmica foi duro. Pensar como atrair pessoas foi mais ainda. Dentre os retornos dos participantes nos projetos online em relação àqueles presenciais, o contato humano e a troca espontânea registrou a maior falta para quem participou. Para a disciplina, então, fica responder o questionamento se a retomada cultural trará um hibridismo ou o público anseia por eventos e experiências que possam olhar uns nos olhos dos outros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o agravamento do estado de pandemia de COVID-19 a partir de março de 2020, a Universidade Federal da Bahia assim como outros espaços tiveram de fechar as suas portas para minimizar as chances do vírus entrar

nas vidas de quem ocupava aquele espaço. A partir daqueles meses, começou-se a pensar o modelo que seria adotado para que as atividades retornassem de alguma forma. A saída encontrada foi o modelo remoto, uma formação bastante diferente e nova para toda uma comunidade de professores e estudantes. Um desafio para ambos.

Poderíamos pensar - com toda resistência ao mundo virtual - que se perderia muito com as experiências dentro da rede. Mas se, como aponta a historiadora Lilia Schwarcz em uma

entrevista dada a CNN Brasil: “a pandemia de coronavírus é o marcador da virada do século XX para o XXI” (CNN, 2020), a vivência do aprendizado online tem trazido algumas novidades a serem aderidas nos próximos momentos e dificuldades que começaram a serem pensadas com um outro olhar, como o financiamento para eventos remotos e as formas de captação de recursos. Um mundo novo no qual os teatros, auditórios e espaços deram lugar ao Zoom e StreamYard; as panfletagens se tornaram compartilhamentos via Instagram e a sala de aula deu lugar ao Google Meet.

REFERÊNCIAS

CNN (Brasil). ‘O século 21 começa nesta pandemia’, diz Lilia Schwarcz. **CNN Brasil**, Brasil, 04 jul. 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/o-seculo-21-comeca-nesta-pandemia-analisa-a-historiadora-lilia-schwarcz/>. Acesso em: 25 jan. 2022.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 2003.

OLIVIERI, Cristiane Garcia. **Cultura neoliberal**: leis de incentivo como política pública de cultura. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.

RUBIM, Linda. Produção cultural. In: RUBIM, Linda (org.). **Organização e produção da cultura**. Salvador: Edufba, 2005.

THIRY-CHERQUES, Hermano. **Projetos culturais**: técnicas de modelagem. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2015.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA (UFBA). Faculdade de Comunicação. **Proposta de reforma curricular e de implantação de nova habilitação**. Salvador, 10 de jul. 1995.