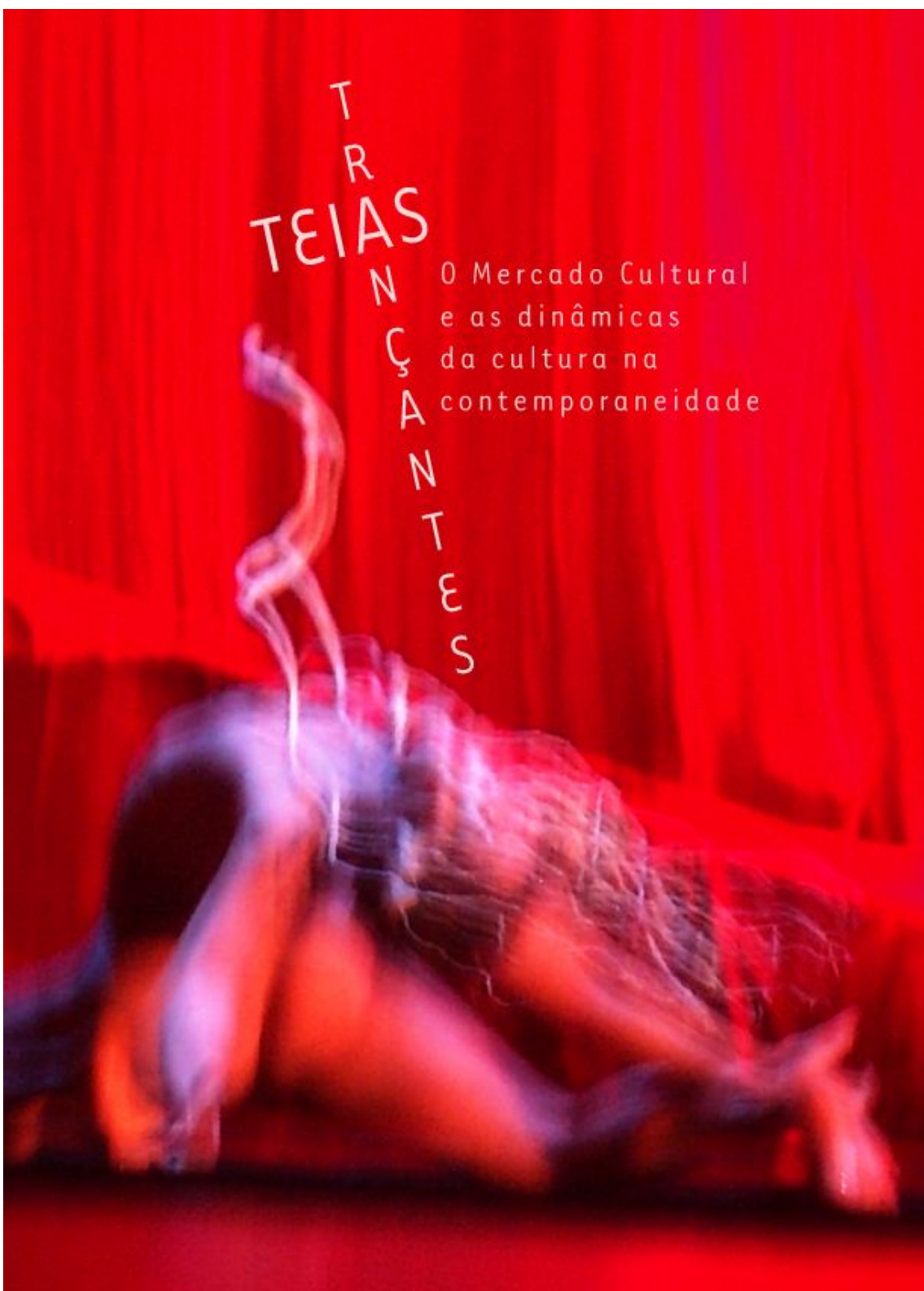


T
R
TEIAS

O Mercado Cultural
e as dinâmicas
da cultura na
contemporaneidade

N
Ç
A
N
T
E
S





UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA MULTIDISCIPLINAR DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E SOCIEDADE

FERNANDA CAPIBARIBE LEITE

TEIAS TRANÇANTES
*O MERCADO CULTURAL E AS DINÂMICAS DA CULTURA NA
CONTEMPORANEIDADE*

SALVADOR
2007



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA MULTIDISCIPLINAR DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E SOCIEDADE

FERNANDA CAPIBARIBE LEITE

TEIAS TRANÇANTES
*O MERCADO CULTURAL E AS DINÂMICAS DA CULTURA NA
CONTEMPORANEIDADE*

Dissertação apresentada ao Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Antônio Albino Canelas Rubim

SALVADOR
2007

Revisão e Formatação: Vanda Bastos

Sistema de Bibliotecas - UFBA

Leite, Fernanda Capibaribe.

Teias trançantes : o *Mercado Cultural* e as dinâmicas da cultura na contemporaneidade /
Fernanda Capibaribe Leite. - 2007.
171 f. : il.

Orientador: Prof^o. Dr. Antônio Albino Canelas Rubim.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação,
Salvador, 2009.

1. Mercado Cultural. 2. Cultura. 3. Desenvolvimento social. 4. Política cultural. 5. Estudos
interculturais. 6. Globalização. 7. Redes de relações sociais. I. Rubim, Antônio Albino Canelas.
II. Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Comunicação. III. Título.

CDD - 306.4
CDU - 316.73

A Francisco Aiuká, fonte maior de todo o meu amor e dedicação.

AGRADECIMENTOS

Dentre a vasta rede de pessoas queridas, amigos, companheiros e parceiros que me envolveram, empolgaram, deram força e tornaram possível o desenvolvimento deste trabalho, elenco alguns em especial, que participaram, direta ou indiretamente, desta produção, nos momentos mais tensos, difíceis, formais, e também nas horas descontraídas. Pessoas que ajudaram a compor os meus caminhos e “nós” de ligação dentre tantas rotas possíveis...

A Francisco, meu filho, amor incondicional, pelo ser tão lindo e comunicativo que é, pela sensação da eterna descoberta de criança – expressa nos gestos, nas primeiras palavras amáveis e nas elaborações eloqüentes – que tanto me fascina e dá força de vida.

A Oswaldo e Clícia, meus amados pais, portos seguros, que sempre confiaram e estimularam a seguir em minhas escolhas, sem os quais nada disto seria possível.

Às minhas irmãs, Rafaela e Mariana, pelo carinho, pelo companheirismo, pelos laços tão fortes que criamos.

A Nemo, companheiro querido, parceiro de todas as horas e contextos, com quem tanto aprendi e aprendo, por tudo o que já realizamos e que ainda vamos construir juntos, pela sensibilidade, pelo talento, pelo amor dedicado... E a Luka, meu “filho torto”, pela pessoa tão sensível, centrada, atenciosa e altruísta que desponta em seus áureos seis anos de idade.

A todos os meus familiares (são tantos!) que, ainda que distantes fisicamente, estão sempre perto no coração. À minha avó Hércia, madrinha, pelo exemplo de vida e juventude aos 91 anos. Ao meu avô Barrica (*in memoriam*), padrinho, com quem convivi menos do que gostaria, pelo talento, pela obstinação, pela arte tão bela e tocante que nos deixou. Ao meu avô Oswaldo e minha avó Gedida (*in memoriam*), a quem eu gostaria de poder agradecer pessoalmente. Aos meus tios, Gigi, Hércules, Inês, Deda, Nisa, Nonô, Alípio, Mirinha (*in memoriam*) e a todos os meus primos queridos.

A todos aqueles que se tornaram familiares pelos laços firmados ao longo de minha história. A Ruy, pela trajetória admirável (que inspirou o desenvolvimento deste trabalho), pelo apoio, carinho e compreensão, pelas conversas, pela confiança. A Martim, pela cumplicidade e vínculo que geramos para o resto de nossas vidas. A Rô, Diogo e Vicente, pelo exemplo de união e afeto.

A Leci, sábia conselheira, e a toda a minha nova família cachoeirana, em especial a Dona Glória, Ian, Athos, Marcelo, Marta, Mateus, Gabi, Liu, Branquinho e Neguinho. A Enéas e família.

A Shau, pela longa amizade e carinho que distância nenhuma consegue afastar, pela pessoa admirável que é, pelo estímulo. A Sarah, Fran, Maria e Lucca, família querida.

Às minhas meninas do Awatea, pela sempre aquecida e acolhedora amizade, pelas boas risadas e momentos tão aconchegantes: a Mai, eterna companheira, pela lealdade em todas as horas; a Naná, “suspirícia”, pela juventude e serenidade que emana; a Feli, pela garra, por estar sempre buscando e pela querida “Bafuda” que tanto nos faz bem; a Belzinha, pela vitalidade e por todas as nossas afinidades; a Jú e Fau.

Por fim, agradeço a todos aqueles que contribuíram diretamente para a elaboração desta dissertação:

Ao professor Albino Rubim, pela orientação, pelas sugestões, pelos questionamentos, pela leitura sempre atenta e criteriosa, por ter ajudado a “aparar as arestas”, tornando esta experiência viável e fluida. Às professoras da banca de qualificação, Ângela de Andrade e Gisele Nussbaumer, pelas contribuições pertinentes. Aos professores Eneida Leal Cunha e Paulo Cunha, pela participação na banca de defesa.

Aos professores do Poscultura, especialmente àqueles com quem tive um contato mais direto e que me auxiliaram na “tecelagem” da minha trama: Paulo César Alves, Milton Moura, Eneida Leal Cunha, Linda Rubim, Leonardo Boccia e Lídia Cardel.

Aos colegas do Programa ingressos em 2005.1, “cúmplices das horas tensas”, pelas muitas contribuições e auxílio mútuo, pela “rede” criada em torno de interesses diversos no fazer investigativo em Cultura e Sociedade.

À Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação (PRPPG) e à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (FAPESB), pelas bolsas de mestrado.

À equipe de produção do *Mercado Cultural* e ao grupo do Instituto Cultural Casa Via Magia, pela boa vontade, atenção e disponibilidade.

Aos entrevistados, que gentilmente se colocaram à disposição e contribuíram decisivamente para as reflexões desenvolvidas nesta dissertação: Eneida Maracajá, Benjamim Taubkin, Emmanuel Marinho, Roberto Malta, Goya Lopes e, mais uma vez, Ruy Cezar.

Aos queridos alunos da turma de Comunicação e Cultura (COM 365), no semestre 2005.2, por tornarem tão prazeroso o ofício de ensinar e frutíferas as reflexões realizadas em sala de aula.

A Adriana Telles, pelo olhar atento e cuidadoso na revisão.

Como criaturas literárias e animais políticos, devemos nos preocupar com a compreensão da ação humana e do mundo social como um momento em que algo está fora de controle, mas não fora da possibilidade de organização (BHABHA, 1998, p. 34).

RESUMO

Nesta dissertação, desenvolvo um estudo de caso acerca do *Mercado Cultural*, evento anual realizado pelo Instituto Cultural Casa Via Magia, desde 1999, em Salvador, que se direciona à valorização das produções artísticas e culturais independentes, aquelas não diretamente vinculadas às estratégias de difusão e circulação das indústrias culturais. Parto da sua singularidade enquanto um acontecimento da cultura para efetuar uma análise em torno da trajetória que foi sendo trilhada ao longo das suas sete edições, considerando as oscilações e redimensionamentos da proposta difundida pela organização do evento e focando nas aproximações e deslocamentos entre o evento e a articulação das redes de cultura, já que o *Mercado Cultural* foi fruto do engajamento da Casa Via Magia com as referidas redes. Valho-me, para o desenvolvimento de tal análise, dos estudos acerca da centralidade que o campo cultural vem assumindo, na contemporaneidade, nos quais são evocadas noções como as provenientes de análises dos Estudos Culturais, a relação entre a cultura e as teorias sobre o desenvolvimento, os impactos da globalização em nossas sociedades e os paradoxos engendrados com o surgimento das tecnologias da comunicação e informação, em que se encaixam as contradições existentes entre os aspectos normativos e a *praxis* das redes de cultura, particularmente daquelas que atuam na perspectiva da produção artística e da promoção e distribuição culturais. Tendo a proposta inicial do *Mercado Cultural* se confundido com as perspectivas dessas redes, isto é, sendo focada na promoção e distribuição da produção cultural independente, a partir do intercâmbio e da cooperação internacional como uma alternativa à lógica hegemônica de dominação e de dirigismo cultural, o evento conseguiu agregar um conjunto de fatores que o instituíram como evento representativo, servindo como um atestado de qualidade para os grupos que dele participavam e cumprindo com a missão de estabelecer pontes de conexão entre produções culturais diversas num contexto internacional. Ao longo das suas duas últimas edições, no entanto, o foco de atuação do evento foi deslocado para uma perspectiva mais localizada e menos internacional, atuando, de maneira sistemática, com as populações locais e voltando-se às atividades de formação e capacitação culturais em detrimento da sua proposta inicial. Nesse contexto, analiso os fatores que desencadearam tais mudanças, pondo em relação o histórico das ações desenvolvidas pela Casa Via Magia; a atual conjuntura das redes de cultura com as quais o *Mercado Cultural* dialogava; as demandas geradas pelas suas agências financiadoras e o surgimento de outras iniciativas com uma missão semelhante àquela que construiu inicialmente a identidade do evento.

Palavras-chave: Mercado cultural. Cultura e desenvolvimento. Dinâmicas contemporâneas. Redes de cultura. Sociedade em rede.

ABSTRACT

In this dissertation, I have developed a case study concerning the *Cultural Market*, an annual event carried through by the Cultural Institute Casa Via Magia since 1999, that takes place in Salvador and is based on the valuation of the artistic and cultural independent productions, those who are not directly tied to the cultural industries diffusion and circulation strategies. By considering its singularity as a cultural event, I developed an analysis approaching the trajectory that has been trod throughout its seven editions, considering the oscillations and relocations of the proposal spread out by the event organizers, and focusing on the approaches and displacements between the event and the culture networks activities, since the *Cultural Market* was created by the enrollment of the Casa Via Magia with the related networks. For the development of such analysis, I have evoked the studies concerning the central position that the cultural field has been assuming in the contemporary societies, approaching slight knowledge just as the Cultural Studies analyses, the relation between culture and development theories, the globalization impacts in our societies and the paradoxes produced by the communication and information technologies sprouting, which encloses the existing contradictions between the normative aspects and the praxis within the culture networks, particularly on those who deal with the artistic production perspective and with the cultural promotion and distribution. Having its proposal initially focused on these networks perspectives, that is, on the promotion and distribution of the independent cultural production, through the international exchange and cooperation as an alternative to the hegemonic domination artifices and occidental cultural direction, the *Cultural Market* obtained a representative status, acting as a quality certificate to its participating groups and fulfilling the mission of establishing connection bridges between diverse cultural productions on an international context. Throughout its two last editions, however, the event proposal was dislocated more to a local context and less to an international perspective, acting systematically with the local populations and directing its activities to cultural formation and qualification in detriment of its initial goal. In this sense, I analyze the factors that had unchained such changes, putting in relation the description of the actions developed by the Casa Via Magia; the current conjuncture of the culture networks with whom the *Cultural Market* dialogued; the demands generated by its sponsors and the sprouting of other initiatives with a similar mission to the one that has initially constructed the event's identity.

Key words: Cultural market. Culture and development. Contemporary dynamics. Cultural networks. Networking society.

SUMÁRIO

1 FIOS QUE DÃO INÍCIO À TRAMA: DA MINHA TRAJETÓRIA AO OBJETO	13
1.1 UM CAMINHO É MAIS QUE UM CAMINHO: TRANÇANDO A MINHA TEIA	14
1.2 TATEANDO O OBJETO: O INÍCIO DE UMA OBSERVAÇÃO	16
1.3 PERCORRENDO AS REDES DE RELAÇÕES: DA FRUIÇÃO À INVESTIGAÇÃO	19
1.3.1 ALINHAVANDO EXPERIÊNCIAS: DELIMITANDO UMA PROBLEMÁTICA	19
1.3.2 DESVIOS NECESSÁRIOS: REDIMENSIONANDO O OBJETO	20
1.3.3 MÉTODO OU NÃO-MÉTODO: AVISTANDO OS CAMINHOS POSSÍVEIS	22
1.3.4 O VI MERCADO CULTURAL: A PESQUISADORA ENTRE CERTEZAS E TROPEÇOS	25
1.3.5 SOBRE IMAGENS	29
1.3.6 SISTEMATIZANDO E (RE)ELABORANDO: PREPARANDO-ME PARA UMA (PRÉ)DEFESA	29
1.3.7 ENCONTROS E ARTICULAÇÕES NO II FÓRUM CULTURAL MUNDIAL: PREENCHENDO LACUNAS	32
1.3.8 O VII MERCADO CULTURAL: RE-LOCAÇÕES DO OBJETO E DE SUA ANÁLISE	35
1.4 CENAS QUE COMPÕEM A NARRATIVA: TRANÇANDO O ROTEIRO	36
2 ENREDANDO EXPERIÊNCIAS: NARRANDO O “OBJETO” E CONTEXTUALIZANDO-O EM SUAS DINÂMICAS	39
2.1 UMA HISTÓRIA FEITA DE MUITAS “HISTÓRIAS”: A CASA VIA MAGIA	39
2.1.1 CONSTRUINDO OS “MITOS DE ORIGEM”	39
2.1.2 BUSCAS QUE CONSTROEM CAMINHOS: NA TRILHA DA ARTE INOVADORA	41
2.1.3 CONSOLIDANDO O RECONHECIMENTO: O MERCADO CULTURAL LATINOAMERICANO	46
2.2 FLUXOS, CONTRADIÇÕES E PARADIGMAS: ALGUMAS QUESTÕES PARA ENTENDER AS DINÂMICAS CULTURAIS NA CONTEMPORANEIDADE	50
2.2.1 UM PROCESSO HISTORICAMENTE CONSTRUÍDO	50
2.2.2 ABRINDO HORIZONTES: UM SENTIDO MAIS AMPLO PARA A GLOBALIZAÇÃO (E A CULTURA)	51
2.2.3 A TERRITORIALIDADE E O PROCESSO DE CONSTRUÇÕES IDENTITÁRIAS	53
2.2.4 PARADIGMAS CONTEMPORÂNEOS: OS “PARES BIPOLARES” DA CULTURA	55
2.2.5 A CULTURA COMO DIMENSÃO ESTRATÉGICA	56

3 ROTAS DE ARTICULAÇÃO ENTRE O LOCAL E O TRANSNACIONAL: O MERCADO CULTURAL E OS SEUS DESDOBRAMENTOS	61
3.1 NA ROTA DE UM “NOVO MERCADO” PARA A CULTURA: TROCAS ENTRE “SABERES” E “FAZERES”	61
3.1.1 A CASA VIA MAGIA COMO ANFITRIÃ	63
3.1.2 A PROMOÇÃO E A DISTRIBUIÇÃO CULTURAIS COMO PROPOSTA	65
3.1.3 DO MERCADO CULTURAL A UMA “CULTURA DO MERCADO”	68
3.2 O PAPEL DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS: O MERCADO E AS MÍDIAS	71
3.2.1 CONTEXTUALIZANDO	71
3.2.2 O MERCADO E A MÍDIA: DIÁLOGOS COM UM “FORA” E UM “DENTRO”	72
3.2.3 (RE)SIGNIFICANDO: AS NOVAS TECNOLOGIAS COMO META POSSÍVEL	74
3.3 AS REDES E O MERCADO: ESTRATÉGIAS POSSÍVEIS PARA ATUAR NA CULTURA	76
3.3.1 PRELÚDIO DE UMA DEMOCRACIA IMAGINADA: O SURGIMENTO DAS REDES DE CULTURA	76
3.3.2 PENSANDO UMA NOVA MORFOLOGIA PARA AS ORGANIZAÇÕES SOCIAIS: A SOCIEDADE EM REDE	80
4 A REDE ENTRE O PEDAGÓGICO E O PERFORMATIVO: DO NORMATIVO À PRÁXIS	82
4.1 A METÁFORA E O FUNCIONAMENTO: CONCEITO E IDEOLOGIA DAS REDES	82
4.1.1 METÁFORAS QUE ENVOLVEM A REDE: POLISSEMIA NO CONCEITO E SUA CRONOLOGIA HISTÓRICA	83
4.2 ALGUMAS QUESTÕES REFERENTES À SOCIEDADE-REDE	88
4.2.1 CONECTANDO OS LAÇOS: A RELAÇÃO SUJEITO-OBJETO NA SOCIEDADE EM REDE	88
4.2.2 VIRTUALIDADE REAL AO INVÉS DE REALIDADE VIRTUAL: O ESTABELECIMENTO DE UMA NOVA CULTURA	91
4.3 DO VASTO UNIVERSO DAS REDES À SUA FUNCIONALIDADE E GESTÃO NA ÁREA CULTURAL	93
4.3.1 NOS INTERSTÍCIOS ENTRE OS NOVOS ESPAÇOS DE AÇÃO E AS ANTIGAS ESTRUTURAS ORGANIZACIONAIS DA SOCIEDADE	96
4.3.2 O COMPARTILHAMENTO DE DECISÕES NUM CENÁRIO DE HORIZONTALIDADE E DESCENTRALIZAÇÃO	99
4.3.3 DIFICULDADES NA OBTENÇÃO DE FINANCIAMENTO: UMA QUESTÃO DE PERTINÊNCIA SOCIAL	104
4.3.4 EIXOS DE ARTICULAÇÃO ENTRE O VIRTUAL E O PRESENCIAL: EXPLORANDO MELHOR AS TECNOLOGIAS ONLINE	106
4.3.5 PARADIGMAS CONTEMPORÂNEOS: ESTABELECENDO LIMIARES PARA A EXISTÊNCIA DAS REDES DE CULTURA	112

5 O TECER DE NOVOS RUMOS: REDIRECIONANDO O FOCO E RECONSTRUINDO UMA IDENTIDADE PARA O MERCADO CULTURAL	118
5.1 RECOMPONDO OS LAÇOS: NOS LIMIARES DA CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA	118
5.1.1 NOVAS FORMAS DE ABORDAGEM PARA A CULTURA: O CENTRO DE DESENVOLVIMENTO DE CAPACIDADES	123
5.1.2 PROJETOS EM PARCERIA COM O GOVERNO: A CIDADE NA PAUTA	124
5.1.3 O PONTO DE CULTURA: DIALOGANDO COM O SEU ENTORNO	126
5.1.4 A CONSTRUÇÃO DE UM DISCURSO OFICIAL: COM A PALAVRA, RUY CEZAR SILVA...	127
5.2 O FÓRUM CULTURAL MUNDIAL: AMPLIANDO O ESPAÇO PARA A REFLEXÃO E ARTICULAÇÃO DA CULTURA A NÍVEL INTERNACIONAL	130
5.2.1 A CONFIGURAÇÃO DOS MERCADOS CULTURAIS APÓS A CRIAÇÃO DO FÓRUM CULTURAL MUNDIAL ..	134
5.3 O VII MERCADO CULTURAL: RADICALIZANDO UMA RECONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA	136
5.3.1 OS PROJETOS DE COLETIVOS ARTÍSTICOS	139
5.3.2 CAPACITAÇÃO DE AGENTES CULTURAIS: COM O FOCO NA FORMAÇÃO	140
5.3.3 SUBSTITUINDO A FEIRA DE ARTES E OPORTUNIDADES	141
5.4 CRISE DO MERCADO CULTURAL?	143
5.5 A SITUAÇÃO DAS REDES NUM MOMENTO DE MUDANÇAS	148
5.6 ESTABELECENDO UMA RELAÇÃO ENTRE A PROPOSTA DO MERCADO CULTURAL E OS SEUS FINANCIADORES	152
5.6.1 ENTRE PARCEIROS: TRAÇANDO UM BREVE PANORAMA	152
5.6.2 ANALISANDO OS DADOS	153
5.6.3 O MERCADO CULTURAL E AS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA A CULTURA	155
CONSIDERAÇÕES FINAIS: O MERCADO CULTURAL E AS DINÂMICAS DA CULTURA NA CONTEMPORANEIDADE	160
REFERÊNCIAS	164
APÊNDICE	170

1

***FIOS QUE DÃO INÍCIO À TRAMA
DA MINHA TRAJETÓRIA AO OBJETO***

Com efeito, a análise textual representa o texto como um *tecido*, como uma trança de vozes, de códigos múltiplos à vez entrelaçados e inacabados. (BABO, 2002, p. 387).

Começo este texto, como uma voz ecoando dentre muitas. Um texto que não se encerra em si, mas, ao contrário, reúne uma série de outras vozes e se compõe como um *texto-rede*, uma trama formada por muitas narrativas interpretadas, reinterpretadas e “tecidas” na malha que aqui começa a se desdobrar. Mais do que objeto palpável, encerrado no espaço entre as duas capas que ocupa, esta narrativa é teia e, como tal, implica em relações. “Por isso, o texto pode ser atravessado pelos diferentes e heterogêneos códigos que o constituem, pela análise e leitura que deles se faz, pela rede de outros textos nele convocados” (BABO, 2002, p. 388).

À primeira vista, o deparar-se com essa malha aparenta a matéria física, dotada de forma, peso, altura... Aparece-nos como um *texto-ilha*, delimitado por tempo e espaço. É a narrativa aqui contida que expande este *texto-ilha*, levando-o a muitos outros textos, imagens, conversas, experiências, criando, assim, um contexto próprio. A teia começa a ser tecida, à medida que esta narrativa evoca outras, enredando-se, trançando-as e arrumando-as, tornando este texto único e plural, ao mesmo tempo singular e múltiplo, como o é o tema a ser narrado adiante. Enfatizo a noção de *texto-rede*, oportunamente, para evocar o tema sobre o qual me debrucei neste fazer investigativo, durante os últimos dois anos, onde a noção de funcionamento em rede encontra-se por demais presente, com todas as idealizações e contradições que ela carrega consigo.

Antes de passar às redes acima mencionadas, porém, faço um preâmbulo, “destrinchando as teias” que me envolveram e fizeram chegar até o meu objeto de estudo. E, como uma rede pode levar até muitas outras, passarei das minhas malhas às que mais adiante estão trançadas.

1.1 UM CAMINHO É MAIS QUE UM CAMINHO: TRANÇANDO A MINHA TEIA

[...] Seja como território de passagem, seja como lugar de chegada ou como espaço do acontecer, o sujeito da experiência se define não por sua atividade, mas por sua passividade, por sua receptividade, por sua disponibilidade, por sua abertura. Trata-se, porém, de uma passividade anterior à oposição entre ativo e passivo, de uma passividade feita de paixão, de padecimento, de paciência, de atenção, como uma receptividade primeira, como uma disponibilidade fundamental, como uma abertura essencial. (LARROSA, 2002, p. 24).

Graduei-me em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA) desencantada com a realidade que me esperava fora dos muros da Universidade. Mesmo antes, decepcionou-me perceber o quão relativizantes e pouco questionadoras eram as reflexões acerca do papel das indústrias culturais em nossa sociedade, com relação a uma mídia formatadora de padrões, valores e idéias, criadora de imagens estereotipadas e voraz, devastadora, em boa medida, das iniciativas inovadoras e “alternativas” que tentavam despontar no horizonte dos acontecimentos culturais, particularmente, nos projetos envolvendo produções artísticas na Bahia.

Numa análise baseada em minha experiência – devo ressaltar, a de alguém que não se interessa pelo universo que gira em torno da indústria cultural carnavalesca –, considerava o cenário cultural baiano difícil, empobrecedor, limitador; e sentia falta de iniciativas que se desenrolassem fora da muito bem consolidada “indústria do carnaval” – do axé, do pagode, das festas de largo, das micaretas...

Insatisfeita com as discussões que permeavam as salas de aula, na Faculdade de Comunicação (Facom), e sem conseguir encaixar-me em nenhuma das áreas de pesquisa relacionadas ao Jornalismo e estudo das mídias existentes na Faculdade, acabei conhecendo, me interessando e participando, a partir de março de 2001, como pesquisadora de iniciação científica, do projeto de pesquisa intitulado *“Reconfigurações do imaginário e reconstruções de identidades”*, coordenado pela Professora Eneida Leal Cunha.

Era um projeto interdisciplinar, sediado no Instituto de Letras da UFBA, que se destinava a estudar os discursos oficiais e não-oficiais emitidos na mídia impressa acerca das comemorações dos 500 anos dos “descobrimientos” do Brasil, por meio das perspectivas teóricas de autores dos chamados Estudos Culturais, como Homi Bhabha, Stuart Hall, Fredric Jameson e Benedict Anderson, dentre outros.

O que me fascinou nessa experiência, além do fato de ser um grupo formado por estudantes e pesquisadores de campos disciplinares distintos – como Antropologia, História, Letras e Comunicação – e da maneira bastante instigante que a Coordenadora tinha de nortear as atividades do

grupo, foi o universo que se abriu diante dos meus olhos, até então desconhecido para mim, que é o dos Estudos Culturais.

Eu não havia lido nenhum dos referidos autores nas disciplinas cursadas na Graduação e posso afirmar que me encantaram as reflexões levadas a cabo pelos autores que me foram apresentados nesse Projeto. Interessou-me, naquele momento, (e ainda interessa agora), particularmente, a maneira como são feitas as “desconstruções” das narrativas “oficiais” (aquelas que nos são apresentadas como “dadas”), a relativização das “verdades” epistemológicas, o estudo da emergência de discursos das “margens” e das “minorias” e, ainda, o discurso em torno da configuração e constante reconfiguração das políticas identitárias. Sendo mais específica, essa discussão que os Estudos Culturais se dedicam a “abraçar” me interessou por ser, em grande medida, desencadeada no âmbito das nações pós-coloniais inseridas no contexto da chamada e tão discutida pós-modernidade, ou contemporaneidade, como agora se costuma chamar. Desencadeada, inclusive, por autores que vivem/viveram nesse contexto. Enfim, a experiência nesse projeto, no qual permaneci até a Graduação, me abriu um vasto horizonte de abordagens e atuações possíveis, ajudando a acalmar meus anseios e direcionar minhas buscas.

Logo que saí da Universidade, em 2002, fui trabalhar no projeto “Bahia Singular e Plural”, da TV Educativa da Bahia (TVE) – que se dedicava a registrar as manifestações populares da cultura no Estado da Bahia – como Assistente de Direção da série de programas. Fiquei no Projeto por quase dois anos e foi interessante perceber, nessa experiência, que, dentre todas as dificuldades impostas, ainda que com muitas questões a serem melhor desenvolvidas no Projeto, era uma proposta que se inclinava numa direção diferente da que se vinha fazendo na televisão aberta, considerando que esses registros davam “voz” aos artistas populares de muitas regiões do Estado, mostrando um pequeno recorte da sua diversidade cultural que pouco aparecia na mídia.

Certamente, esse Projeto, ainda que terminado prematuramente, por questões políticas as quais não me cabe abordar aqui, abriu portas para que outras iniciativas nesse sentido fossem irradiadas e serve hoje como referência, como uma espécie de mapeamento das manifestações culturais baianas.

Ressalto essa experiência por considerá-la importante, à medida que fui percebendo, em minha trajetória que, por mais que o ambiente não seja favorável, é possível caminhar pelas “brechas”, pela demanda existente, fruto da carência de determinadas iniciativas e da articulação das “sobras”, daquilo que não está no centro, oficializado. Na cultura, esse é um fator evidente, especialmente em sociedades multiculturais que passam por um processo desigual de globalização, como é o caso do Brasil. “A globalização comporta ritmos bastante diferenciados, considerados os territórios, ou os campos sociais atingidos” (RUBIM, 2001, p. 3).

Stuart Hall (2003) descreve esse processo para as sociedades pós-coloniais afirmando que ele foi estruturado sob a égide da dominação homogeneizante, sem que, contudo, se possa ter pleno controle, dentro de sua órbita. É um processo, portanto, que deixa lacunas que podem vir a ser preenchidas com iniciativas que vão na contramão de um sistema que segue a lógica homogeneizadora.

[...] entre os seus efeitos inesperados estão as formações subalternas e as tendências emergentes que escapam a seu controle, mas que ela [a globalização] tenta homogeneizar ou atrelar a seus propósitos mais amplos. É um sistema de conformação da diferença, em vez de um sinônimo conveniente de obliteração da diferença. (HALL, 2003, p. 59).

Tentei trilhar por essas lacunas em minha busca, nos rumos que segui profissionalmente, à procura de identificação com algo do campo cultural que envolvesse reflexão e criatividade, arte e pensamento. Sim, no campo cultural, minha área de interesse desde antes da Graduação. Enfim, foi caminhando nessa direção que cheguei até meu objeto de estudo neste trabalho, o *Mercado Cultural*¹.

1.2 TATEANDO O OBJETO: O INÍCIO DE UMA OBSERVAÇÃO

Em 2000, quando estava em meados do curso de Jornalismo, circulou pela Faculdade a notícia de um evento cultural que estava em sua segunda edição e que iria acontecer no final do ano, chamado *Mercado Cultural*. Tive a primeira referência desse evento através de uma professora que estava envolvida em sua produção, Nadja Miranda, que o citou em sala de aula como uma iniciativa interessante, que trazia grupos artísticos da América Latina para se apresentarem em Salvador e ministrarem oficinas, durante vários dias consecutivos, através da iniciativa do Instituto Cultural Casa Via Magia, que eu conhecia pouco, na época, mas sabia que desenvolvia projetos dentro de uma linha que me interessava, com arte-educação associada à valorização da cultura local. Ela, a professora, estava distribuindo os “passaportes”, a serem trocados por convites e, achando interessante a sua descrição, peguei alguns, junto com o folheto contendo a programação do evento.

Além de alguns nomes contidos na programação que eu já conhecia e que, de antemão, me despertaram o interesse em assistir, como foi o caso do show dos pernambucanos do *Mestre*

¹ Faço aqui uma observação com relação ao uso do termo *Mercado Cultural*. Como este termo tem sentido próprio, que remete à idéia de um mercado da cultura (um sentido que será, inclusive, abordado ao longo da dissertação), o que evoca muitos conceitos a ele agregados, faço a distinção do uso em itálico para me dirigir ao evento. Portanto, todas as vezes em que o termo “Mercado Cultural”, ou mesmo apenas a palavra “Mercado” estiverem em itálico no texto, quer dizer que estão sendo usados para designar o acontecimento cultural realizado pela “Casa Via Magia”, tema central de análise nesta dissertação.

Ambrósio, ou do grupo mineiro *UAKTI*, o que me chamou a atenção foi o modelo do evento e as questões que se propunha a discutir, para além das apresentações artísticas.

A estrutura do evento se centrava em três eixos: uma seção de mostras artísticas; um ciclo de conferências, debates, seminários e oficinas e uma feira denominada Feira de Artes Latinoamericanas (FALA), que aconteceria no estacionamento do Teatro Castro Alves (TCA). Para mim, foi uma intrigante surpresa, um evento de cinco dias com uma programação extensa que não era focada no circuito do carnaval, mas que, ao contrário, se destinava a associar a reflexão acerca do campo cultural com a fruição artística, em um contexto essencialmente latino-americano que não estava, em boa medida, difundido na grande mídia.

Participei desse segundo *Mercado Cultural* intensamente, assistindo às apresentações, a algumas conferências e oficinas e, ao final do evento, a intrigante surpresa ficou “registrada” como uma experiência extremamente prazerosa. Não havia, antes, participado de um festival nos moldes do *Mercado Cultural* e passei, desde então, a compor o “público assíduo” do evento nas suas edições subseqüentes, organizando meus horários de maneira a ficar disponível para participar integralmente da sua programação.

Alguns aspectos me interessavam, particularmente, como participante... Em primeiro lugar, a oportunidade de ver artistas que eu apreciava e que não se apresentavam, freqüentemente, em Salvador. Depois, a possibilidade de me deparar com grupos artísticos/perfomáticos, relativamente desconhecidos, que desenvolviam um trabalho interessante e que, além dos shows, faziam oficinas e circulavam pelos espaços do evento, principalmente na FALA, o que tornava possível o estabelecimento do diálogo, da troca. Por fim, o fato de ser uma programação que me envolvia em tempo integral, da manhã à noite, criando um ambiente frutífero e peculiar para o contexto de Salvador, no qual vários aspectos do campo cultural eram contemplados.

Enfim, essa foi minha experiência como espectadora/apreciadora do evento, no primeiro momento, que compreende o período entre a segunda e a quinta edições do mesmo, antes da minha decisão de analisar a sua estrutura e seus “interstícios” no Mestrado. Até então, as minhas impressões e conclusões acerca do *Mercado Cultural* eram subjetivas, guiadas pelo prazer que a experiência de participar do evento proporcionava. Havia a fruição, mas não o que se poderia chamar de análise.

Ao final do *V Mercado Cultural*, em 2003, decidi associar o meu objetivo de cursar o Mestrado com a experiência que havia tido participando dos *Mercados Culturais*, desenvolvendo, assim, um projeto que fosse focado nessa iniciativa, para ser apresentado à seleção do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade.

Talvez o que tenha despertado o meu interesse em estudar o *Mercado Cultural* tenha sido o fato de ser esse um evento que trabalha com o que o autor Homi Bhabha define como os “entre-

lugares”, os interstícios por onde a negociação dos valores culturais é realizada e através dos quais podemos fazer emergir tendências que se deslocam das margens ao centro. Como articular as diferenças culturais, trazê-las para o diálogo, mesmo que isso pressuponha a exposição do conflito, daquilo que estava “não dito”; do que nos é familiar, mas fica obscuro, escondido, apresentando-se como estranho?

Como lidar com questões como a dominação, a homogeneização e a lógica da hegemonia em lugares nos quais o processo de globalização vem acompanhado de desigualdade e desregulamentação, como é o caso da América Latina e da África, por exemplo?

A impressão que tive participando das edições do *Mercado Cultural* era a de uma iniciativa que caminhava pelas “brechas”, às quais me ative, anteriormente, trazendo à tona, através da promoção e distribuição da arte performática nacional e internacional, um pouco das questões que me faziam refletir (e, por vezes, angustiavam) como alguém do campo da cultura, com a experiência e os caminhos que tentei traçar em minhas buscas pessoais. Li, em ocasiões diferentes e com olhares distintos, o texto introdutório do livro *O local da cultura*, de Bhabha, onde o autor destaca:

É na emergência dos interstícios – a sobreposição e o deslocamento de domínios da diferença – que as experiências intersubjetivas e coletivas de nação [*nationess*], o interesse comunitário ou o valor cultural são negociados. De que modo se formam sujeitos nos ‘entre-lugares’, nos excedentes da soma das ‘partes’ da diferença (geralmente expressas como raça/classe/gênero etc.)? De que modo chegam a ser formuladas estratégias de representação ou aquisição de poder [*empowerment*] no interior das pretensões concorrentes de comunidades em que, apesar de histórias comuns de privação e discriminação, o intercâmbio de valores, significados e prioridades pode sempre ser colaborativo e dialógico, podendo ser profundamente antagonico, conflituoso e até incomensurável? (1998, p. 19).

O que tinha ficado da experiência de participar dos *Mercados Culturais* era exatamente o objetivo de “trazer à tona” essas questões que se faziam claramente explicitadas nos catálogos do evento e no seu conteúdo programático. O evento parece ter se direcionado para a exposição desses “sujeitos” que trabalham na condição de atores sociais dos excedentes aos quais Bhabha se refere e expressam, através da arte, esse ambiente “antagonico, conflituoso e incomensurável” que decorre da articulação das diferenças culturais, do “intercâmbio de valores”.

Como posso pensar ser brasileiro/ E enxergar minha própria diferença/ Se olhando ao redor vejo a imensa/ Semelhança ligando o mundo inteiro/ Como posso saber quem vem primeiro/ se o começo eu jamais alcançarei/ Tantos povos no mundo e eu não sei /qual a força que move o meu engenho/ Como posso saber de onde eu venho/ se a semente profunda eu não toquei? (MESTRE AMBRÓSIO, 1998, faixa 4).

A apresentação do álbum “Fuá na Casa de Cabral”, composto por músicas cujas letras são como sátiras ao discurso oficial dos descobrimentos do Brasil, ou, ainda, o espetáculo da dançarina Cristina Moura, intitulado *Like an idiot* (Como uma idiota), onde a dançarina explicita a sua condição de mulher negra e o contexto de discriminação ao qual é submetida por isso, são dois dos muitos exemplos da direção na qual caminhava o diálogo que o *Mercado Cultural* se propunha a estabelecer através do intercâmbio entre grupos de atores sociais que atuavam em perspectivas distintas, mas tinham em comum o fato de não estarem participando da construção de discursos hegemônicos.

Nesse sentido, optei por estudar o *Mercado Cultural* imbuída das questões que fui construindo e reconstruindo ao longo dos caminhos que percorri e acreditando ser esse evento uma iniciativa que ressaltava muitas dessas questões. Obviamente, a passagem pelo Mestrado me fez reconfigurar as minhas impressões iniciais descritas acima, à medida que fui aguçando o olhar para outra direção, a de alguém que investiga. Não foi uma passagem fácil, mas, sem dúvida, constituiu-se como uma experiência proveitosa, que será, brevemente, descrita adiante.

1.3 PERCORRENDO AS REDES DE RELAÇÕES: DA FRUIÇÃO A INVESTIGAÇÃO

1.3.1 ALINHAVANDO EXPERIÊNCIAS: DELIMITANDO UMA PROBLEMÁTICA

Detenho-me, aqui, um pouco, no processo que envolve o desenvolvimento de um “fazer investigativo”. Consideremos os “meandros” de uma pesquisa acadêmica em uma Pós-Graduação, seja ela de qualquer natureza, dentro dos “espaços” das chamadas Ciências Humanas... Se analisar um objeto com o qual temos total familiaridade e convivência se nos apresenta como uma tarefa complicada, devido à dificuldade de se obter um certo “distanciamento” do tema necessário para uma análise investigativa, em contrapartida, “entrar” em um objeto que não conhecemos bem, entendê-lo de forma a nos tornarmos aptos a efetuar uma análise sobre ele, destrinchá-lo e situá-lo dentro de um determinado campo do saber é igualmente difícil, na medida em que precisamos, para isso, debruçar-nos, intensamente, sobre o seu funcionamento, captar os seus mecanismos, aqueles códigos que são compartilhados mas permanecem não-ditos, ao ponto de nos sentirmos à vontade para analisá-lo, fazer relações que o envolvam, elucidar questões pertinentes sobre o objeto escolhido para análise. Creio que me situo nessa segunda situação, a de alguém que decidiu estudar um determinado tema aceitando o desafio de, simultaneamente, conhecê-lo mais a fundo e compreendê-lo.

Nesse sentido, a decisão de tomar o *Mercado Cultural* como objeto de estudo para desenvolver o Projeto de Mestrado foi, ao mesmo tempo, agradável e árida. Agradável, por ser esse

um tema que muito me interessava estudar, devido à sua característica peculiar, enquanto um evento cultural que acontece no contexto soteropolitano, ao crescimento que, como participante, pude observar, ao longo dos anos em que acompanhei o evento, e, principalmente, por ser um acontecimento cultural com proposições que se dão dentro da minha área de interesse pessoal. Árido, contudo, porque existia uma grande quantidade de abordagens possíveis que me instigavam a desenvolver no Projeto de Mestrado. Levando em conta o fato de que, quanto melhor delimitado e objetivado é o recorte em torno do objeto, maiores são as chances de se desenvolver tanto o projeto quanto a própria dissertação de maneira coerente, encadeada e com consistência, eu sabia que precisava delimitar muito bem o caminho que eu pretendia trilhar: qual era a minha questão, o meu recorte.

O foco do *Mercado Cultural* naquele momento estava centrado na promoção e distribuição da arte performática independente – o que depois vim a entender que fazia parte de uma proposta maior, a proposta de atuação das redes culturais geradoras do evento e com as quais esse dialogava intensamente – e decidi, então, centrar meu recorte dentro dessa perspectiva, nessa “ponta” de articulação na qual se colocava a proposta do evento, mais particularmente, tomando a trilha dos grupos de artistas participantes do *Mercado Cultural*.

A minha questão inicial, resumida em poucas palavras, era: como o evento *Mercado Cultural* cumpre com essa função de promover e distribuir; ou seja, a que nível se dá a projeção dos grupos participantes, a partir da passagem pelo *Mercado Cultural*?

Fui aprovada no Programa de Pós-Graduação, portanto, com o projeto nessa direção, apontando, ainda, para o processo de articulação com as redes culturais envolvidas e com a projeção que o evento teve ao longo de sua trajetória.

1.3.2 DESVIOS NECESSÁRIOS: REDIMENSIONANDO O OBJETO

Ao ingressar no Mestrado, alguns fatores me levaram a desviar um pouco o direcionamento de minha problemática inicial. Em primeiro lugar, visualizei, a partir de conversas com meu orientador, o professor Albino Rubim, que a problemática precisava de um foco mais preciso. Existiam algumas questões colocadas, mas o projeto inicial carecia de um direcionamento melhor delimitado para a pesquisa. Além disso, a análise focada na proposta do evento (de distribuição e circulação das expressões artísticas) a partir dos grupos participantes exigiria um acompanhamento sistemático desses grupos, ao longo das edições do *Mercado Cultural*, tarefa que seria difícil cumprir no tempo hábil para a realização da pesquisa do Mestrado, e que deixaria, ainda, à margem do projeto, a investigação em torno do processo de articulação entre o virtual (as redes de cultura envolvidas) e o

presencial (o momento de encontro propiciado pelo evento); entre o local e o global, fatores muito importantes para o entendimento da dinâmica de um evento como o *Mercado Cultural*. A partir de conversas e vivências durante o Mestrado, percebi, ainda, que essa tendência inicial de se tentar abarcar, no universo da pesquisa, mais do que aquilo que podemos sustentar é uma situação mais comum do que eu imaginava, mas que precisava, sem dúvida, ser solucionada.

Outro aspecto que teve influência decisiva para o redimensionamento do meu “recorte” foi a aprovação, como bolsista, no Programa de Capacitação para o Ensino Superior (PROCES), da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da UFBA. Esse programa tem como intuito articular a Graduação com a Pós-Graduação, através de planos de trabalho propostos pelos bolsistas nos quais estejam contemplados tanto a temática contida no projeto de Pós-Graduação do bolsista quanto um projeto de formação para alunos de Graduação na área em que se situa o programa de “Pós”.

Fui aprovada propondo ministrar uma disciplina optativa para alunos do Curso de Comunicação da UFBA intitulada *Comunicação e Cultura*, cujo enfoque seria dado às redes de cultura – o conceito e seus mecanismos de funcionamento – e às dinâmicas culturais na contemporaneidade, envolvendo a reflexão em torno do surgimento das tecnologias da comunicação e informação e a sua relação com o campo da cultura. Assumi, então, uma turma com 35 alunos da Graduação em Produção e Cultura e em Jornalismo para aprimorar, com o grupo, algumas análises em torno do papel que a cultura tem desempenhado em nossa sociedade e a função das redes culturais nesse contexto.

O processo de preparação, tanto do Programa da Disciplina apresentado na seleção para a bolsa, quanto das aulas a serem dadas após a aprovação, trouxe consigo a necessidade de buscar referências bibliográficas que sustentassem a abordagem que eu visava dar ao plano de trabalho desenvolvido com os alunos. Isso me fez descobrir muitos autores indispensáveis ao tema e que não tinham sido utilizados na elaboração do meu projeto inicial, por ser esse muito centrado na análise dos impactos provenientes do surgimento das novas tecnologias da comunicação e informação e nos pressupostos da *cibercultura*, com pouco aporte em uma bibliografia mais voltada ao estudo das dinâmicas culturais, como dimensão estratégica, em associação com os campos da Economia e da Sociologia e, ainda, com os estudos envolvendo a elaboração das políticas culturais.

Nessa pesquisa, a autores que já estavam nas minhas referências bibliográficas, como Manuel Castels, Néstor García Canclini e Homi Bhabha, reuni outros, que trouxeram grande contribuição tanto para o plano de trabalho do PROCES, quanto para o meu projeto de pesquisa, a exemplo de Jesús Martín-Barbero, Túlio Hernandez, Daniel Mato e Michael Hardt, dentre outros. Acrescentei, ainda, uma bibliografia específica relacionada ao conceito de redes e a experiências provenientes da articulação em redes, com as contribuições de autores como Pierre Musso, Maria Augusta Babo, Michel Callon e Virgínia Kastrup.

A experiência que tive com a turma, que, vale ressaltar, foi, definitivamente, agradável e fluida, não somente enriqueceu a “bagagem teórico-reflexiva” do meu projeto de dissertação, como também me fez visualizar o “norte” do meu trabalho. As aulas dadas durante o segundo semestre de 2005 me fizeram debruçar, atentamente, sobre o universo das redes de cultura, e a partir daí pude perceber as aproximações e distanciamentos entre os aspectos normativos, conceituais desse tipo de estrutura – que constituíam, até então, a maneira como eu vinha “cercando” o meu projeto – e o seu funcionamento – a sua dinâmica e os seus paradoxos, até então deixados obscuros em minha abordagem.

Percebi, ainda, o quanto o modelo do evento que eu me propunha a estudar era demandado por esse tipo de estrutura, a das redes culturais, mais especificamente as que trabalham com artistas e produtores independentes. Analisando, com os alunos, os estatutos e relatórios dessas redes, aspecto que irei “destrinchar” ao longo da dissertação, poderia mesmo afirmar que o *Mercado Cultural*, no modelo em que foi concebido, é “filho” do processo de articulação desenvolvido pelos atores sociais dessas redes. Seria essa a passagem da posição de apreciadora para a de pesquisadora? Acho que, até esse momento, me sentia como que “do lado de fora” do meu tema...

O fato é que, após a experiência proporcionada pela bolsa PROCES, me situei melhor no universo que eu estava querendo adentrar. Passei, então, a colocar, em primeiro plano, na minha análise, a relação entre a dinâmica de funcionamento das redes de cultura específicas acima mencionadas, através da internet e dos seus encontros, com a estrutura e importância do *Mercado Cultural*, nesse contexto, como um evento que liga um “dentro”, ou seja, um contexto local, com um “fora”, isto é, uma realidade nacional e internacional que se “conecta” a partir da articulação das redes. O meu tema, então, foi, gradativamente, me interpelando e pude ver a minha problemática assumir um contorno mais nítido.

1.3.3 *MÉTODO OU NÃO-MÉTODO: AVISTANDO OS CAMINHOS POSSÍVEIS*

No mesmo período em que estive dando as aulas para a Graduação na Faculdade de Comunicação, cursei, pela Pós-Graduação, a tão esperada disciplina *Metodologia de Pesquisa*. Esperada porque, como eu não havia cursado essa disciplina na Graduação, me sentia bastante insegura com relação à delimitação da metodologia referente ao meu Projeto de Dissertação. Logo na primeira aula, o professor Paulo César Alves tratou de esclarecer que aquilo que eu tinha colocado como procedimento metodológico, em meu projeto inicial, estava aquém do que eu devia ter em mente para elaborar a minha dissertação. Não foi um comentário feito especificamente para mim, mas para a maioria dos projetos aprovados no Mestrado.

De fato, para mim, a “carapuça” serviu bem, pois a metodologia apontada em meu projeto inicial era basicamente uma listagem das etapas a serem seguidas durante o Curso do Mestrado e foi exatamente esse o ponto citado pelo professor como uma grande confusão no entendimento e “redução epistemológica” daquilo que representa a delimitação dos procedimentos metodológicos de um projeto qualquer. Enfim, eu sabia que teria de elaborar um método para desenvolver a pesquisa e escrever a dissertação, pois ele ainda não existia.

Maria Cecília Minayo e Odécio Sanches pontuam que a produção de conhecimento na Academia é uma busca pela articulação entre um conjunto de teorias e uma realidade empírica. Nesse sentido, a metodologia funciona como “o fio condutor para se formular esta articulação” (1993, p. 3). Além da função instrumental do método, portanto, ele ocupa um papel essencial para a construção de qualquer trabalho acadêmico, na medida em que é a partir da metodologia utilizada que se delinea o “trajeto” que o pensamento irá percorrer, “arrumando”, assim, o conteúdo analisado.

Um dos impasses, no campo da metodologia, apontados em sala de aula é aquele referente à sua aplicabilidade. Deve ser o método um “pacote” que já vem pronto para ser aplicado no projeto ou é ele algo a ser construído, à medida que se vai desenvolvendo a pesquisa? Paulo César apontou para uma terceira opção, ressaltando que a metodologia deve, sim, ser desenvolvida *a priori*, mas não como um modelo pronto e, sim, partindo de alguns pressupostos que guiam o seu desenvolvimento.

Ao longo da Disciplina, porém, fui sentindo uma dificuldade grande em aplicar os procedimentos teóricos ao universo da minha pesquisa, talvez porque o meu objeto ainda não estivesse claro e talvez por isso eu não estivesse visualizando de que maneira aqueles pressupostos seriam úteis ao meu projeto... Enfim, ao final da Disciplina, em novembro de 2005, procurei o Professor para que pudesse ter clareadas essas questões que surgiam em meu processo investigativo como um angustiante entrave. O período em que iria acontecer a sexta edição do *Mercado Cultural* se aproximava e a minha condição de “participante” nesse evento seria outra: não mais (apenas) a de alguém que aprecia, mas, principalmente, de pesquisadora, de alguém que investiga, entrevista, fala, ouve atentamente... Percebi quanto a metodologia era essencial nesse momento em que eu deveria incutir um novo olhar para o evento do qual, em outras ocasiões, eu já havia participado despreocupadamente.

Ao final da conversa com o Professor e, então, Coordenador do Programa de Pós-Graduação, tínhamos conseguido esboçar um modelo aplicável ao meu projeto e saí reconfortada, por um lado, pois visualizei uma maneira de me inserir e atuar durante o evento, e mais angustiada, por outro, por ter constatado que, de fato, o meu recorte ainda não estava claro.

Eu ainda tentava segurar mais do que minhas mãos podiam alcançar naquele momento, o que foi ficando explícito (talvez mais para mim do que para o Professor) à medida que eu ia explicando o projeto para que ele, o Professor, pudesse me orientar. Por que conseguir “apalpar” o meu objeto com clareza parecia uma tarefa tão árdua? Percebia que essa era uma angústia compartilhada entre os colegas do Mestrado, mas, para mim, parecia, especialmente, difícil, provavelmente, pela característica que tem me constituído ao longo de minha trajetória na Universidade, que é a de não conseguir sintetizar facilmente.

Contudo, na parte “reconfortante” da conversa que tive com o Professor, evidenciou-se a necessidade da construção de um questionário tipo *survey* a ser aplicado aos participantes do evento, para ser anexado à pasta com o material entregue a cada inscrito. Ali deveriam estar contidas perguntas que me ajudassem a avaliar, sob o ponto de vista dos participantes, a proposta do *Mercado Cultural* de promoção e distribuição da arte independente. Em associação a esse questionário, outra incumbência apontada nessa breve reunião foi a de fazer uma lista com nomes de pessoas estratégicas a serem entrevistadas, dentre artistas, produtores e promotores culturais representantes tanto da organização do próprio evento quanto de entidades a ele ligadas, como as redes culturais, as fundações e as associações participantes.

Logo, a esse encontro, seguiu-se um outro, dessa vez com Ruy Cezar Silva, o presidente do Instituto Cultural Casa Via Magia, no qual articulei a distribuição dos questionários e montei uma lista com vinte nomes de possíveis entrevistados. Vale ressaltar que os encontros com Ruy Cezar, ao longo de todo o processo – desde a minha entrada no Mestrado até o final da dissertação –, foram freqüentes e bastante produtivos, porque elucidaram muitas questões que apareciam à medida que eu ia “apalpando” o meu tema, “tecendo” a minha problemática. A acessibilidade e o acolhimento das pessoas do Instituto contribuíram muito para a minha inserção na pesquisa e, através da experiência observada na Casa Via Magia, pude contextualizar melhor uma vivência, uma práxis que eu não tinha com esse tipo de trabalho em cultura e que me era necessária como pesquisadora do tema.

Tive acesso ainda, através do Instituto, aos relatórios das edições dos *Mercados Culturais*, ao material contendo a programação completa e ao *clipping* com veiculações, na mídia impressa, nacional e internacional, referentes às edições do evento. Esses materiais serviram como fontes importantes para a pesquisa. Foram, especialmente, pertinentes, no momento que chamo de “ponto de virada” do projeto, sobre o qual discorro ao longo da dissertação.

1.3.4 O VI MERCADO CULTURAL: A PESQUISADORA ENTRE CERTEZAS E TROPEÇOS

Dedico-me, nesta etapa do trabalho, a narrar um pouco do que foi o meu deslocamento, durante o evento, de apreciadora para pesquisadora do *Mercado Cultural* e, ainda, os desdobramentos ocorridos no projeto, posteriormente, até a elaboração desta dissertação. Como já citei anteriormente, até a quinta edição do evento, a minha participação tinha sido a de alguém que admira, que frui, com vistas mais a “alimentar a alma” e menos a lançar um olhar crítico sobre a estrutura, proposta, configuração e desdobramentos do *Mercado Cultural*.

A partir da sexta edição do evento, porém, a minha inserção se deu de maneira diferente. Participei deste *Mercado* como pesquisadora, munida de um questionário – que foi anexado à pasta de todos os participantes –, de uma lista contendo nomes de possíveis entrevistados e de uma câmera fotográfica, para registrar imagens do evento, imagens que me remetessem à minha problemática. Foi uma experiência distinta em relação às outras que havia tido com o evento e será aqui narrada em partes, aquelas que destaco como especialmente importantes no processo, para a melhor compreensão da organização, do sentido que pretendo dar à minha vivência no Mestrado.

Começo, portanto, pelo questionário, que se constituiu como uma etapa complicada do trabalho e merece algumas linhas a ele especialmente dedicadas. Em primeiro lugar, relembro que eu não tinha experiência com a elaboração de uma metodologia aplicada a um determinado projeto e, após a breve reunião com o professor de Metodologia de Pesquisa, uma das tarefas a cumprir era a construção do questionário a ser entregue aos participantes. Para mim, essa parecia uma tarefa simples, até que comecei a desenvolvê-la...

Muitos eram os aspectos aos quais eu deveria estar atenta nesse processo de construção. Como o questionário seria distribuído no evento e os participantes deveriam responder durante a estada no *Mercado Cultural*, eu tinha de levar em consideração que, via de regra, a perda é relativamente grande, ou seja, é comum que, aplicando-se um método quantitativo nessas condições, a percentagem de respostas obtidas seja pequena. Por isso, as perguntas teriam de ser breves, em pequena quantidade e o mais objetivas que fosse possível. Existiam duas possibilidades de elaborar as perguntas: a primeira com respostas objetivas, isto é, de múltipla escolha, e a segunda a partir da composição de um questionário “aberto”, deixando um espaço livre para a resposta dos participantes.

Levando em conta que um método quantitativo é a transposição de um determinado contexto para uma descrição matemática, tornando-a um código que descreva ou, ao menos, ajude a compor os dados para a análise de uma determinada situação (MINAYO; SANCHES, 1993), eu sabia que teria de organizar as perguntas de maneira que me fornecessem a maior quantidade de informação com a maior objetividade possível. E, se, por um lado, um questionário em múltipla escolha

me daria mais clareza nas respostas e seria mais fácil de tabular, por outro, as perguntas objetivas me pareciam por demais óbvias e direcionadoras, o que me fez optar por um questionário “aberto”.

Surgia, assim, outra dificuldade: como “amarrar” as perguntas com a minha problemática. Para isso, eu precisava ter em mente exatamente o que queria “extrair” a partir do questionário, sob o risco de obter como resultado um conjunto de respostas “soltas” que não teriam utilidade prática para a minha pesquisa.

Apesar de, a essa altura, o meu foco no projeto já ter sido revisto e redimensionado, eu ainda resistia à idéia de abandonar o meu intuito primeiro, que era o de analisar o evento na perspectiva da sua proposta de promoção e distribuição, sob o “olhar” dos grupos artísticos participantes. E, naquele momento, esse me pareceu o objetivo principal do questionário.

Mas, também, tinha a minha “nova” mirada, voltada à relação entre o virtual e o presencial e à importância das redes culturais no contexto do *Mercado*. Resultado: esse impasse, associado à falta de experiência (já que eu não havia elaborado um questionário dessa natureza antes) acabaram por gerar um questionário (Apêndice A) confuso e sem objetividade, caminhando, justamente, na direção que eu deveria ter evitado.

Some-se a isso o fato de que a perda foi maior do que a esperada: em um total de 1000 questionários distribuídos, retornaram, apenas, 52 respondidos. Em minha análise, isso se deve, em parte, ao fato de o questionário não ser tão objetivo quanto deveria e, em parte, por ser a programação do *Mercado Cultural* muito intensa, o que não deixou tempo hábil para que os participantes respondessem e devolvessem em quantidade satisfatória para a pesquisa. Todos esses fatores, associados ao momento da qualificação, que descreverei adiante, acabaram por me fazer abandonar o questionário como recurso metodológico.

No entanto, se o questionário não obteve êxito enquanto método a ser utilizado na pesquisa, as entrevistas gravadas, em contrapartida, funcionaram como elucidadoras de muitos questionamentos e dúvidas que foram aparecendo ao longo de minha investigação. Cabe, aqui, me ater a elas, as entrevistas, como um recurso que acabou assumindo grande importância nessa minha investida de estudar o *Mercado Cultural*.

O momento do encontro proporcionado pelo evento possibilitou o acesso a boa parte das pessoas que eu havia listado para entrevistar, já que muitas não residiam em Salvador e seria difícil marcar a “conversa” fora do evento. E, se, por um lado, não foi possível entrevistar todos os nomes da lista, devido à variedade da programação que ocorria em locais diversos, por outro, acabei tendo mais calma para me aprofundar nas perguntas realizadas àqueles que consegui entrevistar. Optei por levar mais tempo em cada diálogo, ao invés de “sair correndo” atrás de todos os nomes que eu sabia

participavam do evento, o que me conferiu uma experiência proveitosa, resultando na obtenção de um rico material para análise.

Atenho-me, aqui, a algumas questões referentes ao papel que as entrevistas desempenharam dentro da pesquisa, na tentativa de trazer relativizações que me parecem pertinentes. A primeira ressalva diz respeito às regras que caracterizam a constante negociação que é o jogo do diálogo entre entrevistador e entrevistado. Aparentemente, a situação se apresenta seguindo um código bem definido, em que o entrevistador, aquele que detém o controle da situação, segue um roteiro e, de certa maneira, guia o rumo da “prosa”. Nesse sentido, o entrevistado aparece, à primeira vista, como quem responde, ou seja, como aquele que narra a sua história e justifica, para o entrevistador, o porquê da sua escolha por entrevistá-lo e não a outra pessoa. Sim, esse modelo ideal funciona em boa medida, fazendo valer as “regras” do jogo de pergunta/resposta que se trava nesse momento da pesquisa. No entanto, nos entremeios desse mecanismo, está um sem-fim de negociações e articulações que acontecem e são compartilhadas sem serem ditas.

Que “histórias” são essas, as contadas no diálogo, senão narrativas eleitas como predominantes em relação a outras, narrativas que, em boa medida, são construídas pelo entrevistado no intuito de saciar a “sede de verdades” do entrevistador? Não foram poucas as vezes em que eu tive a sensação de estar ouvindo aquilo que o/a entrevistado/a achava que eu queria ouvir. As histórias não são estanques, únicas, incontestes, mas, como a própria construção das identidades, são elaboradas e “re-elaboradas”, de acordo com o contexto que as integra. (SAMPAIO, 2005).

E não poderiam ser histórias senão autobiográficas – tal como esse relato que agora apresento –, posto que narradas por alguém com uma vivência, uma “bagagem” cultural que é pessoal e intransferível. Ao contarmos uma história, somos, ao mesmo tempo, narradores, autores e personagens (LARROSA, 1999). Como podem esses papéis estar articulados no intuito de nos fazer explicitar aquilo que nos representa? Os relatos gravados durante as entrevistas são de pessoas que, por algum motivo (ou melhor, por motivos diversos) tiveram suas próprias histórias entrecruzadas com a história do *Mercado Cultural* e os seus próprios propósitos, em alguma medida, confundidos com os propósitos do evento. Por isso estavam ali e ainda por isso estavam sendo entrevistadas. Nesse sentido, em muitas ocasiões, os relatos dos/as entrevistados/as sobre o evento acabavam mesclando-se com os relatos sobre si mesmos. Por vezes, não raramente, esses segundos sobrepunham-se aos primeiros, sem empobrecer o teor da entrevista, mas, ao contrário, enriquecendo-o.

Em outros momentos, o jogo pergunta–resposta era transgredido, quando eu me dava conta de que não estava perguntando e, sim, assistindo a alguém que, sutilmente, guiava a entrevista, trazendo questões que não eram pertinentes à pesquisa, mas que envolviam de forma tal, que eu só vinha a perceber o “desvio” tendo se passado algum tempo, ou mesmo, bem depois, no momento em

que as entrevistas eram transcritas. E, ainda relativizando, também aconteceu o inverso, isto é, situações em que aquilo que parecia inconsistente e irrelevante vinha a se mostrar de grande utilidade no momento em que eu escrevia a dissertação.

Ressalto essas dimensões da experiência que tive realizando as entrevistas para demonstrar que o modelo não é tão linear quanto pode parecer. Mais do que uma conversa espontânea que acontece no cotidiano – e que nem por isso deixa de envolver as negociações às quais me refiro – o jogo travado entre entrevistador/entrevistado se constitui em uma produção conjunta, que se desenrola a partir da articulação das expectativas de ambas as partes e assume uma característica paradoxal, na medida que aparenta ter uma pretensão menor do que a que, intrinsecamente, possui. Um relato gravado constitui um registro com status de documento. Nem tudo pode ser dito; existem diversas formas possíveis de se dizer algo e cabe ao pesquisador, nesse contexto, ser interpelado, mas não se deixar conduzir na interpretação, estabelecendo uma espécie de “filtro” no ato da análise e estando sempre atento para não tomar como verdade e não atribuir transparência a um relato que é, essencialmente, uma construção narrativa, uma “história” dentre muitas, fruto de elaborações, aproximações, deslocamentos, invenções e reinvenções de aspectos da vivência de cada um.

Feitas essas ressalvas com relação à “leitura” das entrevistas, posso afirmar que elas foram, sem dúvida, uma fonte essencial para o desenvolvimento das questões referentes à minha problemática. Foi interessante perceber como as ligações e distanciamentos entre os relatos acabaram por delinear um todo, na configuração das diversas vozes que compõem a estrutura do evento. Dentre os entrevistados estão pessoas que assumem diferentes papéis, mas a maioria ocupando posições estratégicas na estrutura de funcionamento do evento, a exemplo de Benjamim Taubkin², Eneida Maracajá³, Emmanuel Marinho⁴ e, obviamente, Ruy Cezar Silva⁵.

Na junção das consonâncias com as vozes dissonantes, ficou evidente o quanto o *Mercado Cultural* é fruto da articulação de expectativas que, simultaneamente, o sustentam e fazem estremecer pela situação de tensão que geram. Então, se, por exemplo, foi unânime a opinião de que o evento não poderia deixar de acontecer, por ter conquistado um *status* de importância ao articular e projetar a arte independente, as discordâncias, mesmo que sutis, com relação ao propósito que engendra a estrutura do evento – às quais me aterei mais adiante, nesta dissertação – podem vir a

² Músico e produtor de cultura, curador de música do *Mercado Cultural* desde a terceira edição do evento, representante do *European Cultural Forum*.

³ Arte-educadora, Presidente da Rede Nordeste de Promotores Culturais, integrante do Conselho Rede Brasil de Promotores Culturais e organizadora do Festival de Inverno de Campina Grande.

⁴ Poeta, arte-educador, integrante do Conselho da Rede Brasil de Promotores Culturais e participante da organização do *Mercado Cultural* desde a sua primeira edição.

⁵ Diretor do Instituto Cultural Casa Via Magia, que promove o *Mercado Cultural* e é uma das instituições realizadoras do Fórum Cultural Mundial.

desencadear mudanças expressivas em sua natureza. Isso porque o momento do encontro e troca é, também, o momento de exposição de conflitos. Essas duas instâncias – a da comunhão e a da tensão – convivem juntas e são negociadas na formulação das diretrizes de um acontecimento cultural que dialoga com interesses diversos e acompanha as dinâmicas da cultura na contemporaneidade.

1.3.5 *SOBRE IMAGENS*

O breve relato acima é resultado das reflexões que me acometeram a partir da participação na sexta edição do *Mercado Cultural*, em dezembro de 2005. Vale ressaltar que, além do material já citado acima, produzi um pequeno registro fotográfico de algumas das apresentações artísticas. É uma delas a foto da capa, que escolhi pensando um pouco na representatividade do evento e, mais ainda, na problemática que delineio nesta pesquisa. Trata-se de uma fotografia feita durante a apresentação da dançarina americana Maureen Fleming, que marcou a abertura do *Mercado Cultural*, em 2005. Achei representativa por ser um espetáculo que traz como base a técnica e dimensão filosófica do *Butô*, um dos gêneros da dança-teatro nascido no ambiente de vanguarda japonês, na década de 1950, que tem como proposta a transformação da expressão artística em movimento de expressão cultural e pessoal, tornando indivisíveis percepção e pensamento, experiência e criação. (NÓBREGA; TIBÚRCIO, 2004).

Não é proposta deste trabalho o aprofundamento na filosofia do *Butô*, mas vale uma breve contextualização dessa forma de expressão como analogia às reflexões que o *Mercado* articula e, ainda, como justificativa para a escolha da referida fotografia como capa deste trabalho.

Considero que a maneira como o evento foi pensado traz em sua estrutura um pouco dessas articulações feitas no *Butô*. Trazer a expressão artística como fio condutor das discussões que envolvem as dinâmicas culturais na contemporaneidade engendra em si uma afinidade com a essência dessa expressão artística que surgiu no Japão no momento de pós-guerra. Além disso, o *Butô* trabalha com movimentos que são, simultaneamente, lentos e vigorosos, o que, talvez, represente, enquanto metáfora, a dinâmica de trabalho do próprio *Mercado Cultural*, que atua com uma abordagem da cultura que obtém resultados, a longo prazo, muitas vezes impalpáveis, mas que são significativos para o campo da cultura, pois oferecem uma “outra” perspectiva para o “pensar” e o “fazer” culturais.

1.3.6 *SISTEMATIZANDO E (RE)ELABORANDO: PREPARANDO-ME PARA UMA (PRÉ)DEFESA*

Seguindo adiante, passo, agora, a outro momento da minha vivência no Mestrado que é o período compreendido entre a participação no VI *Mercado Cultural* e a defesa do “novo” projeto à

Banca de Qualificação, que aconteceu em maio de 2006, e foi importante por se constituir como um momento em que realizei uma primeira sistematização dos dados coletados na pesquisa e esbocei, através do novo projeto elaborado para a Qualificação, um “rosto” para a dissertação.

Após as experiências vividas e os (re)direcionamentos dados ao enfoque e, ainda, a partir do que pude sistematizar dos dados obtidos, até então, sobre o evento, dentre entrevistas, questionário, o relatório do quinto *Mercado Cultural* (o que eu tinha em mãos, até então) e o material de imprensa, cheguei a um novo desenho do meu objeto de estudo.

O primeiro aspecto a ser modificado no trabalho foi o seu título. O nome inicial contido no projeto apresentado à banca de seleção do Mestrado era: “Teias Trançantes: o *Mercado Cultural* e a nova amplitude do conceito de cultura”. Ao longo do processo, para mim, havia ficado claro que eu não estava abordando o conceito de cultura diretamente, mas as dinâmicas culturais em uma conjuntura contemporânea nas quais o evento estudado se insere. Depois, considerei que tratar de uma “amplitude do conceito”, ou, mais ainda, de uma “nova amplitude”, era algo que soava complicado, na medida em que meu foco não estava, exatamente, nos deslocamentos e relocações epistemológicas que o conceito de cultura vem atravessando, mas na análise de um acontecimento cultural a partir de uma idéia de representação da cultura na contemporaneidade.

Mudei, então, o título para “Teias Trançantes: o *Mercado Cultural* e as dinâmicas da cultura na contemporaneidade”, com o objetivo de estudar a singularidade do *Mercado Cultural* enquanto um acontecimento da cultura, a partir da análise da sua trajetória, ao longo das sete edições, considerando as oscilações e redimensionamentos da proposta propagada pelo evento e focando nas aproximações e deslocamentos entre o evento e a articulação das redes de cultura (tendo essas funcionado como dinamizadoras do evento, sendo mesmo o que propiciou a sua realização, inicialmente).

Além disso, ampliou-se, consideravelmente, o referencial teórico do projeto, já que, como mencionei anteriormente, “entrei em contato”, através da leitura, com muitas “vozes”, que se mostraram indispensáveis ao desenvolvimento da minha temática e que não se encontravam em meu referencial teórico inicial. O referencial, portanto, deixou de se voltar para a abordagem da *cibercultura* e para os estudos de impacto das tecnologias e se dirigiu para a melhor contextualização das dinâmicas da cultura nas quais se insere o meu objeto de estudo, que dialoga com os campos da Comunicação, da Sociologia e da Economia e se centra, ainda, no estudo do contexto da América Latina.

Após a reformulação do projeto e a anexação do material requisitado, chegou o momento da defesa à Banca de Qualificação, formada pelos professores Dr(s) Albino Rubim, Gisele Nussbaumer e Ângela Andrade. Em linhas gerais, aponto aqui algumas das questões levantadas pela Banca que

foram mais pertinentes ao processo e que repercutiram de maneira mais incisiva na elaboração da dissertação.

Talvez a questão principal, e que influenciou em todas as outras colocações realizadas pelos integrantes da banca, tenha sido a falta de objetividade no recorte e a necessidade de desenvolver melhor a minha problematização. O enfoque ainda estava confuso, mesmo após a reformulação do projeto, e precisava ser melhor delimitado, sob pena de atrapalhar todo o processo de investigação, na medida em que tornaria difícil a tarefa de alinhar a metodologia aplicada na pesquisa.

De fato, eu vinha sentindo um forte incômodo, por não saber direito que rumos trilhar partindo do material de pesquisa acumulado até então, e sabia que era algo a ser solucionado. Por não estar encontrando o melhor caminho para resolver aquele impasse, as colocações da banca foram bastante produtivas, no sentido de uma visualização do que era mais pertinente de ser focado, de acordo com o que eu já havia desenvolvido até então.

Como mencionei anteriormente, a banca se ateve ao questionário entregue aos participantes do *VI Mercado Cultural*, enfatizando que estava vago e sem objetivação, além do fato de que, pela pequena percentagem de respostas, ele não valeria como um método quantitativo aplicável. Existiam duas soluções possíveis: ou eu o reformularia, delimitando melhor, através das perguntas, o que eu gostaria de extrair do questionário, ou abandonaria a idéia e partiria para outras alternativas metodológicas, opção que terminei escolhendo, já que cheguei à conclusão, junto com a Banca, de que aquele não seria um método relevante para o projeto, pois existiam outras formas de abordagem que se encaixavam melhor no tipo de análise que eu estava desenvolvendo.

Ainda com relação aos procedimentos metodológicos, um ponto que foi levantado durante a defesa diz respeito às fontes utilizadas na pesquisa. Elas estavam por demais centradas nas pessoas e pouco focadas no material já produzido e impresso sobre o evento, como os relatórios e catálogos das edições do *Mercado Cultural*, as matérias veiculadas na mídia e, ainda, o material publicado *online* através dos portais eletrônicos, pelas entidades ligadas ao evento. Esse foi um questionamento particularmente importante para o projeto, por que acabou tendo, no processo de elaboração da dissertação, um peso considerável como fonte da pesquisa.

Por fim, a banca fez algumas sugestões de abordagem relacionadas aos “cercamentos” sobre o tema. Destaco aqui as que foram mais pertinentes à pesquisa, listando-as a seguir:

- ✓ Contextualização mais aprofundada acerca do conceito de redes, mais particularmente, das redes de cultura.
- ✓ Análise da relação existente entre a dinâmica/proposta do evento e os patrocinadores/apoiadores, ao longo das suas edições.

- ✓ Realização de entrevistas com pessoas que não estão diretamente ligadas à produção do *Mercado Cultural* ou às redes de cultura envolvidas, mas que participam, sistematicamente, das edições do evento com outro tipo de inserção, a exemplo dos participantes que montaram *stands* na Feira de Artes e Oportunidades (FALA); e
- ✓ A utilização de uma abordagem que dialogue com o campo da Administração, relacionada à gestão de empreendimentos culturais e de redes.

Todas essas colocações foram significativas, tal como a experiência da qualificação como um todo, e procurei levá-las em consideração ao longo do período em que estive escrevendo a dissertação, que veio posteriormente.

1.3.7 ENCONTROS E ARTICULAÇÕES NO II FÓRUM CULTURAL MUNDIAL: PREENCHENDO LACUNAS

Não foram poucos os momentos da minha vida – e creio que não somente para mim – em que tive a experiência de encontrar respostas onde menos as procurava... A minha ida ao Rio de Janeiro para participar da segunda edição do *Fórum Cultural Mundial* se configurou como um desses momentos dentro dessa vivência com um fazer investigativo, e por isso achei que merecia alguns parágrafos a ela dedicados.

Estive na segunda edição do *Fórum Cultural Mundial*, em fins de novembro de 2006, para participar do “Encontro Mundial de Redes de Cultura”, que aconteceu dentro da sua programação, como um “módulo especial”, não aberto a todos os participantes do *Fórum* e sim, restrito àqueles envolvidos na articulação das referidas redes, previamente contatados pela organizadora do Encontro, Mary Ann DeVlieg, representante da Rede Internacional de Artes Performáticas Contemporâneas (IETM). Fui como pesquisadora do Instituto Cultural Casa Via Magia, através da intermediação de Ruy Cezar Silva, em uma decisão tomada, praticamente, às vésperas do Encontro, pois, como eu já havia começado a trabalhar na dissertação, achei que essa viagem poderia ser um desvio desnecessário de atenção, já que não estava esperando voltar com muito material para o projeto, na medida em que a impressão que tive do encontro foi a de um evento voltado às necessidades específicas de cada rede, o que para mim não seria muito produtivo; não àquela altura do projeto.

No entanto, ao final da viagem, a dúvida com relação a um não-aproveitamento se transformou em satisfação. Voltei com aquela sensação de “ainda bem que tomei a decisão de ir...” Isso porque foram produzidos, a partir do Encontro, vários documentos relacionados à gestão e ao funcionamento das redes de cultura, o que, para o meu trabalho, foi muito proveitoso; documentos atuais contendo desde informações mais gerais sobre o que representa estar articulado em uma rede dessa natureza até textos produzidos pelos financiadores acerca das dificuldades de se apoiar um

projeto de rede cultural, apontando para as carências e as potencialidades desse tipo de entidade. Eu não sabia, porque decidi participar na “última hora”, mas, através do contato prévio realizado pela organização do Encontro, cada participante enviara uma espécie de dossiê onde estavam contidas informações sobre cada rede representada, os motivos identificados para se estar participando daquele Encontro e uma definição geral sobre o que significa o trabalho das redes de cultura.

Alinhavando as definições, a partir do que fora enviado previamente pelos participantes, a equipe organizadora produziu um documento para “dar conta” do conceito e dos mecanismos de funcionamento das redes de cultura, que foi discutido e aprimorado durante o Encontro. E ainda, a partir das necessidades e dificuldades apontadas por cada rede participante, foi traçado um plano de trabalho com a intenção de se obter, ao final, um documento a ser entregue na reunião com as agências financiadoras, que aconteceu igualmente como uma programação anexa ao *Fórum* e como um encontro restrito a participantes convidados.

As atividades desenvolvidas durante o encontro das redes – que teve uma carga horária considerável, somando, oficial e extra-oficialmente, uma média de 24 horas, em quatro dias – acabaram por se constituir, portanto, como uma experiência que preencheu algumas lacunas existentes em meu projeto.

Como já mencionei anteriormente, faltava, em minha análise, uma proximidade com a práxis na atuação das redes culturais. Eu havia conseguido acumular uma quantidade considerável de bibliografia sobre redes, mas não tinha a vivência com esse tipo de trabalho, o que dificultava a articulação da teoria com uma “realidade empírica” que eu não tinha experienciado. E foi a partir desse Encontro que pude perceber e captar um pouco de como se davam as negociações, quais eram as dificuldades, o que era mais urgente e qual era o discurso propagado pelos participantes daquelas redes envolvidas que, mesmo sendo distintas entre si, faziam ecoar uma narrativa em comum, que é a de se trabalhar com cultura dentro de uma perspectiva associativa e de cooperação multilateral, em entidades que se estruturam sob a égide da “horizontalidade e descentralização”⁶.

Pude perceber, por exemplo, como as pessoas se apropriam do discurso contido nas redes e o trazem para si – era comum vê-las falando “a minha rede”, “o meu projeto”, “o meu financiador” –, e, ainda, o quanto a falta de financiamento representa um impasse para esse tipo de trabalho. Foi esse, o financiamento, inclusive, o tema mais discutido durante o Encontro, norteando muitas das reflexões e dos encaminhamentos propostos durante as reuniões e contribuindo, consideravelmente, para a minha investigação, pois eram informações que faltavam no material de pesquisa adquirido e das quais eu precisaria dar conta, em algum momento. Após esse encontro, foi

⁶ Essas características “normativas” presentes no conceito de redes envolvem uma série de contradições que são discutidas no segundo capítulo desta dissertação.

possível traçar um panorama de como se travam as relações entre as redes e os seus financiadores, especialmente, porque terminei desempenhando um papel muito focado nesse aspecto, que foi o de produzir o relatório final, exatamente, da reunião entre membros das redes e representantes das agências financiadoras.

Fora do encontro das redes, fiz contato, durante o *Fórum*, com Ugo Bacchella, o representante da *Fondazione Fitzcarraldo*, uma fundação italiana que, dentre outras atividades, financia projetos culturais na Europa. Essa fundação era a proponente da referida reunião entre redes e fundações e Ugo Bacchella tinha ido ao *Fórum*, especialmente, para organizá-la. Ao descrever, em linhas gerais, o meu projeto e as razões de estar participando do Encontro, ele me propôs – porque estava precisando de uma pessoa com fluência em inglês e conhecimento no tema – que eu participasse da reunião como a pessoa responsável pelo relatório final, o *report*, no qual deveriam estar contidas as questões discutidas durante a reunião, para ser entregue às fundações e às redes como um documento.

O intuito desse encontro era servir como marco na criação de uma “via aberta” de comunicação, através da qual alguns impasses pudessem ser negociados com vistas ao estabelecimento de parcerias futuras, numa iniciativa não das redes culturais, mas da própria *Fondazione Fitzcarraldo* (como “porta-voz” de outras fundações), com o título “*What is missing? Learning from difficulties and failures: a dialogue between grand makers and beneficiaries*” (O que está faltando? Aprendendo com dificuldades e insucessos: um diálogo entre financiadores e beneficiários). Pude perceber, ao longo da reunião, posicionamentos bem delimitados. Estavam as redes, de um lado, trazendo um documento preparado durante o Encontro Mundial de Redes de Cultura, através do qual se defendia que, apesar de desenvolver um trabalho com resultados impalpáveis a curto prazo, a articulação via redes vinha propiciando mudanças na maneira de se pensar diretrizes para o campo cultural, mais especificamente para o setor artístico. Do outro lado estavam as fundações, justificando a colaboração pouco satisfatória dada às redes ao levantar pontos críticos desse tipo de trabalho e, ainda, propondo parcerias mais palpáveis, mais facilmente avaliáveis e mais “encaixadas” nos interesses e diretrizes de uma fundação que apóia a cultura.

Ao final dessa reunião, que coincidiu com meu último dia no Rio de Janeiro, lá saía eu com um vasto material (dentre gravações e documentos impressos e escritos) a ser depurado na pesquisa. Enfim, o relatório foi elaborado e encaminhado à organização da reunião logo após o meu retorno a Salvador e percebi que o material adquirido iria sem dúvida suprir alguns vazios que até essa viagem eu não sabia como transpor⁷.

⁷ Além da participação no encontro e na reunião, também realizei algumas entrevistas com representantes de redes, particularmente de redes dentro do contexto nacional e da América Latina (como a Rede Brasil e a Rede Cultural do

1.3.8 O VII MERCADO CULTURAL: (RE)LOCAÇÕES DO OBJETO E DE SUA ANÁLISE

Foi concomitante à minha volta a Salvador, também, a abertura da sétima edição do *Mercado Cultural*, em dezembro de 2006. Nesse ano, o *Fórum Cultural Mundial* aconteceu conjuntamente com o *Mercado Cultural*, em Salvador⁸. Não vou me ater agora à análise dessa “fusão”, já que esse aspecto será desenvolvido adiante, mas cabe explicitar que, durante essa edição do *Mercado Cultural*, foram expressivas algumas mudanças que, como pesquisadora, eu já havia observado (mesmo que timidamente), na edição anterior. A programação do evento, que costumava ser centrada em um determinado circuito central (Campo Grande – Pelourinho), foi “relocada” em algumas regiões periféricas da cidade (Itapuã, Liberdade, Subúrbio Ferroviário, Península de Itapagipe e Federação); a FALA (originalmente, Feira de Artes da América Latina, mas que passou a ser chamada de Feira de Artes e Oportunidades) deu lugar a uma mostra de projetos, que aconteceu conjuntamente com o ciclo de conferências; as mostras passaram a não mais ser organizadas por artistas e sim por territórios... Essas (re)configurações, que já haviam sido ensaiadas no ano anterior, marcam o que denominei de “ponto de virada” do evento e conseqüentemente de minha análise.

O VII *Mercado Cultural* e o conteúdo transcrito das entrevistas realizadas indicavam que o evento estava passando por um processo de mudanças em sua concepção. A proposta de promoção e distribuição da arte independente, produzida nacional e internacionalmente, parecia estar dando lugar a outra “missão”, mais focada no espaço de formação e valorização das iniciativas culturais locais, da cidade. Como conseqüência, a articulação com as redes nacionais e internacionais parecia estar ficando à margem nos propósitos do evento. Essa nova mirada não poderia, portanto, ficar de fora na análise e, mais ainda, passou a ocupar um lugar de destaque no meu processo investigativo. Num projeto de fazer investigativo que se destina a estudar a trajetória de um evento cultural a partir de sua proposta, uma mudança no foco desse acontecimento constitui-se como um aspecto bastante representativo para o processo de elaboração da abordagem final que, no caso, corresponde a esta dissertação. Todas as descrições e análises aqui desenvolvidas tiveram de ser, portanto, realizadas tendo em vista essa nova configuração do *Mercado Cultural*, consideravelmente distinta da proposta que o gerou inicialmente.

Como é próprio das dinâmicas da cultura, o *Mercado Cultural* é um acontecimento em constante transformação, fruto de oscilações, reavaliações e resultado de um olhar que engloba

Mercosul), importantes para entender as dificuldades de se gerir estas entidades sem os recursos necessários e a quase que necessidade de algum tipo de apoio governamental para mantê-las em funcionamento, contexto que se diferencia bastante do estágio de gestão e articulação de redes similares “sediadas” na Europa.

⁸ Uma primeira “etapa” do *Fórum* ocorreu no Rio de Janeiro e o evento teve seqüência em Salvador, acontecendo junto com o *Mercado Cultural*.

múltiplas “vozes”. Para a análise aqui desenvolvida, as mudanças no evento foram, por um lado, instigantes, já que trouxeram novos aspectos a serem analisados. Difícil, no entanto, por outro lado, posto que tive as minhas “certezas” de pesquisadora colocadas em xeque, me dando conta da necessidade de estar incessantemente tendo de desconstruí-las para (re)configurá-las.

O que mais me interpelava quando optei por estudar o *Mercado Cultural* era justamente a maneira como o evento conseguiu irradiar uma determinada proposta focada na promoção e distribuição da arte independente e inovadora e, ao longo do processo, foram surgindo outros elementos que acabaram por “dividir a cena” com o meu propósito inicial, sem, contudo, tornar o trabalho menos interessante, mas, sem dúvida aumentando o meu desafio.

Neste relato, que tem como objetivo tentar cruzar um pouco das minhas buscas e “histórias” com a trajetória do meu objeto de análise, viso, a partir da experiência com a pesquisa, trazer, de maneira introdutória, um panorama da temática escolhida para estudo no Mestrado e da problemática que fui construindo ao longo do período investigativo, desembocando na elaboração deste trabalho, que é o resultado do processo acima descrito. Nos capítulos que seguem, busquei desenvolver e aprofundar muitas das questões que superficialmente fui levantando nesta introdução, certa de que não esgotei as possibilidades de análise e ainda considerando que as mudanças a que me referi acima podem vir a se tornar obsoletas daqui a algum tempo. No entanto, acredito que seu valor maior reside no fato de ser esta uma análise realizada sobre um acontecimento cultural representativo que, sem dúvida, ocupou e ocupa um lugar de importância no cenário da cultura local, nacional e internacional.

1.4 CENAS QUE COMPÕEM A NARRATIVA: TRANÇANDO O ROTEIRO

Depois de apontar, nas linhas que passaram, os caminhos a partir dos quais cheguei até a problematização deste fazer investigativo, me embrenho pelas trilhas que nos levam à história da Casa Via Magia: os “mitos de origem” que constituem o seu “período de formação” e o “momento do reconhecimento” para a instituição, fruto dos desdobramentos que a levaram até a realização do *Mercado Cultural Latinoamericano*. Nesta trilha, por onde vamos “Enredando experiências: narrando o ‘objeto’ e contextualizando-o em suas dinâmicas”, vou seguindo por onde nós possamos compreender o contexto através do qual a Casa Via Magia tornou-se pioneira em um determinado tipo de fazer cultural, traçando um pouco das reflexões acerca dos fluxos, contradições e paradigmas que caracterizam as dinâmicas culturais contemporâneas. Aí entram os paradoxos engendrados no processo de globalização, as relativizações acerca da centralidade da cultura na contemporaneidade e a aproximação da instituição com o trabalho das redes de cultura, na perspectiva da cooperação

multilateral e do intercâmbio cultural, propondo a diversidade como meta e trazendo à tona os conflitos decorrentes da articulação de diferenças culturais.

Seguindo pelas “Rotas de articulação entre o local e o transnacional: o Mercado Cultural e os seus desdobramentos”, desenvolvo os aspectos que nortearam a construção da identidade do *Mercado*, focada na proposta inicial de promoção e distribuição da produção artística e cultural à qual o evento se dedicou até a sexta edição e aprofundando a sua aproximação com as redes de cultura com as quais dialogava. Passo, também pela relação entre o *Mercado Cultural* e um mercado para a cultura, chegando à definição do que se configurou como uma “cultura do Mercado”. (LIMA, 2002). Contextualizo, então, o papel das indústrias culturais neste processo para trazer a relação entre o evento e as mídias, onde se incluem as novas mídias: como as novas tecnologias interferiram na dinâmica do *Mercado Cultural*, dentro do que foi denominado como Sociedade-rede? (CASTELS, 1999a).

Deparamo-nos a seguir com “As redes entre o pedagógico e o performativo: do normativo à práxis”, onde entendemos melhor o conceito de redes, a sua ideologia e as metáforas que norteiam o seu imaginário, no intuito de encaixar as dinâmicas que compõem o *Mercado* no contexto da Sociedade-rede. E, do vasto universo das redes, vamos por caminhos mais estreitos até a sua funcionalidade e gestão na área da cultura. Através dessas rotas, viso estabelecer a relação entre os aspectos normativos da rede, “a sua narrativa estável”, o pedagógico – aquilo que se propagou como o imaginário da coletividade, da horizontalidade e da desierarquização –, com os “liminares de significação” (BHABHA, 1998), na dinâmica de funcionamento das redes, marcados internamente pelas diferenças no empoderamento de seus atores, pelas dificuldades de gestão provenientes do financiamento e pelos laços criados a partir da apropriação das tecnologias digitais.

Chegamos, enfim, na bifurcação que corresponde ao momento de virada no trajeto dos *Mercados*... “O tecer de novos rumos: redimensionando o foco e reconstruindo uma identidade para o Mercado Cultural” relaciona a tradição outorgada ao evento dentro da proposta que lhe conferiu identidade enquanto um acontecimento cultural representativo com os novos caminhos que os seus realizadores tomaram, nas suas duas últimas edições, através dos quais o *Mercado* passa da articulação internacional, com vistas à distribuição cultural em associação com as redes de cultura, para a articulação comunitária local, focada na formação e capacitação e deixando à margem o vínculo estabelecido com as referidas redes. Que fatores motivam, ou mesmo, definem essas mudanças? Analiso, aqui, o conjunto de elementos que aparecem como indícios dessa virada: os novos rumos trilhados pela Casa Via Magia na direção de um vínculo estreito com a sua cidade; a criação do Fórum Cultural Mundial; a situação das redes em um momento de mudanças e a relação entre o seu realizador e as agências financiadoras não apenas do *Mercado* mas de outras atividades da Via Magia.

Estaríamos diante de um momento de crise do *Mercado Cultural*? Podemos, ainda, pensá-lo enquanto política pública? Essas são questões que norteiam as análises desenvolvidas até aí.

Tomando a derradeira trilha, vamos percorrendo o atalho que nos leva de volta ao início, recapitulando os aspectos pertinentes e desenvolvendo algumas considerações no sentido de compreender melhor a trajetória do evento. Em "Considerações Finais: O Mercado Cultural e as dinâmicas da Cultura na contemporaneidade", faço uma retrospectiva das questões abordadas, apontando para os caminhos que mais chamaram a atenção na análise e, ainda, para outras trilhas não exploradas nesta jornada, o que evidencia que o itinerário do *Mercado* não se encerra aqui...

2

ENREDANDO EXPERIÊNCIAS**NARRANDO O “OBJETO” E CONTEXTUALIZANDO-O EM SUAS DINÂMICAS****2.1 UMA HISTÓRIA FEITA DE MUITAS “HISTÓRIAS”: A CASA VIA MAGIA****2.1.1 CONSTRUINDO OS “MITOS DE ORIGEM”**

A Via Magia surgiu do meu encontro com Rô. Na verdade, a gente se conheceu há 25 anos e a Via Magia faz 25 anos nesse ano que começa agora (2007). Um ano depois, nós fundamos, em São Paulo, o Grupo de Teatro Via Magia, que é a origem do nome. Tudo começou com um grupo de teatro. Ali estavam algumas pessoas muito importantes na história da Via Magia, como o poeta Emmanuel Marinho, de Mato Grosso do Sul, que estava esse ano no Mercado Cultural. Marcos Kaloy, que também estava por aqui, o atual presidente da Rede Brasil [de Promotores Culturais], também fazia parte desse grupo de teatro [...] (SILVA, 2006).⁹

Convidado a começar pelo “mito de origem”, essas foram as primeiras palavras mencionadas em entrevista pelo produtor cultural e diretor da Casa Via Magia, Ruy Cezar, respondendo à pergunta sobre a história da instituição. Constituindo-se numa construção narrativa dentre muitas possíveis, o início da Via Magia, o seu “ponto de partida”, foi aqui narrado “pegando o gancho” de aspectos diretamente relacionados ao universo temático com o qual esse projeto dialoga.

Muitos são os fatores que acionamos ao contar as nossas histórias... Possivelmente, a história da Via Magia “contada” em outro contexto seria diferente da maneira como é descrita aqui, pois o ato de “contar” uma história é fruto da associação das diversas “histórias” que nos constituem com o momento presente, com os “espaços de sentido” acionados a partir deste momento. Assim, não foi por acaso a maneira como a história “começou” aqui, onde se articulam a experiência afetiva, a arte, a cultura e a rede. Primeiro, Rô (Reyes), esposa de Ruy e diretora pedagógica da Escola Casa Via

⁹ Entrevista com Ruy Cezar Silva, produtor cultural e Diretor da Casa Via Magia, realizada em 9 de dezembro de 2006.

Magia. Em seguida, Emmanuel Marinho e Marcos Kaloy, artista e produtor cultural, respectivamente, ambos com uma atuação expressiva na dinâmica das redes de cultura e, mais ainda, atores que desenrolam um papel importante ao longo da trajetória do *Mercado Cultural*. Um início permeado pelo teatro, expressão artística, performática...

Outros aspectos poderiam ter sido ressaltados para caracterizar a criação da Via Magia, mas essa era possivelmente a construção narrativa mais próxima do tema-motivo da entrevista: um estudo do *Mercado Cultural*, da sua proposta e da sua relação com as redes de cultura. Sem dúvida, a escolha desse mito de origem não é inverossímil e, tampouco, não-pertinente à história da instituição, considerando que todos os aspectos ressaltados são, obviamente, constitutivos da sua fundação. No entanto, é uma escolha, como o é a minha opção por “construir” o meu “mito de origem” partindo da história dessa instituição realizadora do que estou denominando meu “objeto” de estudo neste trabalho.

Começo este capítulo traçando uma linha cronológica onde agrupo algumas das diversas “histórias” que compõem a história da Via Magia, não porque seja meu objetivo aqui desenvolver uma análise histórica da instituição, ou porque eu queira transcrever o relato de um de seus fundadores (sem dúvida há um pouco dos dois), e sim porque desejo, a partir deste traçado, ou seja, da constituição de um panorama envolvendo os rumos que a instituição foi tomando, fazer com que entendamos melhor como a Via Magia veio “desembocar” em um tipo específico de trabalho com cultura, na tentativa de alinhar esta história com o momento no qual se encontra o campo cultural atualmente. E considero pertinente esta contextualização por ser o *Mercado Cultural* fruto dessa “costura”...

O encontro entre Ruy Cezar e Rô Reyes, para além de uma união matrimonial, foi um encontro entre duas pessoas que vinham de trajetórias envolvendo trabalhos com arte de vanguarda, particularmente, no teatro. Estabelecidos, na época, em São Paulo, fundaram, em 1982, o Grupo de Teatro Via Magia, dedicado a desenvolver pesquisa e investigação com linguagens inovadoras para o teatro e que foi “transferido” para Salvador dois anos depois, (re)instalando-se no bairro da Federação, numa casa que servia, ao mesmo tempo, como moradia para a família e como o que foi denominado de “espaço de convivência”, passando a desenvolver oficinas integradas de artes com foco voltado para as crianças. Além de ter dado o estatuto de *Casa à Via Magia*, a mudança, associada ao alargamento do campo de atuação da instituição, desencadeou alguns processos que valem ser observados enquanto “embriões” do que veio a configurar uma dinâmica específica da instituição, posteriormente.

O grupo de teatro, registrado inicialmente com a razão social *Via Magia Produções Artísticas*, foi, pouco a pouco, tomando para si a missão educacional, de maneira mais efetiva, dentro de uma metodologia própria que colocava a arte como centro de todas as atividades desenvolvidas

pelo espaço. Tanto é que, em 1986, a instituição passou a alfabetizar e, em 1988, já era uma escola que englobava o que hoje se denomina educação infantil e ensino fundamental da 1ª à 4ª séries, com metodologia reconhecida pela Secretaria de Educação do Estado da Bahia. Estava criada aí a escola Casa Via Magia, que passou a atuar conjuntamente com o grupo de teatro.

O autor Jesús Martín-Barbero, aponta para o fato de que, ao longo do processo histórico, foram-se criando lacunas nas relações entre o sistema educativo tradicional e o ambiente educativo muito difuso e descentralizado do cotidiano, entre a cultura ensinada pelo professor e aquela através da qual os alunos efetivamente aprendem (potencializada pelo surgimento dos sistemas multimídia) e que configuram modos decisivos de socialização (2004, p. 67).

Esse processo gerou uma profusão de contradições que, segundo o autor, só poderiam ser equacionadas mediante a criação de escolas que tornassem possível a interação entre esses dois campos da experiência, promovendo hibridações entre ciência e arte, escrita e audiovisual e, também, a “reorganização dos saberes a partir dos fluxos e redes pelos quais se move não somente a informação, mas o trabalho e a criatividade, o intercâmbio e a disponibilização de projetos, pesquisas e experimentações estéticas” (MARTIN-BARBERO, 2004, p. 67).

Nesse sentido, pretendo desenvolver aqui que, a partir dessa primeira fase da Casa Via Magia, que caracterizo como o seu “período de formação”, as buscas da instituição se aproximaram efetivamente desse tipo de solução apontada pelo autor, levando a instituição à sua segunda fase, o “período de estruturação”, decisivo para a mesma e sobre o qual discorrerei adiante.

2.1.2 BUSCAS QUE CONSTROEM CAMINHOS: NA TRILHA DA ARTE INOVADORA

Como mencionei anteriormente, a proposta que nutria o grupo de teatro e que acabou se desdobrando em uma metodologia de trabalho com educação infantil era a pesquisa em torno da arte inovadora, de vanguarda.

A gente continuava fazendo teatro, educação e arte [...] E o teatro, nós fazíamos três espetáculos por ano, e fazíamos uma parte do teatro dedicada à criança e a outra parte teatro de investigação, onde a gente investigava muito as novas linguagens no teatro. E tinha muito pouco diálogo em Salvador com pessoas que fizessem esse tipo de trabalho. Fazia-se [em Salvador] um teatro mais de comédia, de costumes, um teatro mais formal. Então, nós começamos a buscar diálogo com pessoas de outros países que faziam um trabalho parecido. (SILVA, 2006).

Foi a partir dessa busca por “propostas inovadoras” que a Casa Via Magia se aproximou de outras instituições culturais espalhadas pela América Latina e de onde saiu o encontro de um

pequeno grupo, com menos de dez representantes – dentre os quais estava a Casa Via Magia –, imbuídos do intuito de fundar a Rede Latinoamericana de Promotores Culturais Independentes (*La Red*) “nascida” na cidade de Paraty, Rio de Janeiro, em 1991. Tratava-se de uma entidade cooperativa, não-centralizada, destinada a promover e distribuir as expressões artísticas produzidas na América Latina, com a intenção de criar um ambiente de circulação artística e tornar menos “árido” o contexto onde predominavam as investidas da indústria cultural dos Estados Unidos e, em menor escala, da Europa (o que resultava em uma América Latina que quase não se conhecia culturalmente).

Era, de fato, uma proposta inovadora para o contexto latinoamericano naquele momento, apesar de não o ser para os contextos europeu e norte-americano, considerando que já existiam algumas iniciativas parecidas (de formação de redes culturais) consolidadas nesses países anos antes, a exemplo da *International Network for Contemporary Performing Arts* (IETM) – Rede Internacional de Artes Performáticas Contemporâneas – uma rede européia fundada em 1981; ou da *National Performance Network* (NPN) – Rede Nacional de Performance –, rede de teatro norte-americana criada em 1985. E mesmo essas já vieram influenciadas por iniciativas que datam de fins da década de 40, como o *International Music Council* (IMC) – Conselho Internacional de Música –, fundado em 1949, sob requisito da UNESCO e sediado em Paris ou, ainda, a *International Society for the Performing Arts* (ISPA) (Sociedade Internacional de Artes Performáticas) – fundada; também; em 1949; em Nova York.

Nesse contexto, tanto a IETM, quanto a NPN e, pouco depois, a *La Red* (e muitas outras redes de cultura fundadas, na década de 90), surgiram de um movimento desencadeado, basicamente, por dois processos bastante interligados entre si. Primeiramente, temos a criação, décadas antes, de organizações internacionais como o IMC e a ISPA, que consistiam em iniciativas para catalogar, valorizar e fazer circular as diferentes expressões culturais (artísticas) nas diversas partes do globo.

Em segundo lugar, quero considerar um processo maior, que caracteriza a nossa chamada “entrada na contemporaneidade”, resultante da articulação entre o processo de globalização e a sua potencialização pelo surgimento das novas tecnologias da comunicação e informação, o que configurou uma reestruturação na maneira de se organizar as sociabilidades a nível mundial e teve conseqüências decisivamente importantes para o campo cultural. Vale ressaltar aqui que a articulação da Casa Via Magia com esse movimento foi estratégica para a sua estruturação, que “foi na corrente” de uma tendência que emergia, referente às alternativas para se trabalhar com a valorização cultural local articulada a um contexto transnacional, o que a colocou como uma das instituições pioneiras – na América Latina e, mais especificamente, no Brasil – nesta forma de lidar com as dinâmicas culturais.

Podemos, mesmo, afirmar que a Casa Via Magia, nesse contexto, foi uma das instituições que passaram a assumir o papel de mediadoras entre o transnacional e o local, tomando como

referência o autor Albino Rubim, quando ele afirma que a sociedade civil “se transformou em uma das instâncias mais relevantes para entender e realizar a política, inclusive cultural, hoje” (2001, p. 10)¹⁰. Para tal “missão”, não bastavam somente a escola e o grupo de teatro; e a Casa Via Magia “ganhou” uma nova razão social, a de Organização Não-Governamental (ONG), com o surgimento do *Instituto Cultural Casa Via Magia*, para dar conta das novas articulações e iniciativas que foram se firmando a partir da criação da *La Red*.

As atividades do Instituto, em articulação com a Rede Latinoamericana, foram ancoradas na proposta de oferecimento de oportunidades, através de intercâmbios e parcerias, aos artistas e produtores/promotores culturais interessados na criação, promoção e circulação de uma arte de vanguarda, não mais entendida como o essencialmente novo, mas em seu sentido mais contemporâneo, que traz a iniciativa inovadora em sua relação com os movimentos tradicionais¹¹. A forma mais eficaz encontrada no modelo não só da *La Red*, mas das redes de cultura em geral surgidas para atuar nessa perspectiva, foi a partir da realização de festivais de arte que, através do encontro, passaram a constituir momentos de trocas, elaboração e efetivação de projetos culturais, na intenção de preencher os “vazios de sentido” que a “padronização” decorrente da hegemonia das indústrias culturais passou a deixar para o contexto artístico independente da América Latina.

A ordem mundial (que alguns preferem chamar de “nova desordem”), a emergência de uma cultura universal, ou a convergência de Estados em visões que controvertem o empoderamento de um Estado predominando sobre os outros, determinam uma leitura pessimista em torno dos caminhos que a arte e a cultura deverão seguir no século em que começamos a habitar. Com efeito, para a maior parte dos nossos criadores, a globalização implicaria no uso de linguagens internacionais que não são outra coisa senão os paradigmas da cultura ocidental como elemento articulador do mundo contemporâneo, se é que querem inserir-se no mercado e nas dinâmicas de circulação dos tempos que correm¹² (LA RED, 2001-2002, p. 2, tradução nossa).

Esse trecho, retirado do relatório da *La Red* referente ao ano de 2001, apesar de ter sido escrito uma década após a sua criação, expressa, de maneira significativa, um “incômodo” que motivou a criação dessas entidades associativas que foram denominadas como redes de cultura. Como já foi

¹⁰ “A sociedade civil – representada por sindicatos, associações, redes, ONGs, OSCs e outras – tornou-se, na contemporaneidade, a instância passível de estabelecer a ponte entre cultura e excluídos, trabalhadores, minorias etc, ocupando o papel de reguladora da vida social” (RUBIM, 2001, p. 10).

¹¹ Sobre esse aspecto, que compõe a idéia dos conceitos bipolares instaurados na cultura contemporânea, discorrerei mais adiante, ainda neste capítulo.

¹² No original: “El orden mundial (que algunos prefieren llamar de ‘el nuevo desorden’), la emergencia de una cultura universal, o la convergencia de los estados en visiones que controvierten el empoderamiento de un Estado predominando sobre los otros, determinan una lectura pesimista en torno a los caminos que el arte y la cultura deberán seguir recorriendo en el siglo que comenzamos a habitar. En efecto, para la mayor parte de nuestros creadores, la globalización implicaría el uso de lenguajes ‘internacionales’ que no son otra cosa que los paradigmas de la cultura occidental como elemento articulador del mundo contemporáneo, si es que quieren insertarse en los mercados y las dinámicas de circulación de los tiempos que corren”.

explicitado anteriormente, esse movimento se deu, em grande medida, contra a hegemonia da cultura de países imperialistas (representados, majoritariamente, pelos Estados Unidos) que “entrava” muito fortemente na América Latina. A criação da *La Red* tinha, portanto, como “premissa filosófica” a “ruptura do tradicional isolamento da região” latinoamericana (LA RED, 2001-2002, p. 3, tradução nossa)¹³, contra a “hegemonia” das indústrias culturais estrangeiras no continente.

“Que dizer da situação cultural muito mais complexa em que ‘necessidades espirituais e intelectuais antes não reconhecidas’ emergem da imposição de idéias ‘estrangeiras’, representações culturais e estruturas de poder?” (BHABHA, 1998, p. 33). Essa questão colocada por Bhabha é representativa para o contexto da criação da *La Red* e para a atuação dos seus representantes, no sentido de que sintetiza o que poderia ser denominado como a “mola propulsora” desse tipo de iniciativa, que surgiu para trabalhar com o pressuposto de que existia uma cultura de massa “formatada”, que dava pouco espaço às expressões culturais alternativas e que era necessário, nesse sentido, criar um “novo ambiente” destinado a oferecer aquilo que se tem de atitude inovadora, de diferencial.

Portanto, entre 1992 e 1999, a Casa Via Magia realizou, em Salvador, uma série de encontros artísticos, já dentro dessa perspectiva de integração latinoamericana, a exemplo de *Enfim Solos* e *Conexão Latina*, ambos projetos de dança que reuniram artistas brasileiros e de outras nações da América Latina, como Argentina, México e Chile, em setembro e outubro de 1992, respectivamente¹⁴. Vale ressaltar que essas iniciativas não visavam permanecer na contramão de um mercado das artes, mas, ao contrário, buscavam atingir um espaço dentro desse mercado, a partir de sua projeção, criando novos públicos e tentando suprir uma demanda de consumo que havia para um certo tipo de expressão artística “independente” (que não circulava na grande mídia). Nesse sentido, destacam-se dois projetos que foram especialmente importantes, por terem conseguido uma repercussão considerável, constituindo-se, mesmo, como precursores do modelo do *Mercado Cultural*: o *Via Bahia Festival* e a *Celebração da Herança Africana*.

A primeira edição do *Via Bahia Festival* aconteceu em setembro de 1993, reunindo produtores culturais e artistas em um encontro que se estruturava, basicamente, por uma sessão de mostras artísticas e um ciclo de oficinas e palestras (que aconteceram em alguns teatros situados no centro da cidade, a exemplo dos teatros Castro Alves e ACBEU). Esse evento, que tinha seu foco voltado para a dança e o teatro, se ampliou e foi estendido por mais seis anos, em edições anuais, entre 1993 e 1999, nas quais conseguiu reunir nomes representativos do cenário da dança e das artes

¹³ No original: “[...] generaron un espacio vital para el surgimiento y desarrollo de nuestra propuesta de una Red Latinoamericana, cuya premisa filosófica era la ruptura del tradicional aislamiento de la región”.

¹⁴ Ambos no Teatro ACBEU.

cênicas, nacional e internacional, como Fernanda Montenegro, Beth Goulart, Gerald Thomas, Wilson Pico (Equador), Álvaro Restrepo (Colômbia), a *Earthfall Dance* (Reino Unido) e Pat Graney (Estados Unidos), que se apresentaram ao lado de nomes que despontavam no cenário das artes performáticas e que não tinham projeção na grande mídia.

Em novembro de 1997, dois meses após a quinta edição do *Via Bahia Festival*, aconteceu, em Salvador, a primeira edição da *Celebração da Herança Africana no Brasil*, uma mostra internacional de arte e cultura popular que se propunha a “celebrar, comemorar e exibir a herança africana e a sua ressonância mundial”, além de “contribuir para a renovação e estimular, através do intercâmbio, o processo criativo dos artistas conectados com suas raízes” (CASA VIA MAGIA, 1999, p. 18). Essa mostra reuniu artistas de diversos países, como Martinica, Angola e República Dominicana, além de atrações locais e nacionais, a exemplo da banda “afro”, Ilê Aiyê e do músico (e atual Ministro da Cultura) Gilberto Gil, dentre outros. Nessa mostra, estavam colocados em pauta alguns aspectos que os Estudos Culturais se dedicam a abordar muito sistematicamente, relacionados às narrativas identitárias de países recém descolonizados, da África e da América Central. Expondo a falta de integração entre essas localidades com histórias comuns, o que parecia se questionar era: e agora, como podemos nos fortalecer a partir do contato? Como lidar coletivamente com este “estranho” que habita a nossa casa? Tomando emprestada a definição de Freud (1976), o “estranho” corresponde a tudo aquilo que nos é familiar, mas está oculto, não revelado... O que seria o estranho, portanto, para essas nações que se propunham a estabelecer um contato senão as seqüelas da escravidão, os processos aculturadores, as referências de ex-metrópoles dominadoras que se reconfiguravam em novas estratégias de hegemonia?

Trazendo à tona esses questionamentos, a *Celebração da Herança Africana* tratava de colocar juntas diversas expressões culturais referenciadas na matriz africana, através de exposições, mostras de rua e shows musicais (no Centro Histórico de Salvador, o Pelourinho). Além disso, aconteceu, durante esse evento, uma conferência de organizações internacionais que reuniu algumas fundações de grande projeção internacional, como as fundações Ford e Rockefeller, o que fez desse evento um momento estratégico para a Casa Via Magia, já que foi a partir daí que se estabeleceu uma relação de parceria que veio a originar um evento de proporções maiores, o *Mercado Cultural*.

Esse era, de fato, um momento em que algumas questões culturais estavam sendo colocadas em discussão, a nível mundial, de maneira bastante sistemática, como a promoção e valorização da diversidade cultural¹⁵, a análise em torno da situação da Diáspora e, ainda, os discursos

¹⁵ A UNESCO havia publicado, em 1995, o relatório “Nossa diversidade criadora”, na intenção de impulsionar as discussões envolvendo cultura e desenvolvimento, o que veio originar, em 2001, a Declaração Universal da Diversidade Cultural.

envolvendo políticas identitárias em tempos de globalização atraíam a atenção de fundações e organizações internacionais com interesse no campo cultural. Não foi à toa, portanto, a participação dessas fundações nos eventos descritos com interesse em financiar projetos dessa natureza.

É interessante destacar, no entanto, que essas experiências não foram iniciativas isoladas da Casa Via Magia, mas fruto da sua articulação com a *La Red* e, também, com outras redes culturais internacionais (a exemplo da IETM e da NPN) com quem a *La Red* passou a estar conectada. Foram surgindo, ainda, novas redes locais e nacionais, nesse intervalo de tempo (entre a criação da *La Red* e a realização dos dois festivais acima mencionados), que passaram a dialogar com esses festivais que a Via Magia sediava. Um dos exemplos – talvez o mais significativo – é a Rede Brasil de Promotores Culturais Independentes, um desdobramento da Rede Latinoamericana, criada para facilitar as articulações locais e a nível nacional¹⁶.

Sem dúvida, o fato de esses festivais terem sido realizados em Salvador, sob a organização da Casa Via Magia, foi muito importante para o crescimento e a agregação de valor à instituição, que acabou se especializando no trabalho em redes, com o planejamento estratégico, o que lhe rendeu “muitos frutos”, em momentos posteriores.

Além disso, a partir desses festivais, a instituição foi acumulando um acervo considerável referente às manifestações culturais dessa natureza, sob a forma de vídeos, catálogos, discos e um banco de dados com contatos e referências de artistas, produtores e financiadores a nível internacional. Acumulou, também, *know how*; uma forma de fazer “diferente” e fazer “dar certo” que gerou para a instituição um diferencial em relação a outras instituições culturais, tornando-a referência nesse trabalho com promoção e distribuição de um determinado tipo de fazer cultural.

2.1.3 CONSOLIDANDO O RECONHECIMENTO: O MERCADO CULTURAL LATINOAMERICANO

A *Celebração da Herança Africana* teve mais duas edições, em 1998 e 1999¹⁷, em paralelo com o *Via Bahia Festival* que, também, ocorria anualmente. Nesse último ano, esses dois eventos aconteceram juntos e foram integrados a um projeto maior que, para além de reunir nomes do teatro e da dança e, ainda, de promover o encontro de artistas conectados a uma identidade de matriz africana, trouxe um festival de jazz, o *Bahia World Jazz Festival*, e o *Festival de Cinema Pan-*

¹⁶ Como a internet ainda não era, até esse momento, uma forma de comunicação e interação disponível, as articulações via redes culturais dependiam muito de encontros presenciais, o que significava que uma rede nacional poderia se articular mais facilmente do que aquela em âmbito continental, apesar da primeira integrar a segunda. Sobre isso me aterei mais sistematicamente no próximo capítulo.

¹⁷ A segunda edição da *Celebração da Herança Africana*, em 1998, aconteceu em Salvador (em outubro) e no Rio de Janeiro (em dezembro). Em Salvador, o Festival integrou ao seu projeto a primeira *Caminhada Axé*, que reuniu mais de 2000 artistas e que atraiu um público aproximado de 800.000 pessoas, de acordo com os dados contidos no Catálogo da primeira edição do *Mercado Cultural*.

*Africano*¹⁸, conectados com um ciclo de conferências e *workshops* e uma grande feira no estacionamento do TCA denominada Feira de Artes Latinoamericanas (FALA). Todos esses “projetos” juntos ganharam o nome de *Mercado Cultural Latinoamericano*, que aconteceu entre 9 e 12 de dezembro de 1999. Esse momento consolidou o que chamo de “momento do reconhecimento” para o Instituto Cultural Casa Via Magia, à medida que foi um evento que conferiu visibilidade considerável à instituição e teve um caráter mobilizador para a cidade. Cabe aqui descrever um pouco do que foi essa configuração...

O *Bahia World Jazz Festival* foi fruto de uma parceria entre a Casa Via Magia, o *International Centre for African Music and Dance* (Centro Internacional de Música e Dança Africanas)¹⁹ e a Universidade de Pittsburgh, a partir de um modelo no qual, além dos shows musicais, foram organizadas palestras e *workshops* com os artistas, dentre os quais estavam Hermeto Pascoal, o grupo *All Star Jazz* (*big band* americana que tem entre os seus componentes o músico Nathan Davis) e o grupo Garagem.

A FALA foi montada como um:

[...] espaço para a apresentação e interação de idéias e produtos culturais. [...] concebida como um fórum e uma oportunidade para *networking* entre artistas, representantes, produtores, diretores de festivais, donos de galerias, promotores culturais e diretores nacionais e internacionais de centros culturais. (CASA VIA MAGIA, 1999, p. 10).

Entre os expositores estavam associações culturais e comunitárias, cooperativas de intercâmbio cultural, centros de pesquisa em cultura, ONGs, institutos e unidades universitárias de diferentes países, grupos artísticos, redes de cultura e órgãos governamentais, dentre outros²⁰. Essa “junção” de diferentes instâncias da sociedade tinha como objetivo estabelecer um ambiente de troca e o oferecimento de oportunidades. A idéia era colocar as pessoas juntas, circulando, e fazer com que entrassem em contato, funcionando como um vetor para o estabelecimento de parcerias futuras. Além disso, a feira também cumpria seu sentido literal colocando produtos à venda, que variavam entre roupas, *souvenirs*, instrumentos, álbuns musicais etc.

¹⁸ Que era dentro do projeto *Celebração da Herança Africana*, mas acontecia, pela primeira vez, integrando o *Mercado Cultural*.

¹⁹ Um centro de pesquisa vinculado à Universidade de Gana.

²⁰ Estavam entre os expositores: Associação Cultural Cláudio Santoro (Brasília), Centro de Estudos Afro-Orientais (Bahia), Conselho Britânico, Grupo Dynamo Théâtre (Canadá), Encontro Nacional de Gravadoras, Artistas e Produtores Independentes, Festival de Inverno de Campina Grande, IBERARTE (Espanha), Festival de Teatro de Menizales (Colômbia), Didara – Goya Lopes (Bahia), Fundação Cultural do Estado da Bahia, Ministério da Cultura da Colômbia e muitas outras instituições que compunham um total de 26 expositores locais, 11 nacionais e 16 internacionais.

Colocado como projeto integrante da *Celebração da Herança Africana* o “Festival de Cinema Pan-Africano” chegou até o *Mercado Cultural* como desdobramento do “Festival de Filmes Africanos de Nova York”, um projeto criado em 1993 a partir da parceria entre diversas instâncias sociais norte-americanas, dentre universidades, fundações e museus, no intuito de “introduzir o cinema africano para públicos americanos, desenvolvendo um mercado crescente para este cinema e também abrindo um diálogo para artistas e profissionais de mídia nos dois continentes”. O projeto foi criado na intenção de mostrar imagens de uma África pós-colonial, nas quais estavam retratadas, a partir do olhar de cineastas africanos, “críticas previamente reprimidas ao colonialismo, corrupções na pós-independência, crônicas de costumes tribais e visões da sociedade contemporânea” (CASA VIA MAGIA, 1999, p. 63).

Partindo de uma perspectiva semelhante, o *Festival Pan-Africano* teve a sua programação centrada na diáspora africana, através do discurso de que ela “tem influenciado na formação de culturas híbridas, novas identidades, contextos multiculturais e um conceito original de pós-modernidade”, e, ainda, considerando que “o cinema é um meio ideal para a exploração das interligações dinâmicas entre cultura africana e ocidental” (CASA VIA MAGIA, 1999, p. 56).

Essa narrativa estava claramente ancorada nos pressupostos dos Estudos Culturais que emergiam com muita força trazendo análises sobre a situação pós-colonial de países africanos, asiáticos e da América Central. Entrava em sinergia, por exemplo, com o que Homi Bhabha descreveu como a idéia de um “novo internacionalismo”, que estaria determinando uma “meia-passagem” (*middle passage*) característica da cultura contemporânea, o que configurava não uma passagem “de transição e transcendência”, e sim “um processo de deslocamento e disjunção que não totaliza a experiência”, através da qual, cada vez mais, as identidades culturais de “nação” vinham sendo construídas a partir “da perspectivas de minorias destituídas” (1998, p. 25).

A significação mais ampla da condição pós-moderna reside na consciência de que os ‘limites’ epistemológicos daquelas idéias etnocêntricas são também as fronteiras enunciativas de uma gama de outras vozes e histórias dissonantes, até dissidentes – mulheres, colonizados, grupos minoritários, os portadores de sexualidades policiadas. Isto porque a demografia do novo internacionalismo é a história da migração pós-colonial, as narrativas da diáspora cultural e política, os grandes deslocamentos sociais de comunidades camponesas e aborígenes, as poéticas do exílio, a prosa austera dos refugiados políticos e econômicos. É nesse sentido que a fronteira se torna o lugar a partir do qual algo começa a se fazer presente [...]. (BHABHA, 1998, p. 24).

Com relação à “junção” de todos os festivais acima em um único evento, o que parecia permear todas essas atividades era a proposta que se voltava, de maneira incisiva, para o oferecimento de oportunidades àqueles que participavam do *Mercado Cultural*. A própria escolha do

nome sugeria essa proposta. Tratava-se de uma iniciativa que visava estabelecer um “mercado” para um determinado tipo de produção cultural, muito dentro de uma perspectiva que se instaurava relacionando diretamente cultura, desenvolvimento e o oferecimento de oportunidades.

O que estava colocado como um dos objetivos centrais desse primeiro *Mercado Cultural* era a necessidade de “criar o tempo necessário para refletirmos sobre as realidades sociais e as novas perspectivas culturais no mundo às vésperas do novo milênio” (CASA VIA MAGIA, 1999, p. 2). É interessante perceber que aí estava levantada uma questão que acompanhava uma discussão que vinha se travando a nível mundial sobre os efeitos da globalização para a cultura e, mais amplamente, para a sociedade como um todo. Essa “virada do milênio” veio acompanhada da difusão das novas tecnologias da comunicação e informação, mais especificamente da popularização da internet (que passou a ser amplamente difundida a partir do final da década de 90), gerando temores e divergências com relação aos seus efeitos para a organização social global e para as práticas culturais locais.

Ainda no texto contido no catálogo do evento, assinado por Ruy Cezar Silva, que descreve os objetivos do *Mercado Cultural*, há o trecho:

O crescente desenvolvimento tecnológico aponta possibilidades crescentes de intercomunicação entre as diversas regiões do mundo, ao mesmo tempo em que diversas formas do conhecimento, algumas milenares, são alijadas deste processo. Diversos conteúdos culturais ainda são ensinados oralmente. O que acontece com a tradição e a memória quando os sistemas de conhecimento incorporados entram nas realidades virtuais tecnológicas? É possível a manutenção de ambos os sistemas de conhecimento? A que custo? Comunicando como? (CASA VIA MAGIA, 1999, p. 2).

Essas perguntas, que soam como inquietações, estavam em consonância com preocupações que vigoravam naquele momento. Quais serão os efeitos das novas tecnologias para as nossas sociedades? E as práticas culturais locais, serão elas extintas por esse processo de *mundialização* da cultura que a internet não inaugura, mas potencializa? Será a internet um instrumento ainda mais poderoso do que os meios de comunicação de massa para a consolidação do poder hegemônico dos países de Primeiro Mundo?

Até menos de uma década atrás, as discussões acerca dos efeitos da globalização no que tange à questão da identidade cultural foram marcadas por uma dicotomia entre o “enrijecimento das identidades locais e a ameaça de pulverização total de toda e qualquer identidade” (ROLNIK, 1997, p. 23). De um lado, se colocavam os que reivindicavam as identidades das minorias (étnicas, religiosas, nacionais etc) e, do outro, a tendência pulverizante estabelecida pela cultura de massa, consumida como “prótese de identidades” (ROLNIK, 1997, p. 24).

Naquele momento, ainda não se sabia quais seriam os desdobramentos acarretados pela difusão das novas tecnologias (e, em boa medida, ainda estamos vivenciando e “digerindo” os seus efeitos). No entanto, o que pode ser verificado é que essas “inquietações” não perduraram no discurso que consubstanciava o evento em suas edições subseqüentes. De fato, a construção da “identidade” do *Mercado Cultural* acabou incorporando o universo das novas tecnologias de maneira que poderia ser lida, inclusive, como contrária a essas primeiras preocupações que envolviam a sua chegada, o que podemos observar a partir do discurso de Ruy Cezar, oito anos após a realização do primeiro *Mercado Cultural*, quando ele afirma que “[...] não poderíamos fazer o *Mercado Cultural* sem a internet. O *Mercado Cultural*, ele só se possibilitou em 1999 a partir do surgimento da internet e da apropriação das redes pelos sistemas informatizados a partir de 95 e 96” (SILVA, 2007).

É importante contextualizar o momento do surgimento do *Mercado Cultural* para entendermos melhor como se deu essa passagem para os “tempos da tecnologia digital”, que envolve não somente a Via Magia, mas a própria estruturação das redes que, até então, atuavam de maneira bastante artesanal, baseadas no sistema de comunicação via cartas, telefone, ou fax, e que foram reconfigurando as suas formas de conexão e construindo novos “laços” a partir da internet. Portanto, antes de dar continuidade à trajetória do *Mercado Cultural* (como uma “história” de muita representatividade para a Casa Via Magia), e ainda como complemento a esta trajetória, vale dedicar alguns parágrafos à contextualização das dinâmicas incutidas em nossa sociedade pelo processo de globalização aliado às novas tecnologias e do papel da cultura nesse processo, analisados na seção que segue.

2.2 FLUXOS, CONTRADIÇÕES E PARADIGMAS: ALGUMAS QUESTÕES PARA ENTENDER AS DINÂMICAS CULTURAIS NA CONTEMPORANEIDADE

2.2.1 UM PROCESSO HISTORICAMENTE CONSTRUÍDO

Atenho-me, aqui, a alguns fatores que delinearão um cenário particular na virada do milênio e que “alavancaram” as discussões em torno das dinâmicas culturais, dando a essas uma centralidade nos discursos e iniciativas envolvendo o termo “desenvolvimento social”. Esses se constituem como fatores pertinentes ao entendimento da maneira pela qual a Casa Via Magia se colocou, enquanto uma instituição cultural, e acabou assumindo uma posição estratégica nas articulações que relacionam educação, arte e cultura...

Até fins do século XX, o desmantelamento dos antigos impérios fundados a partir da colonização européia fez surgir uma série de Estados-nação multiculturais e multiétnicos,

economicamente frágeis e voltados à referência colonizadora (contestada e, ao mesmo tempo, formadora de seus valores cívicos) em detrimento da valorização das culturas nativas, ao que se somou a desigualdade social dentro de uma ordem econômica neoliberal, gerando um contexto propício à difusão de “crises sociais” que vieram a assumir um caráter multicultural. (HALL, 2003).

Cada vez mais vinha sendo colocada em pauta a questão da diversidade cultural, da articulação – não raramente conflituosa – de diferenças entre culturas e dos processos definidos por Canclini como hibridações culturais, processos “de interseção e transações”, que tornavam possíveis a criação de políticas não-segregacionistas e serviam “para trabalhar democraticamente com as divergências” entre culturas (2003a, p. XXVII).

Problemas de dependência, subdesenvolvimento ou marginalização, típicos do “alto” período colonial e que persistiam no pós-colonial tinham, com efeito, suas relações “resumidas em uma nova configuração”, na qual se verificava uma transferência do poder imperial para um contexto social globalizado, desigual estruturalmente e desregulamentado, tendo as suas regras “ditadas” pelos países de Primeiro Mundo. (HALL, 2003, p. 56).

Neste contexto, o campo (se é que podemos assim defini-lo) dos Estudos Culturais passou a ganhar força, trazendo à tona uma série de questionamentos e relativizações em relação às narrativas hegemônicas e eurocêntricas sobre identidade nacional que até então vigoravam como discurso e propondo uma nova “mirada” para esse novo contexto mundial que se instaurava, mais particularmente, para as suas articulações e deslocamentos no campo da cultura. A questão colocada essencialmente era: o que representa mesmo essa nova configuração do espaço geopolítico, em suas desconstruções e reconfigurações e enquanto realidade local e transnacional? (BHABHA, 1998, p. 25).

Não há dúvidas de que o processo de globalização fez surgir uma lógica de mercado desenfreada, criando um capital global associado à difusão de indústrias culturais impulsionadas pelas tecnologias da informação e, ainda, relacionadas ao surgimento de uma economia do conhecimento, que deu valor monetário à informação (MORIN, 2004).

Mas, seriam assim tão deterministas e unilaterais as suas conseqüências para as nossas formas de organização social? Seria essa “nova configuração” mundial apenas mais uma “arma” de dominação para os países hegemônicos?

2.2.2 ABRINDO HORIZONTES: UM SENTIDO MAIS AMPLO PARA A GLOBALIZAÇÃO (E A CULTURA)

A dinâmica que simultaneamente produz a mundialização da cultura, para utilizar o termo reivindicado por Renato Ortiz (1994), e o pensamento de múltiplas culturas locais, como enfatiza Mike Featherstone (1997), introduz e dá sentido ao debate da diversidade contemporânea das fontes identitárias, não mais circunscritas às modernas identidades de nação e de classe social (Hall, 1997). A pluralidade de

possibilidades de identidades, característica do contemporâneo, cria um turbilhão de potencialidades com a inauguração de inéditos e inesperados textos culturais. Daí a persistente idéia de um multiculturalismo (Semprini, 1999) como signo e horizonte do presente (RUBIM, 2001, p. 4).

Talvez, desde que Freud usou a expressão “mal-estar na cultura” (1973), a idéia de crise como noção de algo que está fora de controle, como “perturbação, instabilidade e ponto limite” (ARFUCH, 2003, p. 1), tem vindo diretamente associada ao universo dos hábitos, costumes, saberes, crenças, valores e subjetividades, nos diversos contextos sociais, isto é, compondo essa complexa trama que entendemos por “cultura”. Nesse sentido, quando falamos em “crise” social, estamos colocando a cultura como fator determinante no processo de estruturação das formas de poder na sociedade.

Mas o que passou a representar o processo de globalização e o surgimento das novas tecnologias para o campo da cultura, afinal? Podemos considerar, primeiramente, que o processo de globalização, que não está dissociado do campo cultural, trouxe consigo um paradoxo engendrado em suas bases: ao mesmo tempo em que veio estimulando uma mundialização tecnoeconômica, abriu “brechas” para uma vulnerabilidade que cria raízes nas seqüelas dos colonialismos, das escravidões e das conseqüentes desigualdades, deixando “espaços vazios” abertos a propostas alternativas para driblar a lógica da hegemonia.

Após pouco mais de uma década de difusão das novas tecnologias num contexto “mundializado”, o que está em jogo, hoje, é não mais conceber o processo de globalização apenas dentro da perspectiva da homogeneização, como ainda acreditavam muitos autores ao final da década de 90, mas entender a globalização enquanto uma internacionalização do cotidiano, analisando a tensão que se estabelece entre esse processo de homogeneização e a possibilidade de transgredi-lo. Trata-se de evocar a noção de diversidade, ao mesmo tempo, como um movimento de potencialização da diferença e de exposição constante das práticas, costumes e valores de uma sociedade para as outras, concebendo que essa exposição pressupõe conflitos.

As grandes cidades passaram a ser um caleidoscópio de padrões, raças, valores culturais, línguas e religiões, assumindo características de muitos lugares. Paralelamente a esse processo, inaugura-se o surgimento do que se pode chamar de cidadania mundial, o que consiste, basicamente, em uma mobilidade de fronteiras no campo da política e dos direitos humanos. Trata-se da idéia de uma esfera pública internacional, que estabelece um “senso” mundializado envolvendo, sem dúvida, conflitos e tensões inevitáveis e constantes, mas que vem acompanhada de possibilidades de se propor alternativas de fortalecimento para contextos sociais menos favorecidos.

Todo esse processo, que se desencadeou muito impulsionado pelo surgimento das novas tecnologias da comunicação e informação, vem marcando o ritmo de mudanças na estrutura social como um todo e firmam um paradoxo na discussão sobre territorialidade, colocada, por um lado, na idéia que remete à fragmentação produzida pela “deslocalização” que a globalização provoca e, por outro, na idéia do local como algo que resiste e complementa ao mesmo tempo o processo de internacionalização.

Através do surgimento das novas tecnologias, que têm como seu resultado maior a internet, temos aqui instalada uma dicotomia que confronta a possibilidade de novos campos da experiência *versus* o aprofundamento da divisão e exclusão social. Isso porque os efeitos dos meios de comunicação não podem ser entendidos à margem da heterogeneidade, da mestiçagem e das descontinuidades culturais. As modificações se dão no plano dos modos de estar junto e tecer laços, de configurar identidades e estabelecer discursos.

A comunicação midiática aparece, portanto, como parte das desterritorializações e relocações que acarretam as migrações sociais e as fragmentações culturais da vida urbana; do campo de tensões entre tradição e inovação, entre a grande arte e as culturas do povo; do espaço em que se redefine o alcance do *público* e o sentido da democracia. (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 64).

E como caracterizar as dinâmicas que envolvem o campo cultural nesse processo? A cultura consiste, essencialmente, em processos de comunicação e, em todas as sociedades, o homem tem existido e atuado por meio de um ambiente simbólico. É através da cultura que se estabelece a formação de processos identitários, de reconhecimento da alteridade, de exposição e convivência. Nesse sentido, interessa-me aqui abordar alguns aspectos que funcionam como pontos de partida para entendermos as dinâmicas culturais no que veio a ser chamado de “nova configuração/ordem mundial”, ou “novo internacionalismo”, ou qualquer outro termo utilizado para expressar o nosso convívio na contemporaneidade.

2.2.3 A TERRITORIALIDADE E O PROCESSO DE CONSTRUÇÕES IDENTITÁRIAS

Uma das questões que podemos abordar inicialmente é a que se refere à idéia de “territorialidade”. É possível tirarmos do nosso cotidiano a perspectiva do local, do nosso lugar? Podemos “ancorar” no mundo, desprovidos de referências do território onde desenrolamos a corporeidade de nossas vidas cotidianas e a temporalidade da nossa ação coletiva? O local é o ponto de partida para a configuração de uma sociedade contemporânea sob o ponto de vista cultural. Não se

pode pensar em cultura-mundo como se fosse algo para além da esfera do local, do cotidiano humano. É a articulação dos locais que confere a noção de diversidade, a partir do contato e convivência de diferenças, do jogo constante de embates e hibridações culturais.

Até pouco tempo atrás a diversidade foi pensada como uma heterogeneidade radical entre culturas, cada uma enraizada em um território específico, dotadas de um centro e de fronteiras nítidas. Qualquer relação com outra cultura se dava como estranha/estrangeira e contaminante, perturbação e ameaça, em si mesma, para a identidade própria. (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 60).

Mais do que no plano das leis e do direito, o reconhecimento das diferenças culturais tradicionais se dá, primeiramente, no cotidiano dos indivíduos. É evidente que os avanços no processo de globalização, através do desenvolvimento das novas tecnologias, permitiram um maior acesso aos diferentes bens culturais, de diferentes locais, mas a articulação entre as diferenças culturais, as tensões que envolvem o contato do “eu” com o “outro” não foi inaugurada com a difusão das novas tecnologias. Passamos, através da história, por formas culturalmente mais homogêneas, em seguida, para outras mais heterogêneas e daí para outras mais homogêneas, novamente, e assim por diante. Isso caracteriza o que Canclini (2003a) define como “ciclos de hibridação” e, nesse processo, a hibridação não é a fusão de culturas totalmente puras ou homogêneas, mas o momento de interstício, quando, a partir do encontro, alguma coisa se transforma e uma nova surge.

Nesse sentido, autores como Canclini, Homi Bhabha e Stuart Hall, ao definirem as hibridações culturais e caracterizarem as sociedades multiculturais, ajudaram a desconstruir os discursos essencialistas e puristas sobre identidade, autenticidade e pureza cultural. A idéia de identidade cultural consiste, essencialmente, em uma construção narrativa. Não admitir que essas construções envolvem mobilidade, não perceber o jogo constante de tensões e oscilações engendradas na formação das políticas identitárias, significa não assumir uma característica inerente à condição cultural que é a de ser dinâmica. A própria idéia de tradição é “inventada”, a partir da seleção, inscrição, descrição, popularização e institucionalização de elementos dentre um vasto cabedal de conhecimentos possíveis que nem sempre correspondem ao que marca uma memória popular. (HOBSBAWN; RANGER, 1999). Como afirma Jesús Martín-Barbero,

[...] as culturas vivem enquanto se comunicam umas com as outras e esse comunicar-se comporta um denso e arriscado intercâmbio de símbolos e sentidos. Diante do discurso que vê as culturas tradicionais apenas como algo a ser conservado, cuja autenticidade se encontraria somente no passado e para o qual qualquer intercâmbio aparece apenas como contaminação, é em nome daquilo que em tais culturas tem direito ao futuro que se faz necessário afirmar: *não é possível*

ser fiel à cultura sem transformá-la, sem assumir os conflitos que toda comunicação profunda envolve. (2004, p. 68).

A cultura se configurou na contemporaneidade como o cenário onde se articulam as lutas de poder. Por isso, não podemos permanecer alheios à construção consciente de um novo discurso que envolve a cultura como um espaço crucial para a ação dos setores periféricos ou deixados à margem da ordem global. África, América Latina e América Central contribuem para a pluralidade cultural mundial, permeiam as metrópoles, através de seus processos migratórios internos e externos, propondo-lhes novos paradigmas multiculturais e novas heterogeneidades no coração das cidades/estados, além de configurar processos de hibridação, novos sincretismos e novos significados para o olhar ocidental.

Talvez esse tenha sido o sentido que não fez prolongar as especulações tão “mal-vistas” acerca do processo de globalização na contemporaneidade e das suas possibilidades de aniquilação das culturas tradicionais/locais. Esses processos não se constituem, necessariamente, como ameaça, na medida em que o encontro entre os diferentes, essa “ponte que permite a passagem” e caracteriza os entre-lugares é historicamente inevitável e não significa a anulação da perspectiva do local. “Em suma, a globalização instalou a infra-estrutura de uma sociedade-mundo que ela mesma é incapaz de instaurar. Temos o alicerce, mas não o edifício, temos o hardware, mas não o software” (MORIN, 2004, p. 355).

2.2.4 PARADIGMAS CONTEMPORÂNEOS: OS “PARES BIPOLARES” DA CULTURA

Tomo, aqui, emprestada uma definição do autor Albino Rubim que se refere aos dilemas para entender a cultura em uma conjuntura contemporânea. São paradigmas que se apresentam ao campo cultural e que o autor classifica como “pares bipolares marcadamente impregnados de contemporaneidade” (2001, p. 13).

O primeiro par corresponde à relação *Global-Local*. O autor se vale do termo *glocalidade* para afirmar que a cultura não pode ser entendida nem como purismo nem como intencionalismo, mas é fruto da interação, do intercâmbio, do diálogo. A articulação, na contemporaneidade, de um contexto global com os seus cotidianos em âmbitos locais é, em grande medida, inevitável, mas, como já foi descrito anteriormente, não representa em si uma ameaça. Em contrapartida, não podemos pensar a cultura como algo estático.

A idéia do isolamento, ou da cópia, sem intercâmbio de sentidos, sempre violenta a cultura, pois aniquila o lastro vital que a anima: a diversidade é que torna possível,

através da interação, crítica e complementar, o surgimento de novas dinâmicas de sentido, de novos dispositivos culturais (RUBIM, 2001, p. 13).

Essa relação evidencia uma outra que se firma no paradigma do *Uno-Diverso*, através do qual se relacionam identidade e pluralidade. É possível concebermos as expressões culturais sem traços identitários dos seus sujeitos criadores, “transindividuais”? Só podemos falar em “pluralidade cultural” compondo-a com as diversas identidades que a constituem, sendo essas identidades, também, plurais, visto que construídas a partir da conjunção de práticas, valores, saberes e crenças que não são “puras”, mas híbridas. Nesse sentido, o *uno* e o *diverso* devem ser concebidos enquanto co-existentes, ou seja, um só existe enquanto articulado ao outro.

Como o terceiro “par”, temos a relação *tradição-inovação*. A contemporaneidade já parece ter “cristalizado” a idéia de que para inovar não é possível abandonar aquilo que se constitui, na cultura, como o tradicional. Inovação não corresponde ao “essencialmente novo”, como assim foi concebida a idéia de vanguarda na modernidade. Isso porque o que se faz “novidade” o faz em relação a algo pré-existente. Portanto, o novo não é possível desarticulado das referências prévias que o constituem, que se ancoram no que já foi produzido, no que já está socialmente “inventado” como tradição. Se a idéia moderna de vanguarda colocava como antagônicos esses dois conceitos, na contemporaneidade eles vêm agregados.

Como o quarto “par bipolar”, o autor ressalta a relação *dirigismo-espontaneísmo*, no sentido de que, se não podemos falar em cultura totalmente espontânea, por um lado, por outro, devemos ter cuidado com um determinado tipo de cultura dirigida que fundamenta bases de dominações hegemônicas. Em alguma medida, a cultura é sempre dirigida a uma proposta, a uma determinada comunidade ou, mais amplamente, a um “espaço de sentidos” que a configura. No entanto, dirigismo não pressupõe hegemonia.

2.2.5 A CULTURA COMO DIMENSÃO ESTRATÉGICA

Hoje economia e cultura se aliam em uma poderosa, mas também perigosa sintonia. (RUBIM, A; RUBIM, I; PITOMBO, 2006, p. 7).

Considerando as questões acima levantadas, abordo, aqui, uma última dimensão para contextualizar as dinâmicas culturais neste trabalho, que é a centralidade da cultura nos discursos envolvendo desenvolvimento social (certa de que as abordagens possíveis não se esgotam aí), tomando como referência a perspectiva apontada por Túlio Hernández, em seu ensaio denominado “*La cultura como dimensión estratégica*” (2005), uma das publicações anexadas ao material dos

participantes do *IV Campus Euroamericano de Cooperação Cultural*, que aconteceu em Salvador, em setembro de 2005. Centro-me na abordagem proposta por esse autor por achá-la pertinente enquanto reflexão que coloca, por um lado, a importância da cultura como elemento estratégico para se pensar qualquer tipo de política pública em nossas sociedades e, por outro, os perigos que a apropriação da questão cultural por discursos economicistas pode oferecer, subvalorizando a importância das dinâmicas culturais para as formas de organização social e colocando-as “à mercê” da economia.

De acordo com o autor, a chegada do século XXI trouxe consigo a percepção de como a cultura se tornou referência determinante dos “discursos, narrativas, instituições, conceitos e projetos políticos e intelectuais associados ao desenvolvimento humano em qualquer de suas acepções [...]”²¹ (HERNÁNDEZ, 2005, p. 1, tradução nossa), o que significa que o campo cultural passou a assumir o papel de protagonista nas investidas direcionadas à melhoria das condições sociais de uma maneira geral e num contexto global. Desta forma, ele propõe avaliar a cultura a partir de quatro pontos de vista: primeiro se valendo da idéia de cultura presente nas teorias do desenvolvimento, o que envolve as noções de capital social e desenvolvimento humano; segundo, a partir do novo ordenamento econômico global, especialmente analisando as relações entre cultura e economia e as maneiras como um campo passou a permear o outro; terceiro a partir das noções de igualdade, direitos sociais e liberdade, especificamente no que foi definido como “necessidade de reconhecimento” (HERNÁNDEZ, 2005, p. 4) e, por fim, pela redefinição dos modos de convivência que o processo de globalização instaurou em nossas sociedades. Estas dimensões refletem o enfoque do trabalho do autor, que é baseado...

[...] na idéia de que a cultura adquiriu uma ‘nova centralidade’, à qual as suas funções e presença dentro da vida social se referem, e que essa nova condição está incidindo, ou deveria incidir, de maneira profunda e decisiva, nos modos de conceber e aplicar as políticas culturais, sendo essas realizadas desde os governos centrais até dimensões mais específicas dos governos locais ou nos novos cenários supranacionais gerados pela globalização – novos blocos e alianças geopolíticas ou de livre comércio – e pela intervenção dos organismos internacionais ou multilaterais.²² (HERNÁNDEZ, 2005, p. 2, tradução nossa).

Essa “expansão” da visão com relação à importância da cultura foi resultante, na análise aqui ressaltada, de dois processos complementares. Em primeiro lugar, a partir do surgimento de

²¹ Tradução livre realizada do original: “[...] discursos, narrativas, instituciones, conceptos y proyectos políticos e intelectuales asociados al desarrollo humano en cualquiera de sus acepciones [...]”.

²² No original: “la idea de que la cultura ha adquirido una ‘nueva centralidad’ en lo que a sus funciones y presencia dentro de la vida social se refiere y que esa nueva condición está incidiendo, o debería incidir, de manera profunda y decisiva, en los modos de concebir y aplicar políticas culturales, ya sean éstas hechas desde los gobiernos centrales, ya en las dimensiones más específicas de los gobiernos locales o en los nuevos escenarios supranacionales generados por la globalización –nuevos ‘bloques’ y ‘alianzas’ geopolíticas o de libre comercio –, y por la intervención de los organismos internacionales o multilaterales.”

novas idéias no campo da política, trazendo novos paradigmas explicativos das Ciências Sociais e incutindo novas propostas sociais emergentes no cenário internacional. O outro processo está relacionado às grandes transformações sociopolíticas e econômicas ocorridas em fins do século XX, que produziram intensas modificações na trama que envolve tecnologias, economia e valor simbólico, tirando o “legado estável da modernidade” (HERNÁNDEZ, 2005, p. 3).

Apesar de todas as quatro dimensões apontadas pelo autor serem pertinentes e, em grande medida, complementares para compreendermos a representatividade dessa “centralidade” da cultura no século XXI, me atendo aqui, especialmente, à primeira instância, relacionada à introdução da cultura como temática central nas teorias do desenvolvimento, por ser essa uma questão que interessa, particularmente, às questões aqui abordadas. Muito se tem falado, na última década, a respeito da importância da cultura como fator de desenvolvimento social (este trabalho, inclusive, é dentro da linha denominada Cultura e Desenvolvimento), mas, dentro do universo de estudos/iniciativas que tomam esse aspecto como pressuposto, é possível verificar que existe uma polissemia de significados que se apropriam da cultura e, não raramente, acabam reduzindo a sua importância e dimensão, por colocarem-na subjugada a discursos economicistas.

A análise de Hernández é, nesse ponto, significativa, por ser uma abordagem que se aproxima da noção de “centralidade” que tento dar à cultura em suas dinâmicas aqui contextualizadas. O autor ressalta que não se trata de conceber a cultura como parte do desenvolvimento social, e sim de se entender que, ao contrário, o desenvolvimento depende da dimensão cultural. Os valores culturais em uma sociedade são indicadores importantes para se pensar e analisar o seu tipo de desenvolvimento político, social, econômico e individual, e não o inverso.

Deve-se, por isso, ter o cuidado de não tomar a dimensão cultural como um “antídoto culposo”, ou um “aditivo cosmético”, ou como a mera compreensão do discurso economicista (HERNÁNDEZ, 2005, p. 5). Para tanto, é necessário esclarecer com qual conceito de desenvolvimento se está trabalhando e, ainda, a partir de quais paradigmas se pensa e se concebe a relação entre cultura e desenvolvimento. Esse cuidado é importante porque, se a cultura é pensada apenas como complemento, ela se transforma em mero mecanismo de humanização do desenvolvimento (MARTÍN-BARBERO, 1999 apud HERNÁNDEZ, 2005, p. 6).

Na formulação defendida pelo autor – que toma como base as discussões ocorridas durante o *Fórum sobre Desenvolvimento e Cultura*, realizado em Paris, no ano de 1999 –, o desenvolvimento não é um termo da economia, mas deve ser entendido de maneira mais ampla e complexa, como um processo de ampliação das opções humanas, a partir da valorização dos cotidianos dos povos, em cada sociedade, na intenção de fortalecer suas habilidades e oportunidades

(HERNÁNDEZ, 2005, p. 6). Apenas sendo o termo concebido dessa maneira é que as ações que visam alcançá-lo podem vir a exercitar o respeito à diversidade cultural e às diferenças humanas.

Dessa maneira se produz um primeiro grande intento por romper com a visão linear e ascensional do crescimento econômico que havia dominado praticamente todas as teorias tradicionais do desenvolvimento. Nessas se supunha – e isso vale, inclusive, para o marxismo em suas mais diversas vertentes – que todas as sociedades deveriam atravessar mais ou menos as mesmas etapas até alcançar o modelo ‘exitoso’ de desenvolvimento, definido por um modelo, também ‘exitoso’, de sociedade e de cultura constituído pelos países desenvolvidos do Ocidente.²³ (HERNÁNDEZ, 2005, p. 7, tradução nossa).

O autor ressalta que tem ocorrido, nesses últimos anos, uma convergência entre uma vertente das Ciências Sociais, que traz a cultura como dimensão fundamental de qualquer realidade social, e os estudiosos do desenvolvimento humano, que colocaram em evidência os fracassos dos modelos desenvolvimentistas pautados exclusivamente na economia, modelos que se baseiam em uma análise meramente racional, universal e quantitativa, sem levar em conta o subjetivo, os valores culturais e a sua diversidade, inerentes à condição humana. (HERNÁNDEZ, 2005, p. 7).

Portanto, o lugar por onde “caminham” as dinâmicas culturais atualmente, ou seja, a sua relação com as políticas desenvolvimentistas e a “centralidade” que a cultura ganhou nesse cenário – aspectos que passaram a ser evidenciados após a década de 80, com as noções de hibridação cultural (Canclini), de multitemporalidade (Martín-Barbero) e as propostas multiculturalistas e pluriculturalistas – se constituíram como passos dados no sentido do reconhecimento da diversidade não como diferença, mas como interstício, que tenta deixar de lado os preconceitos e estabelece um diálogo a partir do respeito mútuo, vindo a direcionar muitas das iniciativas que vieram no final da década de 90 e continuam em evidência ainda hoje. Dentre elas estão a criação das redes culturais, a realização de Festivais que integram vários aspectos do “pensar” e “fazer” culturais – como o *Mercado Cultural* – e, ainda, a criação de Fóruns destinados a discutir a relação entre cultura e desenvolvimento, que têm como um dos seus exemplos significativos o *Fórum Cultural Mundial*.

De fato, se não podemos afirmar que a centralidade da cultura, tal como a definimos aqui, é uma concepção compartilhada de maneira unânime pelas instâncias sociais que dialogam com o campo cultural – e é difícil pensar em alguma que não o faça –, sem dúvida, essa noção vem ressoando nas iniciativas culturais que se desenvolvem partindo dos valores culturais como indicadores

²³ No original: “De esta manera se produce un primer gran intento por romper con la visión lineal y ascensional del crecimiento económico que había dominado en prácticamente todas las teorías tradicionales del desarrollo. En aquellas visiones, se suponía –y esto vale incluso para el marxismo en sus más diversas vertientes– que todas las sociedades debían atravesar más o menos las mismas etapas hasta alcanzar el modelo ‘exitoso’ de desarrollo, definido por un modelo, también ‘exitoso’, de sociedad y de cultura constituído por los países desarrollados de Occidente.”

para se efetuar diagnósticos sociais e conseqüentemente para se pensar estratégias focadas em ações de desenvolvimento para as sociedades. Ainda que existam diversas abordagens possíveis para se pensar essa centralidade, é inegável que o papel desenrolado pelas dinâmicas culturais na contemporaneidade é algo que não pode ser ignorado pelos setores sociais, tornando os conceitos de sociedade e cultura tão intrinsecamente ligados que não podemos mais conceber um sem o outro.

3

**ROTAS DE ARTICULAÇÃO ENTRE O LOCAL E O TRANSNACIONAL
O MERCADO CULTURAL E OS SEUS DESDOBRAMENTOS**

“Essa passagem intersticial entre identificações fixas abre a possibilidade de um hibridismo cultural que acolhe a diferença sem uma hierarquia suposta ou imposta [...]”. (BHABHA, 1998, p. 22).

3.1 NA ROTA DE UM “NOVO MERCADO” PARA A CULTURA: TROCAS ENTRE “SABERES” E “FAZERES”

Apesar desta palavra, *Mercado*, soar como se alguém estivesse vendendo alguma coisa, ela é exatamente a moeda da informação. O *Mercado* é no sentido de troca e eu acho que o que circula no *Mercado* é até uma forma de sustentar a circulação de projetos, de idéias, de experiências. (MARACAJÁ, 2005).²⁴

A fala da promotora cultural e arte-educadora é, aqui, citada em uma tentativa de começar este capítulo traduzindo o sentido do nome *Mercado Cultural*. O que podemos identificar como representativo nessa analogia do evento com uma idéia de mercado para a cultura? No trecho acima destacado, a alusão ao fato de que se pode estar vendendo algo no *Mercado Cultural* soa como um incômodo. Eu me pergunto se não é, exatamente, a proximidade com essa possibilidade de vender alguma coisa que fez do *Mercado* um evento que cresceu... Tudo leva a crer que a utilização da expressão como título do evento não foi em vão. Mais do que propor o intercâmbio entre expressões artísticas contemporâneas, articulando diferenças culturais e colocando em evidência a importância dos hibridismos em nossas sociedades, a idéia do *Mercado Cultural* se desenvolveu centrada muito no desejo de estabelecer um novo parâmetro para se pensar as relações entre arte e oportunidades de

²⁴ Trecho de entrevista realizada com Eneida Maracajá, em 9 de dezembro de 2005.

negócios na cultura, na perspectiva de estabelecer um “mercado” para as produções artísticas independentes, propondo formas alternativas de “saberes” e “fazer” como formas economicamente viáveis.

Os eventos pregressos realizados pela Casa Via Magia através da sua articulação com as redes de cultura – a exemplo do *Via Bahia Festival* e da *Celebração da Herança Africana* – foram convergindo para um lugar estratégico de visibilidade, pois passaram a oferecer um modelo de gestão cultural a partir da arte contemporânea que entrava em plena consonância com as reflexões que vigoravam no cenário internacional, acerca da centralidade da cultura e da sua relação com as teorias desenvolvimentistas e com o campo da economia. Muitos “olhares” haviam se voltado para as experiências que a Via Magia tinha desenvolvido até ali, não somente a nível local, mas a nível internacional, também, o que tinha como “vetor” a articulação que a Instituição mantinha com as redes de cultura. Isso, sem dúvida, configurou um momento de reconhecimento para a Instituição, despertando, por motivos já mencionados aqui, o interesse de organizações internacionais que trabalham com cooperação multilateral. O próprio movimento das redes vinha passando por um momento de explosão, pois a internet tinha facilitado o surgimento de novas associações dessa natureza e, ainda, a ampliação daquelas já existentes²⁵.

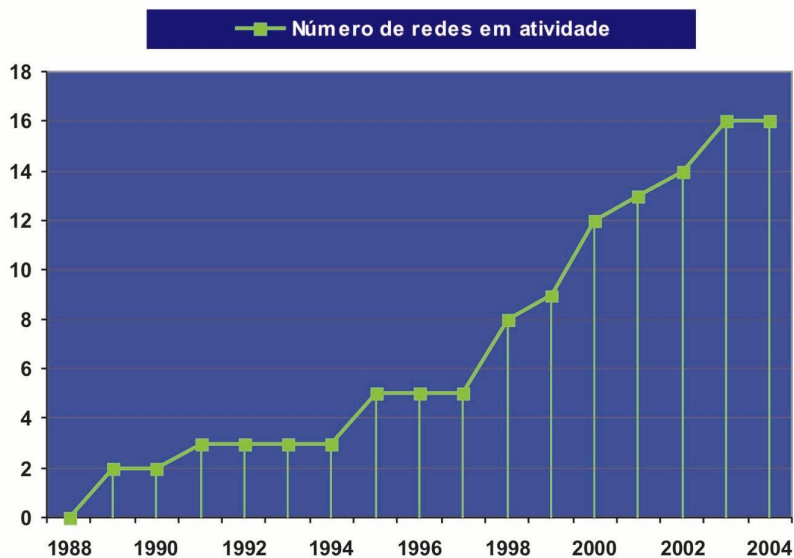


Gráfico 1 – Surgimento das redes de cultura – 1988 e 2004

Fonte: RUBIM, A.; PITOMBO, M.; RUBIM, I, 2005, p. 34.

²⁵ O Gráfico 1 (RUBIM, A; RUBIM I; PITOMBO, 2005, p. 38) demonstra o surgimento das redes de cultura entre os anos de 1988 e 2004. É fácil notar como a quantidade de redes em atividade, que se mantinha relativamente estável até 1997, cresce a partir desse ano, o que entra em confluência com a difusão da internet como recurso de comunicação que se deu a partir de meados da década de 90.

Portanto, fico muito inclinada a interpretar que o surgimento do *Mercado Cultural*, mais do que um acontecimento “quase ocasional”, como assim caracterizou Ruy Cezar, em entrevista²⁶, foi uma iniciativa ousada, que soube “tirar partido” do contexto favorável que se instaurava na época, propondo uma nova “moeda de troca” para a arte contemporânea e o “pensar cultural” e se voltando ao desejo de firmar, para a cultura, um “mercado” alternativo ao das grandes corporações.

3.1.1 A CASA VIA MAGIA COMO ANFITRIÃ

Considerando que o *Mercado Cultural* foi desenhado como um projeto que visava atender aos interesses do trabalho desenvolvido em redes, particularmente, às articulações que vinham sendo realizadas pela *La Red* no contexto latinoamericano, veio à minha investigação a necessidade de entender por que essa iniciativa foi desenvolvida em Salvador como um evento da Casa Via Magia e não em outros locais mais “centrais” e com maior visibilidade na América Latina, o que poderia render “melhores frutos” à rede... Tentei, então, elencar alguns motivos que ajudassem a contextualizar a posição da Via Magia nesse processo de articulação em redes.

Em primeiro lugar, o engajamento da Via Magia com o planejamento estratégico dentro das atividades da rede tinha conferido a essa instituição um poder de diálogo com as fundações internacionais que a colocaram em lugar de vantagem na aprovação de projetos e na captação de recursos. Isso fez com que a Via Magia alcançasse uma determinada capacidade de convocação dessas organizações, mobilizando-as a participar dos eventos em Salvador e conferindo, assim, visibilidade às atividades da instituição e, mais particularmente, ao trabalho de promoção cultural desenvolvido por Ruy Cezar.

A gente se especializou bastante nessa área, em dialogar com essas fundações e em dialogar em alto nível. E perceber a cultura da fundação e como colocar um projeto lá dentro. A Via Magia já estava num outro momento da sua história. Ela tinha saído de uma instituição artesanal e local para uma instituição internacional. Nesse momento a gente abriu um escritório e abriu uma conta nos Estados Unidos. Então a gente passou a ter um endereço norte-americano também, da Via Magia, com telefone, com fax e conta, o que facilitou a obtenção de recursos diretos lá fora. (SILVA, 2006).

²⁶ Em 9 de dezembro de 2006. O trecho é: “O Mercado Cultural foi um acontecimento quase que ocasional, porque ele veio de fora para dentro”.

Em segundo lugar, em decorrência dessa capacidade de convocar, a Via Magia foi se firmando como uma das “lideranças” da *La Red*²⁷, fazendo com que a instituição alcançasse um status de proposição dentro das decisões tomadas na rede, o que lhe conferiu um diferencial em relação a outros núcleos participantes. Esse foi, provavelmente, um dos motivos pelos quais Ruy Cezar, em nome da Via Magia, teve liberdade de propor à rede a realização do *Mercado Cultural* em Salvador e não em outros locais, como havia sido cogitado inicialmente, o que pode ser evidenciado no trecho em que ele fala: “[...] a proposta era fazer isso no México e, aos poucos, eu fui trazendo e convencendo as pessoas a fazer aqui. Era para ser no México porque é um país mais central para atrair os produtores da Europa e dos Estados Unidos” (SILVA, 2006).

O desenho do projeto do *Mercado Cultural* parecia querer colocar em evidência uma demanda para um tipo de produção cultural que ainda não tinha a devida atenção das instâncias da sociedade no contexto brasileiro e, principalmente, na realidade local. Um evento de sucesso nesse contexto representava muito para a articulação das redes e o *know-how* que a Via Magia já havia adquirido realizando projetos anteriores, associado à sistematização do conhecimento feita pela instituição a partir dessas experiências, “preparou o terreno” para que a Via Magia viesse a se tornar a “anfitriã” do *Mercado Cultural*.

Em terceiro lugar, ressalto aqui o fator referente à rápida expansão pela qual as redes vinham passando em decorrência do surgimento da internet. Se, por um lado, o trabalho associado a essas redes de cultura – e, particularmente, à *La Red*, no contexto da América Latina – tinha alcançado uma visibilidade considerável com o desenvolvimento das novas tecnologias da comunicação, por outro, a rápida expansão pela qual passaram em tão poucos anos gerou uma certa descentralização nas suas políticas de gestão que vinham sendo desenvolvidas antes da internet. No caso da *La Red* houve, a partir de 1995, a criação de muitas redes nacionais a ela vinculadas que acabou por “espalhar” as suas lideranças nas articulações de projetos mais localizadas, como foi o caso da Caribnet, Rede Brasil, Rede Chile e Rede Colômbia, dentre outras. Isso significava o aumento dos atores sociais envolvidos e o fortalecimento da articulação em redes como fator estratégico, mas representava, também, o deslocamento das atividades da *La Red* do contexto de um bloco continental (latinoamericano) para propósitos mais específicos de cada localidade.

Além disso, como se tratava de uma configuração muito recente, de menos de uma década, ainda não se sabia como lidar com uma expansão tão rápida, considerando que as redes começaram funcionando com grupos bem reduzidos, o que, provavelmente, gerou uma ressalva das fundações em financiarem um projeto diretamente vinculado à *La Red*. Apoiar o projeto de uma

²⁷ A questão da liderança nas redes corresponde a um aspecto importante em sua estrutura de funcionamento, ao qual me dedico mais atentamente adiante.

instituição, naquele momento, parecia mais palpável do que financiar um projeto da rede, onde estavam envolvidas muitas instituições, de muitas localidades diferentes²⁸. Nesse sentido, Ruy Cezar coloca que:

[...] esse contrato já não foi com as redes, foi direto com a Via Magia. Foi com a Fundação Ford e outras fundações. A Fundação Ford não queria repassar pelas redes. Aí, já havia uma certa crise de gestão, com muita gente e pouca possibilidade de manter... Os núcleos das redes cresciam e mantinham um conhecimento e memória mais facilmente do que a rede em si. Nesse sentido, a Ford, ela foi enfática de que ela não financiaria a rede, mas me pediu que desenhasse um projeto onde as redes estivessem envolvidas. (SILVA, 2006).

No entanto, o que pude observar dessa configuração da qual surgiu o *Mercado Cultural* é que, apesar de ser um projeto que ficou associado à Casa Via Magia, o evento nasceu de demandas externas, que vieram de “fora para dentro”. O projeto foi, de fato, pioneiro para o contexto da América Latina, mas não o era em uma conjuntura internacional. A *La Red* – e as redes a ela associadas que foram se formando –, nesse sentido, acabou acompanhando uma tendência que estava muito focada em um movimento que veio da Europa e Estados Unidos e que, portanto, não deixava de ter, de certa maneira, o olhar ocidental encaminhando os rumos tomados pelas “colônias”. Talvez nesse ponto dê para encaixar a expressão “quase ocasional” utilizada por Ruy Cezar quando ele se refere à criação do *Mercado Cultural*. Posso entender o ocasional, nesse contexto, como sendo aquilo que se instaurou a partir de demandas que “foram chegando” de fora, e não exatamente de demandas criadas internamente. Esse se constitui como um dado importante para analisar a mudança de foco nas duas últimas edições do *Mercado Cultural*. Antes, porém, quero contextualizar a consolidação do evento a partir das demandas que geraram a sua proposta inicial, de promoção e distribuição da arte independente.

3.1.2 A PROMOÇÃO E DISTRIBUIÇÃO CULTURAIS COMO PROPOSTA

Como já foi descrito no capítulo anterior, o primeiro *Mercado Cultural* juntou alguns dos projetos que já vinham sendo realizados pela Via Magia em associação com as redes e alinhavou-os dentro de uma proposta de projeção para um determinado tipo de produção artística que se fazia fora do contexto da grande mídia, no intuito de “abrir” um mercado de oferecimento de oportunidades aos seus criadores. Além disso, o evento estava, também, associado à necessidade de se gerar um espaço

²⁸ E esse parece ser um problema que as redes não conseguiram solucionar até hoje, quase uma década depois. É um impasse que parece, inclusive, ter se agravado de lá para cá. Sobre esse aspecto também me detenho nos capítulos que seguem.

para sistematizar e fazer circular informações e idéias acerca dessa abordagem para a cultura que se direcionava como uma alternativa aos formatos hegemônicos já estabelecidos. Isso veio a configurar um modelo para as edições subseqüentes do evento que se tornou referência em promoção e distribuição culturais, servindo como exemplo para muitas outras iniciativas realizadas posteriormente.

Esse modelo se alicerçou no desenho de um tripé, no qual foram contemplados três espaços do campo cultural: o “espaço de promoção”, o “espaço de reflexão” e o “espaço de circulação”, que se concretizaram na tríade “mostras artísticas – conferências/*workshops* – feira de artes”, respectivamente; tríade essa que foi estruturada para substituir, em proporções ampliadas, o modelo dos encontros realizados pelas redes, nos quais as expressões artísticas eram apresentadas na forma de material audiovisual editado por cada núcleo participante. Como as redes estavam crescendo rapidamente, tinha ficado difícil selecionar e editar todas as expressões catalogadas e o evento veio, em grande medida, para suprir essa demanda. Além disso, serviu, também, como o momento para abrigar os encontros oficiais anuais realizados pelas referidas redes de cultura, aos quais foram se adicionando encontros de outras organizações culturais, a exemplo do *Parlamento Latinoamericano para a Integração Cultural*, do Instituto Pensarte, e do *Encontro de Gravadoras Independentes Européias*, dentre outras. Estava aí proposto um ambiente para que se pudesse refletir acerca das dinâmicas da cultura e dos rumos e perspectivas a serem seguidos.

Por fim, o espaço da FALA vinha possibilitar o “momento de trocas”, a partir da circulação dos participantes do *Mercado* e do público em geral, já que era um espaço central, aberto e montado num local de grande movimentação, onde, também, havia uma programação artística. Isso veio a consolidar, para o evento, o sentido de um ambiente de “mercado”. “Mercado” sim, de consumo de bens (simbólicos e materiais) que se direcionavam a um determinado olhar que crescia e ganhava força no campo cultural. Nesse sentido, eu diria que a Feira veio a cumprir um papel importante dentro do evento, compondo-o como mais do que um festival de artes²⁹...

De fato, essa tríade serviu como um modelo irradiado para outras iniciativas a níveis local, nacional e internacional. Dentre as realizadas, podemos citar o *Souk Ukaz*, uma espécie de *Mercado Cultural* árabe, realizado entre 2001 e 2004, na Jordânia, e que teve a equipe do *Mercado Cultural* (Latinoamericano) como consultora. Uma outra iniciativa foi, ainda, o *Mercado Cultural Puerta de las Américas*, um encontro de artes cênicas realizado na cidade do México, em 2006, também como uma “extensão” do evento realizado pela Casa Via Magia. Além disso, vale ressaltar o *Fórum Cultural*

²⁹ Não é à toa que, antes chamada de Feira de Artes da Latino-América, ela foi renomeada, a partir do IV *Mercado Cultural*, para Feira de Artes e Oportunidades.

Mundial, criado para ser majoritariamente um “espaço de reflexão”, mas que teve, nas suas duas edições, em 2004 e 2006, essa mesma tríade como suporte³⁰.

Na terceira edição do *Mercado Cultural*, em 2001, houve um salto significativo na estruturação do evento, correspondente à entrada do *Strictly Mundial* como projeto associado. Trata-se de um dos projetos que integram o *European Forum of Worldwide Music Festivals* (EFWMF)³¹, que é dedicado a promover o intercâmbio de idéias e experiências da música pelo mundo, que veio como uma adaptação de um projeto anterior, o WOMEX (realizado também pela EFWMF em 1994), que tinha o objetivo de “divulgar informações para o público, para os organizadores profissionais, para a mídia e para os artistas” (CASA VIA MAGIA, 2001a, p. 14). Essa parceria, além de ampliar o “leque” de apresentações no *Mercado Cultural*, ampliou, também, os vínculos da Casa Via Magia com instituições internacionais³². Assim, vieram para essa edição do evento, vinte atrações internacionais, o que correspondeu a mais do dobro das apresentações em relação à edição anterior (oito atrações). Além disso, se, na segunda edição do evento, ele ainda poderia ser chamado de *Mercado Cultural “Latinoamericano”*, a entrada do *Strictly Mundial* veio a estabelecer essa iniciativa como um evento internacional, na medida em que trouxe, além de participantes da América Latina, artistas e produtores de quase todos os continentes.

Dessa trajetória dos *Mercados Culturais* e, principalmente, após a terceira edição, o evento foi ganhando status de “selo de qualidade” para os artistas e grupos participantes. Apresentar/expor no *Mercado* passou a significar ter um trabalho que “pode circular”, funcionando como uma espécie de “carta de recomendação” para outros festivais e eventos afins. Da mesma maneira, para os produtores/promotores culturais, o evento se tornou um “pólo de atração” para oportunidades de negócios. Isso fica explícito nas falas de boa parte dos entrevistados:

[...] eu venho assim para o *Mercado* e a minha mala volta cheia de CDs, de programas, de catálogos, de coisas que eu recebo. E desse material, sempre eu estou aproveitando coisas. O que já levei, desse *Mercado*, de contato, de informações, de idéias para Campina Grande, para a Paraíba, é imensurável. (MARACAJÁ, 2005).³³

Eu acho que o próprio nome *Mercado* ele já propicia essa troca, não só a troca de informação, mas propicia que o artista possa circular com seu trabalho. Eu recebo convites, me apresento aqui e tenho um monte de convites para ir a outras cidades, a outros países, para outros acontecimentos. E é uma via de mão dupla, porque eu também coordeno o festival de artes da minha cidade, e, por exemplo, no ano retrasado eu assisti ao espetáculo da Beth Goulart, *Dorotéia Minha*, e fiquei

³⁰ Dedico uma seção especial ao *Fórum Cultural Mundial*, mais adiante, por ser esse um acontecimento pertinente dentro das dinâmicas do *Mercado Cultural*.

³¹ Fórum Europeu para Festivais de Música do Mundo.

³² Veio a ser um dos fatores que levou à realização do *Souk Ukaz*, descrito acima.

³³ Entrevista com Eneida Maracajá, em 9 de dezembro de 2005

encantado com o espetáculo e no ano passado ela fez a abertura do meu festival. Então isso que o *Mercado* propicia é um diferencial muito grande. Aliás, o *Mercado* [...] tem dois diferenciais, eu acho. Um é o de trabalhar com o artista que não está inserido na indústria cultural e também essa coisa de trazer muitos promotores de cultura que passam a ser olheiros de bons trabalhos, o que possibilita essa circulação da arte, dessa arte que não está inserida dentro dessa indústria. Acho isso muito importante, acho fundamental. A coisa mais importante do *Mercado* é essa. (MARINHO, 2005).³⁴

Nesses depoimentos estão expressos os olhares tanto do artista quanto do promotor cultural que atua na perspectiva de cultura com a qual o *Mercado* dialoga. É interessante perceber como alguns elementos coincidem nessas falas, onde fica explícito o lugar do evento enquanto um encontro que oferece oportunidades; isso é o que se destaca como o seu "diferencial". A proposta de divulgação e promoção, a partir do desenho que visa possibilitar o encontro de manifestações culturais diversas e projetar no cenário nacional e internacional produções artísticas fora do circuito da grande mídia (artistas que desenvolvem suas criações de maneira "independente", sem estarem, em sua maioria, articulados com grandes gravadoras ou, ainda, sem comporem o *hall* dos nomes que circulam cotidianamente nos meios de comunicação de massa) foi construindo o "fio condutor" do *Mercado Cultural*, "fabricando" a sua identidade que ficou, em boa medida, circunscrita à idéia de um evento "de projeção" da arte contemporânea.

3.1.3 DO MERCADO CULTURAL A UMA "CULTURA DO MERCADO"

Creio que devemos começar pela constatação de que já existe uma 'cultura' do Mercado, aceitando parte da acepção Kantiana de cultura, como aquilo que torna as pessoas "susceptíveis de idéias", e traduções mais contemporâneas, pela via da abordagem do imaginário, envolvendo a dança entre formas estruturantes (organizações, instituições e seus códigos e formações discursivas) e os interstícios da sociabilidade, das vivências, dos espaços de afetividade, daquilo que caminha na direção de se instituir. (LIMA, 2002, p. 3).

Em análise feita a partir de uma "observação participativa" do *IV Mercado Cultural*, o músico, professor e atual presidente da Fundação Gregório de Matos, em Salvador, Paulo Costa Lima, desenvolveu (a pedido da Casa Via Magia) uma avaliação de impactos do evento, através da qual ele veio a definir uma "cultura" do *Mercado* (Cultural) como sendo uma relação de pertencimento instituída no público participante ao longo das edições do evento. Essa relação é descrita pelo autor como determinante para qualquer acontecimento cultural, visto que é o que indica o "seu julgamento de

³⁴ Entrevista com Emmanuel Marinho, em 8 de dezembro de 2005.

eficácia ou de efemeridade” (LIMA, 2002, p. 3). O que Lima veio a designar como essa “cultura” é fruto do diálogo entre categorias de “construção-desconstrução” do analista e categorias do “fenômeno-processo” analisado (no caso, o *Mercado Cultural*), articuladas no cruzamento entre a “dimensão de criação do evento” e a sua “recepção”. (2002, p. 5).

A partir dessa análise (para a qual foram realizadas diversas entrevistas com diversos atores sociais participantes), o autor classifica três níveis de pertencimento, que determinam as “marcas” do que veio a ser chamado de “cultura do Mercado”. O primeiro nível está relacionado ao olhar do artista, que participa do evento e o caracteriza como um acontecimento diferenciado, evidenciando a sua satisfação em participar e reconhecendo-o como um momento de oportunidades.

Os artistas não parecem estar cansados ou simplesmente cumprindo uma programação; nem mesmo os artistas coadjuvantes assim se comportam. Há um envolvimento profundo e respeitoso, uma ausência de estrelismos exagerados e desagregadores. (LIMA, 2002, p. 3).

O segundo nível se refere aos participantes das redes nacionais e internacionais, que atuam como articuladores culturais e, a partir da referida análise, transpiram um sentimento de “filiação à ‘causa da cultura e da diversidade’”, além de reconhecerem a potência do evento como um agente multiplicador dessa causa. E isso confere ao *Mercado Cultural* uma capacidade de diluir o que vem a caracterizar um dos principais pontos críticos do trabalho em redes, que é “o baixo nível de envolvimento e de compromisso” (LIMA, 2002, p. 3) dos seus integrantes³⁵. Segundo Lima, “[...] trata-se de causa pós-moderna, plasmando em si mesma aspirações e dimensões as mais distintas, da purpurina de egos artistas à revisão radical das políticas culturais mundiais” (2002, p. 3).

Por fim, o autor identifica o público como o terceiro nível de pertencimento que, de acordo com a sua análise, é tomado durante o *Mercado* por um sentimento de “contaminação cultural”, expressa na forma de uma generosidade que é fruto da apropriação que o público faz do evento³⁶. Esse nível de pertencimento, portanto, é descrito, na análise de Paulo Lima, como uma espécie de cumplicidade, pois, mais do que reconhecer como pertinente a iniciativa, o público é tomado por um “envolvimento emocional” em relação ao evento, afiliando-se à sua proposta e tomando-a para si³⁷. (LIMA, 2002, p. 4).

³⁵ Esse corresponde a um fator importante para a análise do trabalho desenvolvido pelas redes de cultura ao qual me dedico no capítulo que segue.

³⁶ Este é um aspecto, inclusive, que está em consonância com a fala de Ruy Cezar Silva, quando ele afirma que o público do *Mercado* é generoso por receber de forma predominantemente positiva as apresentações de artistas que são, em sua maioria, desconhecidos no contexto local. Entrevista realizada em 9 de dezembro de 2006.

³⁷ Acho pertinente essa caracterização, em primeiro lugar, porque me identifico com ela, já que foi exatamente esse “impacto emocional” que me motivou a desenvolver um estudo de caso sobre o *Mercado Cultural*.

O que o autor procura identificar na análise – a partir da descrição dos níveis de pertencimento como marcas de uma “cultura do *Mercado*” – são os campos que legitimam as escolhas realizadas ao longo do processo do evento. Ele traz o tema do *IV Mercado Cultural*, a Diversidade, como ponto de partida, afirmando ser essa a chave para se entender os parâmetros com os quais o evento, de fato, dialoga. A diversidade, elencada como uma temática central na contemporaneidade, vem direcionando muito da produção/manipulação de conhecimento sobre cultura e sociedade, atualmente, e é justamente por aí que o autor imagina os caminhos de desenvolvimento a serem seguidos pelo *Mercado Cultural*, contextualizando-o como um “entre-lugar”.

Que espécie de entre-lugar é o Mercado? Lida com o conhecimento, mas não é academia. Reverbera a questão intensa da relação entre a extensão e a pesquisa. Lida com a produção de eventos artísticos, mas não é uma entidade de Produção. Com a articulação política de lideranças culturais e de produção, mas não é uma agência de campanhas e de *lobbies*. Com a necessidade do registro de tudo o que ajudou a desencadear, mas não é entidade voltada para a Memória. Com a promoção de contatos e de intercâmbios artísticos, mas não é uma agência. (LIMA, 2002, p. 7).

O que parece estar intrínseco, na análise desenvolvida por Paulo Lima – e, mais especificamente, nesse trecho –, é um desejo de constituir uma identidade para o *Mercado Cultural* enquanto um evento que conseguiu convocar, chamando a atenção para um tipo de “fazer cultural” que podia existir dialogando com as diferenças culturais e propondo alternativas fora do circuito da grande mídia. Nesse sentido, a identidade do *Mercado*, os elementos que construíram essa “cultura do *Mercado*” foram alinhavados para compô-lo como um evento de diferenciais. E que diferenciais são esses?

Primeiro, o de trabalhar com uma visão ampla de cultura, trazendo espaços distintos do sistema cultural – o de promoção, o de reflexão e o de circulação. Segundo, de dialogar com uma visão de diversidade cultural afinada com os parâmetros internacionais que elegem status de centralidade ao campo cultural. Terceiro (e, acredito, principalmente), o de se colocar como um ambiente de oportunidades para um tipo de criação cultural (a arte inovadora e independente) que não tem lugar cativo no mercado propiciado pelas indústrias culturais. Todos estes fatores deram ao *Mercado* uma identidade própria, que Paulo Lima afirma como sendo o seu “caminho de legitimação”, pautado na produção e na manipulação de um tipo de conhecimento específico que ficou associado ao evento.

3.2 O PAPEL DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS: O MERCADO E AS MÍDIAS

3.2.1 CONTEXTUALIZANDO

A idéia de uma abordagem da cultura a partir de iniciativas desenvolvidas fora do circuito da grande mídia tem sido repetidamente citada aqui, tornando necessária, por isso, a contextualização dessa “grande mídia” à qual tanto me remeto. Em primeiro lugar, ressalto que essa perspectiva de “trabalhar com uma produção cultural independente” é uma atitude que se contrapõe à lógica do dirigismo cultural como dominação, numa abordagem que se aproxima da concepção de indústrias culturais como aquelas que tendem a transformar a cultura em mercadoria e unificam o mercado com o suporte das mídias (RUBIM, 2001). Não irei desenvolver, aqui, uma análise aprofundada sobre o estudo realizado em torno desse conceito, mas interessa-me fazer algumas considerações com relação ao papel que as indústrias culturais ocupam na contemporaneidade, associando-as ao surgimento das novas tecnologias.

Assim como o cinema feito em Hollywood ajudou a construir o imaginário do *American Way Of Life*, no Brasil, as telenovelas e o Jornal Nacional acabaram se constituindo como os suportes de uma identidade compartilhada (RUBIM, 2001), correspondendo ao imaginário de supostas “identidades nacionais brasileiras”, compartimentadas e homogeneizantes. Isso porque a noção de “uma” identidade cultural para o Brasil esteve historicamente ligada, até fins do século XIX, à idéia de nacionalidade, através da qual se queria estabelecer o sentido de nação como um “patrimônio cultural formado de elementos harmoniosos entre si que se conservaria semelhante através do espaço e do tempo” (QUEIROZ, 1989, p. 29-30). Após a consolidação das indústrias culturais, essa investida na idéia de “uma” identidade cultural nacional foi relativizada e diluída em “diversas” identidades, mas que foram construídas nos meios de comunicação de massa através de um referencial hegemônico, colocando o que estava fora dele, sempre, como um “outro estigmatizado”³⁸.

Não é com imagens baratas e esquemáticas dos indígenas, dos negros, dos primitivos que a imensa maioria dos discursos midiáticos e, especialmente, da televisão, nos aproxima dos outros? (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 72). Como bem coloca Martín-Barbero, existe uma tendência dos meios de comunicação de massa de reproduzirem os discursos hegemônicos que tendem a estabelecer valores e padrões estereotipados e unificadores de consumo cultural. Esses discursos são cristalizados no imaginário social que se ancora em algumas referências constituidoras: as de uma sociedade branca, masculina, de Primeiro Mundo. Nessa dinâmica, é comum observarmos, na

³⁸ Não é à toa que costumamos ver freqüentemente, por exemplo, os afro-descendentes atuando em telenovelas brasileiras como empregados domésticos, o que corresponde ao deslocamento da escravidão para a modernidade.

construção dos imaginários “outros” que se referem às “minorias” sociais – os afro-descendentes, as mulheres, os indígenas –, a folclorização dos costumes dessa alteridade, o que a torna interessante, mas, ao mesmo tempo, lhe nega a capacidade de questionamento e interpelação.

Esse imaginário cultural hegemônico traz incrustado em si uma lógica perigosa, que é a de absorver essas “outras” manifestações culturais e reduzi-las “ao seu mínimo denominador comum”. Os conflitos decorrentes (e inerentes) do encontro entre diferenças culturais terminam sendo, nesse sentido, “amansados”, vindo a se transformar, assim, em uma cultura mercantil leve na qual a tensão dá lugar à estagnação e “a lógica dominante deixa de derivar do campo cultural para perigosamente ser comandada, em plenitude, por uma dinâmica mercantil” (RUBIM, 2001, p. 9-10).

É nesse sentido que Canclini aponta para os cuidados que tangem a necessidade de não se confundir processos de hibridação com a fácil integração e fusão de culturas – presentes nos discursos oficiais, que falam em mistura para mascarar processos aculturadores. A hibridação nasce do choque, das tensões. Não se trata, portanto, de celebrar e ver com deslumbre a “mistura”, mas de compreender como esses processos se dão e de interpretá-los (“entrar e sair da hibridez”) (CANCLINI, 2003a, p. XXIV).

Vale ressaltar que essa constatação não implica que uma política cultural deva abandonar a relação com a mídia e com as indústrias da cultura, e sim, que essa relação deve ser cuidadosamente observada. No caso do tema aqui estudado, o *Mercado Cultural*, o evento propõe como estratégia não exatamente se colocar como uma iniciativa que se nega radicalmente ao diálogo com as indústrias culturais... O que está colocado como discurso no *Mercado Cultural* é a valorização das músicas, do cotidiano e das expressões culturais comunitárias em geral como potencialidade para as articulações que visam construir e consolidar um espaço de sentidos contemplando a cultura em sua diversidade, onde as “múltiplas vozes” sejam em si as que convocam as oportunidades de negócios; e não o contrário. Para isso, é importante que os relatos sejam desenvolvidos e valorizados pelas próprias comunidades, e que através deles essas comunidades sejam reconhecidas e não representadas. É contraposição, nesse sentido, a uma lógica hegemônica homogeneizadora e não ao meio que a comunica.

3.2.2 O MERCADO E A MÍDIA: DIÁLOGOS COM UM “FORA” E UM “DENTRO”

Eu vi pessoas aqui dando show no Castro Alves que eu nem sequer sabia que existiam. [...] É o que está fora da mídia. Eu acho que esse é o ponto mais positivo deste Mercado que Ruy faz aqui na Bahia é abrir espaço para estas pessoas que não estão fazendo ‘auê’ na mídia. (MARACAJÁ, 2006).

Paradoxalmente (e como não poderia deixar de ser), esse discurso que constituiu sua identidade como o que atuava “fora da mídia”, foi exatamente o que o colocou “dentro” das agências midiáticas. A capacidade de convocação construída ao longo dos eventos do *Mercado Cultural* a partir da proposta de trabalhar fora do circuito das indústrias culturais acabou lhe conferindo projeção e visibilidade dentro da grande mídia, principalmente, a partir da quarta edição do evento, quando esse gerou uma cobertura de mídia espontânea³⁹ significativa, contando com a participação de 96 jornalistas de 30 veículos de comunicação diferentes e gerando “matérias de página inteira e comentários especializados em diversos veículos” (CASA VIA MAGIA., 2003b, p. 9). É interessante analisar o conteúdo do material veiculado na mídia por esse se constituir como uma espécie de “diagnóstico” através do qual podemos avaliar o espaço de sentidos que o *Mercado Cultural* acabou agregando em torno de si.

Dentre os comentários destacados, o evento foi citado como “o mais importante espaço de discussão das políticas públicas e privadas na área de cultura na atualidade⁴⁰ [...]”; “[...] como um dos agentes fomentadores de maior importância no país⁴¹”; e, ainda, como um “exemplo para todo o país⁴². São afirmações pertinentes porque partem de veículos de lugares distintos do Brasil que formam e disseminam opinião. Ser caracterizado como uma referência em articulação de cultura nacional representa para o *Mercado Cultural* um salto importante, se considerarmos que o evento foi consolidado como uma iniciativa que atua fora do circuito das indústrias culturais.

Esse traço identitário que constitui o *Mercado Cultural* é, inclusive, ressaltado como um diferencial que confere status de iniciativa-exemplo ao evento. Destaco aqui a matéria escrita pelo jornalista Zuenir Ventura, para a Revista *Época*⁴³, na qual consta que “a seleção dos participantes obedece a critérios que privilegiam não o sucesso comercial, mas a qualidade, o caráter autoral e a independência de uma produção ainda não apropriada ou pasteurizada pela indústria cultural”. Esse trecho é complementado com a seguinte afirmação: “Para os que vão cuidar da cultura no próximo governo, recomenda-se olhar como quem não quer nada para uma experiência que acaba de ocorrer pela quarta vez consecutiva em Salvador, na Bahia”. (VENTURA apud CASA VIA MAGIA, 2003b, p. 9). Note-se que temos aí, simultaneamente, a contextualização do *Mercado* como algo que cria a sua identidade direcionando-se para fora do circuito comercial e como um evento recomendado às instâncias governamentais enquanto referência.

³⁹ Quando me remeto à noção de mídia espontânea, faço uso do termo jornalístico que se coloca em contraposição à mídia paga. Obviamente o *Mercado Cultural* tem uma assessoria de comunicação que não apenas divulga o evento à grande mídia, mas também acomoda os jornalistas que vêm a Salvador para fazer a cobertura do evento.

⁴⁰ VALE, Israel do. Folha de São Paulo, 9 dez. 2002 apud CASA VIA MAGIA, 2003b, p. 9.

⁴¹ CARLOS, Helvécio. Estado de Minas, 9 dez. 2002 apud CASA VIA MAGIA, 2003b, p. 9.

⁴² TELES, José. Jornal do Comércio, 17 dez. 2002 apud CASA VIA MAGIA, 2003b, p. 10.

⁴³ Edição de 16 de dezembro de 2003 apud CASA VIA MAGIA, 2003b, p. 10.

Essas afirmativas indicam que as estratégias de comunicação das quais a organização do evento se utilizou foram eficazes, considerando que o *Mercado* utilizou quase nenhum recurso de mídia paga ao longo de todas as suas edições. E o que confere uma cobertura tão favorável da mídia? Além do fato da organização do evento possuir uma assessoria de comunicação que divulga e acomoda os jornalistas que vêm ao *Mercado*, talvez a idéia que esteja por trás do discurso que o *Mercado* comunica seja uma idéia de solidariedade. A solidariedade vista a partir da comunicação possibilita a valorização da diferença e a articulação da universalidade com o respeito às particularidades. Também, possibilita o estabelecimento de uma frente que se opõe ao processo mercantilista da globalização, colocando a cooperação à frente da competitividade (MARTÍN-BARBERO, 2004). É esse precisamente o discurso propagado pelas redes culturais e é, ainda, a apropriação mais frutífera que pode ser feita das novas tecnologias enquanto ferramenta. Cabe-nos avaliar até que ponto esse discurso pode ser, de fato, consolidado em práticas eficazes.

3.2.3 (RE)SIGNIFICANDO: AS NOVAS TECNOLOGIAS COMO META POSSÍVEL

Com os discursos em torno da diversidade cultural que ganharam força após o final do século XX, passamos a vivenciar uma nova configuração da idéia de identidade cultural, correspondente àquela que confere tanto mais riqueza a uma organização social quanto maior for a complexidade de sua cultura e a conseqüente potência de seu poder criativo e empreendedor. Como já foi descrito anteriormente, as novas tecnologias propiciaram a estruturação de outras formas de expressão da alteridade. A idéia das redes sociais eletrônicas – potencializadas pelo uso crescente da internet – trouxe a possibilidade de emissão dos discursos não apenas vinculados aos interesses financeiros e hegemônicos, mas, também, como local de exposição de vozes múltiplas, de minorias e de grupos artísticos, educativos, culturais etc.

A sociabilidade está se transformando através daquilo que alguns chamam de privatização da sociabilidade, que é a sociabilidade entre pessoas que constroem laços eletivos, que não são os que trabalham ou vivem em um mesmo lugar, que coincidem fisicamente, mas pessoas que se buscam. [...] Esta formação de redes pessoais é o que a internet permite desenvolver mais fortemente. (CASTELS, 2004, p. 274).

Como não poderia deixar de ser, cada vez mais o poder hegemônico passou a funcionar através da articulação em redes globais. No entanto, também é crescente a articulação de grupos sociais formados por pessoas que compartilham suas vivências e elaboram seus valores, fortalecendo os focos de resistência à homogeneização e criando projetos alternativos para sociedades locais

através de protestos globais. Na perspectiva colocada pela internet, o comunicador pode ser qualquer um que passa da posição de intermediário para a de mediador das relações entre cultura e comunicação. A relação vertical que até então se tinha entre emissão e recepção da informação passa, portanto, a ser uma...

[...] relação entre diferença cultural e desigualdade social, entre diferença e ocasião de domínio e a partir daí trabalha para tornar possível uma comunicação que diminua o espaço das exclusões ao aumentar mais o número de emissores e criadores do que o dos meros consumidores (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 69).

Provavelmente, nesse sentido, tenha sido possível vivenciar uma mudança das perspectivas em relação à internet apontadas no discurso que a organização do *Mercado Cultural* propagava. E não foi somente a narrativa envolvendo a chegada das novas tecnologias que foi reconfigurada no modelo do *Mercado Cultural*: ao longo das edições que se seguiram à primeira realização do evento, esse foi adquirindo uma identidade que muito se referenciava – como já foi mencionado antes – na proposta da distribuição da cultura, de um determinado tipo de “fazer cultural”. Poderíamos, mesmo, afirmar que o *Mercado Cultural* passou a funcionar como uma espécie de “força centrífuga”, na qual, a intenção de se montar o “núcleo”, o momento do encontro propiciado pelo evento, se constituía na possibilidade de projetar, de distribuir internacionalmente. Esse foi um modelo que seguiu, gradativamente, sendo delineado como a construção identitária do evento até a sua quinta edição, em 2003.

A partir do VI *Mercado Cultural*, em 2005⁴⁴, no entanto – e essa se constitui como uma das questões principais neste trabalho –, o evento passou por uma reformulação da sua proposta. A “força” passou a ser projetada para dentro, à medida que o evento se voltou, expressivamente, para o contexto local, não mais tão focado na distribuição e sim na formação e dentro de uma perspectiva da cidade e não mais internacional. A articulação com as redes parece ter ficado enfraquecida e, observando a trajetória do evento – o que se estende ao percurso da própria Casa Via Magia –, poderíamos afirmar que o *Mercado Cultural* fez o caminho de fora para dentro, voltou-se para o seu núcleo. Muitos podem ser os aspectos levantados como direcionadores desse novo olhar, o que desenvolvo no último capítulo deste trabalho. Antes, porém, optei por contextualizar melhor as redes, em seu conceito e sua práxis, no intuito de tentar trazer algumas questões que podem funcionar como elucidativas da hipótese que levantei acima.

⁴⁴ Em 2004, não houve edição do *Mercado Cultural* por conta do envolvimento da Casa Via Magia com a realização do I Fórum Cultural Mundial, que aconteceu em São Paulo, em junho/julho de 2004.

3.3 AS REDES E O MERCADO: ESTRATÉGIAS POSSÍVEIS PARA ATUAR NA CULTURA

[...] comunicação plural significa, na América Latina, o desafio de assumir a heterogeneidade como um valor articulável na construção de um novo tecido coletivo, de novas formas de solidariedade [...] (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 73).

3.3.1 PRELÚDIO DE UMA DEMOCRACIA IMAGINADA: O SURGIMENTO DAS REDES DE CULTURA

Como já foi mencionado anteriormente, o *boom* das redes de cultura se deu no início da década de 90, através de um processo desencadeado pelas discussões que envolviam os “deslocamentos” e reconfigurações para a idéia de cultura, que surgiram na época (e foram até aqui contextualizados) como prenúncios de uma “nova colocação” que as dinâmicas culturais assumiram no século XXI. Naquele momento, que foi anterior à difusão da internet enquanto ferramenta de comunicação, as referidas redes se firmavam numa idéia de cooperativa, com poucas pessoas atuando em prol de benefícios para grupos específicos que trabalhavam com produções artísticas “alternativas”. Eram associações pequenas, com não muito mais que vinte participantes, que formavam grupos destinados a fortalecer, essencialmente, aquele público que a associação representava, na tentativa de facilitar a captação de recursos e a obtenção de espaços de circulação para veicular as produções artísticas que vinham sendo produzidas por seus representantes.

A estruturação das redes se dava, majoritariamente, a partir de encontros presenciais, tendo os recursos do telefone, fax e correios como apêndices auxiliares na comunicação. Eram, em essência, os encontros que propiciavam a articulação necessária para suprir as demandas existentes entre os integrantes dos grupos que formavam as redes. Essa estrutura, portanto, acabava “dando frutos” para uma parcela muito pequena de pessoas que trabalhavam na área cultural, se considerado o universo de atuação da cultura como um todo, na medida em que se favorecia, essencialmente, aqueles que estavam nas redes. Além disso, por serem poucos os representantes de cidades/estados/países diferentes, existia uma grande dificuldade de cooptar pessoas e instituições para fortalecerem a representação dessas associações, pois esse trabalho de ampliação de públicos para as redes era um trabalho “físico”, que exigia a presença das pessoas nos lugares.

Para o contexto da *La Red*, pioneira nesse tipo de iniciativa na América Latina, era uma atuação especialmente difícil: primeiro, porque os representantes não dispunham de tantos recursos tecnológicos quanto tinham os integrantes de redes européias e norte-americanas; segundo, porque o tipo de trabalho que a rede se destinava a desenvolver ainda não tinha um “espaço” bem delimitado no contexto latinoamericano. Além da falta de recursos, existia um agravante maior que era a dificuldade de encontrar pessoas/grupos/instituições com trabalhos afins aos propósitos da rede. Era uma

atividade constante de “juntar e editar”, com os integrantes da rede marcando encontros para que cada representante apresentasse seu material que consistia numa coletânea de material audiovisual e documentos provenientes da articulação que cada instituição/grupo conseguia fazer dentro do seu universo de atuação no setor cultural/artístico. Então, cada membro mostrava aos demais, basicamente, uma edição dos trabalhos em arte performática local e nacional; aquilo que se conseguia catalogar e editar. A partir desses encontros pensava-se em estratégias para promover e fazer a distribuição das obras dos artistas, que se concretizavam em eventos destinados a projetar os grupos contemplados no material dos encontros, a exemplo das edições do *Via Bahia Festival*.

Só que a formação dessas entidades associativas, iniciada com grupos pequenos, começou a crescer, demonstrando uma demanda que existia para esse tipo de ação cultural, o que foi apontado por Ruy Cezar como sendo resultado de uma conjuntura de crise estética, social e econômica.

[...] porque havia, até o início dos anos 90, uma certeza de que o desenvolvimento era a partir da ajuda humanitária e que o norte ajudaria o sul a se desenvolver. A partir dos anos 90, todas as grandes agências de cooperação começaram a constatar que este investimento de milhões de dólares aplicado em ajuda humanitária havia se perdido. Todo esse dinheiro tinha ido parar no tráfico de drogas, ou armas, ou corrupção. Poucos tinham enriquecido e as regiões tinham “involuído”. E percebia-se que cultura era um fator de desenvolvimento mais estável. Mas não se sabia metodologicamente como trabalhar com isso. Então as forças das próprias regiões, as forças que lidavam com cultura nas regiões começaram a ser observadas. Inicialmente a nível teórico. Montou-se um grupo teórico, a Rockefeller montou, no início dos anos 90, [...], com a participação do professor Nestor Canclini, [...] Heloísa Buarque de Holanda, Teixeira Coelho, [dentre outros] para observar essa relação entre cultura e desenvolvimento e cultura e economia. E também os movimentos dos agentes culturais, dos promotores e dos artistas começaram a ser observados. Mas era tudo separado, e a rede começou a fazer um trabalho de articulação [...] Então um movimento novo surgiu de costurar o diálogo entre a academia e o fazer cultural; entre os agentes, os promotores e os artistas, pensando-se numa forma um pouco mais sistêmica. (SILVA, 2006).

A criação da *La Red*, sem dúvida, foi desencadeadora de um movimento que cresceu bastante, desde meados da década de 90 até agora, e veio, obviamente, junto com um contexto que propiciou o seu crescimento, mas o fato é que essa iniciativa funcionou como uma espécie de chamariz para um tipo de “pensar” e “fazer” culturais, inéditos para a época, na América Latina. Era um tipo de trabalho que já vinha “dando certo” na Europa e nos Estados Unidos e, portanto, atraiu os olhares de fora, porque era uma proposta que se destinava a projetar um tipo de produção artística até então centrada nos países de Primeiro Mundo. Enquanto esses referidos países eram os que detinham o poder de “inovar”, de ditar as novas tendências artísticas, os países latino-americanos ficavam com a

tarefa de apresentar a “tradição” para o olhar etnocêntrico ocidental, um olhar, ainda, do colonizador que “descobre” o exótico e que, nesse sentido, estranha o fato de que se pode estar produzindo uma arte também inovadora nas colônias.

Então, nós tínhamos que ser os guardiões da tradição, mas eles lá podiam inovar para competir no mercado sofisticado das idéias e das estéticas. E nós provocamos muitas discussões e atraímos muita atenção [...] provocamos as situações não pensadas... Nós fizemos durante cinco anos reuniões de todos os países do Caribe dentro dos Estados Unidos, em Miami. Então Miami financiava e a gente levava o Caribe. O Caribe não se conhecia. A Martinica é ligada à França; Aruba à Holanda; Jamaica à Inglaterra... Todos os países estavam ligados aos seus colonizadores originais e eles não conviviam entre si [...] Nós provocamos o convívio do Caribe e fundamos a Caribnet, que é uma rede muito interessante também com o trabalho focado nessa região... Nós ajudamos a fundar o Árabe Arts Presenters, que foi a primeira rede daquela região do mundo Árabe. Nós ajudamos a fundar o movimento Ubuntu, que é uma rede mundial ligada à questão africana. E quando eu falo em “nós”, me refiro à Rede Latinoamericana. A rede assessorou este movimento. Não todos os membros, mas as lideranças, digamos assim, que tinham essa visão mais internacional. Porque alguns núcleos eram mais voltados ao trabalho interno. Então cresceu bastante e o movimento explodiu a partir de 1995 com a chegada da internet, quando realmente a expansão foi muito grande. Surgiram as redes nacionais (a Rede Brasil, a Rede Colômbia, a Rede Chile); ampliou-se o número de núcleos rapidamente; outras redes mundiais surgiram e fizeram contato e ficou muito difícil manejar. (SILVA, 2006).

Estão colocadas, nesse trecho do depoimento de Ruy Cezar, algumas questões importantes para se pensar o desenvolvimento das redes a partir de sua proposta e da configuração que foram tomando. Em primeiro lugar, quero ressaltar o poder de convocação provocado em “situações não pensadas”. Trazer à tona a situação do Caribe significava criar um “entre-lugar”, expor o “estranho” não somente à metrópole, mas, principalmente, à sua “colônia”. Mais do que uma estratégia geopolítica de expansão, essa iniciativa se justificava por ser uma tentativa de incorporação dessas “zonas silenciosas” de um Caribe insular que se conectava muito pouco entre si, ou, de maneira indireta, propor a discussão, através das metrópoles, para o Caribe continental e para uma América Latina que, sem dúvida, queriam estar mais próximos. É esse o momento em que a globalização aparece como um elemento dinamizador, especialmente na área das comunicações, e como um detonador da circulação cultural, de uma maneira plural, múltipla e diversa, apesar de seguir os modelos de reprodução das estruturas de poder dos países centrais, especialmente no que toca a esse dado “olhar” neo-exótico com o qual os produtos artísticos da periferia são apropriados.

Outro aspecto que pode ser observado nesse depoimento se refere ao sentido de pertencimento dado por Ruy quando ele fala em um “nós” como o coletivo que a rede forma, incluindo-se nesse processo e, mais que isso, definindo o seu lugar na rede como uma posição de “liderança”,

dentre aqueles que detêm uma “visão mais internacional”. Essa é uma questão que diz respeito a uma dicotomia engendrada no próprio conceito das redes, que caracterizo aqui como aquela que contrapõe pertencimento e hierarquização, dentro do paradoxo que me dedico a aprofundar no quarto capítulo desta dissertação, que é o normativo *versus* a práxis.

Em seu conceito, a lógica de gestão das redes se firma no pressuposto de que esse tipo de associação é horizontal e não hierarquizada: nela ninguém representa ninguém, mas todos são igualmente representados pelo coletivo que se forma a partir do(s) objetivo(s) em comum que uniu(ram) todos os seus integrantes. Isso corresponde ao que se poderia chamar de aspecto normativo da rede. No entanto, o que se pode verificar, a partir de uma análise mais atenta à práxis (ao funcionamento sistemático e à maneira como as decisões são tomadas), é que essa estrutura de funcionamento é, em boa medida, “irrepresentável”. Na prática, as redes exigem um grau de hierarquização que é inerente à sua manutenção (ou talvez ainda não se tenha encontrado uma forma de gerir que, de fato, torne a rede uma entidade “horizontal”). Existe uma distinção relativa à importância do “papel” que cada membro desempenha na rede que impede que ela funcione dentro de um princípio não-hierárquico, o que configura, nesse tipo de estrutura, “graus” diferenciados de pertencimento para cada um dos “nós” conectados à rede. O que fica como pergunta, portanto, e que corresponde ao questionamento que me motivou a desenvolver um capítulo todo dedicado às redes é: seria possível pensarmos em modelos de gestão para as redes de cultura nos quais pudéssemos observar o exercício pleno da democracia, no sentido de que estaríamos visualizando um *modus operandi* através do qual a representatividade seria de todos para todos em igual nível de pertencimento?

O surgimento da internet potencializou, em ampla escala, essa discussão que já estava colocada para a articulação das redes de cultura, o que corresponde, precisamente, ao terceiro ponto que desejo ressaltar do trecho citado no depoimento de Ruy Cezar. A menção feita à “chegada da internet” foi por ele indicada como um momento de “expansão” para as articulações em rede... De fato, a difusão da internet veio a colocar, em escala global, o princípio de funcionamento do “todos para todos”, na medida em que ela é em si uma rede⁴⁵. Mais do que explicitar uma necessidade de encontrar modelos democráticos de comunicação, o que a internet inaugura é uma nova morfologia social, reorganizando os tecidos coletivos, redimensionando os laços de proximidade e ampliando o poder de ação de associações cooperativistas (como é o caso das redes de cultura aqui estudadas). Após a chegada da internet, toda a dinâmica de trabalho e a idéia que se tinha sobre a atuação em redes culturais tiveram de ser revistas e reorganizadas. As redes digitais dinamizaram bastante um trabalho que era essencialmente presencial, relativizando distâncias espaço-temporais e ampliando as conexões entre os seus autores. No entanto, a dificuldade de cooptar esses autores que se

⁴⁵ Usando o termo reivindicado por Manuel Castels (1999), a internet corresponde à “rede das redes”.

apresentava no início da articulação dessas redes culturais, veio a configurar-se, após a internet, em uma dificuldade de manejo para uma nova forma de articulação que ela possibilitou, apontada ao final do trecho destacado da entrevista de Ruy Cezar.

3.3.2 PENSANDO UMA NOVA MORFOLOGIA PARA AS ORGANIZAÇÕES SOCIAIS: A SOCIEDADE EM REDE

De fato, em todo o planeta, os núcleos consolidados de direção econômica, política e cultural também estarão integrados à Internet [...] No essencial, porém, isso significa que a internet é – e será ainda mais – o meio de comunicação e de relação essencial sobre o qual se baseia uma nova forma de sociedade que nós já vivemos – aquela que eu chamo de sociedade em rede. (CASTELS, 2004, p. 256).

O novo sistema de comunicação difundido na segunda metade da década de 90 – baseado na integração através de redes digitalizadas e que possibilitou múltiplas formas de comunicação – veio expor ao mundo a sua capacidade de incluir e abranger todas as formas de expressão cultural (CASTELS, 1999a). Em tese, a diversificação e versatilidade apresentada pelas novas tecnologias da comunicação e informação mostraram-se capazes “de abarcar e integrar todas as formas de expressão, bem como a diversidade de interesses, valores e imaginações, inclusive a expressão de conflitos sociais” (CASTELS, 1999, p. 461).

Além disso, os produtores de tecnologia para a internet, que foram fundamentalmente, também, seus usuários, inovando e retro-alimentando a própria rede terminaram por configurar a sua utilização numa relação estabelecida com base na otimização da cooperação internacional, “sob um regime de autogestão, informalmente, através de uma série de personalidades [...]” que acabaram por se ocupar do seu desenvolvimento sem a intervenção imediata do governo. “Quer dizer, é um instrumento de comunicação livre, criado de forma múltipla por pessoas, setores e inovadores que queriam que fosse um instrumento de comunicação livre” (CASTELS, 2004, p. 261).

Isso significou, para as redes de cultura aqui estudadas, uma ampliação dos vínculos que seus atores sociais vinham estabelecendo até então porque a idéia das redes sociais eletrônicas, potencializadas pelo uso crescente da internet, acabou se difundindo não apenas vinculada aos interesses financeiros e hegemônicos, mas, também, como local de encontro de minorias e de grupos artísticos, educativos, culturais etc. Correspondia, portanto, a uma nova forma de incorporação e difusão do trabalho que se vinha fazendo presencialmente até aquele momento, o que, a princípio, parecia solucionar os problemas de comunicação estabelecidos pelas dificuldades espaço-temporais colocadas para esse tipo de articulação.

Com a internet, vieram as redes de cultura nacionais e regionais, como as citadas por Ruy Cezar, e veio a rapidez na troca de mensagens e informações o que, para a articulação das redes, é um fator muito importante. As “trocas” de informação, que antes precisavam ser feitas por correio, fax, ou telefone – envolvendo grande espaço de tempo e/ou custos altos – puderam ser feitas instantaneamente através das redes eletrônicas. Além disso, a internet oferecia a possibilidade de armazenar documentos dentro da própria rede, que ficavam disponíveis para quem quisesse acessar... Todos esses fatores conferiram às redes culturais um crescimento rápido e uma expansão não prevista pelos seus atores sociais.

No entanto, a inclusão no sistema pressupunha uma “adaptação à sua lógica, à sua linguagem, aos seus pontos de entrada, a sua codificação e decodificação” (CASTELS, 1999a, p. 461). Não se tratava simplesmente de “apropriar-se” da internet, mas de entender a nova morfologia social que ela gerava, que foi configurada como o que Castels denominou de *Sociedade-rede* (1999). Antes de tudo, era preciso compreender que a internet instaurava, através das práticas que veio a possibilitar, uma nova dinâmica cultural, a dinâmica da “virtualidade”, com seu próprio “espaço de fluxos” e “tempo intemporal”, constituindo-se como bases que transcendiam e, simultaneamente, incluíam a “diversidade dos sistemas de representação historicamente transmitidos” (CASTELS, 1999, p. 462). Essa nova dinâmica, a da *cultura da virtualidade real* – pegando emprestado o termo que Castels (1999a) utiliza para caracterizá-la – trouxe, junto com a possibilidade de expansão, o prenúncio de uma crise incrustada em suas formas de manutenção.

4

A REDE ENTRE O PEDAGÓGICO E O PERFORMATIVO DO NORMATIVO À PRAXIS

Um rizoma não começa nem conclui, ele se encontra sempre no meio, entre as coisas, inter-ser, *intermezzo*. A árvore é filiação, mas o rizoma é aliança, unicamente aliança. A árvore impõe o verbo ser, mas o rizoma tem como tecido a conjunção 'e...e...e...'. Há nesta conjunção força suficiente para sacudir e desenraizar o verbo ser. Para onde vai você? De onde você vem? Aonde quer chegar? (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 37).

4.1 A METÁFORA E O FUNCIONAMENTO: CONCEITO E IDEOLOGIA DAS REDES

O título desse capítulo se referencia na análise realizada por Homi Bhabha em torno da tensão entre o “pedagógico” e o “performativo” – que promove uma “escrita-dupla” à idéia de nacionalidade pós-moderna – para contextualizar a questão que estabeleço aqui como configuradora da estruturação das redes. Para Bhabha, enquanto o pedagógico reúne em si os “poderes totalizadores do social como comunidade homogênea, consensual”, produzindo uma narrativa estável da nação moderna como “temporalidade continuísta, cumulativa” (1998, p. 207), o performativo lança “uma sombra *entre* o povo como “imagem” e sua significação como um signo diferenciador do Eu, distinto do Outro ou do Exterior”, tornando-se “um espaço liminar de significação, que é marcado *internamente* pelos discursos de minorias, pelas histórias heterogêneas de povos em disputa, por autoridades antagônicas e por locais tensos de diferença cultural” (BHABHA, 1998, p. 209-210).

Faço aqui um deslocamento da relação pedagógico-performativo tal como é descrita por Bhabha para desenvolver a análise de uma temática que está bastante relacionada à idéia de nacionalidade no contemporâneo, mas que é focada em um outro espaço de sentidos... Interessa-me ressaltar essa tensão enquanto alegoria para tratar a questão das redes como um dos eixos desse trabalho. Pretendo, nesse capítulo, aprofundar-me no conceito normativo das redes, na sua “narrativa estável”, o pedagógico – a sua cronologia histórica e as metáforas nas quais está envolto –, para

levantar alguns aspectos referentes às rasuras que esse conceito evoca no interior de seu funcionamento, o performativo – a práxis como elemento diferenciador e contestador da sua eficácia enquanto um determinado modelo de gestão para a cultura. Nesse contexto, o que tento trazer aqui é, essencialmente, a relação entre o que descreve o sentido das redes enquanto norma e os deslocamentos e contradições provocados por seus mecanismos configurados internamente. Interessante ressaltar algumas questões importantes para entendermos o conceito e a sua utilização.

4.1.1 METÁFORAS QUE ENVOLVEM A REDE: POLISSEMIA NO CONCEITO E SUA CRONOLOGIA HISTÓRICA

O conceito, desvalorizado em pensamento, supervalorizou-se em metáforas (MUSSO, 2004, p. 29).

Muitas são as interpretações possíveis para a palavra “rede”... de grandes conglomerados multinacionais a artefatos de pesca, esse termo comporta uma noção polissêmica que acabou por destituí-lo de sentido próprio em prol de uma figuratividade que o constituiu como metáfora. Alongando o conceito, as diversas apropriações que dele se foi fazendo acabaram por tornar indistinguíveis seus usos literal e metafórico, dissolvendo, assim, “a distinção entre conceito e figura. A rede tornou-se uma figura comum, um conceito generalizado” (BABO, 2002, p. 387).

Estendendo-se tanto para um sentido orgânico, designando as redes de interconexões em um organismo e seus fluxos, quanto para definir a trama, ou teia, presentes em um texto, as metáforas que envolvem a idéia de rede caminharam para gerar ruídos na compreensão e utilização do conceito. Associado a isso, temos um certo “modismo” instaurado, no que toca ao uso do termo enquanto ícone das formas de organização social na contemporaneidade, fazendo com que *rede* passe a designar diversas configurações muito distintas entre si... É por isto que, ao fazer alusão às redes (e não a qualquer rede, mas às redes de cultura que atuam num foco específico, o da promoção e distribuição), é importante contextualizar o conceito e a utilização que dele estou fazendo, em sua cronologia histórica e nas formas de promoção de um determinado tipo de “fazer” cultural, na intenção de que venhamos a compreender o seu sentido, importância e as contradições presentes em sua utilização na contemporaneidade.

Ao traçar uma breve cronologia da utilização do termo, em primeiro lugar, destaco que a palavra “rede” foi historicamente utilizada desde a Antiguidade como analogia à idéia de estrutura (MUSSO, 2004). A estrutura de tecelagem, os labirintos, o organismo... a rede passou a designar “fios entrelaçados” para formar “tecidos”, complexos ou não, estruturantes de determinados sistemas. Esse é o seu sentido “primordial”, o que talvez lhe confira identidade para todas as diferentes formas de utilização que dela se faz.

Durante muito tempo, a rede esteve ligada ao corpo, sendo associada a um sentido orgânico de funcionamento. A idéia de rede servia essencialmente para representar “as malhas ou tecidos que estão em torno do corpo” (MUSSO, 2004, p. 18), até que, em fins do século XVIII, veio a se constituir como uma “ciência generalizada das formas e das redes” (MUSSO, 2004, p. 20), dando origem a outros conceitos, como, por exemplo, à cristalografia. A rede, no entanto, só veio, de fato, a “sair do corpo” para se adequar, também, à idéia de artefato, na virada do século XVIII para o XIX, quando ela não mais ficou restrita à possibilidade de ser observada, mas tornou-se passível de ser construída. “De natural, a rede vira artificial [...] A rede pode ser construída, porque ela se torna objeto pensado em sua relação com o espaço. Ela se exterioriza como artefato técnico sobre o território para encenar o grande corpo do Estado-Nação ou do planeta” (MUSSO, 2004, p. 20). Assim, ela vem a se tornar retículo óptico, possibilitando as representações geométricas dos territórios.

E como vieram as redes a servir de definição para estruturas comunicacionais? Pierre Musso afirma que o sentido moderno de rede de comunicação veio a ser empregado, pela primeira vez, ainda no século XIX, por engenheiros-geógrafos (militares), que introduziram a idéia de rede enquanto técnica. A partir daí, a rede passou a ser “objetivada como matriz técnica, infra-estrutura itinerária, de estradas de ferro ou de telegrafia, modificando a relação com o espaço e com o tempo” (MUSSO, 2004, p. 22). Para Maria Augusta Babo (2002), essa concepção foi que, inclusive, veio a possibilitar o desenvolvimento de uma idéia de urbanização na modernidade. A economia política e a engenharia, nesse sentido, foram campos disciplinares que muito contribuíram para a formação do conceito moderno de rede comunicacional.

Também a obra de Claude Henri de Saint-Simon (1760-1825), contemporânea ao nascimento da idéia moderna de rede, teve grande influência para a consolidação do imaginário que envolve as redes de comunicação. Esse pensador francês desenvolveu a noção de organismo-rede, ou seja, do “corpo organizado” a partir da “unidade dos contrários chamados *fluidos e sólidos*” (apud MUSSO, 2004, p. 23), enquanto projeto filosófico que se firmava na utopia de uma comunhão religiosa entre os homens, construção que teria “na comunicação o caminho por excelência da manutenção deste vínculo” (RUBIM, A.; RUBIM, I.; VIEIRA, 2005, p. 32).

[...] sustentado nos princípios do socialismo utópico, o projeto político-filosófico de Saint-Simon tinha como objetivo a construção de relações sociais mais equânimes. Tal meta seria alcançada por meio de um engenhoso projeto de edificação de redes de comunicação sobre o território francês de modo a assegurar uma ampla malha de circulação de todos os fluxos – econômicos, sociais, políticos e culturais –, o que garantiria a melhoria na condição de vida da população (RUBIM, A.; RUBIM, I.; VIEIRA, 2005, p. 32).

Pierre Musso ressalta que algumas apropriações feitas do projeto saint-simoniano, posteriormente, constituíram-se na origem do que ele determinou como uma “corrupção” do conceito de rede na contemporaneidade, e identifica como marco a publicação do artigo intitulado *O sistema do Mediterrâneo* (1832), de Michel Chevalier, no qual, tornando-se um “objeto-símbolo” – e diferentemente da concepção de Saint-Simon –, a rede técnica é capaz de promover, por si só, a transformação social (2004, p. 28). Concebendo a rede técnica como objeto que “permite a comunicação, a comunhão e a democratização pela circulação igualitária dos homens” (MUSSO, 2004, p. 29), essa visão de Chevalier veio a relacionar diretamente a redução geográfica das fronteiras com a diminuição das diferenças sociais entre o Oriente e o Ocidente, instituindo-se como um indício determinante da democracia, em um caminho inverso ao que Saint-Simon trilhou. “Esta inversão de encaminhamento teve por triplo efeito nomear, fetichizar e estourar o conceito de rede” (MUSSO, 2004, p. 29).

A “vulgarização” do conceito acabou delineando, portanto, após o século XIX, uma ideologia da rede, que passou a não se mais encerrar no conceito, e sim, a se constituir em uma espécie de “operador para a ação”, permitindo a passagem ao ato. A partir dessa ideologia por Musso ressaltada, as redes trouxeram consigo a possível inferência de que a sua estruturação por si só já corresponderia a um fator de mudanças na sociedade.

Trazendo à tona esse histórico, que chega até a narrativa moderna, envolvendo a idéia de rede, Musso propõe, então, uma definição para o conceito, “tomando emprestadas essas diversas contribuições” (2004, p. 31), ao mesmo tempo em que atenta para algumas relativizações que nos interessam enquanto “rasuras” desses aspectos normativos que se relacionam à ideologia das redes. O autor parte, especialmente, de três estudos sobre redes, no intuito de definir um conceito que venha a dar conta da polissemia presente em suas diversas formas de utilização. O primeiro corresponde ao diagrama em rede traçado por Michel Serres, através do qual ela, a rede, se configura como “[...] uma pluralidade de pontos (picos), ligados entre si por uma pluralidade de ramificações (caminhos)” (MUSSO, 2004, p. 30); o segundo se refere à definição dada por Henri Atlan que afirma que a rede é um intermediário “entre a rigidez do mineral e a decomposição da fumaça” (MUSSO, 2004, p. 30) e, por fim, traz os estudos de Anne Cauquelin, que configuram a rede como lugar de passagem. Partindo dessas três idéias, Musso desenvolve a sua definição: “a rede é uma estrutura de interconexão instável, composta de elementos em interação e cuja variabilidade obedece a alguma regra de funcionamento” (MUSSO, 2004, p. 31).

Essa definição se ancora em três pressupostos: concebe que a estrutura da rede funciona como nós em interações, formando um conjunto flexível em três dimensões; define que a rede se estabelece por interconexões associadas no tempo, instavelmente; e estabelece que o funcionamento da rede está sempre atrelado a alguma regra. Toda a sua capacidade de se modificar e ser dinâmica,

portanto, baseia-se em alguma norma de funcionamento: é maleabilidade, flexibilidade, movimento constante de fluxos, mas, de alguma maneira, regulado. A dinâmica da rede é, assim, o invisível do funcionamento de seu sistema. (MUSSO, 2004, p. 32).

Hoje, o conceito de rede tornou-se uma espécie de chave-mestra ideológica, porque recobre três níveis misturados de significações: em seu ser, ela é uma estrutura composta de elementos em interação; em sua dinâmica, ela é estrutura de interconexão instável e transitória, e em sua relação com seu sistema complexo, ela é uma estrutura escondida cuja dinâmica supõe-se explicar o funcionamento do sistema visível. (MUSSO, 2004, p. 32).

Tomemos essa definição como um sentido normativo das redes. Musso transita entre um conceito que seria “ideal” e uma inaplicabilidade social desse conceito, uma vez que as concepções de rede técnica, tal como os projetos pós saint-simonianos a caracterizaram, tornaram-na mais utopia do que alternativa possível. Ao mesmo tempo em que situa a rede no interstício entre a máquina e o vivente, entre o linear e o hipercomplexo, entre a árvore e a fumaça, o autor conclui advertindo para o fato de que toda essa idéia que perpassa o movimento das redes acabou causando uma sobrecarga simbólica que promoveu um adensamento do político sobre a técnica. Mais do que uma “prótese técnica do vínculo social”, o político se instaurou no imaginário das redes como “uma prótese de utopia da mudança social” (MUSSO, 2004, p. 36).

Dividindo a ideologia da rede em uma polaridade bifacetada na qual, de um lado, existem aqueles que, adeptos, “defenderão o poder periférico, descentralizado que ela permite” e, do outro, estão os que consideram a rede como mais uma oportunidade para que o “poder central” controle o globo (MUSSO, 2004, p. 35-36), não podemos, independentemente do lado para o qual se incline, imaginar que um modelo social mais democrático seja uma implicação inquestionável imbricada na idéia de redes...

Na contemporaneidade, o desenvolvimento e as apropriações realizadas do conceito de rede e a sua ideologia permitiram a superposição do espaço sobre o território sem suprimi-lo, ou seja, a rede técnica digital possibilitou, simultaneamente, constantes desterritorializações e reterritorializações e a criação de “um tempo curto pelo rápido transporte, ou pelo intercâmbio de informações” (MUSSO, 2004, p. 33). No entanto, essas não são características que, necessariamente, se direcionam para a construção de uma sociedade onde os embates decorrentes de diferenças culturais e as desigualdades e problemas com hegemonias sociais são equacionados. Tampouco são as redes em si responsáveis por uma nova ordem social mais igualitária...

O que parece estar latente no estudo de Musso e que, especialmente, nos interessa desenvolver aqui é o fato de que, nos interstícios entre a “coisificação” e o “determinismo tecnológico” que muito tem marcado os estudos sobre redes, na contemporaneidade (RUBIM, A.; RUBIM, I.; VIEIRA, 2006), temos desenhado, a partir das reflexões desenvolvidas após a noção moderna de rede técnica, um modelo que serviu como base para se conceber o surgimento das configurações digitais de redes que têm a internet como ícone. Esse modelo serviu, ainda, como embrião para a análise dos efeitos dessa forma de estruturação na organização social planetária, desdobrando-se, inclusive, no que Manuel Castels denominou de *Sociedade-Rede*.

De fato, quando Castels desenvolve o conceito de Sociedade-Rede, ele está, então, tomando a idéia generalizada que a metáfora deu ao conceito de rede e estendendo-o a todos os campos de nossa sociedade e não somente ao campo da informação. A metáfora da rede desliza pelos campos da Economia, da Política, das Ciências Sociais e da Cultura. Castels afirma que “as redes constituem a nova morfologia social das nossas sociedades, e a difusão da lógica de criação de redes determina largamente o processo de produção, de experiência, de poder, de cultura” (CASTELS apud BABO, 2002, p. 390). Entretanto, essa nova configuração não se supre em sua estrutura nem determina uma “narrativa estável” da democracia *online*. O que essa configuração faz é engendrar em sua ideologia um mito de relações igualitárias, um projeto de democracia que vale ser analisado enquanto fator de integração social.

Sem dúvida, se devemos descartar a implicação necessária e inquestionável desses princípios que passaram a caracterizar (e, em boa medida, corromper) a ideologia da rede, não podemos “desqualificar as expectativas” que essa ideologia promove no que se refere à “melhoria do convívio e vínculo sociais” (RUBIM, A.; RUBIM, I.; VIEIRA, 2006, p. 34). Para além da ilusão de que as suas características estruturais e técnicas são asseguradoras de um padrão organizacional com status de democracia, resta-nos encontrar, nesses interstícios, uma fundamentação que sirva de base analítica para o funcionamento das redes (especialmente das redes de cultura, que é o foco, neste trabalho), no intuito de que possamos compreender, aqui, por que um determinado formato de associação em rede veio a se instituir como forma de pensar a centralidade das dinâmicas culturais na contemporaneidade.

Em uma primeira análise, posso afirmar que, estendendo as metáforas da rede como estratégia comunicacional para outras esferas da sociedade, a utopia do vínculo social igualitário foi irradiada como um parâmetro a se seguir contra as investidas hegemônicas de padronização e homogeneização. Não há dúvidas de que falar em “democracia, flexibilidade, horizontalidade, descentralização [...] como parâmetros para a definição da categoria rede, sem considerar as dimensões de poder inerentes a toda e qualquer relação social, esteriliza o conceito” (RUBIM, A.;

RUBIM, I.; VIEIRA, 2006, p. 37). Porém, podemos sim evocar o modelo estrutural das redes para “pensar novas modalidades de convivência, que permitam alternativas desejáveis de construção de novos mundos, compartilhados” (RUBIM, A.; RUBIM, I.; VIEIRA, 2006, p. 37). Especialmente, em algumas esferas, como é o caso da cultura, a figuratividade das redes e a sua ideologia vieram bem a calhar com os paradigmas contemporâneos que se alojaram no “pensar” e no “fazer” culturais. As discussões atreladas aos efeitos do processo de globalização, os embates entre identidade cultural e ameaça de pulverização, a vontade latente de fazer ecoar “vozes” de grupos minoritários, bem como as tensões provenientes da relação entre tradição e inovação na contemporaneidade, em boa medida, se conectaram muito firmemente ao modelo de sociedade proposto e emblematizado na ideologia moderna de redes – aquela que se estabeleceu após as apropriações do projeto saint-simoniano –, o que incita a nos aprofundarmos em algumas questões referentes à configuração digital das redes em nossas sociedades e, mais particularmente, aos efeitos da internet.

4.2 **ALGUMAS QUESTÕES REFERENTES À SOCIEDADE-REDE**

4.2.1 ***CONECTANDO OS LAÇOS: A RELAÇÃO SUJEITO-OBJETO NA SOCIEDADE EM REDE***

A rede é um veículo que nos transmuda em ‘passantes’, sempre mergulhados nos fluxos (de informações, de imagens, de dados) [...] (MUSSO, 2004, p. 36-37).

Convido, agora, a deslocarmos o olhar do modelo estrutural das redes para mirarmos na direção de uma visão ontológica, com o intuito de que entendamos como se formam e se diluem os sujeitos que atuam em rede e como se caracterizam os laços gerados a partir das articulações e conexões estabelecidas nas redes digitais (o que configura essa “nova morfologia social” que foi denominada como *Sociedade-Rede*). Vale ressaltar, antes de entrarmos nos “nós” e para além das interconexões e dos fluxos, que os sujeitos conectados em rede estão intermitentemente numa “situação de passagem”, estabelecendo-se como sujeitos de um “tempo intemporal” (CASTELS, 1999a) no qual não se “é” em rede, mas se “está” em rede. Esse novo “espaço de sentidos” que se inaugura com o advento da internet veio, portanto, a recontextualizar a noção de sujeitos enquanto atores sociais das redes digitais.

Virgínia Kastrup alude ao conceito de *rizoma* descrito em *Mil Platôs*, por Gilles Deleuze e Félix Guattari (1995) para afirmar que, a exemplo do rizoma, as redes aparecem mais como condição do que como causa. A autora define a rede enquanto “uma encarnação, uma versão empírica e atualizada do rizoma” (2004, p. 84) e, como nesse, na rede estão articulados “saberes e coisas, inteligências e interesses” (2004, p. 85) das mais diversas naturezas.

Dentre os princípios do rizoma dos quais a autora lança mão para fazer analogia com as redes, destaco especialmente dois, que interessam às reflexões até aqui desenvolvidas... O primeiro é o *princípio da conexão*, através do qual está explicitado que o rizoma é um sistema “acentrado”, ou seja, qualquer um de seus pontos pode (e deve) se conectar a qualquer outro, diferentemente da idéia de árvore ou raiz, na qual a conexão é feita de um ponto central para se ramificar nos demais. “As conexões ou agenciamentos” (KASTRUP, 2004, p. 81) são sempre passíveis de imprimir novos direcionamentos, mas não necessariamente direcionam, o que significa que as conexões podem condicionar laços futuros, mas não determiná-los. Portanto, desviando de uma relação de causa e efeito, o que as conexões do rizoma oferecem são possibilidades de encaminhamentos. É interessante perceber como esse princípio entra em sinergia com os paradigmas pós-modernos da idéia de rede. Para além do automatismo enquanto pressuposto de uma “democracia reticular”, os rizomas são considerados a partir das possibilidades de conexão que oferecem.

Ainda relacionando o princípio da conexão às redes, Maria Augusta Babo associa uma idéia de “textualidade heterotópica” à estruturação digital das redes técnicas, através do que nos introduz ao hipertexto. Para a autora, o hipertexto corresponde a uma espécie de dispositivo que possibilita a conexão de diversos “textos” em rede (2002, p. 389).

A hipertextualização poderá vir a formar-se então um campo metodológico, tal como se tornou o próprio texto [...] Enquanto dispositivo, a rede informática define-se por ausências de pontos nevrálgicos e nesta medida ela está muito próxima do rizoma, ligando o heterogêneo, desierarquizando e deslinearizando, anonimizando e infinitizando o texto, operando conexões entre texto, imagem, sonoridade, permitindo a realização, na escrita, de procedimentos como os de ‘enxertia’, recontextualizando pedaços de textos etc. (BABO, 2002, p. 389).

Quando se fala em navegabilidade na internet, se está exprimindo a noção de possibilidades que, muitas vezes, indicam questões sociais subjacentes à conexão em rede. Uma enorme quantidade de informação é oferecida nas redes digitais e um tema pode facilmente ir condicionando outros; a questão é como buscá-los, o quê procurar, como entender as possibilidades que a rede oferece. Para além de determinar exclusões, as configurações digitais das redes podem indicar e, até, denunciar sistemas hegemônicos de dominação, organizações sociais desiguais etc. Em uma primeira mirada, esse princípio, o da conexão, remete ao modelo descentralizado e não-hierarquizado que as redes possibilitam, tal como funciona a lógica do hipertexto. Mas esse modelo pode se inclinar tanto para favorecer associações de grupos minoritários e de organizações contra-hegemônicas, quanto para instituir e reforçar processos de dominação e aculturação. O que condiciona a maneira como a rede é utilizada é a inserção em rede dos seus atores sociais.

Entramos agora no outro princípio aqui ressaltado, correspondente ao da multiplicidade, no qual está colocado que, nem formado de totalidade Una, nem por formas puras, o rizoma “é pré-subjetivo e pré-objetivo, isto é, composto por singularidades pré-individuais, [...] que estabelecem entre si conexões, agenciamentos, relações recíprocas” (KASTRUP, 2004, p. 81), fazendo desse princípio o da *diferença interna*. “As multiplicidades se definem pelo fora: pela linha abstrata, linha de fuga ou de desterritorialização segundo a qual elas mudam de natureza ao se conectarem às outras” (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 17). Em outras palavras e traduzindo para a *linguagem-rede* à qual me dedico aqui, quero afirmar que, enquanto sujeitos, podemos ser de naturezas heterogêneas, distintas, nas diversas “redes” às quais nos conectamos. Mais do que ferramenta útil, a rede é condição intermitente do ligar-se/desligar-se, o que coloca os seus sujeitos num “limiar da própria constituição da identidade” (BABO, 2002, p. 391). Nesse sentido, a rede pode tanto incluir quanto excluir, afirmando, pervertendo, ou invertendo as dominações (BABO, 2002, p. 391).

Mas quem são mesmo esses sujeitos das redes? Como eles se configuram? Babo afirma que, ao conectar-se à rede digital, o sujeito se torna um ponto de conexão, desaparecendo para dar lugar à relação objeto-objeto (2002, p. 391). Isso possibilita, simultaneamente, a maleabilidade, a anonimização e a não-institucionalização, que podem ser perigosas porque as redes não existem para além do real; elas *incidem* no real. Diante dessa condição de “carne des-subjetivada”, desse “grau zero do sujeito” (p. 392), a autora traz a crítica de Jean-Paul Esquenazi (2001) para afirmar que a única maneira do sujeito não se diluir é a ancoragem das redes aos lugares – como, por exemplo, através da revivificação do espaço público –, ao invés de se centrar na pregação de uma “democracia eletrônica” (BABO, 2002, p. 391).

Portanto, ao contrário das definições modernas da rede técnica e da sua ideologia, que conferiam a essa o status de auto-suficiência como promotora de igualdade social e supressão das diferenças através da democracia reticular, quero explicitar, a partir das reflexões acima referidas, a idéia de que a rede eletrônica serve essencialmente como estímulo ao presencial e é a partir desse pressuposto que ela, de fato, vigora. Esse é o princípio da sociedade em rede definida por Castels, modelo de organização social que caracteriza a nossa entrada para a contemporaneidade. Longe de promover o surgimento de “uma nova sociedade totalmente *on line*” (CASTELS, 1999a, p. 276), a internet, enquanto representante das redes digitais, tem sido apropriada por redes “pré-digitais” e outras formas de organização social, possibilitando o fortalecimento dos vínculos já existentes e favorecendo que “muitos laços fracos, que seriam demasiadamente complicados de manter *off line*”, possam “ser mantidos *on line*” (CASTELS, 1999a, p. 276).

Em outras palavras, à medida que se desenvolvem em nossas sociedades projetos individuais, projetos para dar sentido à vida a partir do que se é e do que se quer ser, a internet possibilita tal conexão, ultrapassando os limites físicos do cotidiano, tanto no lugar de residência quanto de trabalho, e gera redes de afinidades. [...] Então o que acontece é que a internet é capaz de criar laços fracos, mas não de estabelecer laços fortes, [...] e é excelente para dar continuidade e para reforçar os laços fortes que se criam a partir da relação física (CASTELS, 2004, p. 274).

O princípio da multiplicidade nos convida, portanto, a refletir sobre o fato de que as ligações, ou laços possibilitados pela internet, podem desenvolver, mas, não necessariamente, modificam comportamentos. O que vemos, “ao contrário”, é que “os comportamentos apropriam-se da internet, amplificam-se e potencializam-se a partir do que são” (CASTELS, 2004, p. 273). Obviamente, não podemos tirar o status das comunidades virtuais... elas funcionam como “comunidades” na internet, também, ou seja, “geram sociabilidades, relações e redes de relações humanas” (CASTELS, 2004, p. 273). No entanto, elas não podem ser equiparadas às comunidades presenciais; elas são, antes, potencializadoras dessas comunidades. Quanto maior o número de redes sociais e comunidades “físicas” formadas e organizadas, maiores são as possibilidades de utilização da internet e, “quanto mais se usa a internet, mais se reforça a rede física que se tem” (CASTELS, 2004, p. 275). Por outro lado, “[...] quanto mais as comunidades virtuais estão ligadas a tarefas, a fazer coisas, ou a perseguir interesses comuns, maior é o seu êxito” (CASTELS, 2004, p. 275).

3.2.2 VIRTUALIDADE REAL AO INVÉS DE REALIDADE VIRTUAL: O ESTABELECIMENTO DE UMA NOVA CULTURA

É exatamente esta capacidade que todas as formas de linguagem têm de codificar a ambigüidade e dar abertura a uma diversidade de interpretações que torna as expressões culturais distintas do raciocínio formal/lógico/matemático”. (CASTELS, 1999a, p. 459).

Na prolongada discussão que se trava em torno dos efeitos do virtual e da sua relação com a realidade enquanto experiência, Castels propõe um redirecionamento do olhar para afirmar que, quando se concebe que a internet instaurou uma virtualidade que foge ao real, se está partindo de uma idéia equivocada de que, em algum momento, houve uma primitiva experiência do real não-codificada, o que nunca aconteceu. Em todos os sistemas de comunicação, independentemente do meio, os símbolos se deslocam de seu sentido semântico e, nessa medida, toda realidade é, de certa forma, percebida de maneira virtual. Partindo dessa lógica, o autor imprime a idéia de uma virtualidade real, que corresponde a “um sistema em que a própria realidade, ou seja, a experiência simbólica/material

das pessoas, “é inteiramente captada, totalmente imersa em uma composição de imagens virtuais do mundo do faz-de-conta, no qual as aparências não apenas se encontram na tela comunicadora da experiência, mas se transformam na experiência” (CASTELS, 1999a, p. 459).

Castels defende que tanto o virtual quanto o real existem, só que o primeiro não é nominal e estrito e o outro sim. Tomando essas definições como pressupostos, ele complementa com a afirmação de que a nossa realidade, ou a realidade em geral sempre foi virtual, já que “sempre é percebida por intermédio de símbolos formadores da prática com algum sentido que escapa à sua rigorosa definição semântica” (1999a, p. 459). Portanto, o que a *sociedade em rede* nos apresenta, ou melhor, o que mais fortemente tem caracterizado essa nova morfologia social, é a difusão do que o autor chama de uma *cultura da virtualidade real*, que consiste, exatamente, na integração de formas de comunicação diversas em um único sistema de rede digitalizada na qual se pode abranger todas as expressões culturais, que é a internet.

Obviamente, essa cultura tem como linha divisória a presença ou ausência dos atores sociais nesse novo sistema multimídia de comunicação. Não é difícil imaginar a discrepância de acesso a essa rede digitalizada, se comparamos os usuários/provedores da Europa com os da África, por exemplo. Podemos mesmo supor o quanto essas desigualdades imprimem barreiras na avaliação dos impactos da internet. Essa discrepância é, inclusive, mote para que se fale em uma nova configuração mundial, na qual o globo se divide entre aqueles que têm e os que são destituídos do acesso à rede (CASTELS, 2004). No entanto, mesmo considerando que o acesso mundial é muito desigual e que isso faz acentuar os bolsões de pobreza, os índices de crescimento do acesso às tecnologias digitais são altíssimos em todo o mundo e não é apenas a conectividade em si o fator de divisão social, mas “a capacidade educativa e cultural de utilizar a internet” (CASTELS, 2004, p. 266-267).

A rede digitalizada dispõe de informações de todo tipo, o que corresponde a um conhecimento codificado. Mas esse não é necessariamente o conhecimento do qual se necessita. O grande desafio está em transformar o conhecimento codificado em um conhecimento específico. Não podemos desprezar a desigualdade no acesso à internet, nas diferentes partes do globo, mas devemos levar seriamente em consideração também, quando falamos em inclusão digital, que não basta acessar... Para, de fato, nos incluirmos digitalmente, precisamos, como bem coloca Castels, “aprender a aprender”.

Essa capacidade de aprender a aprender; essa capacidade de saber o que fazer com o que se aprende; essa capacidade é socialmente desigual e está ligada à origem social, à origem familiar, ao nível cultural, ao nível de educação. É aí que está, empiricamente falando, a divisória digital neste momento. (2004, p. 267).

Castels caracteriza a contemporaneidade como um “novo ambiente histórico” (1999, p. 461), que tem como batalha cultural crucialmente estabelecida a necessidade de reinterpretar as dimensões fundamentais da vida humana. Cada vez mais, as relações, de uma maneira geral – o que inclui os conflitos sociais e as vivências com a espiritualidade, que antes se travavam numa realidade eminentemente presencial –, se impõem e ganham força virtualmente, estabelecendo um *espaço de fluxos* e um *tempo intemporal* (1999, p. 461) que coexistem e, de alguma maneira, entram em disputa com o espaço de lugares e o tempo presente. Isso se constitui como a base principal dessa nova cultura, “que transcende e inclui a diversidade dos sistemas de representação historicamente transmitidos” (1999, p. 462).

Em suma, a internet configurou-se como sociedade porque expressa, com uma nova formatação social, os processos, interesses, valores e instituições que lhe são prévios. Sendo assim, podemos perguntar em que consiste essa nova formatação, o que ela nos oferece de específico, qual a sua particularidade...

A especificidade é que ela constitui a base material e tecnológica da sociedade em rede; é a infra-estrutura tecnológica e o meio organizativo que permitem o desenvolvimento de uma série de novas formas de relação social que não têm sua origem na internet, que são fruto de uma série de mudanças históricas, mas que não poderiam desenvolver-se sem a internet. (CASTELS, 2004, p. 287).

3.3 DO VASTO UNIVERSO DAS REDES À SUA FUNCIONALIDADE E GESTÃO NA ÁREA CULTURAL

Não podemos perder de vista que, dentre o vasto universo de utilização das redes na contemporaneidade, interessa neste trabalho, particularmente, a articulação desenvolvida pelas redes de cultura. Como, então, associar o conceito geral de redes e essa nova formatação social inaugurada com a internet com o discurso que sustenta o trabalho das redes de produtores culturais e artistas “independentes” dentro da realidade latino-americana? Sem dúvida, o trabalho das redes de cultura comporta toda a ambigüidade e os desafios explicitados nas linhas anteriores. Mas ele contempla, também, as suas particularidades, enquanto um trabalho que se direciona para um foco bastante específico. O que almejo aqui é, portanto, trilhar pelos caminhos do conceito geral e da ideologia das redes descritos anteriormente para analisar a sua aplicabilidade no campo da cultura, na intenção de que se possa, a partir daí, levantar algumas considerações.

Opto por começar pela definição geral das redes de cultura, que desenvolverei me atendo, especialmente, a três tipos de documentos: o estatuto da Rede Brasil de Promotores Culturais⁴⁶ (1997); o relatório da quinta edição do *Mercado Cultural*⁴⁷ (2003) e um documento intitulado “Redes culturais num contexto glocal” (*Cultural networks in a glocal context*), produzido coletivamente pelos membros participantes do *Encontro Mundial de Redes de Cultura* que aconteceu durante o *II Fórum Cultural Mundial*, em novembro de 2006. Note-se que lancei mão de três “discursos” que estão em consonância, mas vêm de instâncias distintas.

O estatuto da rede corresponde à narrativa oficial; é o que define, formal e publicamente, a rede enquanto entidade representativa. O relatório do *Mercado Cultural* expressa, também, um discurso oficial, mas não exatamente da entidade-rede e sim do evento, um acontecimento cultural. É interessante por ser um discurso que se destina ao financiador, um ator social simultaneamente importante e problemático para o trabalho das redes de cultura. Por fim, o documento produzido para o Fórum Cultural é informal, não-oficial, mas, igualmente pertinente, por expressar a práxis efetiva das redes, em seus entremeios e mecanismos cotidianos. Os três se conectam como complementares e emblemáticos porque explicitam a articulação tensa entre o pedagógico e o performativo das redes de cultura, auxiliando-nos na análise dos caminhos que percorre a sua “narrativa estável” e as fissuras que em seu interior são geradas.

Numa contextualização geral das redes de cultura aqui estudadas, as definições atentam para essas entidades associativas enquanto “um sistema de informação e comunicação acessível” (CASA VIA MAGIA, 2003, p. 62), que têm por objetivos promover a qualificação, a promoção de oportunidades e o conhecimento no campo da cultura, visando “incentivar o intercâmbio cultural” e “difundir informações” (Estatuto da Rede Brasil, 1997) através do apoio à apresentação e formação de artistas, nas mais diversas atividades culturais. Além disso, ancoram-se na missão de promover o debate acerca da diversidade cultural, garantindo que as múltiplas manifestações culturais sejam respeitadas e valorizadas.

Constam, no discurso das redes, algumas premissas que perpassam a sua definição, como o suporte mútuo e a força através da coletividade; o intercâmbio de informações e interesses; a solidariedade, proximidade e generosidade; a garantia de melhores alternativas para o setor artístico/cultural; e a consolidação de estruturas participativas e horizontais (Redes Culturais num Contexto Glocal, 2006, p. 3).

⁴⁶ Escolhi o Estatuto da Rede Brasil e não da *La Red* por ter sido a primeira criada após a popularização da internet, diferentemente da segunda. Esse é um aspecto pertinente para o estudo aqui desenvolvido e torna o estatuto da Rede Brasil um documento mais completo para a análise que pretendo desenvolver aqui.

⁴⁷ Nesse relatório há uma seção especialmente dedicada às redes, com definições e objetivos.

Focadas na formação de circuitos de trocas e intercâmbio, de conhecimento e atividades, abordando frentes presenciais e virtuais, as redes otimizam o trabalho de difusão e coleta de informações, viabilizando assim uma integração regional, continental ou internacional, tendo o viés da cultura como elemento de interdisciplinaridade. (CASA VIA MAGIA, 2003, p. 62).

Partindo dessas definições gerais, alguns elementos podem ser identificados como princípios catalisadores para se pensar essas redes em sua complexidade (entidades que, em muitos aspectos, se diferenciam de outros tipos de organizações sociais formais). Primeiramente, temos que, enquanto representantes que se reconhecem partilhando um universo convergente de interesses, projetos, inquietações e questionamentos acerca de um determinado padrão sociocultural estabelecido, os membros que aderem às referidas redes passam a compor uma *coletividade*, que se inaugura a partir de uma iniciativa voluntária. Não é a rede em si que coopta os seus representantes, mas, ao contrário, os grupos sociais se buscam no intuito de formar as redes. São, portanto, antes de tudo, redes de interesses comuns.

Considerando, ainda, que essas comunidades são formadas por um sentido de pertença, não é difícil conceber que esse imaginário venha a gerar algum tipo de *envolvimento afetivo/emocional* entre os seus integrantes, no que toca às questões com a qual a rede dialoga. O estar na rede funde-se com as realizações individuais de cada representante, o que confere à idéia que envolve as redes dessa natureza um certo status de organicidade e complementaridade entre os seus membros.

Em um terceiro plano, a condição de participante da rede, por definição, implica na condição de se estar *interconectado* com os seus demais integrantes. A articulação nessas redes pressupõe uma interação periódica. Se, antes, essa interação dependia, essencialmente, dos encontros presenciais, como já foi anteriormente mencionado, a internet veio dinamizar as atividades promovidas/programadas durante esses encontros, estreitando os laços criados presencialmente⁴⁸ e ampliando o número de membros, de organizações e de acessos às redes.

A partir desse discurso normativo das redes de cultura, está latente, em sua definição, a noção dessas entidades enquanto promotoras de um modelo estrutural descentralizado, horizontal, equânime, solidário etc. Pergunto-me se o imaginário da rede técnica moderna não prevalece aqui como um modelo a ser seguido pelas redes de cultura em questão, especialmente para aquelas que atuam na perspectiva da arte “inovadora” e “independente”, uma instância cultural na qual o trabalho é árduo e as oportunidades são difíceis. Essa ideologia parece servir bem aos intentos de um tipo de articulação cultural que tem em sua filosofia o propósito de caminhar pelas “brechas” de um sistema

⁴⁸ No âmbito da América Latina, esse corresponde a um desafio especialmente difícil de ser superado, considerando a falta de integração e a dificuldade de acesso (digital e presencial) a muitas localidades e regiões do continente. Esse é um aspecto que será mais detalhadamente abordado ainda neste capítulo.

hegemônico centralizador. É fácil imaginar, daí, que não devem ser pequenas as tensões e os obstáculos que se apresentam ao trabalho desenvolvido por essas redes.

3.3.1 NOS INTERSTÍCIOS ENTRE OS NOVOS ESPAÇOS DE AÇÃO E AS ANTIGAS ESTRUTURAS ORGANIZACIONAIS DA SOCIEDADE

Se, decerto, essas redes “são tomadas como organizações com certa especificidade em seu modo operativo, que as distingue das demais instituições formais” (RUBIM, A.; RUBIM, I.; VIEIRA, 2006, p. 39), também não podemos afirmar que elas inaugurem novos atores sociais, na medida em que as redes de cultura “não trazem para a cena prioritariamente atores antes inexistentes, mas representam novos espaços a serem ocupados por atores já presentes no ambiente cultural” (RUBIM, A.; RUBIM, I.; VIEIRA, 2006, p. 41). O que está em jogo, portanto, são os novos espaços socioculturais a serem ocupados por essas redes. Que espaços são esses? O que leva os atores sociais a quererem pertencer a esse tipo de estruturação como um conector de “pontos de sinergia” que possibilita tratar as diversas questões referentes ao sistema cultural na contemporaneidade?

Cada vez mais, o mundo se articula em grandes conglomerados (redes de telecomunicações, de supermercados, de indústrias etc), formando corporações extremamente competitivas e veiculadoras de valores, padrões e de sentidos de pertencimento. Nesse processo, grande parte das expectativas de consumo cultural em nossas sociedades é estimulada por um desejo de pertença a algo que é transmitido através dessas corporações. Mas, se, por um lado, é crescente a articulação de poder que “funciona em redes globais” (CASTELS, 2004, p. 278), por outro, também deve ser levado em consideração que “as pessoas têm suas vivências e constroem seus valores, suas trincheiras de resistência e de alternativa em sociedades locais” (CASTELS, 2004, p. 278). Nos meandros desses mecanismos de hegemonia supranacional, são deixadas algumas lacunas que configuram vazios de compartilhamento e geram margens para iniciativas que se organizam com o intuito de criar diferenciais na construção e veiculação de bens simbólicos, não esperando que a grande mídia divulgue e estabeleça os parâmetros para a elaboração desses bens.

Ao invés de deixar-se submeter à “malha fina” que “filtra” as oportunidades a partir dos padrões das indústrias culturais, o que as redes de cultura que trabalham na perspectiva da produção independente tentam fazer é abrir caminhos para uma outra representatividade no campo cultural, através da criação de um circuito de espaços e de agentes culturais independentes, rompendo com o isolamento geográfico e estabelecendo pontes de conexão entre manifestações culturais de diferentes partes do globo. Por pressuposto, esse circuito busca se organizar através da manutenção de atividades de formação e aperfeiçoamento em gestão cultural (cursos, seminários, fóruns, congressos

etc.), da promoção de festivais e encontros artísticos (a exemplo do *Mercado Cultural*), do desenvolvimento de iniciativas focadas na profissionalização artística e da abertura de espaços de discussão política sobre o papel da cultura na sociedade.

Destaco aqui um trecho da entrevista realizada, em 27 de novembro de 2006, com Walter Roberto Malta (então presidente da Rede Brasil de Promotores Culturais Independentes) onde ele expressa um tipo de atuação que caracteriza o modelo de inserção dessas redes culturais em nossa sociedade...

A Rede Brasil hoje tem a perspectiva de um trabalho político e de ampliação do mercado de trabalho para o artista e para o criador brasileiro. Então, nós ficamos o tempo todo trabalhando em fazer a interlocução com as redes regionais e locais, a interlocução entre produtores e promotores culturais de todo o Brasil. Hoje os afiliados – não são associados ainda, mas afiliados – à Rede Brasil são cerca de 265, em média, que respondem às questões levantadas pela rede. Politicamente a gente está dentro da estrutura e da discussão da nova lei de cultura do país. Temos uma discussão bastante forte – como somos produtores e promotores culturais – na questão da regularização da lei da meia-entrada e estamos também na discussão do aumento do índice do orçamento do Ministério da Cultura (que a nossa proposta é que seja de 2% do orçamento do Estado destinado à cultura). Nas questões de distribuição, a gente sempre está buscando corredores culturais e associações com outras redes culturais do país, onde nós podemos oferecer os nossos espetáculos, os espetáculos dos nossos associados. Isso é uma questão objetiva. Ao mesmo tempo, nós temos um *site*, onde oferecemos tudo o que nos chega de notícia sobre o mercado da cultura: de música, de dança, de editais, de concorrência de verbas públicas, editais de instituições, de empresas privadas etc.

Esse trecho é, especialmente, pertinente por levantar algumas questões que tenho intenção de analisar. Transitando entre a melhoria das condições do mercado de trabalho, conseqüentemente, dos espaços de ação para produtores/promotores culturais e artistas, a atuação política, no sentido de ampliar a visão e favorecer as oportunidades para o campo cultural como um todo, e a distribuição, a Rede Brasil, como um exemplo de atuação das redes de cultura que trabalham na perspectiva da criação não vinculada à grande mídia, aparenta dar conta, em sua proposta, de uma carência existente com relação à implementação de políticas públicas e de espaços de criação, promoção e distribuição da produção cultural “independente”. No entanto, esse modelo de gestão da cultura lida com algumas contradições em sua estrutura de funcionamento que imprimem dificuldades ao seu eixo de ação e valem ser observadas enquanto dilemas que se apresentam ao trabalho em rede.

De início, temos a caracterização dos membros como “ainda” afiliados e não associados, o que quer dizer, efetivamente, que os membros da rede não são membros pagantes, apesar da palavra “ainda” expressar um indício de que é na condição de ter seus membros como associados

(pagantes) que a rede pretende chegar. Esse aspecto, que está nas entrelinhas do trecho destacado, levanta uma questão importante no que se refere ao trabalho em redes de cultura, pois liga dois tópicos que se constituem como pontos de inflexão para o desenvolvimento do trabalho dessas redes. O primeiro diz respeito à atuação dos integrantes na rede. Quem representa o quê dentro da rede? Como se dá o comprometimento dos seus membros com as funções assumidas em rede? O segundo está relacionado à questão da manutenção dessas associações. Se os membros não são pagantes, como a rede se mantém? Entramos, aí, numa “seara” bastante delicada que é a quase ausência de financiamento para esse tipo de entidade associativa. Veremos, pouco mais adiante, os motivos dessa dificuldade.

Continuando com a fala de Roberto Malta, outro ponto que está presente nesse trecho e que vale ser ressaltado relaciona-se ao papel que a internet ocupa no trabalho que a Rede Brasil desenvolve. O *site* é citado como um apêndice da rede, como uma espécie de boletim de notícias⁴⁹, transmissor de informações que interessam aos propósitos da rede. Seguramente, a internet cumpre com esse papel de ser um veículo informativo, mas será somente essa a sua função? Até que ponto os *sites* das redes atuam como portais, estabelecendo pontes de conexão entre os seus membros, permitindo interligações e articulações dentro do princípio da conexão que Deleuze e Guattari definem para o rizoma e da concepção de “tempo intemporal” e “espaço de fluxos” que Castels desenvolve? Da maneira como está caracterizado nessa fala do entrevistado, o *site* se resume a ser um pólo dispersor de notícias. Se é assim que se dão as atribuições pela internet, como, efetivamente, funcionam as articulações entre os membros da rede fora dos encontros presenciais?

Guiada pelos questionamentos explicitados no trecho acima e a partir da lista de obstáculos que está contida no documento elaborado durante o *Encontro Mundial de Redes de Cultura*, ordenei esses impasses e os dividi em três “blocos” que constituem dilemas a serem enfrentados pelos atores sociais que atuam em redes de cultura. O primeiro se refere ao empoderamento dos membros nas redes: como compartilhar tarefas e negociar objetivos em rede, de forma que a estrutura organizacional torne a gestão das redes a mais horizontal possível? O segundo diz respeito às questões de sustentabilidade e manutenção das redes: como tornar o trabalho das redes mais palpável e lidar com as dificuldades de financiamento? Por fim, temos a conexão entre o virtual e o presencial: como se apropriar das ferramentas que as tecnologias da comunicação e informação oferecem, fazendo da internet um meio que venha, de fato, a permitir fluxos e integrações *online* sem descaracterizar a importância das articulações presenciais, mas, ao contrário, complementando-as?

⁴⁹ E é efetivamente esse o termo que o entrevistado utiliza para caracterizar o site, mais adiante, na entrevista, quando afirma: “Estamos distribuindo essas informações metodicamente. Para você ter uma idéia, toda quarta-feira sai o boletim da Rede Brasil com as últimas notícias” (Entrevista realizada em 27de novembro de 2006).

3.3.2 O COMPARTILHAMENTO DE DECISÕES NUM CENÁRIO DE HORIZONTALIDADE E DESCENTRALIZAÇÃO

Eu não represento um projeto pessoal, eu represento um projeto maior. Quando as pessoas me vêem hoje, elas vêem um monte de coisas vindo junto. Eu sou, basicamente, a ponta de um iceberg. Muita gente vem falar comigo: 'Estou fazendo um festival assim, quem você me recomenda?' Então, neste sentido, são conexões que, de fato, se dão fora da grande indústria e fora de comunicações viciadas. O meu papel é não viciar a minha comunicação; é mantê-la viva e respirando. (TAUBKIN, 2005).⁵⁰

Falando enquanto um representante do *European Forum of Worldwide Music Festivals*⁵¹, uma rede formada para identificar, promover e distribuir a música independente produzida ao redor do mundo, esse trecho da entrevista com Benjamim Taubkin nos fornece alguns elementos interessantes para pensarmos a questão dos atores participantes das redes de cultura. Em um cenário que preza a estruturação horizontal de distribuições de poder, o compartilhamento das decisões tomadas diz muito sobre a discussão acerca da representatividade das redes. Tratando-se, no caso das redes de cultura aqui estudadas, de um ambiente onde a diversidade de atores sociais é grande, a divisão das tarefas partilhadas e as relações equânimes de empoderamento entre os gestores/integrantes das redes pode ser um objetivo muito difícil de ser alcançado. Isto porque “elas podem incorporar como membros entes muito desiguais em termos de ‘cota de poder’ a ser exercida” (RUBIM, A; RUBIM, I; PITOMBO, 2006, p. 46).

Ao lidar com uma entidade que articula instâncias sociais distintas, que vão “desde organismos supranacionais, instituições nacionais ou subnacionais, empresas, entidades da sociedade civil e até indivíduos” (RUBIM, A; RUBIM, I; PITOMBO, 2006, p. 46), as discrepâncias no que toca à autonomia para tomar decisões tendem a ser demasiadamente acentuadas, correndo o “risco que estas redes se transformem em meras extensões de atores pré-existentes” (RUBIM, A; RUBIM, I; PITOMBO, 2006, p. 47). Como sustentar, então, as relações entre os membros e negociar as modalidades de atuação na rede? Esse é um desafio fortemente colocado ao trabalho das redes de cultura. Se a sua ideologia envolve uma nova estruturação das relações de poder, se se busca um modelo representativo no qual cada um se representa ao mesmo tempo em que todos representam o coletivo em nome de um conjunto de objetivos em comum, o vínculo das redes com um compartilhamento de decisões hierarquizado e desigual perderia o seu sentido de existir. Resta investigar se esse modelo é possível...

⁵⁰ Entrevista com Benjamim Taubkin realizada em 8 de dezembro de 2005.

⁵¹ Fórum Europeu de Festivais de Música do Mundo.

Não é de se estranhar ainda que relações desiguais de poder, em um ambiente que se destina a trabalhar com base na desierarquização, gerem conflitos relativos à motivação e ao comprometimento por parte dos membros das redes. Enquanto entidade associativa que estabelece um coletivo em torno de idéias e objetivos em comum, a rede terá tanto mais êxito em seus propósitos quanto mais organicamente funcionar a divisão de tarefas e o compartilhamento das decisões entre os seus membros. A depender das proporções e do alcance da rede, o abandono por parte de um de seus integrantes pode, inclusive, significar oscilações que comprometam a continuidade dos projetos desenvolvidos pelo coletivo.

No debate acerca das potencialidades e configurações das redes, como extensões de atores já existentes ou como novos atores, uma outra angulação precisa ser contemplada. Trata do elo realmente existente entre as instituições mães e as próprias redes. Independente de quais sejam suas características (estatais, de mercado ou da sociedade civil), tais elos, a depender de como estejam sendo trabalhados, podem representar um elemento definidor das possibilidades das redes como extensões ou atores sociais. Toda rede tem necessariamente uma coletividade de origem, que pode ser plural ou estar marcada pela presença de alguma instituição pré-existente. A postura e o objetivo deste coletivo fundador é vital. São situações totalmente distintas: uma atitude que busca manter a rede sob controle e uma outra que, de modo deliberado, visa autonomizar a rede. Elas vão ter repercussões e desdobramentos muito diferenciados sobre o futuro da rede. (RUBIM, A; RUBIM, I; PITOMBO, 2006, p. 46-47).

Cabe perguntar aqui quais são os fatores que levam às desigualdades no compartilhamento das decisões tomadas em rede... O que parece despontar como um motivo importante para essas possíveis discrepâncias é a tentativa de imposição de um projeto individual em detrimento das aspirações do coletivo. Mesmo considerando que as configurações de redes podem envolver atores sociais muito distintos entre si, o que, por pressuposto, justifica o agrupamento de seus membros e a conseqüente consolidação da rede são os objetivos em comum que formam o seu coletivo. Quando um projeto individual tenta prevalecer sobre esses objetivos, a tendência é que sejam geradas tensões no interior de seu funcionamento que levem à desmobilização por parte de seus integrantes.

Obviamente, não há como supor que os conflitos referentes à tomada de decisões sejam suprimidos. Eles são, sim, constantemente negociados, podendo sê-lo sob conseqüências não favoráveis para alguns de seus componentes. É importante, portanto, que os membros que se articulam em rede tenham clareza de que eles podem conseguir, na rede, resultados individuais, na medida das aspirações que são compartilhadas, sabendo esperar retornos a longo prazo, já que nem

sempre esses são alcançados imediatamente⁵². Mas, como ter certeza de que os membros possuem o perfil certo? Devem, ainda, os integrantes majoritariamente ser representados por indivíduos ou organizações? O que fica latente enquanto dilema, no conflito individual/coletivo vivenciado pelas redes, é a capacidade de construção de objetivos que visem fortalecer ao setor mais do que aos seus membros. “Considerando que vivemos em um cenário cultural global em constante mudança, é preciso ser flexível o suficiente para cooperar” (Cultural Networks in a Glocal Context, 2006, p. 6).

Não é tão simples fazer rede. As pessoas dizem que estão dispostas a participar de rede, mas não estão, no sentido mais amplo da palavra. E eu acho que isso tem muito a ver com a estrutura do pensamento: as pessoas pensam de um determinado jeito e o trabalho em rede é mais amplo. Rede não pode ser ego. [...] A rede é sempre o pensar coletivo e isso é um sonho. Agora, eu fui encontrando pessoas de muito valor que ainda hoje são, digamos, amigas e ligadas em rede. Eu acho que, normalmente, de um projeto de rede com cinquenta pessoas, você tira três, quatro, mas que têm o maior valor. As outras se envolvem, sonham, puxam bandeiras, gritam coisas e no ano seguinte estão em outra. Depois, as pessoas têm muitas vezes se organizado em rede para defender seus próprios interesses contra outros. [...] Devia ser sempre busca de pontos comuns. Não adianta dizer que está trabalhando em rede contra alguém. Aí já não é rede. (TAUBKIN, 2005).⁵³

Destaquei esse trecho, que contém afirmações enfáticas em algumas colocações, porque posso identificar, a partir dele, algumas questões que classifico como cruciais para o papel que os atores sociais da rede ocupam em sua atuação com o coletivo, reforçando os dilemas que venho me dedicando a explicitar aqui. Primeiramente, temos o papel dos atores enquanto sujeitos... Ao mesmo tempo em que afirma que “A rede não pode ser ego” – e aí entra em consonância com a condição de “grau zero do sujeito” à qual Maria Augusta Babo se refere –, Benjamim Taubkin classifica o “pensar coletivo” das redes duplamente como inerente – quando diz que ela é “*sempre* o pensar coletivo” – e distante de ser alcançado, à medida que caracteriza esse coletivo enquanto um “sonho”. Isso é enfatizado mais adiante, em sua fala, quando destaca que é comum ter apenas três ou quatro “pessoas de valor” em um universo de cinquenta, o que corresponde, em sua análise, a menos de 10% da representação total. Certamente, isso não poderia corresponder a uma representatividade do coletivo...

Em outras palavras, assumir essa observação significaria afirmar que a condição de des-subjetivação dos atores sociais em rede, em prol de um sujeito outro, que é o coletivo formado pela articulação de seus integrantes, é utópica. Se concordarmos com isso, então estaremos admitindo que

⁵² Via de regra, eles efetivamente não o são.

⁵³ Entrevista com Benjamim Taubkin realizada em 8 de dezembro de 2005.

as estruturações das redes, ao menos das que me proponho a investigar nesse trabalho, ainda não conseguiram alcançar o status de entidade coletiva.

Mas, se, por um lado, Benjamim Taubkin problematiza a possibilidade de formação e consolidação de um coletivo de redes para a cultura, por outro, a criação de laços de afinidades parece ser algo bem evidente na fala desse entrevistado. A menção às “pessoas de valor” que de “ligadas em rede” passaram também a “amigas” indica a vivência com o estreitamento dos laços afetivos. Será que as “pessoas de valor” às quais o entrevistado se refere não seriam aquelas com as quais, por um determinado motivo, ele encontrou pontos de sinergia e passou a trabalhar conjuntamente?

Longe de tomar a experiência de um ator social das redes como parâmetro para generalizar a configuração e a representatividade social dessas associações, através da fala de Benjamim Taubkin, pretendo sugerir que, enquanto geradora de laços de afinidades, uma única rede pode possibilitar a criação de coletivos que atuam em frentes distintas, gerando lideranças partilhadas. O fato de um coletivo ser formado por outros coletivos que possuem diferenças entre si não tira do conjunto maior o seu status de comunidade, na medida em que eles se complementem mutuamente. É difícil imaginar um coletivo dentro do qual não estejam instaurados conflitos gerados pelas diferentes concepções que o formam e não poderia ser diferente com as redes, já que os seus atores sociais não foram com ela inaugurados. Mas, também, devemos levar em consideração que um depoimento como esse proferido por Benjamim Taubkin, que fala da perspectiva de representante, no Brasil, de uma rede internacional, como é o caso do *European Forum of Worldwide Music Festivals*, se constitui como um dado importante para refletirmos sobre o cotidiano das redes aqui estudadas.

Ainda com relação à negociação de poder entre os seus membros, as redes também enfrentam o problema da transitoriedade da administração. Apesar das redes de cultura em questão possuírem uma sede, como consta em seus estatutos, a sua proposta se firma no modelo descentralizado de articulação e os seus membros/afiliados/associados estão normalmente espalhados em localidades, regiões e, até países, diferentes, a depender da linha de alcance das redes. Por exemplo, a Rede Latinoamericana tem membros oriundos da maior parte dos países da América Latina e, em um âmbito menor, a Rede Brasil possui afiliados residentes em estados de todas as regiões do país.

Normalmente, essas redes são geridas por um Conselho Diretor, que é eleito a cada dois anos ou, até, anualmente e é formado por integrantes que muito freqüentemente não residem na mesma localidade. Na Rede Brasil, por exemplo, o Conselho Diretor é atualmente composto por afiliados de quase todas as regiões do país, com exceção da Região Norte⁵⁴. Portanto, se a sede da Rede Brasil, funciona em São Paulo e seu Conselho Diretor está espalhado em diferentes localidades

⁵⁴ Dentre os quais está Ruy Cezar Silva, presidente da Casa Via Magia, como conselheiro fiscal.

do país, como, efetivamente, consolidar as suas ações conjuntamente? Além disso, considerando-se que esse Conselho Diretor muda periodicamente e que, a cada mudança, são eleitos representantes diferentes, como alinhar as expectativas da rede, com essa rotatividade das suas instâncias administrativas, sem desestruturá-la? Esse é um dado especialmente agravante se os membros vêm de instâncias sociais diversas, como é o caso das redes de promotores culturais e artistas.

Encontro ainda, na fala de Ruy Cezar Silva⁵⁵, consonância com a questão acima levantada, quando ele explica que atualmente *“questiona-se muito a função das redes enquanto entidades associadas e físicas, com CGC. Porque hoje, cada pessoa, cada núcleo da Rede Latinoamericana original é em si uma rede”*⁵⁶. Ele ressalta, ainda, que as instituições-núcleos das redes, por terem sede fixa e não possuírem, na sua gestão, uma transitoriedade tão intensa, acabaram por assumir individualmente muitas das atividades que eram antes desenvolvidas em rede e como alguns núcleos já possuem o seu próprio *website* e as suas pontes de conexão com outras instâncias sociais, ficou mais cômodo e eficaz, para algumas instituições, administrar a sua “rede” individual em vez daquela formada por uma quantidade de atores tão diversos, ao que ele complementa, afirmando que *“às vezes, uma instituição consegue fazer um pouco mais do que a própria rede”* (SILVA, 2007).

Com vistas a esse dilema instaurado atualmente, poderíamos sugerir que a digitalização das redes, ou seja, a apropriação feita da internet, corresponderia a um elemento fundamental para a sua articulação e fortalecimento. No entanto, como já foi indicado nas linhas anteriores, e será ainda melhor explicitado mais adiante, parece que essas redes ainda não se integraram à filosofia da rede digital em toda a sua complexidade, subestimando o seu potencial e, com isso, o eixo de ação das redes de cultura aqui mencionadas.

Por fim, nesse bloco, destaco uma questão anteriormente levantada pelo Ex-presidente da Rede Brasil, Roberto Malta, que se refere à ausência ou presença de membros pagantes na rede. No relatório da reunião entre redes culturais e fundações que aconteceu no encerramento do Encontro Mundial de Redes, consta que

O sentido de pertencimento e cometimento dos participantes pode ser diferente de rede para rede a depender da natureza dos seus membros, isto é, se está baseada em contribuição financeira ou não. Isto determina o grau de comprometimento das pessoas com a rede.⁵⁷ (LEITE, 2006, p. 3, tradução nossa).

⁵⁵ Entrevista realizada em 5 de janeiro de 2007.

⁵⁶ Essa fala, para além dos dilemas enfrentados pelas redes, é bastante significativa, no que toca ao redirecionamento da proposta do *Mercado Cultural*, tema que será retomado com mais ênfase no próximo capítulo.

⁵⁷ No original: *“The ownership by and commitment of the participants can be different from network to network depending on the nature of the membership, e.g. if it is based on financial contribution, or not. This determines the degree to which people have a firm stake in the network”*.

Parece estar indicado, nas discussões que se referem à natureza dos membros de uma rede, que a eficácia e o grau de horizontalidade nos trabalhos desenvolvidos pelos seus participantes são diretamente proporcionais à sua condição de pagantes. Isso porque, como as redes de cultura normalmente carecem de agentes financiadores e, efetivamente, precisam de manutenção e gestão constantes, a condição de seus membros como simplesmente afiliados acaba, de fato, por concentrar uma grande porção de trabalho nas mãos de poucos (como sugeriu Benjamim Taubkin). A isso vale dedicar uma atenção especial...

3.3.3 DIFICULDADES NA OBTENÇÃO DE FINANCIAMENTO: UMA QUESTÃO DE PERTINÊNCIA SOCIAL

Uma das questões fortemente levantadas durante o *Encontro Mundial de Redes de Cultura* e, também, nas entrevistas, diz respeito à sustentabilidade financeira. A manutenção das redes, para além das atualizações realizadas *online*, envolve muitos custos difíceis de serem cobertos se não houver financiamento efetivo a essas entidades. Gastos com a elaboração de material audiovisual e impresso e produção de eventos culturais relacionados aos propósitos das redes, como festivais e assembléias, são realidades necessárias à sua gestão. Considerando que uma das características constituintes da associação em redes é a sua mobilidade, isso requer subsídios que permitam o encontro constante dos atores sociais que as compõem. Como, então, solucionar esse impasse se grande parte das redes de cultura aqui mencionadas não possuem financiamento efetivo?

Principalmente no contexto da Europa e Estados Unidos, existem fundações e corporações que financiam a cooperação cultural e a manutenção de redes, a exemplo da fundação holandesa HIVOS e das americanas Rockefeller e Ford. Sob a ótica do financiador, diz Leite, os pontos positivos que motivam esses financiamentos são: estabelecer “pontes entre regiões culturalmente diferentes, promovendo o intercâmbio de diferentes visões, idéias e sentimentos, o que é muito importante num mundo economicamente globalizado”⁵⁸; estimular a profissionalização e, ainda, tornar possível o alcance de “uma visibilidade internacional, pela organização de festivais e eventos públicos de artes, tornando a informação acessível” através de publicações impressas e digitais⁵⁹. (2006, p. 2-3, traduções nossas).

No entanto, durante a reunião entre redes de cultura e financiadores que ocorreu no // *Fórum Cultural Mundial*, ficou visível uma indisposição, por parte das fundações, para apoiarem projetos de redes, apontando, como motivo principal, a sua intangibilidade enquanto instância cultural.

⁵⁸ No original: “bridge different cultural regions, exchanging different visions, ideas and feelings, what is very important in an economically globalizing world”.

⁵⁹ No original: “reach an international audience by organizing public arts events and initiatives and by making information accessible (publications and internet)”.

Quem são as redes? São elas estáveis? Podem as fundações contar com o seu trabalho? Em caso afirmativo, como podem os financiadores avaliar os resultados das atividades que desenvolvem, tendo a garantia de que as redes financiadas vão desenvolver e levar a cabo os projetos propostos?⁶⁰ (LEITE, 2006, p. 4).

Essas foram algumas questões que nortearam a fala de Kathinka Dittrich van Weringh, representante da *European Cultural Foundation* (Fundação Cultural Européia). Seguindo uma posição semelhante, temos na fala de Paul van Paaschen, representante da *HIVOS Foundation*, a afirmação de que os resultados e efeitos do trabalho desenvolvido pelas redes culturais são freqüentemente não evidentes, tornando mais interessante para as fundações “financiar projetos concretos, a exemplo de uma exibição artística, do que algo tão intangível quanto as redes” (LEITE, 2006, p. 3, tradução nossa). Relembremos o caso do *Mercado Cultural*: apesar de ser um projeto delineado pelos propósitos da rede, a fundação Rockefeller foi enfática em não querer financiar a *La Red*, mas solicitou que o projeto do evento ficasse agregado à Casa Via Magia.

No caso do Brasil, essa situação se agrava, pois, se, na Europa e Estados Unidos, a possibilidade de apoio financeiro a associações como uma rede ainda se constitui como uma alternativa viável, no Brasil, essa realidade é consideravelmente mais difícil. A verba para apoio de projetos de rede acaba vindo majoritariamente dessas mesmas instituições internacionais, o que torna as redes que atuam não só do Brasil, mas também na América Latina, duplamente subjugadas aos critérios de escolha das fundações, não só por serem “intangíveis” mas, ainda, por serem estrangeiras. “Então, as entidades que trabalham com sedes mais localizadas, com projetos mais estruturados, elas, às vezes, podem dar respostas mais rápidas. É o próprio caso da Via Magia” (SILVA, 2007).

Dentre alguns pontos já explicitados aqui, Paul van Paaschen identifica ainda, sob a visão do financiador, outros fatores problemáticos das redes que valem ser ressaltados⁶¹. Segundo ele, o fato de “haver muitas redes desenvolvendo atividades muito semelhantes” (LEITE, 2006, p. 2, tradução nossa), mas que não se conhecem e, portanto, não interagem entre si, dificulta, aos olhos do financiador, a avaliação da pertinência das suas atividades. Além disso, ele aponta que não é raro que “as redes queiram dar conta de demasiados propósitos em suas tarefas” (LEITE, 2006, p. 2, tradução nossa), abrindo muitas frentes de ação que não permitem que o financiador perceba o foco e a missão

⁶⁰ No original: “Who are the networks? Are they stable? Can foundations count on them? How can foundations evaluate their actions? How can foundations have the warranty that the funded networks will develop their projects? These are some of the questions that foundations ask when they analyze a project”.

⁶¹ No original: “The critical points from the donors perspective when dealing with cultural networks:
- Difficulty in learning what is going on: networks do the same things and do not know each other;
- Too often networks cover many issues in their tasks and this makes it difficult to focus and to know their activities.
- Administrative/financial transparency and democratic set-up: can be a critical point if members do not feel represented by the decision making structure”.

dessas associações. O que está em jogo, portanto, parece ser o reconhecimento político dessas associações enquanto instâncias representativas no setor cultural.

No entanto, se esse se constitui como um dilema que atrapalha, consideravelmente, o desenvolvimento das redes de cultura, algumas questões em defesa da sua forma de estruturação também devem ser levadas em conta. Mary Ann de Vileg, representante da IETM – a mais antiga e, provavelmente, mais consolidada rede de artes performáticas, atualmente –, coloca que, se a avaliação dos resultados do trabalho em rede é difícil, “certamente não é apropriado avaliar uma rede da mesma maneira que se avalia um projeto cultural”.

Projetos têm propósitos, objetivos e durações fixos, enquanto que as redes são estruturas dinâmicas que envolvem outra relação de tempo em todos os aspectos, por serem baseadas em inter-relações com as quais seus membros vão constantemente se envolvendo. Assim, os propósitos das ações em rede e dos seus participantes estarão em constante mudança em qualquer que seja o período de tempo. Muitos modelos de avaliação propostos aos projetos estão sendo utilizados para avaliar redes sob o risco de se obter conclusões errôneas. Portanto, existe uma necessidade crescente de que estudemos e proponhamos novos métodos de avaliação para as redes⁶² (LEITE, 2006, p. 7, tradução nossa).

Talvez nesse sentido, Kathinka Dittrich van Weringh tenha afirmado que, no caso das redes, em muitas situações, a solução “seja aceitar o risco” que elas impõem às instituições financiadoras⁶³ (LEITE, 2006, p. 4, tradução nossa).

3.3.4 EIXOS DE ARTICULAÇÃO ENTRE O VIRTUAL E O PRESENCIAL: EXPLORANDO MELHOR AS TECNOLOGIAS ONLINE

Em algumas realidades, como é o caso da latino-americana, aos dilemas explicitados até aqui, soma-se ainda, para o trabalho em redes, o problema freqüente que se referenda nas dificuldades de acesso às tecnologias digitais, o que se demonstra em um contexto cultural onde existem poucas instituições “plugadas” e atuantes na internet e, ainda, uma subutilização que aquelas conectadas fazem da rede digital. Os índices de acesso à internet, em grande medida, refletem as desigualdades socioeconômicas estabelecidas nos eixos norte/sul e oriente/ocidente. Não é de se estranhar, portanto,

⁶² No original: “It is not appropriate to evaluate a network in the same way that projects are evaluated; specialist researchers in evaluation now agree on this. Projects have fixed aims, objectives and time-frames. Networks are dynamic structures which evolve over time in all aspects because they are based on relationships and situations which themselves are constantly evolving. Thus the aims of actions, as well as the actions and the participants, will be mutating over any given period of time. Many existing models of project evaluation are being used on networks and risk to deliver erroneous data. Thus there is a growing need to study and propose new evaluation methodologies for networks”.

⁶³ No original: “There is sometimes no answer and it is necessary to take the risk”.

que a apropriação das tecnologias da comunicação e da informação seja feita de forma distinta entre redes estruturadas em países que representam sentidos opostos nesses índices de desigualdade.

Motivada pelo questionamento de um aluno da disciplina Comunicação e Cultura na Faculdade de Comunicação da UFBA, que me solicitou o endereço eletrônico da *La Red* porque não havia conseguido acessá-lo através dos *sites* de busca na internet, optei por traçar aqui um panorama comparativo que talvez expresse, de maneira mais significativa, como se dão essas diferenças. Tomei como parâmetros de análise dois exemplos representativos, que atuam em focos parecidos e se constituem como entidades-referência dentro do espaço de vínculos que contemplam: a *IETM* e a *La Red*. A primeira tem seu escritório em Bruxelas, na Bélgica, e contempla, majoritariamente, o contexto europeu de artes contemporâneas. A segunda atua na América Latina e Caribe, com sede móvel, a depender do núcleo que esteja atendendo à presidência da Rede, tendo também seu foco voltado para a ação com as expressões artísticas independentes.

Se começarmos a pesquisa através dos *sites* de busca na internet, ao digitarmos "IETM" no buscador eletrônico, a primeira opção de *link* que aparece na página seguinte é a correspondente ao *site* da *International Network for Contemporary Performing Arts*⁶⁴, ao passo que a busca com o título *La Red* não nos fornece, na página seguinte, a opção de entrada no *site* da rede correspondente. Numa segunda tentativa, digitando, em português, *Rede de Promotores Culturais da América Latina*, também não é possível entrar no *site* da *La Red*, a partir dos *links* oferecidos na página do buscador. Somente efetuando a busca com o título *La Red de Promotores Culturales*, é que temos, então, como primeira opção, a entrada para o *site* da *Ibercultura – Revista de Arte y Cultura*⁶⁵ e, como segunda opção, o *link* do *site* oficial da rede⁶⁶. As duas opções – da revista e do *site* oficial – possuem o mesmo domínio, que é o "redlat.org", sendo que, através do domínio principal (www.redlat.org), que corresponde à entrada para a *homepage* da revista, não é possível acessar a página oficial da rede. Essa última é um subdomínio da *Ibercultura*, mas não se conecta com a revista, isto é, não podemos, através da revista, entrar na página oficial da rede.

Em uma primeira análise, já é possível perceber uma diferença considerável no acesso aos *sites* das duas redes aqui mencionadas. Enquanto o acesso à *homepage* da *IETM* requer ao visitante apenas que saiba a sigla da rede, o *site* da *La Red* exige de quem está pesquisando na internet uma certa insistência, já que a opção de entrada no *site* oficial não aparece facilmente, ao que se soma o fato de haver, como domínio principal, uma revista eletrônica que não dá acesso ao *website* oficial da rede (apesar de tratar de um tema afim). Considerando que compõem a proposta das

⁶⁴ No endereço eletrônico www.ietm.org.

⁶⁵ Com o endereço www.redlat.org.

⁶⁶ Com o mesmo domínio, no endereço <http://www.redlat.org/wrmlta.htm>.

referidas redes a ampliação do mercado para as artes e a criação de novos públicos, talvez o suporte eletrônico da *La Red* não seja favorável à perspectiva que a rede sustenta.

Enfim, tendo chegado aos endereços eletrônicos das duas redes em questão, passemos aos seus conteúdos... Enquanto o *site* da *IETM* contém notícias e informes atualizados, com a programação mensal e *links* para oportunidades futuras, no *site* da *La Red* ainda consta a chamada para o 16º Encontro Anual da rede, que aconteceu entre 10 e 15 de abril de 2006, há mais de um ano. Não há no *site* oficial uma seção dedicada a oportunidades para artistas e produtores. Além disso, o *link* intitulado *La Red*, que sugere levar à página de abertura do *site* da rede, nos leva ao domínio principal, ou seja, à página de abertura da revista eletrônica *Ibercultura*. Uma vez tendo entrado na página da revista, não há *links* que permitam voltar ao *site* oficial da rede, apesar de ser o mesmo domínio eletrônico.

Com relação à descrição da filosofia da rede, do seu modelo de gestão e sobre as formas de associar-se, a *IETM* contém diversas páginas, dentro do *site*, dedicadas à definição das linhas de ação da rede e, ainda, ao passos que os aspirantes a membro devem tomar para, efetivamente, tornarem-se associados. A *IETM* se define como “uma rede de organizações e não de indivíduos”, o que faz com que não haja sistema de membros individuais, mas de “pessoas que tomam parte das atividades da rede de acordo com os propósitos das organizações que representam⁶⁷”. Para que as instituições se tornem organizações-membro da *IETM*, é necessário que elas paguem uma taxa anual e estejam vinculadas ao regulamento interno da rede. Nesse sentido, há um acesso restrito dedicado aos seus membros no *site*, que devem entrar através de *login* e senha.

No caso da *La Red*, não há, no *site* oficial, qualquer informação sobre como se tornar membro. A descrição da sua estrutura é breve e se refere aos parâmetros administrativos da rede, como a lista dos países a ela vinculados e o mecanismo de rotatividade da sua presidência. Não há informações sobre a missão da rede e de seus membros. Tampouco, há a disponibilidade de acesso restrito aos membros da organização, o que sugere que o sistema é de afiliação, sem membros pagantes.

Com relação à questão da transparência nos processos administrativos e nas tomadas de decisão a partir das informações veiculadas nos *sites* das redes aqui analisados, no caso da *IETM*, há uma seção intitulada “About IETM” (Sobre a IETM), dedicada a informações sobre o que é a rede (missão, história e objetivos), quem são os seus representantes (membros associados e descrição do

⁶⁷ Tradução nossa para o trecho: “IETM is a network of organisations, and not individuals. Therefore there is no ‘individual membership’. Any person taking part in the activities of the network is doing so on behalf of his/her organisation. Organisations are officially recognised as members upon payment of the yearly membership fee. All the member organisations have equal rights and obligations within the network, as defined by the IETM Internal Rules”. Disponível em: <<http://www.ietm.org/index.lasso?p=explorations&q=Latin%20America>>.

corpo administrativo), o que a rede faz (as suas atividades) e quem suporta a rede (os seus financiadores). A partir dessa seção é possível entrar em contato com os diversos setores administrativos da rede, como a secretaria geral, o setor de administração e comunicação e a coordenação de encontros, dentre outros. Há, também, um *link* dedicado a esclarecer perguntas mais freqüentes (FAQ)⁶⁸.

No *site* da *La Red*, o acesso a esse tipo de informação é muito mais escasso. Como já mencionado anteriormente, não há informações acerca da sua missão e objetivos. Tampouco estão explicitados no *site* os nomes daqueles que ocupam os conselhos e a presidência da rede ou das instituições financiadoras dos seus projetos. Há um *link* intitulado "Contacto", no qual constam as referências de um dos núcleos da rede, sugerindo que é esse o núcleo que assume a presidência no momento. Porém, não há menção direta a esse tipo de informação, o que deixa o *site* oficial da rede em falta com um dos objetivos principais desse tipo de associação, que é a clareza na gestão interna que, por princípio, visa estabelecer uma estrutura horizontal na realização de suas conexões.

É interessante perceber quão diferentes são o acesso a cada uma dessas redes e a disponibilização dos seus conteúdos nas suas respectivas páginas virtuais. Enquanto a rede européia tem seu suporte na internet funcionando como um "portal", isto é, possibilitando o acesso rápido e fácil às diversas formas de informação com a qual a rede dialoga, aos seus mecanismos de funcionamento e assuntos afins às temáticas por ela tratadas, a *La Red* se mostra em um patamar bastante inferior no que toca à apropriação das tecnologias da comunicação e informação. Cabe-nos questionar os motivos pelos quais essa discrepância se dá, considerando que as duas redes são instâncias representativas dentro do cenário das artes performáticas contemporâneas e, mais, são parceiras em alguns dos projetos realizados. Fica claro, a partir de uma primeira observação, que a questão do financiamento é um fator importante para que essa diferença ocorra. Mas será essa a única razão?

Note-se que essa análise foi desenvolvida considerando duas das entidades que têm, com todas as diferenças, acesso à internet. Se essa realidade é bastante comum no contexto europeu, na América Latina, como mais um desdobramento das desigualdades acima mencionadas, a internet é ainda um "luxo" ao qual não são muitas as instituições/entidades que podem se dar. Principalmente no campo da cultura e, ainda, se consideramos grupos que atuam com manifestações tradicionais, em localidades afastadas das grandes metrópoles, a internet ainda consiste num sonho distante... Trago aqui um depoimento de Ruy Cezar sobre o processo de construção do *I Fórum Cultural Mundial* (que aconteceu em São Paulo, no ano de 2004) que é bastante ilustrativo do que representa essa realidade no Brasil, que não difere muito do restante dos países da América Latina e Caribe.

⁶⁸ Informações disponíveis no endereço eletrônico: <<http://www.ietm.org/?p=about&session=s:C93211700a7ff30DABONQ2BDFE65>>.

Nos processos do Fórum Cultural Mundial, nós fizemos fóruns regionais para São Paulo em vários estados brasileiros, praticamente todos. Em São Paulo, nós encontramos uma realidade assim: uma rede de empreendedores culturais com 300 pessoas organizadas. O Sebrae São Paulo também mantém esse trabalho, com cerca de 200 produtores com CNPJ e 'plugados' à internet. Então, no estado de São Paulo você encontrava um grupo com cerca de 500 agentes culturais estabelecidos em rede para diálogo. Aí nós fizemos uma reunião com 1000 pessoas em Recife, reunindo todo o Nordeste. Eram artistas, produtores e instituições governamentais, como as fundações Joaquim Nabuco (Pernambuco) e Dragão do Mar (Ceará)... Todas as instituições de grande porte estavam aí. Nós encontramos 50 pessoas com CNPJ, e a Rede Nordeste foi fundada com 19, num universo de 1000 convocados. A Rede Nordeste foi fundada neste encontro. [...] Aí, em Belém do Pará, nós reunimos toda a Amazônia. Eram 2000 pessoas. Nós apresentamos 100 espetáculos. Chegou navio do Amapá com 300 pessoas. As filas para assistir aos espetáculos dobravam as esquinas. Foi uma coisa assim, foi um Mercado Cultural e um Fórum Cultural Mundial à parte. Não tinham 30 com CNPJ. Então, essas pessoas, contatá-las de novo para um outro encontro, é um sofrimento. Porque a gente contata assim, através da Fundação Cultural do Amazonas; tem o professor Chiquinho da Universidade, que possui os contatos e manda cartas. [...] Tem muita gente sendo contatada por carta ainda, porque essas pessoas ainda não estão 'plugadas'. Então, uma das coisas mais difíceis é a institucionalização das organizações para que elas possam se mover em rede. Se ela não tem o CNPJ, ela provavelmente não está 'plugada' na internet. [...] Veja que é muito mais fácil hoje você se contatar com o sudeste, você se contatar com o exterior do que você contatar o Brasil. (SILVA, 2007).

Essa análise perpassa por três questões centrais que estão diretamente interligadas. A primeira se refere à escassez de financiamento, um problema que as instituições culturais no Brasil, principalmente as situadas fora da Região Sudeste, enfrentam. A segunda diz respeito à não-institucionalização oficial de grande parte dessas organizações... Se não dispõem de recursos, elas trabalham dentro das possibilidades que encontram, realizando as suas atividades não raramente num âmbito informal. A situação descrita por Ruy Cezar em seu depoimento não é algo difícil de imaginar para quem já teve algum tipo de vivência com o sistema cultural no Brasil, situação que se repete, guardadas as suas particularidades, em outros países da América Latina.

Por fim, está o fato de que, não tendo condições de se institucionalizarem, essas organizações também não se apropriam das tecnologias da comunicação de maneira efetiva, ficando à margem dos processos e oportunidades travados por meio virtual, *online*, e estabelecendo, como forma predominante de comunicação, métodos "tradicionais", que não se valem das ferramentas oferecidas pelas redes digitais.

Entramos aí em mais uma "escrita dupla", no que toca ao funcionamento das redes. Ao mesmo tempo em que Ruy Cezar afirma que "a internet potencializou de uma forma tal que hoje a gente não sabe mais [...] como poderia ser sem ela", ele conclui apontando para o fato de que "as redes na América Latina [...] não progrediram muito" (SILVA, 2007), em relação ao uso das tecnologias.

O que também é verificado no discurso do ex-presidente da Rede Brasil, Roberto Malta, que caracteriza a internet como “uma ferramenta muito ágil e democrática”⁶⁹ mas, concomitantemente, analisa:

Na verdade, eu acho que a gente não descobriu o potencial da ferramenta ainda. Pelo menos nas nossas instituições da sociedade civil, tirando as grandes empresas, a gente não tem ainda esse potencial financeiro para manter um grande banco de dados. A possibilidade de se montar um banco de dados que esteja disponível no site da rede, ou ainda de se produzir um chat, ou um blog dentro do site através do qual as pessoas possam se comunicar, são opções nas quais a rede tem pensado muito, mas ainda não tivemos condições de desenvolver. (MALTA, 2006).

Até aqui, as dificuldades na apropriação que as redes, no contexto latino-americano, fizeram das tecnologias digitais estão intimamente relacionadas à falta de recursos financeiros. No entanto, para além da escassez de recursos, Ruy Cezar realiza, em entrevista, uma análise que associa a subutilização que as referidas redes de cultura fazem da internet com a questão do empoderamento dos seus atores. Em sua fala, o entrevistado afirma que, quando essas redes de cultura foram criadas, elas atuavam, essencialmente, no âmbito do presencial. Toda a comunicação extra-encontros era realizada por carta, telefone ou fax, e esses atores sociais que fundaram as redes eram representados, em sua maioria, por pessoas na faixa etária média dos 40 anos, ou seja, que viveram boa parte da sua juventude sem a internet e se acostumaram às relações comunicacionais travadas de outra forma que não a da multiconectividade e da relativização das relações espaço-temporais que as tecnologias vieram a possibilitar. Na interpretação do presidente da Casa Via Magia⁷⁰, esse aspecto acabou por gerar um descompasso entre esses atores sociais “empoderados” em dar o “veredicto final” nas decisões deliberadas na rede, e uma juventude “emergente”, muito mais familiarizada com as ferramentas e as opções que a internet oferece enquanto tecnologia de comunicação e informação, mas que não tem, ainda, o poder de tomada das decisões no funcionamento das redes.

Então, a internet tem um potencial muito grande ainda não apropriado, sub-aproveitado. As redes são dirigidas por pessoas velhas, e elas não têm condições de operar na internet no nível que a internet pede. As pessoas jovens que estão dominando a internet enquanto linguagem, elas ainda não estão nos lugares de poder para essa revolução se dar. É um fenômeno recente de 10 anos e elas já estavam estabelecidas, as redes, quando a internet chegou. E essas pessoas não

⁶⁹ Entrevista com Roberto Malta realizada em 27 de novembro de 2006.

⁷⁰ Ele próprio, em entrevista, se classifica como um “tecnó-dependente”, já que não sabe ligar o computador nem acessar mensagens eletrônicas – e-mails – tarefa que é desenvolvida por seus assistentes.

largam esses lugares. Elas têm um poder constituído em torno dessas redes e em torno do movimento cultural independente mundial. Estas pessoas determinam as estéticas que circulam. [...] Tem pessoas tipo eu, Benjamim [Taubkin], que têm 50 anos. As de 25, 30 anos (que dominaram a internet aos 20, aos 15), elas estão na frente dos projetos? Ainda não. Elas ainda não estão determinando o movimento dos projetos. (SILVA, 2007).

Esse depoimento nos indica que, se podemos fazer algumas ressalvas com relação ao poder da juventude em interferir ou não nas estéticas da arte independente, nas políticas culturais e nas estruturas comunicacionais associadas ao setor cultural – relativizando o determinismo que pode estar implícito na afirmação de Ruy Cezar de que somente as pessoas “velhas” estão no poder de tomada de decisões –, ou ainda com relação à capacidade que essas pessoas “velhas” podem ter de se apropriarem das ferramentas *online*, por outro lado, não é inverossímil afirmar que os lugares de poder ocupados no âmbito das redes culturais aqui estudadas são de fato cativos a indivíduos com uma faixa etária que não destoa muito do intervalo entre 50 e 60 anos.

Esse aspecto ficou muito evidente, por exemplo, no *Encontro Mundial de Redes de Cultura*, onde eram poucos os jovens em posição de destaque na atuação das redes que participaram do Encontro. Nesse sentido, poderíamos mesmo pensar nessa afirmativa como sendo um dos fatores que interferem na apropriação que as redes têm feito dos meios digitais e, principalmente, na maneira como os seus atores sociais vislumbram o papel que esses meios digitais ocupam em nossas sociedades. Mas, certamente, esse não é o único nem o principal motivo dos dilemas aqui explicitados com relação ao funcionamento das redes e da sua eficácia enquanto forma de articulação para o campo cultural.

3.3.5 PARADIGMAS CONTEMPORÂNEOS: ESTABELECENDO LIMIARES PARA A EXISTÊNCIA DAS REDES DE CULTURA

As verdadeiras revoluções são, hoje, as rupturas oferecidas pelas tecnologias da comunicação, a começar pela internet, que realiza a utopia da associação universal pelas redes de comunicação. A rede leva sempre consigo um imaginário da transição, entre a liberação de um sistema piramidal e hierárquico, de que o Estado é o arquétipo, e a promessa de um sistema futuro, o da associação universal, anunciador de um novo tipo de relação igualitária. (MUSSO, 2004, p. 34).

Tendo como base os dilemas explicitados na seção anterior, estabeleço aqui alguns “pares bipolares” para a articulação em redes – tomando emprestada a expressão do autor Albino Rubim (2001), já utilizada anteriormente –, que entram em consonância com o papel das dinâmicas

culturais na contemporaneidade e firmam-se como paradigmas, com os quais se deparam aqueles que dedicam seus esforços a se envolverem com o papel que as redes ocupam em nossa sociedade. Certa de que a análise não se esgota aí, busco com esses paradigmas estabelecer, através dos “limiares” explicitados, interstícios complementares que correspondem à capacidade das redes existirem enquanto modelos de gestão e articulação para a cultura.

Primeiramente, temos a relação horizontalidade *versus* hierarquização, que explicita a dicotomia entre o modelo horizontal de relações de poder e a necessidade de uma gestão representativa para as redes, o que versa sobre a capacidade de construção de uma coletividade efetiva. Esse paradigma traz à tona a pergunta: quais são os fatores que unem o coletivo, apesar da diversidade de atores e interesses? O trabalho em rede não se firma em favorecer um grupo específico, mas o setor com o qual a rede dialoga. Nesse sentido, a articulação em redes pressupõe uma negociação constante para que a efetivação de conquistas seja realizada não somente em benefício de alguns de seus integrantes, mas, principalmente, em nome de um coletivo. O resultado eficaz talvez esteja em encontrar um interstício entre o modelo anárquico de organização, no qual ninguém é eleito representante de ninguém, mas o coletivo se representa mutuamente, com um modelo hierárquico de representação social, onde um grupo detém o poder de tomada das decisões em nome do coletivo. Esse limiar aponta para o estabelecimento de uma gestão com lideranças partilhadas, na qual se firmam distintas posições de poder para aspectos distintos da rede.

Entra em cena, então, o segundo paradigma, que corresponde à relação cooperação *versus* competitividade, para estabelecer que a medida da cooperação é, exatamente, a possibilidade que cada membro tem de apoiar o coletivo, fazendo com que a rede funcione organicamente. “Se você não coopera, você não recebe cooperação em troca. [...] Quanto mais você pode doar, mais você recebe doação em volta. E, provavelmente, a sua doação é antecipada: você faz antes para receber depois, e às vezes você recebe algum tempo depois” (SILVA, 2007). Trata-se de um trabalho em prospecção, no qual se deve ter claro que a informação é uma preciosa “moeda de troca” e precisa estar constantemente circulando. Quando a informação circula transversalmente na rede, o ciclo não se fecha e isso evita concentração nas mãos de poucos, mantendo vivo, assim, o sentido de se estar articulado em redes de cooperação. Tanto mais a rede irá conseguir exercitar o seu princípio da mobilidade – criando “espaços” de circulação das idéias e de pessoas – quanto mais perto estiver de estabelecer um convívio de cooperação e não de competitividade.

Conseguir dividir as tarefas entre os “nós” da rede é, portanto, um fator muito importante, porque a faz respirar e diminui a competição entre os seus integrantes. Cada um pode assumir a liderança em algum ponto no qual é mais forte, ou seja, em um tipo de atividade que desenvolve com mais competência. Nesse contexto, tanto podem existir várias lideranças para um mesmo aspecto, que

dialogam, quanto haver trocas constantes de lideranças. O mais importante, no entanto, é propiciar fluxos de informações, que devem circular transversalmente, através das lideranças partilhadas. Aquele que se apodera da informação em benefício próprio prejudicando o coletivo acaba bloqueando a rede e impedindo o seu funcionamento, a sua alimentação.

Para que a cooperação ultrapasse o plano das idéias, outro paradigma aponta no horizonte como definidor de limiares, que é o sentido de pertencimento *versus* falta de comprometimento, dicotomia que lida com a questão do empoderamento dos atores. Não basta “levantar bandeiras”; é importante, na rede, que se esteja comprometido com o trabalho e as atividades que cada tipo de rede visa desenvolver. Como o “estar” em rede pressupõe, antes de tudo, uma iniciativa voluntária, um dos riscos que as redes correm é o de ter muitos membros sem atividade efetiva. A construção da identidade e a efetivação dos projetos da rede serão tanto mais consolidadas quanto maior for o envolvimento da totalidade dos seus integrantes com as atividades propostas mutuamente.

Nesse sentido, quem deseja pertencer a esse tipo de entidade associativa deve ter em mente que o “estar” em rede – especificamente nesse tipo de rede de cultura, que lida com a produção cultural contemporânea independente – não interage com o desejo de consumir um padrão pré-estabelecido, algo que venha “pronto”, mas, antes, dialoga com a vontade de construir, inovar, articular, provocar, questionar... Essa não se constitui como uma tarefa fácil; porém, se efetivada, pode vir a se tornar uma forma bastante frutífera para a construção de modelos de gestão culturais. É exatamente essa atitude que nutre o trabalho em redes.

Seguindo essa lógica de raciocínio, um outro paradigma que surge é o que se refere à relação corporativismo *versus* diversificação. Não é incomum que as redes de cultura se caracterizem por uma tendência à especialidade. Cada uma acaba por se articular em nome dos seus próprios objetivos específicos e não se conecta com as demais, ignorando o fato de que, em muitas ocasiões, estar atuando em um ambiente diversificado pode facilitar o trabalho conjunto, conferindo status de complementaridade mútua. Considerando então que, em rede, o aumento excessivo da demanda acaba dificultando o atendimento, tornando o resultado tanto melhor para cada integrante envolvido, separadamente, quanto menor for o número total de envolvidos em sua gestão, como lidar com a demanda crescente de atores, se isso pode representar a dificuldade de conquistas individuais?

O que as redes podem ter de diferencial, nesse contexto, é o seu poder de convocatória, o que consiste na sua capacidade de agregar pessoas e associar oportunidades envolvendo grupos e objetivos diversos. Trata-se da relação entre visão e exercício. Na conjuntura da América Latina – o que também é verificável em outras regiões – há uma visível necessidade de convivência cotidiana com o diverso, o que se deve ao fato de que suas nações são constituídas por grupos socioculturais

bastante distintos entre si, considerando todos os conflitos que isso pode acarretar (e efetivamente acarreta). Um dos motivos que conferiu o crescimento rápido do *Mercado Cultural*, por exemplo, foi, exatamente, o de ter se colocado nessa posição de convocador, propondo-se não apenas a distribuir, mas, também, a refletir sobre a diversidade trazendo a dimensão cultural ao centro das iniciativas. Foi, inclusive, a partir dessa posição assumida pelo *Mercado* que nasceu, posteriormente, a idéia do *Fórum Cultural Mundial*, radicalizando a demanda de reflexão que o *Mercado* tinha ensaiado em sua configuração. O que, nesse sentido, tanto o *Mercado Cultural* quanto o *Fórum* conseguiram fazer foi preservar um caráter de proposição, agregando grupos distintos em temáticas e funções específicas.

O que se deve esperar como interstício a partir desse paradigma talvez seja a construção e/ou o fortalecimento de uma visão ampliada para as redes de cultura, fazendo crescer o seu papel político através da criação de diferenciais, o que é muito importante para a dimensão cultural. Em um mundo onde cada vez mais se acumula “camadas de vida”, isto é, no qual a coexistência de muitos ambientes e vivências distintas se torna cada vez mais presente e demandante para os indivíduos que nele habitam, ao mesmo tempo em que a competitividade é estimulada em escala crescente exigindo graus maiores de especialização para o desempenho das funções, ter uma visão ampliada significa, antes de tudo, conseguir enxergar além. Articular a diversificação com os interesses específicos não se trata de uma tarefa facilmente alcançável. É, antes, um desafio colocado à capacidade das próprias redes – o que se estende ao seus integrantes – em articular conhecimentos, interesses e demandas.

Finalmente, mas não considerando que a discussão se encerra aqui, trago o quinto paradigma desenvolvido a partir das reflexões até então realizadas, que corresponde à dicotomia artesanal *versus* tecnológico⁷¹. A partir das análises desenvolvidas, posso afirmar que, se, por um lado, o momento presencial, do encontro efetivo, é vital para as redes, em consonância com a colocação bem humorada de Walter Roberto Malta, de que “não se pode casar com o computador”⁷², por outro, os atores sociais envolvidos com as redes de cultura parecem ainda não ter se apropriado adequadamente daquilo que a internet possibilita em termos de integração, o seu potencial.

Principalmente no contexto da América Latina, o uso da tecnologia pelas redes de cultura ainda é sub-valorizado, fazendo com que prevaleçam na articulação das redes ainda processos artesanais, o que consiste na articulação baseada em recursos pré-internet. Além dos trechos já citados anteriormente, destaco uma parte da fala de Roberto Malta (2006), na qual ele diz que, na

⁷¹ Faço uma ressalva ao uso do termo “artesanal” como contraponto à tecnologia. Certa de que artesanal pode ter muitas utilizações e de que os processos artesanais também envolvem conhecimento, ele foi aqui utilizado mais pela ausência de um termo mais apropriado, do que por achar que o artesanal corresponde ao extremo oposto do tecnológico. Para além das discussões que envolvem relações entre conhecimento e desenvolvimento, entre técnica de produção e técnica de origem lógica, idéias que norteiam tanto descrições de métodos artesanais quanto tecnológicos, faço uso do termo artesanal neste trabalho exclusivamente para indicar a ausência de utilização de recursos digitais.

⁷² Entrevista em 27 de novembro de 2006.

Rede Brasil, “[...] a comunicação se dá intensamente via internet e um pouco mais por telefone”. Isso nos incita a pensar na articulação entre o virtual e o presencial promovida pelas redes de cultura...

Não é possível pensar em uma rede de cultura que atue somente na perspectiva do virtual, visto que ela não perdura sem os encontros físicos, os momentos presenciais (considerando-os como condição necessária para fazer circular as informações e para se pensar em novas perspectivas de ação). Entretanto, se a articulação virtual em si não se supre, ela também não pode ser descartada no contexto atual, levando em conta o ambiente de trocas, de diversidade dos atores sociais e de transversalidade da comunicação ao qual as redes se propõem. Sub-aproveitar os recursos que as tecnologias da comunicação oferecem enquanto ferramenta de articulação entre os atores sociais envolvidos em rede significa podar a sua eficácia enquanto modelo de construção de novos horizontes para a cultura. A título de exemplo, tanto o *Mercado Cultural*, quanto o *Fórum Cultural Mundial* são momentos presenciais previstos pela articulação das redes de cultura⁷³. É comum entre os entrevistados, inclusive, a referência a esses eventos como parte do processo de articulação das redes que, por princípio, seria continuado através da internet. No entanto, a pergunta aos entrevistados sobre em que consiste a articulação virtual, isto é, como se dão as trocas pelos meios digitais, nos intervalos entre um encontro e outro, obteve respostas normalmente vagas, oscilando entre a veiculação de notícias afins e o recrutamento de novos membros...

Cabe, aqui, portanto, a questão: estão as redes passando por um processo de reavaliação da sua função social? Indo mais além, será esse um dos motivos pelos quais o *Mercado Cultural* se afastou da articulação das redes? Esse parece ser um indício evidente, se comparadas as configurações das primeiras edições do evento com as duas últimas. Concordar com essa afirmativa envolve algumas conclusões que são cruciais para o estudo que desenvolvo aqui. Antes de tudo, significa admitir que a Casa Via Magia enquanto instituição superou a capacidade de se articular virtualmente em relação às redes de cultura que integra. Mas, certamente, essa não é a única razão...

Destaco ainda que, mesmo considerando todas as ressalvas realizadas com relação à configuração das redes enquanto assertivas que relativizam uma vertente eufórica das redes como modelos de construção de uma sociedade igualitária, é necessário que consideremos que elas desempenham, atualmente, um papel social importante para pensarmos as estruturas vigentes em uma sociedade globalizada.

⁷³ O *Mercado Cultural*, apesar de ser um evento que tem a *Casa Via Magia* como realizadora, foi desenhado a partir de um projeto da *Rede Latinoamericana de Promotores Culturais*, enquanto que o *Fórum Cultural Mundial* tem como instituição promotora a *Rede Brasil*.

Neste horizonte, a rede, sem esquecer de sua dimensão sócio-tecnológica, tem que ser pensada como sujeito social e, para além disto, ao ser distinto de cada um dos entes já existentes, emerge obrigatoriamente como um novo sujeito social. Ele age no patamar das idéias e no plano das práticas orientado sempre pelo resultante das negociações entre seus membros, que dispõem de fatias de poder e capacidade de intervenção diferenciados no interior da rede, a depender de sua configuração histórica. Estas características de distinção política e social de seus membros vão demarcar o grau de novidade da rede enquanto ator social. Quanto mais horizontais as relações, maior a possibilidade de aparecimento de um ator novo, diferente dos anteriores, por ser uma síntese de múltiplas determinações. Enfim uma síntese do diverso, efetivamente realizado na vigência de relações democráticas de poder que possibilitam a expressão da pluralidade (RUBIM, A; RUBIM, I; PITOMBO, 2006, p. 44).

5

O TECER DE NOVOS RUMOS

REDIRECIONANDO O FOCO E RECONSTRUINDO UMA IDENTIDADE PARA O *MERCADO CULTURAL*

Sempre, e sempre de modo diferente, a ponte acompanha os caminhos morosos ou apressados dos homens para lá e para cá de modo que eles possam alcançar outras margens... A ponte *reúne* enquanto passagem que atravessa. (HEIDEGGER apud BHABHA, 1998, p. 24).

5.1 RECOMPONDO OS LAÇOS NOS LIMIARES DA CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA

O reconhecimento que a tradição outorga é uma forma parcial de identificação. Ao reencenar o passado, este introduz outras temporalidades culturais incomensuráveis na invenção da tradição. Este processo afasta qualquer acesso imediato a uma identidade original, ou a uma tradição recebida. Os embates de fronteira acerca da diferença cultural têm tanta possibilidade de serem consensuais quanto conflituosos; podem confundir nossas definições de tradição e modernidade, realinhar as fronteiras habituais entre o público e o privado, o alto e o baixo, assim como desafiar as expectativas normativas de desenvolvimento e progresso. (BHABHA, 1998, p. 21).

Empenhada na discussão acerca da relação entre uma “tradição” outorgada ao *Mercado Cultural* – enquanto sua necessidade de “reencenar” o passado – e a tensão evocada pela entrada de sua “modernidade”, inicio esse capítulo retomando a idéia dos “entre-lugares” desenvolvida por Homi Bhabha, num momento em que tratar das “fissuras” e “costuras” na identidade do *Mercado Cultural* se constitui como a “chave-mestra” de todos os outros conceitos e análises desenvolvidos até aqui. Isso porque o centro desse trabalho está relacionado aos eixos de articulação entre os diversos aspectos que norteiam a proposta do *Mercado Cultural* enquanto um acontecimento representativo para a cultura. A investigação em torno dos processos que levaram a uma reformulação na proposta configuradora da identidade do evento corresponde aqui, portanto, a um fator importante que merece ser desenvolvido.

Criando “uma idéia do novo como ato insurgente de tradução cultural”, Bhabha defende que o trabalho no interstício, para a cultura, representa, simultaneamente, a retomada do “passado como causa social ou precedente estético” e a sua renovação, “refigurando-o como um ‘entre-lugar’ contingente, que inova e interrompe a atuação do presente”. Nesse sentido, ele afirma que essa articulação “passado-presente” acaba por se tornar “parte da necessidade, e não da nostalgia de viver”. (BHABHA, 1998, p. 27).

Ao passar “além das narrativas de subjetividades originárias e iniciais” que levaram a uma definição das políticas identitárias do *Mercado Cultural*, cabe-nos agora focalizar os momentos produzidos a partir das instâncias culturais que ele veio a articular, nos “entre-lugares” através dos quais o *Mercado* elabora as suas “estratégias de subjetivação”, configurando “novos signos de identidade e postos inovadores de colaboração e contestação” (BHABHA, 1998, p. 19). Ficam aí as perguntas: que “entre-lugares” são esses? O que fica dessa tensão entre a sua proposta configuradora e a necessidade de renovação que marca a trajetória do *Mercado Cultural*? E, mais, como interpretar as mudanças de direcionamento no seu eixo de ação para a cultura em associação com uma identidade que o instituiu enquanto uma iniciativa cultural representativa?

Para retomar um pouco da trajetória do evento analisada até aqui, vale lembrar que a sua atuação na ponta da promoção e distribuição dos “produtos” artísticos independentes e as suas investidas em tornar possível a integração e intercâmbio entre agentes culturais de nacionalidades e setores diversos, foram as bases instituidoras de uma identidade que favoreceu ao *Mercado Cultural* alcançar um status de acontecimento singular, tornando-o uma espécie de “selo de qualidade” para os grupos que dele participam. Configurado como um espaço de circulação, de trocas e de oportunidades culturais, o que pode ser considerado como um diferencial do *Mercado* em relação a outros eventos da mesma natureza é que ele foi desenhado contemplando a participação integral dos agentes culturais envolvidos, conseguindo agregar uma quantidade considerável de instâncias sociais atuantes e pertinentes para o setor cultural e, ainda, permitindo um trânsito muito peculiar de pessoas vindas de localidades distintas, o que se mostrou frutífero ao ambiente cultural diverso que o evento conseguiu criar.

Principalmente no contexto das redes de cultura, “pegando o gancho” do capítulo anterior, esse era um evento que parecia se encaixar perfeitamente nos propósitos de encontros presenciais pensados para a articulação dessas associações, que prevêm, em seus estatutos, o estímulo à “criação de eventos exemplares, que propiciem maior profissionalização dos artistas, buscando remuneração adequada para seu trabalho e oportunidade de mostrá-lo em outras cidades e outros Estados” (REDE BRASIL, 1997). De fato, muitos grupos passaram a se apresentar em outros eventos vinculados à rede em âmbito nacional e internacional após a apresentação durante os *Mercados*

Culturais. Isso está fortemente presente nas falas dos entrevistados, que associam o papel do *Mercado* a um espaço de oportunidades e ainda como um atestado de qualidade para os artistas que dele participam.

O que tem de espetáculos, de projetos que eu fiquei conhecendo aqui [...] Um me diz que faz um projeto assim em Curitiba; o outro trabalha de outro jeito em São Paulo; aí, também tem um outro projeto em Belo Horizonte... Isso é um cabedal de conhecimento para mim. (MARACAJÁ, 2005).

O papel de promoção e divulgação dos grupos que não estão na grande mídia é um papel fundamental do Mercado. Acho que se perdesse essa proposta iria perder muita coisa. Acho que essa proposta deles é a mais forte e a mais importante que tem dentro do Mercado. (MARINHO, 2005).

Não é difícil imaginar que esses discursos proferidos em consonância com a proposta oficial do evento, onde consta que “o *Mercado* constrói pontes interculturais em busca de respeito mútuo e cooperação internacional”, semeando condições para o estabelecimento de “elos profissionais, colaborações e parcerias” (CASA VIA MAGIA, 2001, p. 8), tenham alinhavado as bases da construção de uma identidade para o evento.

No catálogo do *III Mercado Cultural* consta um breve balanço das oportunidades que se efetivaram após as duas primeiras edições do evento, como consagradoras de sua proposta, onde se afirma que, a partir da apresentação nos dois primeiros *Mercados Culturais*, foram realizadas “diversas contratações de grupos e companhias de dança, teatro e música para festivais ou turnês em vários países”, através das quais esses grupos, vindos não somente do Brasil, mas também do Chile, Costa Rica, Porto Rico, Bolívia e Argentina, dentre outros, “tiveram a oportunidade de fazer contatos com mercados na Europa” (CASA VIA MAGIA, 2001a, p. 22). É uma narrativa na qual o contexto de articulação internacional se encontra presente de maneira significativa, constituindo-se mesmo como centro nos objetivos propostos pelo evento.

E essa identidade esteve fortemente vinculada a uma idéia de cooperação através das redes culturais que prevêem a abertura de um “mercado cultural nacional e internacional para a arte, estimulando artistas principiantes, circulando e divulgando informações sobre o trabalho que estiver sendo criado e executado nas diversas regiões do país e do mundo” (REDE BRASIL, 1997). Trata-se de um objetivo que o *Mercado* veio a cumprir com êxito. Portanto, é fácil perceber que, mesmo sendo um projeto realizado pela Casa Via Magia, o evento se constituiu como um momento presencial que serviu para atender a uma demanda gerada pelos encontros entre redes culturais, mutuamente alimentando-as e nutrindo-se delas.

Para você ver como o *Mercado* propicia coisas. Acho que foi no primeiro *Mercado* que eu vim, eu estava almoçando e do meu lado estava uma senhora chamada Nits Jacon, que é organizadora do Festival de Londrina e é uma pessoa articulada em redes também. E daí ela me convidou para participar da Rede Latinoamericana de Promotores de Cultura. Eu aceitei e fui tomar posse na Colômbia como convidado indicado por ela para fazer parte da Rede Latinoamericana. Depois disso, fui convidado para fazer parte da Rede Cultural do Mercosul e depois da Rede Brasil. Você vê que tudo isso foi o *Mercado* que propiciou, o ingresso nessas redes. E a participação nessas redes é fundamental. Foi um marco na minha vida. Porque eu comecei a fazer o festival de teatro, o festival do qual sou diretor, mas acabei transformando-o em um festival internacional; já levei grupos da Colômbia, do Paraguai, da Argentina, do Uruguai, sempre procurando levar espetáculos de outros países também, e isso foi através das redes. Pois é, através das redes que eu fiz os contatos. (MARINHO, 2005).

Note-se como o discurso em torno do *Mercado Cultural* se associa às possibilidades oferecidas pelas redes de cultura envolvidas: a partir do *Mercado*, Emmanuel Marinho firmou contato com as redes que, por sua vez, propiciaram a ampliação dos vínculos internacionais desse entrevistado, estabelecendo pontes entre culturas nas atividades que esse ator social desenvolve localmente em sua região. Em consonância com a narrativa oficial em torno do evento, que versa sobre o “estímulo à criatividade”, a “potencialização do trabalho profissional em rede”, o “engajamento de audiências” e os “desafios propostos a empreendedores culturais” (CASA VIA MAGIA, 2001a, p. 8), o que norteava o foco do *Mercado* consolidou-o como um pólo irradiador de expressões culturais em um âmbito diverso e múltiplo, dentro da perspectiva de integração internacional à qual as redes se propõem.

A partir da sua sexta edição, no entanto, o *Mercado* ensaiou voltar-se para uma outra “ponta” da articulação cultural, correspondente às atividades de formação e experimentação, o que o ligou mais estreitamente à cidade, aos projetos locais, e tem reconfigurado, nas duas últimas edições, a sua identidade enquanto um acontecimento em cultura. Se até o quinto *Mercado Cultural* a integração internacional e a proposta de se firmar como um pólo irradiador para a arte independente corresponderam à estratégia de elaboração de uma subjetividade para o evento, em suas duas últimas edições, essa estratégia tem sido gradativamente reconstruída e redemarcada – particularmente em sua última edição, quanto essa “nova” mirada se radicalizou. Na entrada para o que poderíamos chamar de uma “modernidade” do *Mercado*, a narrativa que evoca a sua “característica multidisciplinar e internacional original” (CASA VIA MAGIA, 2001a, p. 8) entra em tensão com uma estratégia outra, que “toma os diversos territórios de Salvador como tema para uma experimentação inovadora de articulação local-global”, com o intuito de “fomentar uma nova dinâmica cultural” e estimular “o desenvolvimento social e comunitário” (CASA VIA MAGIA, 2006a, p. 7)

A partir dessa retomada, o diálogo em torno da cooperação internacional, da irradiação de expressões culturais diversas e do rompimento das barreiras geográficas e culturais passa por um processo de redirecionamento, que se inclina à potencialização das “capacidades dos habitantes dessas localidades [da cidade de Salvador]”, ao mesmo tempo em que se refere a um diálogo de envolvimento com os participantes de fora [de Salvador] voltado ao oferecimento de informações e “reflexões capazes de gerar reverberações na sua forma de ver e de sentir esses lugares, esses jeitos e essas comunidades” (CASA VIA MAGIA, 2006a, p. 7). Nesse novo discurso, a chegada dos participantes se relaciona a uma oportunidade para que compreendam o contexto local. Não era exatamente essa a narrativa que constituía a configuração da proposta nas cinco primeiras edições do *Mercado...*

Certamente, se não podemos desconsiderar o depoimento de Eneida Maracajá (2005), quando ela afirma que querer manter um evento baseado majoritariamente em agregar atores sociais internacionais, “de fora”, pode levar a “uma tendência de esvaziamento” – ao que complementa com a questão do local, expressa nas perguntas: “e a cidade, o que fica para a cidade? Qual é a participação da cidade?” –, também não é possível ignorar que essa reconstrução de uma identidade para o evento pode acarretar em modificações na sua visibilidade e legitimidade enquanto um acontecimento representativo para a cultura, na medida em que ele se firmou a partir de propósitos que se ancoravam em outra direção. Resta-nos investigar acerca dos fatores que motivaram essas mudanças e quais os seus possíveis desdobramentos...

Para melhor identificar e analisar esses fatores, optei por dividi-los em etapas que, juntas, podem nos auxiliar na compreensão da questão que nos interessa aqui. Primeiramente, temos os processos de mudança e (re)adaptações pelas quais a Casa Via Magia vem passando nos últimos três anos, ao que se soma o desenvolvimento do *Fórum Cultural Mundial*, que, sem dúvida, corresponde a um elemento significativo para a compreensão desse redirecionamento no foco do *Mercado...* Também levo em conta a atual configuração das redes de cultura com as quais a Casa Via Magia dialoga, o que reflete, diretamente, nos laços que a instituição mantém com essas redes e na forma como se integram tanto os interesses da instituição quanto os das redes. Por fim, e não em menor grau de importância, temos então a questão do financiamento: quais foram/são os financiadores do *Mercado*? Como eles influenciam na estruturação da sua proposta?

4.1.1 *NOVAS FORMAS DE ABORDAGEM PARA A CULTURA: O CENTRO DE DESENVOLVIMENTO DE CAPACIDADES*

Até então constituída pela escola infantil, pelo instituto cultural e pelo grupo de teatro, e dando ainda apoio sistemático e logístico a grupos de artistas “residentes”, a Casa Via Magia ganhou, em 2002, uma nova razão social: o Centro de Desenvolvimento de Capacidades (CDC). Criado para atuar em formação, assessoria e capacitação na área cultural, o CDC veio a complementar as atividades que o Instituto enquanto ONG não podia cumprir, contribuindo na “construção de sistemas permanentes para o diagnóstico, planejamento, formação, monitoramento e avaliação, visando o desenvolvimento das artes e da cultura em articulação com o turismo, meio ambiente, a educação e o desenvolvimento social” (CASA VIA MAGIA, 2006b, p. 13). Dentre os principais objetivos do Centro, estão: a criação de oportunidades para empresas culturais; a promoção de negócios que visem à geração de renda e ao desenvolvimento; o estímulo a novos investimentos e ao empreendedorismo social; e a promoção da interlocução entre as diversas instâncias sociais que dialogam com a cultura, envolvendo governos, empresas, universidades e a sociedade civil. (CASA VIA MAGIA, 2006b, p. 14).

Através das duas frentes de ação às quais o CDC veio a se dedicar, sejam elas a *formação e atualização profissional* e a *pesquisa e produção*, a Via Magia parece ter aberto um canal para trabalhar em um âmbito da cultura onde ainda se percebe uma carência ou, na melhor das hipóteses, uma falta de sistematização, que é a área de capacitação cultural. Não estaríamos aqui diante de um processo parecido com o que foi o engajamento da Instituição com as redes, anos antes? Mais uma vez, a criação do Centro parece ter contribuído na busca da instituição por especialização em setores e áreas de atuação nos quais a demanda é grande e a oferta é pequena, abrindo, assim, novos espaços de intervenção para a Via Magia e fortalecendo o seu caráter empreendedor.

Dentre as atividades realizadas desde então pelo Centro, a Via Magia já desenvolveu catálogos temáticos (ofertas culturais que têm seu foco majoritariamente na relação entre o desenvolvimento turístico e o meio-ambiente); os cadernos do *Fórum Cultural Mundial*; cursos de treinamento em cultura (com jovens participantes de organizações socioculturais da cidade de Salvador, voltados ao trabalho no *Mercado Cultural*); seminários temáticos e encontros regionais (a exemplo dos encontros preparatórios para o *I Fórum Cultural Mundial*), dentre outras atividades. Sem dúvida, as atividades do Centro passaram a fortalecer um aspecto do trabalho em cultura realizado pela Via Magia que vem alocando à instituição um cabedal de conhecimentos significativos no que diz respeito à capacitação e consultoria na área cultural.

Apesar de recente, o Centro já firmou parceria com algumas instituições representativas – como a Fundação Ford, o Instituto da Hospitalidade e setores governamentais – e, se não me cabe

aqui levantar dados comparativos que permitam a avaliação da legitimidade do Centro enquanto referência em capacitação para a cultura, decerto posso afirmar que a sua criação veio aproximar o trabalho em cultura que a Via Magia desenvolve na área de formação, ampliando o foco de ação do instituto cultural, que até então se voltava mais fortemente ao planejamento estratégico focado no desenvolvimento de projetos de cooperação na promoção e distribuição da cultura.

5.1.2 *PROJETOS EM PARCERIA COM O GOVERNO: A CIDADE NA PAUTA*

Como exemplos de atividades desenvolvidas pela atuação do CDC, destaco, em especial, dois projetos que nos interessam enquanto indícios da “modernidade” do *Mercado Cultural* à qual me referi anteriormente. São eles a produção do livro *Salvador, a cidade e o tempo* e as *Enciclopédias dos Bairros*, ambos em parceria com a Prefeitura de Salvador. Seguindo metodologias distintas, o que esses projetos tiveram em comum foi a aproximação da instituição com o contexto local, ou seja, com a realidade vivida pela cidade, o que, inevitavelmente, contribuiu para fortalecer os laços entre a Casa Via Magia e a localidade da qual a instituição faz parte, a partir do desenvolvimento de uma espécie de diagnóstico local juntamente com as comunidades trabalhadas. Certamente, isso veio a apresentar novas demandas e desafios à instituição...

Através de um acordo firmado com a Secretaria Municipal de Educação e Cultura, a Casa Via Magia realizou, a partir de 2005, um trabalho de capacitação pedagógica com professores e alunos da rede municipal de escolas de Salvador, através de um processo em que os participantes “selecionaram aspectos ou temas de interesse para desenvolverem desenhos, colagens, cartazes, maquetes e diferentes gêneros de textos” (CASA VIA MAGIA, 2006a, p. 18) que viessem a expressar um conhecimento sobre a cidade a partir da vivência e da bagagem cultural acumulada pelos atores sociais envolvidos na capacitação. Esse projeto resultou na editoração de um livro que teve como propósito o trabalho posterior nas escolas para discutir e multiplicar um conhecimento compartilhado e referenciado nas práticas coletivas, intitulado *Salvador a cidade e o tempo*. Nesse processo, a Via Magia entrou com a capacitação pedagógica, a sistematização do material coletado e a editoração do livro, que já foi lançado.

Também com o intuito de ser trabalhado nas escolas da cidade, o projeto *Enciclopédias dos Bairros*, iniciado em 2005, foi resultado de “um levantamento [...] do patrimônio material e imaterial dos bairros da Liberdade, Itapuã, Federação e as regiões da Península de Itapagipe e do Subúrbio Ferroviário” (CASA VIA MAGIA, 2006a, p. 18), o que gerou cinco projetos-piloto de diagnóstico cultural dessas localidades, associando arte, costumes, arquitetura, histórias e fazeres dos seus habitantes. Essas enciclopédias, produzidas no formato multimídia (daí serem chamadas de enciclopédias virtuais)

influenciaram decisivamente para a reformulação do modelo do *Mercado Cultural*, na medida em que foi a partir desse trabalho de diagnóstico cultural que surgiram os *Mercados Culturais nos Bairros*, inaugurados na sexta edição do evento. No discurso oficial da Casa Via Magia sobre a criação desses *Mercados*, consta que:

O que pode ter parecido apenas um evento nos bairros da cidade, na verdade, constitui-se uma iniciativa de criar mercados permanentes locais, amparados pelos recursos digitais e pela formação continuada de profissionais para o setor. Isso porque o mercado anual nos bairros é uma das ações possíveis a partir das Enciclopédias da Cidade, projeto realizado em parceria com a Prefeitura de Salvador, através da Secretaria Municipal de Educação e Cultura, que trabalhou na identificação, valorização e sistematização dos patrimônios tangíveis e intangíveis de cinco regiões soteropolitanas. (CASA VIA MAGIA, 2006b, p. 12).

Temos aqui, na formulação das narrativas acerca da criação dos *Mercados nos Bairros*, uma semelhança no discurso que antes associava o *Mercado Cultural* às redes de cultura. O que norteava a relação entre o *Mercado* e a articulação das redes e, agora, o que configura o desenvolvimento dos *Mercados nos Bairros* é o discurso que fundamenta iniciativas para além da realização do evento. Temos, nesse discurso, o caráter processual, de passagem, no qual o *Mercado* se coloca. Em ambas as situações, a realização do *Mercado Cultural* é instituída como parte de um processo que é continuado nos intervalos entre um evento e outro. Voltamos, então, à caracterização do *Mercado Cultural* como um entre-lugar, a que Paulo Lima se refere. Cabe perguntar aqui, porém, se essa condição de passagem na qual o *Mercado* se coloca, no trecho acima destacado, é a mesma sobre a qual Paulo Lima escreveu três anos antes... O que parece estar agora cerceando a narrativa do *Mercado Cultural* é um outro espaço de fluxos, que não deixa de lidar com a “produção/manipulação de conhecimentos” (LIMA, 2002, p. 7), como assim prevê o autor, mas certamente vem articulando esse conhecimento a partir de um contexto que parece novo ao formato do evento.

De fato, já na análise de Paulo Lima estava proposto que, longe de abandonar a sua condição de “ligação entre margens”, o *Mercado Cultural* poderia, ao contrário, “acentuar a natureza de entre-lugar criando como dissonância provocadora uma nova relação com quem produz pesquisa no Brasil, possibilitando, inclusive, que se repense seus formatos” (2002, p. 8). Parece que, também o evento, repensou seus formatos. Será essa uma tentativa de seguir o estreitamento da sua condição que propõe Paulo Lima? E o autor não pára aí; ele finaliza essa seção do texto com uma provocação que talvez nos seja instigante para pensar os “novos rumos” do *Mercado*. Ele afirma que, “se o *Mercado* desenvolve uma relação com a produção de conhecimento, não há como escapar do desafio de criar nesta direção. [...] Não é possível se aproximar impunemente do ‘fogo do conhecimento’, ele

exige posicionamentos e energias de criação. Que o *Mercado* continue respondendo!" (2002, p. 11). Isto nos faz pensar se essa reformulação na proposta do evento não seria inevitável...

Voltando à parceria com a Prefeitura de Salvador, as enciclopédias virtuais, lançadas durante a mostra de projetos do *VII Mercado Cultural*, em dezembro de 2006, tiveram como objetivo o trabalho na formação, promoção, profissionalização e distribuição cultural e se desdobraram, ainda, em uma série de outras atividades que foram desenvolvidas durante o evento. Também o livro foi lançado durante o *VII Mercado*, integrando a mostra de projetos de cultura. E, ainda, dentre os muitos projetos apresentados nessa mostra, estava a exposição do trabalho desenvolvido especificamente no bairro da Federação, através da articulação da Via Magia na comunidade como um Ponto de Cultura, mais uma das inserções recentes que a instituição vem fazendo no contexto local. Sobre isso, discorrerei a seguir.

4.1.3 O PONTO DE CULTURA: DIALOGANDO COM O SEU ENTORNO

O surgimento do Ponto de Cultura veio solidificar um trabalho que a gente já vinha desenvolvendo com jovens há muitos anos aqui no bairro. A gente já vinha fazendo teatro com eles, oficinas de vídeo com as escolas em frente desde 1996 e o ponto de cultura deu uma possibilidade sistemática a isso. Então nós começamos a trabalhar também com as redes locais no bairro. Encontramos jovens produtores que começaram a se organizar enquanto tal; encontramos as associações do bairro; encontramos os terreiros de candomblé; encontramos as escolas do bairro... Dispersas, mas que começaram de alguma forma a dialogar em torno deste ponto. (SILVA, 2007).

Em dezembro de 2004, a Casa Via Magia entrou no programa *Cultura Viva*, do Governo Federal, tornando-se um *Ponto de Cultura* para trabalhar com a comunidade do Engenho Velho da Federação, em Salvador. Sendo intitulado *Ubuntu*⁷⁴, esse projeto permitiu à instituição o desenvolvimento de um trabalho integrado com jovens e educadores da comunidade do bairro sob a forma de oficinas, divididas nas seguintes temáticas: artes integradas; gestão e articulação comunitária; iluminotécnica; planejamento de produção; produção de conteúdo; e novas tecnologias. Essa proposta, que versa em torno da "busca de caminhos coletivos para redescobrir, compartilhar e atuar junto à comunidade local, tendo como ponto de partida a história e a cultura deste território identitário [...]"⁷⁵, de fato possibilitou uma aproximação efetiva da instituição com o bairro, o que resultou, em maio de 2006, na realização do *Festival Um Ponto Ubuntu*. Esse festival agregou, nos três dias em que aconteceu, na Via Magia, os resultados das oficinas produzidas através do Ponto de Cultura com manifestações

⁷⁴ Que, na língua lorubá, significa humanidade ou coletivo.

⁷⁵ Disponível em: <<http://www.viamagia.org/pontodecultura/index.php>>. Acesso em: 28 mar. 2007.

culturais do bairro e ainda atividades da instituição. Entre conferências, mostras artísticas e feiras, a Via Magia parece ter ensaiado aí um modelo do *Mercado Cultural* direcionado exclusivamente ao contexto local, mais especificamente à comunidade da Federação.

Acontecendo entre a sexta e a sétima edições do *Mercado*, o *Festival Um Ponto Ubuntu* foi mais uma iniciativa da Casa Via Magia no sentido de estreitar laços e de “finçar” bases com o seu entorno. Os novos desafios e exigências trazidos à instituição a partir do trabalho com o Ponto de Cultura, associado ainda aos projetos em parceria com a Prefeitura de Salvador, desenvolvidos com outras comunidades locais, parecem ter entrado em choque com o “projeto original” do *Mercado Cultural*. No trecho destacado da entrevista de Ruy Cezar, ele se refere ao trabalho nas cidades como o desenvolvimento de uma “rede local dos bairros”, com as quais a Via Magia começou a dialogar após o início desses projetos mais localizados. Mas que redes são essas? Ele não está se referindo aí, certamente, às redes de cultura às quais dediquei o capítulo anterior. A referência à articulação nos bairros como redes locais parece ser, antes, uma alocação do trabalho em redes que a instituição vinha desenvolvendo internacionalmente para um trabalho no contexto da cidade. Nesse sentido, a gradativa mudança na estrutura do *Mercado Cultural* é mais um indício da demarcação do espaço de ação pelo qual a instituição vem passando nos últimos três ou quatro anos.

5.1.4 A CONSTRUÇÃO DE UM DISCURSO OFICIAL: COM A PALAVRA, RUY CEZAR SILVA

Como já foi explicitado em linhas anteriores, o depoimento de Ruy Cezar alega que esse redirecionamento na proposta do evento se deu devido a uma necessidade da instituição de retornar às suas práticas orgânicas, voltando a funcionar mais como uma “casa” e menos como uma empresa de cultura. Para Ruy Cezar, as demandas que o *Mercado Cultural* impunha à instituição, tal como ele veio a se consolidar, estavam consumindo muito vorazmente a estrutura e o pessoal da Casa Via Magia, não deixando tempo hábil para a avaliação interna dos projetos desenvolvidos e para o olhar dedicado ao que está mais próximo, ao que é mais cotidiano. Em resposta a minha pergunta sobre o porquê da mudança no foco do *Mercado Cultural*, Ruy Cezar respondeu como sendo o primeiro de muitos motivos o fato do evento já ter dado os seus “frutos”, com outras iniciativas que, em maior ou menor escala, passaram a cumprir o papel que o *Mercado* desenrolava para a cultura. Não que elas tivessem conseguido chegar ao patamar de qualidade que alcançou o *Mercado*, mas, de qualquer maneira, para o entrevistado, esse aspecto por si só já corresponde a um indício de que o *Mercado Cultural* “multiplicou”, indicando também, para a instituição, a hora de reavaliar o projeto.

E surgiram várias outras feiras de música com a mesma função no Brasil. Não com a mesma qualificação, mas com a mesma função. Então, esse movimento é um movimento ascendente. Tem a feira de música no Ceará, em Brasília, em Recife vai ter agora uma grande feira de música em fevereiro [de 2007], o Porto Musical. Tudo a partir do Mercado. Essas pessoas vieram ao Mercado e foram criar projetos semelhantes e falam sobre isso. Assim como projetos menores, a feira de arte de Silvana Heart⁷⁶. Ela diz: 'Eu me inspirei na Fala para fazer essa feira de artes'. Então, veja que muitos filhotes surgiram, o que nos deixa com vontade de rever o projeto e pensar no futuro dele, nos rumos, e que outras funções ele pode cumprir. (SILVA, 2006).

Partindo da lógica de que as iniciativas realizadas ainda não alcançaram o status de qualidade do *Mercado Cultural*, não seria esse um motivo que, por princípio, reforçaria a idéia de se manter a sua identidade configuradora, qual seja, a proposta em torno da promoção e distribuição nos moldes que tornaram o evento representativo? O fato de que nenhum outro evento, na avaliação de seu realizador, tenha conseguido atingir o grau de qualificação do *Mercado*, de alguma maneira, vem a afirmar a sua identidade e não necessariamente a contestá-la...

Evidentemente, esse motivo apontado logo dá lugar, na fala de Ruy Cezar, a outros que parecem ter norteados mais decisivamente a “mudança de rumo” para o *Mercado Cultural*. A necessidade do “voltar-se para dentro”, como já mencionado, constitui, com bastante ênfase, o discurso construído pelo presidente da Casa Via Magia.

Então, a questão da reflexão surgiu muito fortemente, a questão do conhecimento, a vocação da educação, que é a vocação original dessa casa. É como se a gente tivesse sido muito eficiente lá na ponta, que é a distribuição, e a gente quisesse puxar um pouco mais para os processos. A gente quer mostrar um pouco mais os processos que estão por trás. Já que tanta gente avançou e está colaborando na questão da distribuição, quem sabe a gente possa trabalhar um pouco mais atrás, num lugar mais difícil, que é o de como sistematizar, como promover, como capacitar. Então a gente mudou um pouco o nosso olhar. (SILVA, 2006).

É fácil perceber a articulação desse depoimento com os novos “rumos” que a instituição vem tomando, a citar, o desenvolvimento do centro de capacidades e os projetos locais, principalmente a partir dos trabalhos desenvolvidos pelo Ponto de Cultura. Fica evidente, nesse trecho, uma vontade de desviar da proposta de distribuição – proposta essa que configurou o *Mercado* durante as suas cinco primeiras edições –, apontando agora para a capacitação e sistematização como novos “alvos” a serem atingidos.

⁷⁶ Produtora cultural, que organiza a Feira de Artes no bairro do Rio Vermelho, em Salvador.

Também há a relação com o que seria uma “vocação” da instituição, que se direciona à articulação do conhecimento e ao campo da educação. De fato, tanto o Centro de Capacidades (que desenvolveu as enciclopédias virtuais e o livro *Salvador, a cidade e o tempo*), quanto o Ponto de Cultura são desdobramentos que se inclinam a ter o processo educacional como meta, alinhando-se com as atividades que a escola já vem desenvolvendo há quase 25 anos. Em choque com essa perspectiva, está a missão de trabalhar com a ponta da distribuição, que passou a ser repensada, à medida que se tornou um processo “muito voraz e muito destrutivo” (SILVA, 2006).

A gente não consegue fazer mais nada. É uma correria desesperada para organizar a feira [do Mercado], para distribuir. E a gente precisa pensar. É como se fosse realmente um movimento meio natural mesmo. [...] Então eu preciso olhar tudo o que foi pesquisado. [...] E nós não podemos fazer tudo. Somos uma organização pequena. Quem entra aqui fica impressionado, que é um grupo pequeno fazendo muita coisa. Provavelmente a gente não abandone o foco da música, porque ninguém faz da forma que a gente faz. [...] Ninguém faz da forma tão afetiva, com tanto cuidado estético; ninguém ouve 800 CDs para escolher em detalhes o que vai trazer. [...] Então, é provável que a gente não abandone o Mercado enquanto formato original e também que a gente não abandone a música e deixe-a entregue ao fluxo mercadológico, mesmo que seja do mercado independente. Mas o nosso foco nesse momento, o que nos está sendo exigido pelas comunidades com as quais nós estamos envolvidos é: ‘Quem são vocês, como é que vocês fazem isso? Nos expliquem e nos ajudem a fazer’. Essa é a questão que está nos tocando fortemente. (SILVA, 2006).

Esse trecho contém algumas questões pertinentes... Primeiramente, temos, mais uma vez, a constatação de que o *Mercado Cultural*, mesmo com todas as iniciativas que se desenrolaram a partir dele, continua a ser único em termos de qualidade no trabalho que desenvolve. Se, por um lado, o entrevistado explica a voracidade desse processo como um motivo para repensá-lo, por outro, ele pondera a possibilidade de “abandonar a música”, ou seja, a decisão sobre manter ou não a proposta que fortaleceu o *Mercado Cultural* enquanto um evento. Pondera, inclusive, por não querer entregar esse trabalho de distribuição musical ao “fluxo mercadológico” (mesmo o independente). Parece contraditório não querer desistir do *Mercado* para não deixar que a música fique “entregue” ao mercado... Relembremos que a criação de novos mercados para a cultura (particularmente para a arte independente) constitui-se como um dos objetivos principais da articulação em redes e do *Mercado Cultural*. Será que esse mercado depende do *Mercado*? Se tomamos essa questão como uma afirmativa, então o *Mercado Cultural* teria atingido uma função por demais importante para ser abandonada...

No entanto, entram em cena esses novos atores sociais com os quais a Via Magia passou a dialogar de forma mais sistemática e intensa, que são as comunidades locais. Como articulá-los com

a proposta de distribuição da arte performática independente, a nível internacional, que o *Mercado* mantinha? A resposta parece evidentemente estar se inclinando não a uma articulação e sim a uma modificação nos objetivos e na estrutura do evento. Mais adiante em seu depoimento, Ruy Cezar chega, ainda, a cogitar a realização do *Mercado Cultural* como um evento de temáticas e focos alternados, sendo, em um ano, focado na distribuição musical a nível internacional, no outro, voltado à produção do conhecimento, no outro abordando a questão das práticas e fazeres locais e assim por diante. Ainda que saibamos o quão longínquas e, em grande medida, inviáveis possam ser essas cogitações, o que fica latente em todo o discurso proferido por Ruy Cezar é a necessidade de reconstrução de uma identidade para o *Mercado Cultural*, um movimento que aparenta entrar em consonância com as suas próprias aspirações pessoais.

Mas se o desenho de um novo *Mercado* contempla projetos pessoais de seu realizador, sem dúvida, não podemos imaginar que essa necessidade se dê apenas por uma iniciativa do presidente da Casa Via Magia, o que nos desafia a investigar acerca de outros possíveis fatores que podem ter contribuído para que esse redirecionamento no foco do *Mercado* ocorresse.

5.2 O FÓRUM CULTURAL MUNDIAL: AMPLIANDO O ESPAÇO PARA A REFLEXÃO E ARTICULAÇÃO DA CULTURA A NÍVEL INTERNACIONAL

Longe de tomar o depoimento de Ruy Cezar em reduzido grau de importância para essa análise, acrescento, ainda, outros elementos que talvez nos ajudem a compreender melhor o deslocamento das narrativas envolvendo uma identidade configuradora para o *Mercado Cultural*. Um deles, sem dúvida, foi o surgimento do *Fórum Cultural Mundial*. Em entrevista, o próprio Ruy Cezar afirma que o espaço de reflexão inicialmente construído no *Mercado Cultural*, através das conferências e encontros que compunham o evento, passaram a gerar “demandas próprias”, o que, dentre outros fatores, levou ao surgimento do Fórum como um espaço para se pensar e articular “sobre essa questão da gestão da cultura e das redes de intercâmbio. Então veja que cada coisa foi ganhando vida própria. O espaço de reflexão também ele inchou dentro do próprio *Mercado*” (SILVA, 2006).

Mas a reflexão e a articulação do conhecimento, aspectos aos quais se dedica o Fórum, de maneira sistemática, não consistem justamente em parte do novo eixo de ação tomado pelo *Mercado*? Se considerarmos que o espaço de reflexão “inchou” dentro do *Mercado Cultural*, o que correspondeu a um dos fatores para a criação do Fórum, como entender um redirecionamento do *Mercado* a esse mesmo espaço? Seriam esses espaços distintos, os articulados em cada um dos dois eventos? Sigamos adiante na intenção de compreender melhor essa afirmação...

Criado para estreitar as discussões envolvendo a centralidade da cultura em associação com o desenvolvimento social, o *Fórum Cultural Mundial* teve a sua primeira edição bianual em junho/julho de 2004, na cidade de São Paulo, como um grande evento articulador de instâncias sociais diversas, colocando em pauta a possibilidade de se propor alianças globais nas quais a cultura é eixo central e serve como contrapartida. É um discurso que coloca em evidência a posição da cultura enquanto dimensão estratégica na sociedade, a partir de uma iniciativa que foi fruto da negociação entre atores sociais distintos, como instituições governamentais e da sociedade civil, redes, organizações internacionais e fundações, dentre outros.

Entram em foco, no processo de construção do Fórum, algumas das temáticas já abordadas em linhas anteriores que se referem à centralidade que as discussões acerca da diversidade cultural alcançaram nos últimos anos e também à necessidade de se estabelecer diálogos interculturais num mundo globalizado e desigual. A narrativa construída oficialmente para o desenvolvimento do Fórum, através de seus realizadores, reconhece a noção de cultura como “o elo de ligação entre o subjetivo e o universal” (CASA VIA MAGIA, 2005, p. 11), ao que coloca dentre os seus desafios principais a necessidade de promoção de “espaços culturais diversos, de inclusão social e cultural, em que circulem idéias inovadoras e se compartilhem as inquietudes artísticas e intelectuais” (CASA VIA MAGIA, 2005, p. 25). Afirma, também, o trabalho que vise o desenvolvimento de “políticas e fundos que estimulem a produção e as trocas culturais de modo equilibrado” entre os países do globo, possibilitando “um intercâmbio saudável de bens e serviços culturais” (CASA VIA MAGIA, 2005, p. 25), através de acordos multilaterais. Há, ainda, o compromisso com a contribuição para que esse “sistema internacional de trocas econômicas e culturais” seja criado com bases “na democracia, na igualdade de oportunidades, na correção dos desequilíbrios, no respeito às diferenças, nos direitos humanos e no diálogo pleno entre as culturas” (CASA VIA MAGIA, 2005, p. 26).

Artistas, especialistas, políticos, funcionários públicos e intelectuais com as raízes e identidades culturais, nacionais e políticas mais distintas imagináveis formularam no Fórum em São Paulo uma visível necessidade comum, que consiste em desenvolver o intercâmbio cultural entre o Sul e o Sul, descobrir e contar a história comum, desenvolver a cultura e arte própria e de povos aparentados, inclusive os danos de efeito retardado da colonização, da migração voluntária e involuntária, enquanto recursos para a elaboração de uma identidade e consciência de si. (CASA VIA MAGIA, 2005, p. 37).

A partir desse trecho proferido por Dieter Jaenicke, o Diretor Executivo do Fórum Cultural Mundial, compondo o seu discurso oficial e ainda em consonância com o que foi anteriormente assinalado por Ruy Cezar, é fácil imaginar a concepção do Fórum como um acontecimento criado para

possibilitar a reflexão acerca das questões e dos desafios que acometem a cultura na contemporaneidade. Note-se que essa narrativa entra em pleno diálogo com os objetivos das redes de cultura e ainda com a identidade que o *Mercado Cultural* adquiriu em suas cinco primeiras edições.

Cabe, então, a pergunta: qual a relação efetiva que o Fórum mantém com as edições do *Mercado Cultural* e, ainda, com a Casa Via Magia? Além de uma das instituições parceiras que realizaram as duas edições do Fórum, veio da Via Magia o desenho e a estratégia do *Mercado Cultural* para serem aplicados no modelo de construção do *I Fórum Cultural Mundial*, que aconteceu com a mesma configuração do tripé, feira-mostras-conferências com a qual foi pensada o *Mercado*⁷⁷. Também, para a realização do primeiro Fórum, houve uma série de eventos preparatórios na forma de fóruns regionais, que tiveram a sua articulação promovida pela Casa Via Magia, mais especificamente pelo Centro de Capacidades.

Esse envolvimento da instituição com a preparação do Fórum foi tal que as demandas para a realização do que seria o sexto *Mercado Cultural* não puderam ser cumpridas, tornando inviável a realização do *Mercado*, em 2004⁷⁸. Nesse ano, os encontros da *La Red* e do *Parlamento Latino-Americano*, que vinham acontecendo durante as edições do *Mercado Cultural*, se abrigaram no Fórum. Mais do que isso, o Fórum elevou a proporções mais amplas que o *Mercado Cultural* as possibilidades de articulações e reflexões para a cultura, sediando um encontro de redes de cultura promovido pela IETM e ainda os encontros da *Rede Sul-Americana de Dança*, da *Rede Européia de Teatro* e da *Rede Mundial de Artistas em Aliança*, dentre outras.

Caminhando por instâncias governamentais, aconteceu, no Fórum, também, o *Encontro de Ministros de Cultura do Mundo*, que teve como um dos objetivos a assinatura do documento "Diversidade Cultural", dentro de um dos eixos temáticos do evento.

Em uma vasta abrangência de pólos norteadores para a idéia da cultura como "dimensão fundamental da vida contemporânea, envolvendo repertórios humanos de natureza diversa⁷⁹", o espaço do Fórum veio dar conta, de maneira mais efetiva, de um dos alicerces onde se aportava a proposta inicial do *Mercado Cultural*, a citar, o momento das conferências. Como os atores sociais que compunham esse momento do *Mercado* passaram a coincidir com os indivíduos/instituições representantes do Fórum, tudo indicava para o fato de que não haveria sentido manter o mesmo formato do *Mercado*, considerando que seria difícil agregar em um espaço de poucos meses os mesmos agentes culturais (principalmente, os internacionais) para se engajarem em espaços de reflexão tão semelhantes.

⁷⁷ Tanto que a programação do *I Fórum Cultural* foi dividida em "Convenção Global", "Feira de Idéias e Oportunidades" e "Mostras Artísticas".

⁷⁸ A sexta edição do evento só veio a acontecer em dezembro de 2005.

⁷⁹ Disponível em: <<http://www.viamagia.org/forum/index.php>>. Acesso em: 31 mar. 2007.

A resposta veio, então, na edição seguinte do *Fórum Cultural Mundial*, em novembro/dezembro de 2006, quando esse aconteceu, primeiramente, no Rio de Janeiro e seguiu para Salvador, sendo nessa cidade realizado em concomitância com o *VII Mercado Cultural*. Apesar de comporem o mesmo evento, a realização do Fórum, no Rio de Janeiro, se deu de maneira bastante distinta do seu formato em Salvador, reunindo atores sociais diferentes e propondo-se a discutir temáticas focadas em contextos também diferentes.

Agregando muitas organizações/agentes internacionais, o Fórum-Rio deu seqüência ao projeto do primeiro Fórum, cumprindo com um papel que antes era desenrolado no espaço das conferências do *Mercado Cultural*. No Rio de Janeiro, se não conseguiu atingir uma ampla mobilização local, da cidade, o evento recebeu muitos representantes significativos da articulação cultural na contemporaneidade, dentre ministros da cultura, intelectuais, artistas, produtores/promotores culturais, dirigentes de fundações e representantes de redes de cultura. Com o tema central focado na *Identidade, diversidade e desenvolvimento*, as temáticas abordaram tópicos como cultura e desenvolvimento; economia criativa; direitos culturais; políticas para a cultura e diálogos sul-sul.

No caso do Fórum-Salvador, enquanto a articulação internacional permaneceu como pano de fundo das discussões propostas, as práticas locais foram convocadas como mote para se pensar a centralidade da cultura. O evento foi dividido em territórios, espalhando-se pelos bairros e regiões nos quais as enciclopédias virtuais foram desenvolvidas e, ainda, no Teatro Castro Alves que, nessa edição, não foi o lugar que abrigou a programação principal e sim mais um dos territórios do *VII Mercado*. Toda a programação do evento se desencadeou a partir dessa estratégia dos territórios, guiada pelo tema "Boas Notícias". "Diferentes modelos em processo de construção permanente, onde a diversidade cultural é mote para o desenvolvimento. Ciência, arte, educação, ação social e empreendedorismo nos territórios da cidade em foco" (CASA VIA MAGIA, 2006a, p. 4).

Em associação ao conteúdo do trecho destacado, onde se explicita o foco na cidade, há, ainda, no discurso que caracteriza essa edição do *Mercado*, a referência às boas notícias como sendo aquelas "vindas de onde não se espera, a riqueza surpreendendo na pobreza" (CASA VIA MAGIA, 2006a, p. 4), o que, claramente, alude às regiões da periferia da cidade com as quais a Via Magia vem trabalhando, os novos territórios⁸⁰ por onde se passou a alinhar as narrativas que tecem a reconstrução do imaginário do *Mercado Cultural*. É interessante perceber que, nas páginas de abertura do catálogo do evento, que definem a sua estratégia e os territórios, não há qualquer menção à articulação internacional, à promoção e distribuição da arte independente, ao oferecimento de oportunidades a artistas e produtores ou, ainda, ao intercâmbio a partir de acordos multilaterais –

⁸⁰ Além das cinco regiões e bairros compreendidos pelas enciclopédias e do Teatro Castro Alves, tornou-se um território do Fórum/*Mercado* também a reitoria da UFBA.

expressões que seriam comuns nas narrativas dos catálogos das edições anteriores. Ao invés disso, o discurso que se refere aos territórios trata do desenvolvimento sócio-comunitário, da potencialização das capacidades dos habitantes locais e do intuito em gerar “focos de atenção nos lugares de convívio das comunidades, interagindo com os saberes e fazeres locais” (CASA VIA MAGIA, 2006a, p. 9).

Portanto, enquanto o Fórum Cultural no Rio de Janeiro esteve em consonância com as propostas que nortearam as cinco primeiras edições do *Mercado Cultural*, dando continuidade, de alguma maneira, às políticas identitárias que concederam ao *Mercado* o status de evento singular, o Fórum/*Mercado* em Salvador veio a afirmar uma nova identidade que vem sendo construída para o evento que a Casa Via Magia realiza. Se essas duas “versões” do Fórum podem ser lidas como complementares, por um lado, por outro, paira um estranhamento com relação às configurações que construíram espaços de afirmação tão distintos... a primeira assumindo uma postura de articulação transnacional, enquanto a outra se volta às práticas comunitárias locais. Obviamente, nem uma nem outra foge às temáticas que um fórum de cultura pode abranger, mas, ao contrário, demonstram o quão amplas são as possibilidades de se trabalhar com questões referentes ao campo da cultura na contemporaneidade.

Para a Casa Via Magia, a realização do *Mercado Cultural* conjuntamente com o *Fórum* parece ter sido uma oportunidade para, efetivamente, tornar público os novos caminhos que o *Mercado* vem trilhando. Podemos aqui perguntar como se consolidará essa nova configuração identitária considerando que as próximas edições do Fórum não serão mais – tão cedo – sediadas no Brasil⁸¹. Voltará o *Mercado* a se aproximar da sua proposta de promoção e distribuição da arte independente que tantos frutos rendeu ou manterá a Via Magia a sua posição de voltar-se sistematicamente para as práticas e saberes locais? É possível, ainda, articular esses dois propósitos?

5.2.1 A CONFIGURAÇÃO DOS MERCADOS CULTURAIS APÓS A CRIAÇÃO DO FÓRUM CULTURAL MUNDIAL

Estive, neste capítulo, me referindo, repetidamente, à reconstrução da identidade do *Mercado Cultural*. Acredito ser agora o momento para descrever, de maneira mais precisa, em que consistiram essas mudanças em sua estratégia, destacando como essas novas propostas refletiram na programação do evento.

Começamos pelo sexto *Mercado*... Em primeiro lugar, ressalto que, ainda que tivesse mantido o formato das edições anteriores, a programação do *VI Mercado Cultural*, em 2005, através do que foi chamado de “Projetos Especiais” apresentou fortes indícios de que o evento estava começando

⁸¹ A próxima edição do Fórum será em alguma região do continente africano e a proposta é que o evento tenha endereços cambiantes a cada dois anos.

a passar por um processo de reformulação. Ainda alicerçado no tripé feira-mostras-conferências e tendo a sua programação principal acontecendo nas imediações do Teatro Castro Alves e no Centro Histórico de Salvador, essa edição do evento apresentou uma série de peculiaridades em relação às anteriores. Os projetos especiais que aconteceram, concomitantemente, à estrutura “tradicional” do evento ensaiaram uma nova amplitude para o *Mercado Cultural*: além da proposta de promoção e distribuição em âmbito internacional, houve um desvio especial de atenção para as configurações e manifestações da cultura local e regional.

Este ano, os participantes do VI Mercado Cultural perceberam um movimento inédito durante cinco dias de Mercado no centro da cidade. Esse movimento seguia em direção a alguns bairros da periferia da cidade, onde se podia prestigiar uma programação diversificada, própria das comunidades em questão (CASA VIA MAGIA, 2006b, p. 10).

Nos chamados Projetos Especiais estavam iniciativas da Casa Via Magia e projetos desenvolvidos por outras instâncias sociais, principalmente, em associação com a Prefeitura de Salvador. No rol das atividades da Via Magia estavam: o pré-lançamento do projeto *Enciclopédias da Cidade*, que aconteceu no Teatro Castro Alves, antes das apresentações musicais que compunham a programação principal do evento, e o desenvolvimento do *Mercado nos Bairros*, complementar ao primeiro projeto, que consistiu numa programação anexa à principal realizada nas cinco regiões da cidade contempladas pelas enciclopédias.

O *Mercado Cultural* este ano ganhou a cidade de Salvador e se espalhou também por alguns bairros, ampliando a área de troca de experiências. A cada dia, um dos bairros/região de Salvador abrigou uma programação especial, em continuidade ao lançamento da sua Enciclopédia Digital, que aconteceu na noite anterior no TCA. Artistas e agentes culturais de cada bairro receberam o público com uma programação variada, definida por eles, com shows, palestras, oficinas, apresentação de contadores de história, entre outras atividades. (CASA VIA MAGIA, 2006b, p. 42-43).

Nos palcos deste *Mercado*, entraram em cena, também, algumas atividades realizadas por órgãos governamentais locais, a exemplo da mostra do projeto *Mestres Populares da Cultura*, o resultado parcial de um trabalho desenvolvido pela Fundação Gregório de Mattos, que ocorreu nos palcos que abrigaram as apresentações artísticas do evento; do festival *População Cultural*, projeto da Fundação Cultural do Estado da Bahia criado em 2004 com o intuito de potencializar as iniciativas artísticas “em ebulição” em dez comunidades de Salvador –, que aconteceu na Praça Campo Grande, e do projeto *No Coração da Cidade*, na Praça Thomé de Souza, uma iniciativa da Fundação Gregório

de Mattos que tinha “o objetivo de valorizar os mais importantes e característicos bairros de Salvador, trazendo sua história, personalidades, culinária, principais manifestações culturais e artísticas para o Centro Histórico de Salvador” (CASA VIA MAGIA, 2006b, p. 43).

Por fim, na configuração dos Projetos Especiais estava a *Mostra de Sambas de Roda*, durante todos os dias do evento, no Centro Histórico de Salvador, e o *Encontro de Culturas Eruditas*, como resultado de uma pesquisa que gerou o livro *Invenção e memória: navegação de palavras em crônicas e ensaios sobre música e adjacências*, de Paulo Costa Lima, dedicado à investigação de questões como “O que é mesmo erudição? Como se sustenta a tradicional distinção acadêmica entre o erudito e o vernáculo, o erudito e o popular? Como celebrar a erudição (seja lá o que for?) sem celebrar apenas o Projeto-Europa?” (CASA VIA MAGIA, 2006b, p. 44).

Como nas edições anteriores do *Mercado Cultural*, a *Feira de Artes e Oportunidades–FALA* foi montada, em sua sexta configuração, “com cerca de 80 stands de artistas das mais variadas linguagens, empresas produtoras, instituições oficiais e ONGs, representantes de diversas organizações nacionais e internacionais” (CASA VIA MAGIA, 2006b, p. 4), abrigando muitas das apresentações artísticas que integraram a programação. A peculiaridade, nesse ano, foi a realização de uma outra feira que aconteceu paralelamente à FALA durante o evento, montada na Praça Campo Grande e que teve uma programação própria. Além da venda de artesanatos produzidos localmente, também havia stands que compuseram a *Feira de Empreendedores Afrodescendentes de Salvador*, realizada pela Secretaria Municipal da Reparação (Semur), e o programa do *Festival População Cultural*, através do qual se apresentaram espetáculos de música, teatro e dança. Sem dúvida, esses projetos vieram a desenhar uma proposta que foi radicalizada na edição seguinte do *Mercado Cultural*. Ainda que tímida, a presença dos Projetos Especiais, na quinta edição do evento, demarcou uma nova área de atuação, que até então não havia sido abordada sistematicamente.

Ainda que com um público esvaziado em relação ao público da programação principal, os *Mercados nos Bairros* inscreveram a sua condição enquanto momentos de transição para o evento. Estava claramente posto, ali, um momento de “virada” para o *Mercado Cultural*, que veio a se fortalecer na estruturação da sua edição seguinte, em 2006, quando os Projetos Especiais tomaram a cena principal e passaram a constituir-se como o fio condutor da programação.

4.3 O VII MERCADO CULTURAL: RADICALIZANDO UMA RECONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA

Em sua sétima edição, o Mercado Cultural teve como foco a produção autoral e independente do Brasil e do mundo em diálogo com a cultura local de 05 bairros periféricos de Salvador. Foram 05 dias, 80 apresentações distribuídas entre vários pontos da cidade para um público estimado em 30 mil pessoas, 650 artistas locais,

nacionais e internacionais e a catalogação de cerca de 1000 projetos. (CASA VIA MAGIA, 2007, p. 2).

Acontecendo concomitantemente à configuração em Salvador do *II Fórum Cultural Mundial*, o sétimo *Mercado Cultural* teve o eixo central que norteava sua programação principal deslocado para regiões periféricas da cidade, intensificando consideravelmente as atividades dos *Mercados nos Bairros*. Além disso, as apresentações se espalharam pelos territórios e se agruparam não por artistas e sim por blocos temáticos. Não houve a *Feira de Artes e Oportunidades* – FALA, mas uma *Mostra de Projetos Culturais*, muito centrada nas questões e projetos das comunidades locais. O evento também contemplou, nesse ano, de maneira sistemática, o foco na formação, com o lançamento do *Projeto de Capacitação de Agentes Culturais*. Optei por me ater a cada um dos fatores listados para melhor contextualizar esse novo momento do evento e de sua instituição realizadora.

Na programação do *II Fórum/VII Mercado*, em Salvador, estavam em pauta as ações comunitárias, as dificuldades encontradas e os projetos efetivados, em temáticas que, efetivamente, se associavam às comunidades com as quais a Via Magia vinha dialogando nos últimos três anos. Diferentemente da maneira como as discussões foram distribuídas no conteúdo programático do Fórum-Rio, em Salvador, os temas que nortearam as convenções globais foram estabelecidos visando alinhar um conteúdo orgânico, não em um contexto macro-estabelecido, como aconteceu no Rio de Janeiro, mas de maneira micro-estruturada, trazendo menos para uma discussão formal e mais para questões relacionadas ao subjetivo, ao sensível. Portanto, se, no Fórum-Rio, as questões foram distribuídas a partir de grandes eixos temáticos já aqui explicitados – “Cultura e Desenvolvimento”, “Economia Criativa”, “Direitos Culturais”, “Diálogos Sul-Sul”, ou “Políticas Culturais” –, em Salvador, as convenções globais foram “costuradas” com questões mais intrínsecas, mais pessoais, a exemplo do ciclo de conferências que se distribuiu nas seguintes temáticas: “Um Sonho, Uma Meta”; “Para Onde Vamos?”; “Entre o Medo e o Desejo”; “Do Ser e do Interagir”; “Sobre Pobrezas e Riquezas” e “Para Desenvolver e Sustentar”.

Fica evidente, nesse contexto, a elaboração de uma narrativa focada no global para o Fórum-Rio, a partir dos seus participantes e dos temas tratados, enquanto que o *Fórum/Mercado-Salvador* centrou-se em uma abordagem mais interpessoal, mais próxima do privado, em uma linguagem que talvez fosse melhor aceita dentro do contexto que a Casa Via Magia vem trabalhando. Sem dúvida, o “trazer para perto”, para o individual, consistiu em uma alternativa no sentido de tornar essas questões mais facilmente absorvíveis e discutidas com as comunidades, correspondendo a mais um indício de que a Via Magia estava tentando fazer da vivência com o *Mercado* (e nesse contexto do

Fórum, também) uma experiência familiar mais próxima do acolhimento que uma “casa” pode vir a propiciar, como assim definiu Ruy Cezar em entrevista.

No catálogo do *VII Mercado Cultural*, bem como em seu relatório, a programação do *Fórum/Mercado* teve as suas atividades agrupadas, por um lado, a partir dos territórios e, por outro, através do programa de capacitação, ambos se constituindo como novidades em relação às configurações dos *Mercados Culturais* anteriores. O conteúdo que antes se concentrava nos arredores da Praça Campo Grande, estabelecendo para o evento um circuito principal centralizado que ia dos espaços culturais no bairro da Vitória até o Pelourinho, no Centro Histórico, durante o sétimo *Mercado* diluiu-se nos territórios pelos quais a programação do evento se espalhou – a citar, o Castro Alves, a Reitoria da UFBA, a Federação, a Liberdade, Itapuã, o Subúrbio Ferroviário, a Península de Itapagipe e a Baixa dos Sapateiros. Diferentemente do sexto *Mercado Cultural*, no qual a programação nos bairros era reduzida e pouco aparente, nessa última edição do evento, os bairros abrigaram boa parte da programação principal, onde se apresentaram grupos e artistas internacionais, juntamente com os artistas locais. O circuito de shows musicais fora do Teatro Castro Alves, que antes se concentrava no Pelourinho, foi, ainda, deslocado para o bairro de Itapuã.

Ao perguntar a Ruy Cezar sobre a reação dos participantes internacionais em relação a essas modificações no conteúdo programático e, mais além, no foco do evento, obtive como resposta:

De uma certa forma, eu estou fazendo uma provocação. Essa mudança de foco que você está falando é uma provocação a todos os envolvidos no Mercado. Tem muita discussão em torno. [...] Foi um sucesso em Itapuã; a mostra de rua foi linda. Mas os artistas e os produtores de fora discutiram muito a questão. Vieram falar comigo, perguntando qual era a minha intenção, porque eu tinha levado para lá 30 apresentações num dos grandes momentos do Mercado. Eu desloquei todo o Pelourinho para lá. Os curadores também me perguntaram. Então tem uma discussão em foco. E esse foi um movimento pessoal. Todo mundo diz que não está entendendo nada. A pessoa de comunicação disse que não entendeu nada até o final do Mercado. [...] As pessoas olham com os pontos de vista das suas demandas. O curador olha com o ponto de vista dos produtores internacionais sofisticados que querem conforto para ver num lugar sofisticado e que estão pouco abertos ao diálogo com as comunidades da periferia. Eu, ao contrário, me sinto muito bem numa comunidade de periferia e dancei no meio da rua e achei maravilhoso dançar na rua em Itapuã. E acho que propiciar isso aos produtores internacionais é um grande momento. Então veja, eu tenho paciência de ouvir, mas eu sei de onde vem aquela demanda e o que ela significa. A jornalista, ela precisa prover os 40, 50 jornalistas brasileiros que vêm aqui de conteúdos espetaculares. [...] Ela quer prover informação e o formato anterior era mais conhecido, estava mais decodificado. Já era assim há alguns anos, então o jornalista chegava e se encaixava. Agora não, havia uma trapaça e eles eram jogados em lugares que não esperavam: no subúrbio ferroviário; no Bagunçação, lá em Itapagipe; no meio de um clube de hip-hop na Liberdade e numa feijoada de senzala não sei onde... Eu armei uma trapaça. Isso me diverte. No Mercado passado eu terminei triste [no sexto Mercado Cultural]. Porque era um Mercado grande, de grande sucesso e eu me senti confundido com um empresário das artes. Também nos dois anteriores, que

foram Mercados gigantescos, eu terminei triste. É como se eu tivesse fazendo um grande esforço para sustentar uma coisa e todo mundo quisesse me empurrar: 'Sustente, sustente'. E esse eu terminei feliz da vida, como se tivesse armado um brinquedo e trapaceado e as pessoas caíssem no brinquedo e ficassem surpreendidas, desconcertadas. Às vezes incomodadas, mas muitas vezes também surpresas positivamente. Isso me agrada mais do que aquela coisa de que todo mundo vem curtir algo que já sabe como é, num formato já previsível, todo mundo circula naquele ambiente, sai maravilhado e diz: 'Mantenha isso, é maravilhoso, sustente'. (SILVA, 2006).

Notemos como na fala de Ruy Cezar fica evidente a associação entre a reformulação nos propósitos do evento e o desejo de provocar... Temos, no discurso que legitima a vontade de fazer essa “provocação”, a tensão provocada pela reação desconcertada dos participantes em situações de surpresa, onde se instaura o risco da surpresa tornar-se desconfortante. O que fez do *Mercado Cultural* um evento representativo? Não teria sido a mesma proposta que agora parece aos olhos de seu realizador por demais “previsível” e “decodificada”? Se os 40 ou 50 jornalistas vêm à cidade esperando realizar a cobertura de um evento cujo conhecido formato lhes chama a atenção, como reagir a mudanças que parecem tão significativas para a identidade desse acontecimento cultural?

Talvez devêssemos centrar aqui na questão dos diferenciais, tão significativa para as atividades levadas a cabo pela equipe da Casa Via Magia. Parece-me que, na interpretação de Ruy Cezar, os diferenciais do *Mercado Cultural* se tornaram senso comum. Provavelmente essa seja, no discurso do realizador, uma das alegações principais para uma possível mudança no foco do evento. No entanto, foram esses “diferenciais” que fizeram do evento uma referência em articulação cultural dentro de um determinado enfoque, o da promoção e da distribuição nas bases da cooperação internacional. Como analisar uma mudança tão significativa se ela vem a incidir justamente no que consolidou a singularidade do *Mercado Cultural*?

5.3.1 Os PROJETOS DE COLETIVOS ARTÍSTICOS

Acompanhando as mudanças na perspectiva desses referidos diferenciais para o evento, a programação artística não mais ficou distribuída por artistas, mas por projetos, que aconteciam nos territórios. No palco do Teatro Castro Alves – que antes abrigava a programação principal – e na Praça da Lagoa do Abaeté, em Itapuã, houve a apresentação de cinco projetos musicais que agruparam os artistas a partir de coletivos. Foram eles: o “Música Brasileira”, que reuniu alguns nomes da “nova” música popular brasileira, como Ceumar, Dante Ozzetti, Luiz Tatit, Zeca Baleiro e outros; o “América Contemporânea”, que trouxe onze músicos latino-americanos em um projeto que nasceu no intuito de formar um coletivo com músicos no contexto da América do Sul; o “Continental Breakfast”, um projeto

percussivo que juntou músicos armênianos, argelinos e argentinos, dentre outras nacionalidades, com o objetivo de criar um ambiente sonoro “a partir de intercâmbios culturais entre América, Europa, África e Oriente Médio”; e o “*Immigrasons*”, “um projeto transversal de intercâmbio artístico e cooperação internacional entre Catalunha e Argentina” (CASA VIA MAGIA, 2007, p. 8) para apresentar um repertório que expressasse os processos migratórios ocorridos entre essas duas localidades.

Se essa proposta se encaixa nas temáticas às quais o *Mercado Cultural* sempre esteve disposto, desde a sua primeira edição, a abordar, em outro ângulo, no contexto da promoção dos trabalhos artísticos, ela enfraquece o status de selo de qualidade que tanto associou o *Mercado* a um momento representativo para a divulgação da arte contemporânea independente. Isso porque, à medida que os artistas não mais se apresentam individualmente, mas em grupos, formando coletivos, eles perdem a oportunidade efetiva de mostrarem os seus trabalhos autorais a produtores e “olheiros” que, costumeiramente, iam ao evento para analisar a produção artística que não estava sendo veiculada na grande mídia. Portanto, se não podemos negar a pertinência desse propósito focado na criação de blocos temáticos, certamente, ele veio enfraquecer a proposta contida (e já explicitada) no catálogo do *III Mercado Cultural*, que corresponde ao oferecimento de oportunidades a partir da promoção dos trabalhos autorais e à conseqüente distribuição desses trabalhos em perspectivas futuras.

5.3.2 CAPACITAÇÃO DE AGENTES CULTURAIS: COM O FOCO NA FORMAÇÃO

Estreitando os laços com a ponta da formação, dentre as atividades desenvolvidas na sétima edição do evento esteve o lançamento do programa *Capacitação de Agentes Culturais*, desenvolvido pelo centro de capacidades. Trata-se de uma parceria entre a Casa Via Magia e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que “proporcionou o encontro de pesquisadores, organizações sócio-culturais, produtores independentes, estudantes e micro e pequenos empresários do campo da cultura” (CASA VIA MAGIA, 2007, p. 4). Tendo o foco na qualificação de profissionais e na promoção de um ambiente de reflexão crítica acerca de temas referentes à questão cultural na contemporaneidade, o programa de capacitação contemplou 300 atores sociais do setor cultural, dando continuidade às atividades desenvolvidas durante o evento através da criação de uma rede *online* destinada a desenvolver as temáticas tratadas no processo de formação.

Além do SEBRAE, a UFBA também entrou como parceira desse projeto, através da atuação de integrantes do corpo docente e discente do curso de graduação em Produção em Comunicação e Cultura. Chamo a atenção para o fato de que, nesse processo descritivo das

mudanças ocorridas ao longo dos dois últimos *Mercados*, não houve qualquer menção à atuação das redes...

Em substituição à antiga parceria que tão intimamente se ligava à programação do evento, entram agora outros atores sociais que passam a “tomar a cena” no rol das atividades desempenhadas durante o *VI* e o *VII Mercados*. Dentre esses novos parceiros – ou mesmo antigos, mas que, nesse momento, se tornam mais visíveis –, é forte a presença de órgãos governamentais. O fato de, por exemplo, o SEBRAE e a PETROBRAS entrarem como novos patrocinadores, no lugar que antes era ocupado pela Fundação Ford, pode dizer muito acerca das mudanças transcorridas no *Mercado*. Antes de avaliar o impacto que os agentes financiadores podem ter ocupado na programação do evento, porém, chego a um aspecto importante na configuração desse último *Mercado*, que diz respeito à Feira de Artes e Oportunidades.

5.3.3 SUBSTITUINDO A FEIRA DE ARTES E OPORTUNIDADES

Eu falava para Benjamim [Taubkin] que o grande negócio do Mercado não se dá na FALA. Na FALA se dá o escambo. Mas o escambo é muito importante para o norte e nordeste brasileiro. As delegações do Ceará, as delegações de Goiás, as delegações dos Estados menores se abrigavam na FALA e faziam muitos negócios. (SILVA, 2007).

De maneira que pode parecer contraditória ao discurso que vem configurando a nova “versão” do *Mercado Cultural*, em sua última edição, a FALA foi substituída pela *Mostra de Projetos Culturais*, que não se caracterizou exatamente como uma feira, mas como um conjunto de sessões, de mesas redondas, onde diversos projetos em cultura foram apresentados e discutidos. O que antes acontecia como uma grande feira, com mostras artísticas e diversos stands abertos ao público, no estacionamento do Teatro Castro Alves foi deslocado para a Reitoria da Universidade Federal da Bahia, como uma programação anexada ao ciclo de conferências. As modificações na estrutura da FALA consistem em um dos indícios mais representativos da nova configuração do *Mercado Cultural*. Isso porque, além de servir como um pólo de atração para artistas e “olheiros”, produtores interessados em firmar contratos de trabalhos, a feira funcionava, também, como um ponto de grande circulação associado ao evento, o que propiciava diversas formas de contato que iam desde a compra e venda de produtos até o estabelecimento de parcerias e intercâmbios de cooperação.

Se, na fala de Ruy Cezar sobre o papel da feira enquanto um momento do escambo e não como um ponto de “negócios”, está explicitado algum descrédito com relação à função desempenhada pela FALA a partir das atribuições que a originaram, decerto não é possível negar que essa feira

ocupava uma posição de destaque no desenvolvimento do evento. Como consta nos catálogos anteriores do *Mercado Cultural*, a feira funcionava mesmo como um dos tripés que o alicerçava enquanto um acontecimento diferenciado em cultura. Local de efetivação de oportunidades de negócios ou não, o fato é que a FALA se constituía como um dos elementos que conferiam ao *Mercado* considerável visibilidade, levando em conta que uma grande quantidade de stands era montada (de naturezas diversas), atraindo um público significativo que circulava durante todos os dias de programação do *Mercado*, o que possibilitava o encontro entre artistas, produtores, intelectuais e o público em geral.

A partir do trecho da entrevista acima destacado, inclusive, não seria mais coerente pensar que a FALA, por estabelecer oportunidades mais efetivas para o Norte e Nordeste, se encaixaria bem no “novo” propósito de atuar com as comunidades locais? O fato é que, pensar o *Mercado Cultural* sem a FALA significa reconsiderar o formato no qual o evento esteve alicerçado em todas as suas edições anteriores...

A proposta que veio substituir a feira, denominada Mostra de Projetos Culturais, teve como intuito a promoção do “intercâmbio entre entidades de cultura do Brasil e do mundo, apresentando o trabalho desenvolvido pelas mesmas ao público”. Dos oitenta stands que compuseram a FALA ,na edição anterior do evento, restaram, no *VII Mercado*, apenas dezesseis, compostos majoritariamente por instituições que desenvolvem projetos com música, teatro e artesanato. A exemplo da FALA, a mostra também teve o objetivo de servir como um “canal facilitador de contatos, diálogos e oportunidades” (CASA VIA MAGIA, 2007, p. 6), mas em um âmbito muito mais específico.

Não havia mais produtos sendo comercializados e foram montadas, nessa mostra, mesas temáticas, aludindo a temas diversos, normalmente vinculados a alguma instituição ou projeto em particular. Dentre os temas estavam mesas compostas por projetos do SEBRAE, pelo Programa Cultura Viva do Ministério da Cultura ou, ainda, pelo Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (CULT), dentre outros. O que norteou a organização dessas mesas foram temáticas, em sua maioria, associadas ao contexto da inclusão social, e nelas se discutiu a criação de produtoras comunitárias, os projetos dos pontos de cultura, o empreendedorismo étnico e cultural, a inclusão digital e questões referentes ao financiamento para a cultura. Decerto são temas por demais relevantes ao campo cultural, mas tendo um direcionamento diferenciado em relação ao ambiente de circulação que a FALA propiciava.

Uma parte da referida mostra aconteceu ainda na Casa Via Magia, visto que, nesse ano, a instituição abrigou a programação do *Mercado Cultural* no bairro da Federação. Mostraram-se ali os projetos desenvolvidos pela própria instituição, a exemplo das atividades do projeto Ubuntu com a comunidade do Engenho Velho da Federação, ou das ações desenvolvidas com as crianças da escola.

Além disso, a programação artística da Federação concentrou os produtos culturais que a Via Magia vem desenvolvendo, dentre espetáculos de teatro e dança, e os espaços criados a partir dos projetos da escola, como o “Espaço de Jogar”, a “Mostra de Compor e Criar” e a “Casa dos Livros”, todos desenvolvidos a partir da missão educacional tomada como um dos suportes da instituição.

5.4 **CRISE DO MERCADO CULTURAL?**

Nesse contexto, não somente do deslocamento da programação, mas de um evento que se volta consideravelmente menos para uma irradiação e projeção internacionais e mais para o seu entorno, não é de se estranhar que os participantes, dentre curadores, produtores e o público em geral tenham sido surpreendidos com as mudanças. Podemos nos perguntar aqui se o “voltar-se para dentro” pode estar descaracterizando o encontro... Na medida em que esse se firmou a partir da eficácia com que conseguiu manter, durante edições consecutivas, a sua proposta voltada para a promoção e distribuição de um determinado tipo de “fazer” cultural e a sua articulação com as redes que lidam com um contexto transnacional, como entender o novo direcionamento dessa proposta sem interpretá-la como uma deslegitimação do evento? O *Mercado* fez o trajeto de fora para dentro: começou com uma demanda externa (nacional e internacional), chegou a um ápice na sua quinta edição e passou a dedicar-se, gradativamente, às questões locais. O que isso traz de reflexão?

Há um ponto interessante para ser analisado aqui, que diz respeito à dicotomia posta, por um lado, pela necessidade de retomar o que se configura como uma vocação “originária” da Casa Via Magia, que foi ficando cada vez mais distante com o crescimento efetivo das edições do *Mercado Cultural* e, por outro, pelo abandono de um diferencial na forma de se trabalhar com eventos culturais, o que deu à Via Magia o reconhecimento internacional enquanto uma instituição que detém o *know how* de fazer circular um determinado tipo de produção cultural e artística. No entanto, tendo como referência a trajetória efetuada pelas edições do evento, é inevitável a elaboração da pergunta: não estaria a instituição, com essa tentativa de “reinvenção” da tradição do *Mercado Cultural*, correndo o risco grande de cair num “lugar-comum” no qual se pode verificar muitos projetos dedicados a abordar as questões locais, perdendo, assim, uma característica que lhe é própria na forma de desenvolver diferenciais em seus projetos e que foi decisivamente configuradora da identidade e projeção que o *Mercado Cultural* manteve em suas cinco primeiras edições?

No discurso do seu realizador, Ruy Cezar, há, inclusive, a ponderação acerca da possibilidade de passar a marca do *Mercado Cultural* a outros realizadores que já estiveram envolvidos com o evento nas suas edições anteriores e que estariam imbuídos do desejo de manter a proposta que conferiu ao *Mercado* o seu status de evento representativo. O próprio entrevistado, no entanto,

chega à conclusão de que não seria possível, alegando que, fora da Casa Via Magia, o evento perde a sua identidade.

É como se você pegasse a copa vistosa de uma árvore, cortasse e levasse. Cadê a raiz? A raiz dessa árvore está nessa experiência aqui, porque essa juventude que é treinada durante o ano e envolvida também faz parte da experiência, dá vida a tudo isso que chega, enche os teatros. (SILVA, 2007).

Caímos, então, no mesmo lugar de incertezas... A Via Magia não consegue/não quer manter o *Mercado* dentro da estrutura grandiosa que ele foi adquirindo ao longo das suas cinco primeiras edições. Tentou, então, dar uma nova “feição” ao evento, mais voltada às atividades internas e à vocação institucional da casa, mas que entra em choque com a proposta que deu visibilidade ao encontro. Ao mesmo tempo, a instituição e os atores sociais envolvidos não consideram possível que o evento tenha outro realizador que não a Casa Via Magia para manter seu formato “original” diferenciado... Como manejar esse impasse?

Ruy Cezar coloca, ainda, uma outra questão, relacionada a uma possível crise na realização do evento, que se refere à dicotomia instaurada entre a necessidade de experimentação que o processo de formação exige e a crescente profissionalização demandada para que se consiga alcançar financiamento efetivo para projetos de largo alcance. Considerando que o evento – tal como a própria Via Magia –, tradicionalmente, tem trabalhado com uma equipe jovem, de profissionais, em sua maioria iniciantes, mas, ao mesmo tempo, lida com um serviço prestado que exige qualificação, como priorizar uma ou outra vertente? Com o novo foco voltado para as atividades de formação, que se instala com o lançamento da Capacitação de Agentes Culturais, esse problema vem a ser agravado, pois toda atividade de formação exige espaço para a experimentação.

O Mercado vive uma crise que é a seguinte: ele conquistou um patrocinador que nunca teve. Então, a priori estaria no seu melhor momento de seguir, porque a PETROBRAS esse ano [2006] assinou o Mercado e pretende seguir patrocinando-o como um projeto da sua carteira. Então a gente agora tem um pai. Todos esses projetos exigem muita profissionalização, na comunicação, na estrutura de marketing, na forma da escolha artística. Então, como é que você alia profissionalização e formação, especialização e capacitação? Se você está formando gente jovem, quer dizer que você está brincando com a estética [...] e você está se propondo a ter um espaço de criação onde a desarrumação faz parte. E por outro lado pede-se uma especialização extrema na eficiência do projeto. Como é que liga isso? Aí vem uma certa crise no sentido de que, se o projeto é eficiente, em atrair pessoas, em apresentar grupos de qualidade, em seu discurso, ele apresenta a diversidade, [...] atrai pessoas, é ponto de encontro e distribui. Então ele sistematiza uma boa oferta, ele promove e ele distribui. E tem um discurso competente, entre aspas, no sentido de que há uma competência sendo realizada e comprovada, uma vez que ele é conhecido no mundo e os grupos que

aqui se apresentam são distribuídos. Para isso exige-se cada vez mais eficiência num mundo extremamente competitivo. E o trabalho de formação precisa de mais abertura, precisa de mais experimentação, para que se possa criar. Então a crise do Mercado está posta aí, nesse sentido. É uma crise quase pessoal. [...] Porque a tendência com essa especialização extrema é um descolamento. Cada vez menos esta casa artesanal e orgânica, onde se vive o dia-a-dia e onde você não pode se distrair porque tem crianças – você tem que estar com o olho atento – se descola dessa coisa que é internacional, que é grande. Então a gente puxou de volta e reapropriou. Os pais, os professores, todo mundo se reapropriou desse Mercado, até para a gente repensá-lo. (SILVA, 2007).

Nessa fala, o entrevistado aponta para uma conquista efetivada na realização do evento, que é ter adquirido um patrocinador permanente, a PETROBRAS, o que, supostamente, não teria ocorrido nas edições anteriores... No entanto, o mesmo entrevistado afirmara, anteriormente, que a criação do *Mercado* se deu a partir da parceria firmada entre a Casa Via Magia e as fundações americanas Ford e Rockefeller anos antes, o que, de fato, pode ser comprovado nos créditos dos catálogos das edições do evento, exceto da última. São afirmações que, portanto, entram em choque no discurso do presidente da Via Magia. E, ainda, se, agora, o evento ganhou um “pai”, ou seja, um financiamento cativo para a sua realização, onde alocar os aspectos desencadeadores de tal crise?

Como venho assinalando ao longo da análise em torno das modificações no *Mercado Cultural*, entra aqui, mais uma vez, a partir do trecho acima destacado, a ênfase dada à crise do *Mercado* como uma crise “quase pessoal”, da sua instituição realizadora e mesmo do seu presidente, em que se estabelecem as já citadas tensões que provêm da articulação entre qualificação e experimentação, entre distribuição e formação, com as quais lida a Casa Via Magia no desenvolvimento das atividades relacionadas ao evento. Há, ainda, a voracidade com a qual os encontros tomaram os esforços da instituição. No discurso proferido por Ruy Cezar, o *Mercado* é citado como uma espécie de “incômodo familiar”. É algo que entra em tensão com a vocação original da “casa”, ao mesmo tempo em que não é passível de existir fora dela⁸². Estaríamos aqui diante da noção do “estranho”, como por Freud (1976) definida?

Para Homi Bhabha, como condição inerente ao rito de iniciação extraterritorial e intercultural, o estranho causa uma ressonância em formas de expressão que negociam os poderes da diferença cultural. Nas narrativas que abordam o estranho, há uma aproximação entre casa e mundo, ou seja, entre o nosso meio “familiar” e aquilo que ele reflete como condição externa, que se manifesta fora desse meio. Considerando que a atividade negadora, enquanto uma atitude que fixa fronteiras, leva ao estranhamento como ponto de partida para o distanciamento e a relocação (1998, p. 29), é

⁸² O que se verifica na fala em que Ruy Cezar fala da impossibilidade do *Mercado* ser realizado fora da Via Magia, quando cita a metáfora da copa vistosa de uma árvore sem raiz.

possível afirmar, no caso do *Mercado Cultural*, que esse estranhamento da sua condição, de algo que se mantinha projetado para fora de si (do que se configura como a sua “casa”), levou a uma renegociação e reestruturação em relação aos processos identitários que constituíam o evento, inicialmente.

Bhabha afirma ainda que, não sendo as diferenças sociais “dadas à experiência através de uma tradição cultural já autenticada”, elas são, antes, expressões do surgimento do que o autor denomina de comunidades construídas enquanto um projeto, “ao mesmo tempo uma visão e uma construção – que leva alguém para ‘além’ de si para poder retornar, como um espírito de revisão e reconstrução, às condições *políticas* do presente” (1998, p. 22).

Talvez nesse sentido seja pertinente contextualizar a voracidade do *Mercado Cultural* para a Casa Via Magia, à qual o seu realizador se refere. Seria possível pensarmos no processo do *Mercado Cultural* para a instituição como um fator de reflexão acerca dessa necessidade de rever o que estava permeando o seu convívio familiar, mas permanecia oculto, silenciado, isto é, enquanto algo que soava estranho? A Via Magia tem como vocação fundante os processos educacionais que ela passou a desenvolver logo no início de sua criação. De repente, a instituição parece ter se dado conta de que lidar com um processo de articulação internacional estava acontecendo por demais fora do conceito que norteou o seu desenvolvimento e lhe conferiu, inclusive, o status de “casa”.

De fato, o *Mercado Cultural* tornou-se uma referência internacional de articulação no que toca a promoção e distribuição da cultura e, conseqüentemente, a Via Magia, essa instituição pequena e artesanal, como assim a define o seu presidente, passou a ocupar lugar de destaque nas discussões envolvendo a centralidade da cultura na contemporaneidade, o que se verifica, por exemplo, no envolvimento com a realização do *Fórum Cultural Mundial*. Como, então, articular a “casa” com o “mundo”?

Em nossas línguas há uma bela palavra que tem esse *per grego* de travessia: a palavra *peiratês*, pirata. O sujeito da experiência tem algo desse ser fascinante que se expõe atravessando um espaço indeterminado e perigoso, pondo-se nele à prova e buscando nele sua oportunidade, sua ocasião. A palavra experiência tem o *ex* de exterior, de estrangeiro⁸³, de estranho⁸⁴ e também o *ex* de existência. A experiência é passagem da existência, a passagem de um ser que não tem essência ou razão ou fundamento, mas que simplesmente ‘ex-iste’ de uma forma sempre singular, finita, imanente, contingente. (LARROSA, 2002, p. 25).

⁸³ Em espanhol, escreve-se *extranjero*. (Nota do tradutor).

⁸⁴ Em espanhol, *extraño*. (Nota do tradutor).

Trazendo uma interpretação para a palavra *Ubuntu*, da língua lorubá, traduzida através da expressão “eu sou porque você existe”, o sexto *Mercado Cultural* foi caracterizado, em seu relatório, como fruto de um “grande esforço coletivo”, para abarcar a cidade e tomar o contexto local como premissa de uma responsabilidade social da instituição. Nessa descrição do que seria um novo momento para o evento, é colocada, no relatório, a questão: “será possível continuar crescendo sem perder as bases conceituais, éticas e processuais deste nosso movimento?” (CASA VIA MAGIA, 2006b, p. 6).

Considerando a Casa Via Magia como um sujeito da experiência, poderíamos interpretar essa “passagem” na existência da instituição como a sua necessidade de relocar-se e ancorar as suas bases no cenário local? É difícil determinar até que ponto essa passagem se deu de maneira planejada ou se ela é fruto do processo pelo qual a instituição vem passando. Provavelmente, um pouco dos dois. “Por isso, o saber da experiência é um saber particular, subjetivo, relativo, contingente, pessoal” (LARROSA, 2002, p. 27).

Nessa análise onde muitos aspectos são levantados e postos em contato/conflito, as possibilidades interpretativas são muitas. Como, por exemplo, casar o discurso “oficial” sobre o *Mercado*, proferido pelo seu realizador, com as questões relativas às dificuldades de obtenção de financiamento, numa narrativa que aqui vai sendo criada para tentar compreender os fatores que levaram a uma mudança na proposta não só do *Mercado Cultural* mas, em grande medida, da própria instituição que o realiza? Será possível identificar com clareza quem determina o quê nesse processo? E, ainda, o que deve ocupar o lugar de maior pertinência na análise, o discurso de seu realizador, de que a instituição precisava retomar a sua vocação originária, ou as dificuldades de financiamento pelas quais não só o evento, mas as redes vêm passando? Não seriam todos esses distintos “momentos” constituintes do que Jorge Larrosa (2002) determina como o tempo em que algo é experienciado? Nesse sentido, podemos considerar que o *Mercado Cultural*, protagonizado pela Casa Via Magia, vem passando por esse “espaço indeterminado e perigoso”, no qual, simultaneamente, se põe à prova e busca a sua oportunidade.

Para Bhabha (1998, p. 35), há uma “intimidade intersticial”, entre algumas esferas da experiência social, que vem a questionar a polaridade com a qual não raramente elas são identificadas: o público e o privado, o passado e o presente, o psíquico e o social... A oposição aparente, com frequência estabelecida entre essas esferas, às vezes torna obscura a sua inevitável ligação que se dá “através de uma temporalidade intervalar que toma a medida de habitar em casa, ao mesmo tempo em que produz uma imagem do mundo e da história” (1998, p. 35).

No caso da Via Magia, da sua trajetória e dos desdobramentos pelos quais o *Mercado Cultural* vem passando, em suas duas últimas edições, poderíamos interpretar esse momento da

instituição como uma passagem, na qual as atividades projetadas para além da instituição se ligam com as inquietações de seu realizador de não querer se confundir com um “empresário das artes”. Há, também, a necessidade de evocar, trazer para perto a missão com a qual a instituição foi criada, fazendo com que o evento tome para si o funcionamento da casa, da família, enquanto aquilo que constitui a sua relação com o mundo, ao mesmo tempo em que negocia todos os aspectos que lhe são externos, como o financiamento, a relação da instituição com as redes culturais ou, ainda, o novo diálogo que a instituição vem estabelecendo com as instâncias governamentais locais.

Estaríamos, então, efetivamente, diante de um momento do estranho, no que toca o processo do *Mercado Cultural*? “O momento do estranho relaciona as ambivalências traumáticas da história pessoal, psíquica, às disjunções mais amplas da existência política” (BHABHA, 1998, p. 32). Quando revelado, o “estranho” transforma o sujeito generalizante no indivíduo. É aquilo que nos é familiar, mas está oculto, recusado. Quando nos aparece, causa o incômodo, pelo conjunto de incertezas que traz consigo.

No entanto, na relação com o “mundo”, para além do familiar (do que é interno ao funcionamento da Casa Via Magia, no que toca à realização do *Mercado Cultural*), não podemos deixar de levantar aqui alguns fatores referentes ao que está fora da instituição, mas que incide de maneira significativa em seus processos, sejam eles a atual conjuntura das redes culturais com as quais a instituição dialoga ou a questão dos agentes financiadores dos projetos da Casa Via Magia...

5.5 A SITUAÇÃO DAS REDES NUM MOMENTO DE MUDANÇAS

A Casa Via Magia tem um conjunto de relacionamentos em rede que é a rede da Casa Via Magia. Assim como o escritório do Octávio [Arbeláz], o CMarketing da Colômbia também é uma rede poderosa com várias pontes na América Latina. Em cada um dos núcleos você vê que tem um conjunto de relacionamentos independentes e transversais entre as várias redes. Então, até quando vai a função dessas redes originais com estatuto, com presidência, até onde vai? Como fica a situação do poder e da divisão da informação, quando cada um pode fazer sozinho o que a rede fez por todos? Como fazer para atender a uma demanda crescente de gente que quer estar em rede? (SILVA, 2006).

Como já foi analisado no capítulo anterior, um dos problemas que acometem o desenvolvimento das atividades através das redes de cultura é o que se refere às possibilidades de financiamento destinado a esse tipo de entidade associativa. De acordo com o depoimento de Ruy Cezar, que questiona a função das redes enquanto entidades oficialmente estabelecidas, muitos dos núcleos fundadores das principais redes de cultura, no contexto do Brasil e na América Latina, acabaram por firmar um conjunto de vínculos que veio a se tornar, de uma forma ou de outra, mais

eficaz do que as articulações levadas a cabo através das próprias redes. Se, decerto, não podemos ignorar a importância e o papel que as redes assumem para a cultura na contemporaneidade, já verificamos, contudo, a partir das análises desenvolvidas até aqui, que os problemas enfrentados por esse tipo de associação são muitos e em grande medida vêm dificultar que as ações para garantir o cumprimento da missão que cada rede toma para si sejam efetivadas.

Relembremos o caso da *La Red*, por exemplo. Se até alguns anos atrás essa entidade vinha desenvolvendo uma série de ações importantes para o setor cultural, dentre as quais esteve, através da Casa Via Magia (um de seus núcleos fundadores), a estruturação de um projeto como o *Mercado Cultural*, no contexto atual não é possível sequer acessar o site atualizado da rede, como demonstra a análise desenvolvida no capítulo anterior. Não que a rede tenha deixado de desenvolver atividades pertinentes mas, sem dúvida, a sua atuação se enfraqueceu já há alguns anos, quando a sua representatividade no campo cultural se fazia mais presente. Se não me cabe agora analisar a fundo os motivos que levaram a esse enfraquecimento, posso listar alguns indícios, a partir dessa pesquisa, que me permitem inferir tal afirmativa. Além dos depoimentos dos entrevistados, como o acima destacado, que vão nessa direção, há ainda um trecho contido no relatório da *La Red*, correspondente aos anos de 2001 e 2002, que expressa uma análise interessante sobre a conjuntura pós-ataentados de 11 de setembro e, em boa medida, serve para que entendamos o atual contexto que tanto a *La Red* quanto outras redes de natureza semelhante vêm atravessando:

Eis que aparece o fogo no céu midiático e com ele – a sucessão dos acontecimentos de 11 de setembro – e suas conseqüências se produz uma nova ruptura. Sustentamos que o olhar pós-evento, verdadeiro início do presente século e símbolo de seu nascimento, assume como desenrolar emblemático uma espécie de eu globalizador, que se aloja na cabeça de um Estado em evidente domínio sobre os demais em todos os setores em que se pode ler o poder: político, militar, econômico e cultural. Este último, objeto de nosso interesse majoritário, nos faz retroceder no tempo até as formas de pensamento em que a temida homogeneização parece ser retomada e novamente os receios de caminhar para uma radicalização do discurso de uma “cultura internacional”, com paradigmas ditados pelos e através dos Estados centrais, nos insere em uma lógica cujos sinais começam a acontecer, a partir do fechamento das fronteiras, do corte dos apoios financeiros pela via da cooperação internacional estatal ou de fundações, da limitação das possibilidades de intercâmbios artísticos (que toma forma com a diminuição temporária das entradas no território americano, por exemplo) e do predomínio de interesses pelo discurso próprio em detrimento do discurso “do outro”⁸⁵ (LA RED, 2001-2002, p. 4, tradução nossa).

⁸⁵ No original: “Aparece entonces el fuego en el cielo mediático, y con él o los sucesos del once de septiembre y sus derivados se produce una nueva ruptura. Sostenemos que la mirada post-evento, verdadero inicio del presente siglo e símbolo de su nacimiento, asume como su rol emblemático una especie de yo globalizador, que se ubica en la cabeza de un Estado en claro predominio sobre los otros en todos los planos en que se puede leer el poder: político, militar, económico y cultural. Este último, objeto de nuestro interés prioritario, nos hace retroceder en el tiempo hacia formas de pensamiento en que la temida homogeneización parece ser retomada e nuevamente los celos de caminar hacia una

Podemos tomar esse trecho como um indício pertinente do enfraquecimento das ações de entidades como a *La Red*, ao qual me referi no parágrafo anterior. Se considerarmos que uma boa parte dos financiamentos obtidos para o desenvolvimento das atividades relacionadas às redes de cultura provinham de fundações norte-americanas que apóiam a cooperação internacional, tal como as fundações Ford ou Rockefeller, então esse depoimento assume uma importância considerável para o trabalho que as redes desempenham no contexto de países da América Latina e de outros países com uma estrutura sociopolítica semelhante. Seria válido considerar, portanto, que as redes de cultura, nesse contexto, vêm passando por um momento de crise, tendo de rever a eficácia da articulação que promovem, reavaliar os seus modelos de gestão e explorar melhor as ferramentas disponíveis, a partir desse “fechamento das fronteiras” ao qual se refere o trecho da presidência da *La Red*?

De fato, a inferência de que, após os atentados de 11 de setembro de 2001, as instituições norte-americanas e também européias retrocederam em seu interesse pelas manifestações culturais dos países “pobres”, ou “em desenvolvimento”, não corresponde em nada a uma interpretação absurda, mas, ao contrário, vem ilustrar um cenário mundial no qual podemos verificar países centrais com uma política protecionista e auto-centrada, como a dos Estados Unidos, ou ainda a eleição de um presidente conservador na França que tem como um dos temas de campanha o estabelecimento de uma política rigorosa com relação à entrada de imigrantes no país, como foi recentemente a de Nicolas Sarkozy.

Ainda nesse informe da presidência contido no referido relatório da *La Red*, há a menção a um novo desafio que essa entidade deve enfrentar, no tocante à necessidade de fortalecimento de cada núcleo em separado para que, a partir daí, se possa construir “uma comunidade cultural” (LA RED, 2001-2002, p. 4, tradução nossa) cujas características ajudem a sustentar a rede no que foi denominado como uma nova etapa. Decerto que esse desafio não foi posto apenas para a *La Red* e sim para muitas outras instituições mundo afora que dependem/dependiam de apoio internacional, vindo de países centrais, para desenvolver suas ações.

No caso da relação da Casa Via Magia com as redes de cultura, fator que especialmente nos interessa aqui, há, no discurso proferido em entrevista, por Ruy Cezar, um claro distanciamento em relação aos trabalhos desenvolvidos conjuntamente entre a instituição e as redes, o que se verifica, por exemplo, quando ele afirma: “Eu falava e até falo da rede ainda hoje como se ela fosse minha” (SILVA, 2007). Essa foi a resposta dada à pergunta que fiz acerca do sentido de pertencimento que pude

radicalización del discurso de una 'cultura internacional' con paradigmas dictados desde y por los estados centrales nos inserta en una lógica cuya señales parecen comenzar a darse a partir del cierre de las fronteras, el recorte de los apoyos financieros por la vía de la cooperación internacional estatal o fundacional, la limitación de las posibilidades de intercambios artísticos (en forma de disminución temporal a las entradas en territorio de la unión americana, por ejemplo) y el predominio del interés por el discurso propio en desmedro del discurso de 'los otros'.

perceber em falas dos membros de redes durante o *Encontro Mundial de Redes de Cultura*. Note-se que há na fala do presidente da Via Magia um certo ar distante quando ele coloca que “até fala ainda hoje” com apropriação sobre a rede, como se fosse algo que tivesse sustentado por tempo limitado. Também esse entrevistado cita, de maneira bastante clara, a falta de recursos como fator decisivo para a dificuldade dos trabalhos mantidos pelas redes em associação com o seu financiador, o que se evidencia no trecho:

Acho que a falta de recursos é determinante para muitos problemas que as redes vivem. Por exemplo, no panorama da América Latina, desde a saída da Fundação Rockefeller, nós não temos um financiador para a rede [La Red]. Então a rede funciona a partir da atividade dos seus membros. E têm muitos membros competentes, pessoas extremamente competentes no plano da América Latina que têm feito essa rede se mover. Mas o fato da existência do recurso facilitava muito o encontro presencial que é essencial também, para que as pessoas se conheçam e criem afinidades, até para que elas possam se mover no campo do virtual. (SILVA, 2007).

No cenário do *Mercado Cultural*, a *La Red* não esteve presente nos créditos dos apoiadores/parceiros/patrocinadores das duas últimas edições do evento, o que consiste em um dado representativo se consideramos que, até o quinto *Mercado*, a marca da rede constava nos créditos de todas as suas edições, além do que os seus encontros anuais constituíam parte da programação do evento. Algumas outras redes de cultura também entraram nesses créditos como apoiadoras ou parceiras, a exemplo da *Rede Brasil de Promotores Culturais Independentes* (1ª e 5ª edições), da *Rede Cultural do Mercosul* (2ª edição), ou do *European of Worldwide Music Festivals* (3ª, 4ª e 5ª edições), sendo que, na sexta e sétima edições, a referência tanto à articulação desenvolvida, quanto ao apoio das redes dessa natureza foi substantivamente silenciada nos catálogos e na programação do evento. Fica evidente, através do depoimento proferido pelo presidente da Via Magia e pela relação dos parceiros dos últimos *Mercados Culturais*, que o redirecionamento no foco do evento se refere também à articulação que o seu realizador mantém com as redes.

Se o desenho do *Mercado* foi pensado, inicialmente, como um modelo de evento que viesse a suprir as demandas de encontros presenciais das redes, na reconfiguração desse modelo, junto com o abandono da proposta em torno da distribuição de produtos culturais no âmbito da cooperação internacional, também se deu o afastamento da relação com as redes de cultura. Não é propósito deste trabalho elencar a ordem de importância que levou a tal distanciamento, mas considerar que todos os fatores listados contribuíram, de maneira sistemática, para que ele ocorresse, dentre os quais estão os “novos rumos” de articulação com o local tomados pela instituição, os problemas de financiamento enfrentados pelas redes de cultura com as quais a Via Magia dialogava e

a conseqüente mudança nos financiadores do próprio evento, sendo esse último um aspecto ao qual me atendo de maneira mais detalhada nas linhas que seguem.

5.6 ESTABELECENDO UMA RELAÇÃO ENTRE A PROPOSTA DO *MERCADO CULTURAL* E OS SEUS FINANCIADORES

5.6.1 *ENTRE PARCEIROS: TRAÇANDO UM BREVE PANORAMA*

Desde o primeiro *Mercado Cultural*, quando as atividades desenvolvidas pela Casa Via Magia e a sua atuação em redes chamou a atenção de fundações internacionais, a Fundação Ford foi um parceiro que tornou possível a realização de todas as edições do evento, com exceção da sétima, o que pode, em grande medida, ser um dos indicadores para o foco na distribuição e cooperação internacional que o *Mercado* manteve de maneira enfática até a sua quinta edição e conseqüentemente para as modificações na última edição às quais tanto já me ative neste trabalho.

Ainda na trilha dos financiadores, temos que, a partir do *IV Mercado*, o SEBRAE passou a integrar a lista dos parceiros, permanecendo em todas as edições subseqüentes. É interessante como a entrada desse órgão na realização do *Mercado Cultural* dialoga com as atividades desenvolvidas pela Casa Via Magia... Considerando que a referida edição do evento ocorreu em dezembro de 2002, ano em que o Centro de Capacidades foi criado, não é de se estranhar que os projetos em parceria firmados com o CDC tenham se estendido à realização do *Mercado Cultural*.

Como não poderíamos deixar de citar, e ainda de acordo com as afirmações de Ruy Cezar em sua entrevista, a PETROBRAS passou a fazer parte, a partir da quinta edição do evento, dos seus apoiadores, vindo a se tornar, efetivamente, um patrocinador, nas duas últimas, motivo que leva Ruy Cezar a se referir a essa instituição como o novo "pai" do *Mercado*, filiação dividida com o SEBRAE que, de parceiro apoiador na quarta, quinta e sexta edições passa a patrocinador, na sétima.

Dentre os apoiadores, que variam entre espaços culturais, escolas, salas de arte, redes, fundações, teatros, hotéis e órgãos governamentais, nacionais e internacionais, os únicos que se mantiveram ao longo de todas as edições do *Mercado Cultural* foram o Teatro Castro Alves, a Fundação Cultural do Estado da Bahia e a Secretaria Estadual de Cultura e Turismo. É interessante perceber ainda, nesse processo, que alguns apoiadores/parceiros que foram constantes até a quinta edição do evento não aparecem mais nas duas últimas, como é o caso da *La Red*, da Fundação *Arts International* ou do *European Fórum of Worldwide Music Festivals* (que consta nos créditos da terceira, quarta e quinta edições). Além disso, o Fundo Nacional de Cultura também constituiu um dos parceiros presentes em quase todos os eventos, com exceção da segunda e da quarta edições.

5.6.2 ANALISANDO OS DADOS

O que pode ser observado de mais pertinente na análise da trajetória dos *Mercados Culturais*, a partir da observação dos dados explicitados, é que o evento passou de um patrocinador/parceiro internacional, que foi a Fundação Ford, a órgãos nacionais ligados a instâncias do governo como financiadores majoritários, quais sejam, a PETROBRAS e o SEBRAE, ao que se soma o fato das redes de cultura terem claramente se afastado do processo, visto que, além da *La Red*, outras redes também constavam nos créditos do evento até a quinta edição, após o que elas não mais apareceram como parceiras. Se traçamos, portanto, um panorama das instituições/entidades que passaram pela trajetória dos *Mercados Culturais*, é facilmente perceptível, através das instituições financiadoras e apoiadoras, a transição da perspectiva de uma cooperação internacional para um trabalho localizado, mais voltado a interesses governamentais.

Cabe aqui, então, questionarmos acerca da relação entre a natureza dos parceiros/patrocinadores/apoiadores e as mudanças ocorridas no foco das últimas edições do evento... Até que ponto a entrada de um patrocinador nacional pode ter interferido na dinâmica e nos atores sociais presentes nas duas últimas edições do *Mercado*? Vale ressaltar que o *VII Mercado Cultural* teve, em sua Mostra de Projetos Culturais, quatro mesas dedicadas à apresentação de projetos do SEBRAE, todas relacionadas ao empreendedorismo em cultura. Além disso, a PETROBRAS foi um dos patrocinadores do programa de Capacitação de Agentes Culturais... Não podemos imaginar que essa passagem de instituições financiadoras internacionais para outras brasileiras – vinculadas essencialmente ao contexto local/nacional – não tenha influenciado na nova formatação do evento. Sem dúvida, elas vêm acompanhando todo um processo de mudanças vivido pela Casa Via Magia, no qual um fator vai se interligando ao outro.

Quando perguntado sobre a questão do financiamento para o *Mercado Cultural*, Ruy Cezar alegou que a ausência de políticas públicas que garantissem a realização do evento ano a ano foi um dos fatores que travancou o seguimento da proposta original do *Mercado* nas dimensões que o evento alcançou, ao que ele segue questionando: não poderia tornar-se o *Mercado Cultural* uma política pública permanente?

Nós temos que conquistar os parceiros a cada ano de novo e nós demoramos seis meses para saber se eles estarão presentes para fazer a próxima edição. Se nós tivéssemos políticas públicas frequentes e soubéssemos que o Ministério da Cultura, que o Governo do Estado, que a Prefeitura e que organizações privadas estão apoiando aquele projeto por um período, provavelmente a gente pudesse manter as duas coisas: o movimento do grande evento de distribuição e de exportação e o movimento de reflexão em simultaneidade. Mas isso seria se nós tivéssemos uma política pública eficiente e a gente no Brasil não tem. Qualquer

país, qualquer cidade do mundo tornaria esse evento uma política pública permanente, porque é um evento que tem uma dimensão semelhante para Salvador do que a que o carnaval tem. Só que é um evento inclusivo. Enquanto que o carnaval tem pequenas estrelas para um grande público pagante [...], esse é um evento que inclui muita gente dialogando e que pode se espalhar pela cidade inteira. O processo de mostrar que os bairros têm vida cultural é um processo intencional, num sentido de mostrar à cidade que ela não pode ficar presa num cenário. Tem uma discussão, tem uma briga com a cidade aí e que as pessoas também estão reagindo, quando o Mercado mostra que ele pode sair do centro. Porque o Mercado não está no centro, nunca esteve. Nunca esteve no centro das políticas culturais, no centro do tipo de música que era consumida. Virou uma coisa de sucesso e de repente as pessoas não percebem que é uma coisa alternativa. Parece que é um evento de sucesso concorrente com qualquer outro grande evento. Então, na verdade, ninguém conhece nenhum artista que vem. O sucesso é a estratégia. (SILVA, 2006).

Guardadas as devidas ressalvas com relação à comparação das dimensões do *Mercado* com as do carnaval de Salvador – e ainda admitindo que, pessoalmente, seria gratificante se assim o fosse –, não há dúvidas de que a ida para os bairros conferiu ao evento uma ampliação de público local muito significativa em relação ao público correspondente do circuito central no qual o *Mercado* se estabelecia até a quinta edição. No entanto, pergunto-me, a partir do depoimento acima explicitado, como o *Mercado Cultural* poderia se tornar uma política pública permanente tendo tantas alterações significativas em seu percurso? Essas modificações não se dão somente no âmbito da distribuição da programação, mas, principalmente, no que lhe é mais intrínseco, no que toca a sua definição, à construção da sua identidade. Variar entre o movimento do grande evento de distribuição e exportação e o movimento de reflexão a partir do diálogo com as comunidades locais foi para o *Mercado* uma oscilação bastante significativa.

No entanto, se entrelaçamos a trajetória do *Mercado Cultural* com o contexto da cultura no Brasil, temos que o evento estabeleceu uma interlocução tanto com os processos de gestão quanto de produção culturais, aproximando essas duas noções em uma relação de imbricação, tomando ambas como pertencentes ao registro de organização da cultura. Imaginemos três etapas diferentes da esfera cultural, complementares e necessárias para a efetivação de uma política para a cultura, sendo elas “a dos formuladores e dirigentes, afeitos ao patamar mais sistemático e macro-social das políticas culturais; a dos gestores, instalados em instituições ou projetos culturais mais permanentes, processuais e amplos, e a dos produtores, adstritos a projetos de caráter mais eventual e micro-social” (RUBIM, A; RUBIM, I; PITOMBO, 2006, p. 11)...

A partir da descrição previamente realizada acerca do evento, é fácil notar que o *Mercado* estabeleceu pontes de contato entre todos os três patamares descritos, articulando-os e estabelecendo

bases de diálogo entre eles. Cabe aqui, portanto, desenvolver algumas considerações com relação ao estabelecimento do *Mercado* enquanto uma política pública voltada ao setor cultural...

5.6.3 O MERCADO E AS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA A CULTURA

Os criadores, inventores e inovadores, representados por artistas, cientistas e intelectuais, vinculados aos universos culturais acadêmicos ou populares, muitas vezes são tomados como os pontos centrais do sistema cultural, dada a sua relevância como inauguradores de ideários, práticas e produtos culturais. Ou seja, por sua admirável capacidade e mesmo genialidade em renovar a cultura, suas tradições, manifestações, formulações e modalidades de expressão. As intervenções voltadas à criação e aos criadores de cultura são momentos vitais das políticas culturais (RUBIM, A; RUBIM, I; PITOMBO, 2006, p. 13).

O autor Albino Rubim aborda a tipologia gramscianiana de intelectuais – que se alicerça na tríade *Criadores* (artistas e cientistas) / *Organizadores* (gestores e produtores culturais) / *Difusores da cultura* (mídia, novas tecnologias e também educadores) – para afirmar que a cultura depende não apenas da criação mas, também, da organização, produção e transmissão. Esses três tipos formam um sistema cultural e é a partir dele que podemos pensar que “uma política cultural consistente tem a obrigatoriedade de contemplar todas essas dimensões e seus vitais relacionamentos, sob a pena de padecer de mortal incompletude” (RUBIM, 2001, p. 2). Além disso, o autor coloca que uma política cultural não pode deixar de considerar a diversidade dos atores sociais envolvidos em seu processo, na qual estão contemplados o Estado, a iniciativa privada (indústrias da cultura e marketing cultural), a sociedade civil organizada (produtora, estimuladora, demandante, ou consumidora da cultura), os públicos e os profissionais da cultura.

Poderíamos pensar, então, que os espaços que alicerçam o *Mercado Cultural*, aliados aos agentes culturais que o evento agrega, à formação de público que propiciou, às instâncias sociais com as quais dialoga e à irradiação da sua proposta em outras iniciativas propiciaram a estruturação de uma política permanente para a cultura? Se levarmos em conta que uma política cultural deve contemplar, além da criação, a “divulgação, preservação, formação de públicos, organização e estabelecimento de dinâmicas, através da atuação dos agentes culturais” (LEITE, 2005, p.24), posso me arriscar a afirmar que o *Mercado Cultural* se consolidou abarcando todos os “estágios” requeridos para se pensar numa política da cultura.

E é pensando, ainda, nas estratégias adotadas na realização do *Mercado Cultural* e no reconhecimento rápido que o evento alcançou, internacionalmente, como um acontecimento representativo no campo da cultura, que me sinto tentada a pensar o *Mercado Cultural* como uma

política, antes de tudo, porque ele foi desenhado como um modelo de “inclusão”, que estabeleceu parâmetros do pensar e do fazer culturais e teve “ecos” de largo alcance.

O modelo de inclusão social proposto pelos países centrais, como já foi descrito anteriormente, tornou-se um modelo falido, pois não dava espaço à alteridade, mas, ao contrário, tentava (e ainda o faz) homogeneizar os olhares na perspectiva de um parâmetro ocidental “desenvolvido” (em que o outro deve ser sempre igual a mim). Certamente, esses ditos países centrais possuem meios e estratégias de realização e produção culturais que não facilmente encontramos no contexto da América Latina, a exemplo dos recursos financeiros e das facilidades de acesso às novas tecnologias. No entanto, o que pude observar da primeira configuração do *Mercado Cultural* e, principalmente, das suas quatro edições subseqüentes, é que ele veio oferecer aos países centrais uma forma de fazer “dar certo”, que despertou a atenção. O *Mercado Cultural* cresceu porque se mostrou aos países centrais e também a outras nações, ao Brasil e a Salvador, como um evento que conseguiu reunir criadores, organizadores e difusores representativos para a cultura, o que veio a preencher um vazio e convocar. “O delineamento do espectro de tópicos e questões a serem enfrentados possibilita observar as políticas culturais em toda a sua envergadura e permite a construção de um padrão para a comparação de seus variados formatos” (RUBIM, A; RUBIM, I; PITOMBO, 2006, p. 12).

No estudo realizado acerca dos componentes necessários para se pensar na elaboração de uma política cultural, os autores acima descritos elencam alguns aspectos enquanto inerentes a qualquer sistema cultural e, portanto, ao estabelecimento de suas políticas. O desenho e a abrangência de uma política cultural serão tanto mais essenciais ao funcionamento das atividades que fazem da cultura um sistema articulado, quanto melhor contemplarem todos os estágios desse sistema. “Sem considerar a presença de cada um destes momentos – e da qualidade e articulação deles – não se pode, a rigor, falar em um efetivo sistema cultural, pois a vigência do sistema implica na presença essencial de cada um destes momentos e movimentos” (RUBIM, A; RUBIM, I; PITOMBO, 2006, p. 12).

Em primeiro lugar, é necessário à cultura a sua interação com outras culturas, “para além de ser preservada e conservada” (RUBIM, A; RUBIM, I; PITOMBO, 2006, p. 14), através de iniciativas que permitam a circulação e que se estabeleçam a partir de trocas, intercâmbios e de movimentos de cooperação. Esses são requisitos fundamentais a qualquer dinâmica cultural que, inevitavelmente, lidam com a negociação de diferenças e com a constante ambivalência provocada por esse processo. Trazendo para o âmbito do *Mercado Cultural* e da sua estruturação, as negociações provenientes das diferentes culturas postas em contato estiveram fortemente presentes no discurso que configurou a primeira edição do evento e se manteve até o *V Mercado*, após o que se firmou como uma reconstrução de sua identidade. Se não podemos afirmar que essa perspectiva se perdeu, decerto ela

ficou enfraquecida em nome de um discurso outro que privilegiou a articulação comunitária local. Mas, mesmo com esse redirecionamento, a premissa de estabelecer sistemas de trocas culturais permaneceu como um dos sustentáculos na proposta do evento.

Outro aspecto que deve ser considerado no que toca à reflexão em torno do funcionamento de um sistema cultural é o fato de a cultura necessitar de processos constantes de “discussão e avaliação públicas”, tarefa que cabe aos seus estudiosos, críticos e investigadores. “A reflexão anima a vida, legitima e questiona idéias e práticas, possibilita trocas culturais” (RUBIM, A; RUBIM, I; PITOMBO, 2006, p. 14). Ora, esse é um aspecto para o qual o *Mercado* tem se voltado sistematicamente. Se, na “configuração originária” do evento, ele já estava alicerçado em um ciclo de conferências destinado à reflexão e discussão de aspectos que norteiam o campo cultural na contemporaneidade, em suas duas últimas edições, o momento de reflexão foi ampliado, principalmente, na sétima, quando o que antes era a FALA, tornou-se uma mostra de projetos.

Por fim, devemos considerar, no funcionamento do sistema cultural, a questão da fruição e consumo da cultura, com a particularidade de não necessitar de profissionalização, o que “não afeta o status da fruição e do consumo”, mas, ao contrário, “indica a amplitude e mesmo a universalidade do ato de recepção da cultura, a importância central dos públicos culturais. Todos os cidadãos são potencialmente públicos da cultura, quando ela não está subordinada a uma lógica mercantil” (RUBIM, A; RUBIM, I; PITOMBO, 2006, p. 14). Sem dúvida, este é um dos aspectos que mais fortemente permeiam os objetivos do *Mercado Cultural*...

Tendo seu discurso pautado na criação de novos públicos para um tipo de arte que não circula efetivamente na grande mídia, a estratégia adotada pelo evento, de oferecer artistas relativamente desconhecidos em espaços culturais com entrada gratuita e abertos ao público em geral é certamente uma iniciativa que se inclina de maneira bastante significativa para o oferecimento de possibilidades de fruição e consumo culturais. Nos dois últimos eventos, esse fator se torna mais evidente, à medida que o público do evento se amplia, atingindo populações de bairros que não se situam no eixo central da cidade.

Portanto, se, por um lado, temos nessa “nova” configuração do *Mercado Cultural* uma perda dos diferenciais que o instituíram como acontecimento representativo, por outro, isso pode indicar um movimento que vai na direção de se estabelecer- efetivamente enquanto uma política pública, à medida que uma política pública no Brasil requer a ação governamental e o evento tem se aproximado sistematicamente de instâncias do governo, locais e nacionais, para desenvolver as atividades do *Mercado Cultural* e da Casa Via Magia. Estratégia ou acaso, o fato é que a Via Magia está em um momento delicado de sua articulação, no que se refere ao *Mercado*. A instituição tanto pode estar dando um passo no sentido de fazer o evento perecer e, com ele, parte da visibilidade

alcançada, quanto, com essas mudanças e os redirecionamentos das ações levadas a cabo pelo evento, pode estar demonstrando um indício de seu fortalecimento, no sentido de tornar efetivamente o *Mercado Cultural* uma política permanente.

Mesmo considerando que o evento cumpre com os requisitos essenciais aqui listados para se tornar uma política pública para a cultura, ainda me sinto imbuída do questionamento acerca do quão impactantes podem ser essas modificações para a legitimidade do *Mercado*. Problematizo, então, a questão acima colocada perguntando se, para pensá-lo enquanto uma política pública, algumas questões não deveriam ser melhor objetivadas no que toca a sua realização, a começar pela definição da sua proposta, mas, também, do seu público, dos atores e instâncias sociais envolvidas, da sua periodicidade...

No ano de 2007, não haverá *Mercado Cultural*, em função das comemorações dos 25 anos de fundação da Casa Via Magia. Também não houve o evento no ano em que ocorreu o *I Fórum Cultural Mundial*, em 2004, sendo que o *Mercado* se caracteriza como um acontecimento anual. Seriam esses impasses trazidos de fora para dentro? Estaria a Via Magia disposta a continuar assumindo o evento como uma programação anual em suas atividades, posto que no discurso de seu próprio realizador consta, de maneira bastante enfática, a voracidade com a qual o evento se impôs para a instituição? Por outro lado, estaria o apoio permanente da PETROBRAS à produção do evento, como assim afirma o seu realizador indicando que, de fato, o *Mercado* está para se formar enquanto política permanente?

Todas essas inquietações permeiam uma investigação que se dedica a analisar um determinado recorte das dinâmicas culturais contemporâneas. Enquanto tal, o *Mercado* não consiste em um evento estático, isolado, congelado, mas em um processo em constante mudança, que se molda e se reconstitui. Talvez possamos pensar que essa reconstrução da identidade do evento o aproxime de um modelo de política pública que se encaixe nas propostas governamentais de inclusão e formação de públicos para a cultura. Mas será que, na atual conjuntura em que o evento se encontra, seria possível pensá-lo como um acontecimento que solidificaria essa proposta em parceria com os órgãos governamentais? Que outros diferenciais serão elencados pelo evento para que ele se mantenha enquanto um acontecimento representativo? Como podemos esperar a próxima edição do *Mercado Cultural*, em 2008? São ponderações que não podem ser lidas como estanques no atual estágio em que o *Mercado Cultural* se encontra.

O que é possível trazer, no entanto, é a consideração acerca da representatividade do *Mercado* enquanto um acontecimento cultural. Não devemos deixar de frisar que a visibilidade do evento se deu em torno de uma proposta que se firmou como estratégia de sucesso e garantiu ao *Mercado* o status de evento diferencial e significativo para o campo da cultura. Não diminuindo a

importância da nova direção que o evento vem tomando em suas duas últimas edições, o fato é que poderemos estar analisando agora um “novo” evento, que mantém o mesmo nome, mas se destina a propósitos outros.

“Trapaça” ou não, cabe a pergunta acerca da sua singularidade: como irá o *Mercado* manter a sua representatividade no setor cultural, o que irá legitimar a implementação do evento enquanto política pública, se ele abriu mão dos diferenciais que o tornaram referência enquanto um acontecimento em cultura?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O MERCADO CULTURAL E AS DINÂMICAS DA CULTURA NA CONTEMPORANEIDADE

Estar no 'além', portanto, é habitar um espaço intermédio, como qualquer dicionário lhe dirá. Mas residir 'no além' é ainda, como demonstrei, ser parte de um tempo revisionário, um retorno ao presente para reescrever nossa contemporaneidade cultural; reescrever nossa comunalidade humana, histórica; *tocar o futuro em seu lado de cá*. Neste sentido, então, o espaço intermédio 'além' torna-se um espaço de intervenção no aqui e no agora. Lidar com tal invenção e intervenção, [...], requer uma noção no novo que sintoniza com uma estética híbrida [...]. (BHABHA, 1998, p. 27).

Nessas “tortuosas trilhas”, repletas de incertezas e questionamentos, que me fizeram chegar até aqui, tentei traçar um panorama em torno da trajetória dos *Mercados Culturais* através do qual fosse possível estabelecer um estudo de caso sobre uma iniciativa que a mim pareceu por demais instigadora, a de como um acontecimento com a proposta de valorizar as manifestações da cultura fora do circuito das indústrias culturais pôde alcançar tamanha visibilidade no contexto cultural tão árido para este tipo de iniciativa como é o da cidade de Salvador.

Comecei a me aproximar do tema, enquanto objeto do meu fazer investigativo, imbuída do desejo de estudar a estratégia adotada pelos realizadores do *Mercado Cultural* para promover e distribuir, internacionalmente, um tipo de produção artística e cultural independente, que não circulava na grande mídia. Interessava-me particularmente, naquele momento, a eficácia com que essa proposta foi posta em prática e a visibilidade que alcançou ao longo da sua trajetória. No entanto, justamente o período em que estive investigando o *Mercado Cultural* foi o momento em que ele passou por mudanças significativas em sua proposta, naquilo que antes constituía o foco do meu estudo. Obviamente, o meu recorte teve de ser redimensionado... Alguns fatores tiveram de ser revistos e muitos outros começaram a ser considerados.

Nesse processo de aproximação do *Mercado* com o contexto local com o conseqüente distanciamento das redes de cultura, aspecto ao qual dediquei boa parte das minhas investigações após a entrada no Mestrado, eu sabia que não poderia abandonar ou deixar à margem a importância e o papel desenrolado pelas redes ao longo do processo do evento, mas que a abordagem não poderia ser apenas em torno da aproximação entre a Via Magia e a articulação das redes... Eu teria que dar conta, também, do recente distanciamento em relação às atividades promovidas em parceria entre as duas partes, o que me motivou a adentrar as questões relativas às dificuldades enfrentadas pelas referidas entidades associativas no que tange a sua gestão e manutenção. O que pretendi com a análise desenvolvida em torno das redes e, mais particularmente, das redes de cultura, foi problematizar uma situação paradoxal existente entre a ideologia da rede e o seu funcionamento, evocando as tensões que se apresentam nesse encontro e relacionando-as ao contexto do *Mercado Cultural*.

Como um desdobramento da relação entre o *Mercado* e as redes de cultura, vieram à tona os aspectos referentes ao financiamento. Os agentes financiadores do *Mercado* acompanharam as modificações e transições na sua proposta, movendo-se juntamente com o processo de reconstrução da identidade do evento. O que me interessou, nesse contexto, foi colocar a questão: até que ponto pode um agente financiador interferir na dinâmica e, mesmo, na proposta configuradora e legitimadora de um determinado projeto em cultura, principalmente, quando o referido projeto já tem agregado em torno de si um determinado valor enquanto acontecimento representativo, como foi o caso do *Mercado*?

Como numa teia trançada, onde um fio se liga ao outro, a autonomia do evento em relação ao seu financiador recai diretamente nos desejos e inquietações dos seus realizadores. Enquanto desenvolvia essa dissertação, tentei, a todo momento, relativizar o rico conteúdo obtido a partir das entrevistas, ciente de que por mais interessantes que fossem os depoimentos, eu não poderia utilizá-los enquanto verdades incontestes, visto que se tratam de escolhas possíveis, onde uma série de negociações são articuladas, fator ao qual já me ative na introdução deste trabalho.

O fato é que se, por um lado, não posso considerar que as mudanças no foco do *Mercado Cultural* decorrem exclusivamente da crise pessoal da instituição e de seu presidente, certamente essa explícita crise teve grande importância para a "reinscrição" na contemporaneidade do *Mercado* fosse efetuada.

Além disso, outros fatores se aliam à tomada de decisões dentro da Casa Via Magia com relação às atividades recentes que ela vem desenvolvendo dentro da perspectiva do local, dentre as quais está o *Mercado*. Posso sugerir, por exemplo, que a presença no governo de pessoas previamente ligadas à instituição favoreceu para que as articulações entre a Via Magia e as instâncias

governamentais locais fossem efetivadas. Posso, inclusive, citar alguns exemplos, como o do professor da Escola de Teatro da UFBA, Armindo Bião, que assumiu o cargo de diretor da Fundação Cultural do Estado da Bahia, entre os anos de 2002 e 2006; ou ainda, no âmbito do município, da presença do músico e professor Paulo Lima como presidente da Fundação Gregório de Mattos e da vereadora Olívia Santana como Secretária de Educação de Salvador, ambos desde 2004... São todos eles atores que dialogam com a Casa Via Magia.

Não podemos ignorar a pertinência desses fatores no que tange à efetivação de projetos em cultura. “Redes” de afinidades pessoais geram vínculos, inevitavelmente; esse é um fator que não se constitui como uma particularidade de Salvador, ou do Estado, mas se apresenta como inerente à condição do homem enquanto ser sociável. Relembremos a afirmação enfática de Benjamim Taubkin acerca dos vínculos gerados a partir das redes. Não questiono a sua constatação de que, dentro da sua perspectiva, não se consegue elencar mais do que quatro pessoas articuladas em uma rede como pessoas de valor, que venham a se tornar amigas, o que não significa que outras redes de afinidades não possam ser geradas com grupos distintos dentro da mesma rede.

Ainda com relação a essa “nova mirada” do *Mercado* em direção ao local, ressalto que, ao mesmo tempo em que se relaciona à fragmentação produzida pela deslocalização que a globalização provoca, o local se constitui como algo que resiste e complementa, simultaneamente, o processo de globalização. Almejei nesse trabalho, também, entender os processos de hibridação mais contemporâneos, que envolvem a mídia, as tensões entre o local e o transnacional, entre estilos e consumos, que ocorrem, essencialmente, nas fronteiras e nas grandes cidades, e “condicionam os formatos, estilos e as contradições da hibridação” (CANCLINI, 2003a, p. XXIX).

No processo de “reinscrição” das dinâmicas que envolvem a contemporaneidade da cultura, o que aparece como “novo” não é exatamente o inédito, o nunca antes visível, mas uma articulação híbrida, que reapropria e reinventa, no presente, os seus processos anteriores associados a fatores a eles ao mesmo tempo externos e reincidentes, caminhando nos interstícios que se constituem como limiares interpretativos. Estabelecer uma análise das referidas dinâmicas na contemporaneidade significa, portanto, antes de tudo, estabelecer uma ponte que dialogue com estes limiares enquanto “passagens”, não fixando-os mas considerando que essa “passagem” é móvel e fluida, cenário que se encontra em constante mudança.

Nesse sentido, mais do que fornecer as respostas a todas as perguntas que me ocorreram ao longo dessa análise, interessa-me deixá-las em suspenso como possibilidades, enquanto questões que se registram como marcas da teia que fui trançando ao longo dos anos em que estive investigando esse tema. As dinâmicas nas quais o *Mercado Cultural* está inscrito correspondem a pontes de interação entre diversas estéticas, articulações de poder e diferenças e ainda diálogos entre ideais e

desejos pessoais que se fundem num imaginário social. O *Mercado*, através da articulação da Casa Via Magia, foi criado com o intuito de gerar um espaço para ir “além” do formato tradicional dos festivais, encontros e mercados já existentes, e, de fato, essa iniciativa foi protagonista de “novos” modelos e formas de se construir relações interculturais na contemporaneidade, estabelecendo pontes entre cultura e mercado, entre diversidade e identidade, entre o local e o global. No entanto, a análise em torno de sua trajetória pressupõe um debruçar-se em torno de processos dinâmicos que evocam tensões e contradições em seus mecanismos de funcionamento. Foi exatamente um pouco dessas tensões que tentei “trazer à tona”.

As questões que pude levantar a partir deste estudo correspondem a análises em torno das dinâmicas vigentes no momento em que estive debruçada sobre este tema. Entre tropeços e incertezas, encerro este trabalho certa de que este estudo não se esgota aqui, mas fica como um olhar, uma abordagem, que convocou para si uma série de outros textos já inscritos, podendo vir a ser futuramente retomada ou modificada (quem sabe, por mim mesma) para compor a rede de outros textos que a convoquem.

Tenho-a como uma análise investigativa acerca de uma iniciativa cultural que se tornou um modelo singular no que toca a reflexão em torno de um certo tipo de fazer em cultura e da centralidade que ela ocupa nas dinâmicas contemporâneas. Se essa singularidade do *Mercado Cultural* será mantida após todas as modificações pelas quais o evento vem passando, é um recorte a ser abordado em investigações futuras... Por ora, limito-me a concluir afirmando que, mesmo que permaneça este *texto-rede* encerrado entre estas duas capas que o cercam, não deixará ele de constituir-se como um olhar em torno da trajetória de um evento singular que veio a ocupar lugar de destaque no cenário cultural.

REFERÊNCIAS

- ARFUCH, Leonor. Cultura y crisis: intersecciones. *Argumentos. Revista Electrónica de Crítica Social*. Buenos Aires, ano 2, n. 3, dez. 2003. Disponível em: <<http://argumentos.fsoc.uba.ar/n03/articulos/arfuch.pdf>>. Acesso em: 3 fev. 2007.
- BABO, Maria Augusta. A rede como metáfora e suas implicações. In: MARCOS, Maria Lucília; MIRANDA, José. B. (Org.). *Revista de Comunicação e Linguagens: a cultura das redes*. Lisboa: Relógio d'Água, jun. 2002. p. 387-392. Número extra.
- BHABHA, Homi. *O local da cultura*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.
- BOTELHO, Isaura. *Romance de formação: FUNARTE e política cultural*. Rio de Janeiro: Edições Casa de Ruy Barbosa, 2000.
- CANCLINI, Néstor G. *Culturas híbridas*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003a.
- CANCLINI, Néstor G. El malestar en los estudios culturales. *Revista Fractal*. Cidade do México, ano 2, v. 2, n. 6, jul./set. 1997. p. 45-60. Disponível em: <<http://www.fractal.com.mx/F6cancli.html>>. Acesso em: 16 mar. 2007.
- CANCLINI, Néstor G. El teatro de las identidades. In: _____. *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós Idéias & Perspectivas, 2001.
- CANCLINI, Néstor G. Preguntas sobre el futuro del latinoamericanismo. *Revista Todavía*. Buenos Aires, n. 4, abr. 2003b. Disponível em: <<http://www.revistatodavia.com.ar/todavia04/notas/garcia%20canclini/txtcanclini.html>>. Acesso em: 28 fev. 2007.
- CASA VIA MAGIA. *Catálogo do I Mercado Cultural*. Salvador: Instituto Casa Via Magia, 1999.
- CASA VIA MAGIA. *Catálogo do II Mercado Cultural*. Salvador: Instituto Casa Via Magia, 2000.
- CASA VIA MAGIA. *Catálogo do III Mercado Cultural*. Salvador: Instituto Casa Via Magia, 2001a.
- CASA VIA MAGIA. *Catálogo do IV Mercado Cultural*. Salvador: Instituto Casa Via Magia, 2002a.
- CASA VIA MAGIA. *Catálogo do V Mercado Cultural*. Salvador: Instituto Casa Via Magia, 2003a.
- CASA VIA MAGIA. *Catálogo do VI Mercado Cultural*. Salvador: Instituto Casa Via Magia, 2005a.
- CASA VIA MAGIA. *Catálogo do VII Mercado Cultural*. Salvador: Instituto Casa Via Magia, 2006a.
- CASA VIA MAGIA. *Fórum Cultural Mundial: segundo caderno*. Salvador: Instituto Casa Via Magia, 2005b.
- CASA VIA MAGIA. *Relatório do II Mercado Cultural* (título). Salvador, Instituto Casa Via Magia, 2001b.
- CASA VIA MAGIA. *Relatório do III Mercado Cultural* (título). Salvador, Instituto Casa Via Magia, 2002b.

- CASA VIA MAGIA. Pré-relatório do IV Mercado Cultural. Salvador, Instituto Casa Via Magia, 2003b.
- CASA VIA MAGIA. Relatório do V Mercado Cultural. Salvador: Instituto Casa Via Magia, 2004.
- CASA VIA MAGIA. Relatório do VI Mercado Cultural. 114p. Salvador, Instituto Casa Via Magia, 2006b.
- CASA VIA MAGIA. Relatório do VII Mercado Cultural. 57p. Salvador, Instituto Casa Via Magia, 2007.
- CASA VIA MAGIA; PREFEITURA MUNICIPAL DE SALVADOR, SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO E CULTURA. *Salvador: a cidade e o tempo*. Salvador: Instituto Cultural Via Magia, 2006c.
- CASTELS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999a.
- CASTELS, Manuel. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Denis de (Org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 255-288.
- CASTELS, Manuel. *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 1999b.
- COSTA, Leonardo F. Inclusão digital: uma alternativa para o social? análise de projetos realizados em Salvador. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) Curso de Comunicação, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2004.
- DABAS, Elina; NAJMANOVICH, Denise (Orgs.). *Redes: el lenguaje de los vínculos*. Buenos Aires: Paidós Idéias & Perspectivas, 2002.
- DELEUZE, Gilles; GUATARRI, Félix. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*. v. 1. Rio de Janeiro: 34, 1995.
- EAGLETON, Terry. *A idéia de cultura*. Lisboa: Temas e Debates, 2003.
- FISCHER, Tânia et al. Perfis visíveis na gestão social do desenvolvimento. *RAP*. Rio de Janeiro, ano 3, v. 40, n. 5, set./out. 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rap/v40n5/a03v40n5.pdf>>. Acesso em: 9 jan 2007.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 2004.
- FREUD, Sigmund. *El malestar en la cultura y otros ensayos*. Madrid: Alianza, 1973.
- FREUD, Sigmund. O estranho. In: *Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud*. v. 42. Rio de Janeiro: Imago, 1976.
- HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.
- HARDT, Michel. Movimentos em rede, soberania nacional e globalização alternativa. In: MORAES, Denis de (Org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 339-348.
- HERNÁNDEZ, Túlio. *La cultura como dimensión estratégica: ensayos sobre políticas públicas culturales para la Región Andina*. Caracas / Corporación Andina de Fomento (CAF); Fundación Bigott, 2005. 349p.

HERNÁNDEZ, Túlio. La investigación y la gestión cultural de las ciudades. *Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura*. Madrid, n. 4. jun./set. 2003. Disponível em: <<http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric04a03.htm>>. Acesso em: 27 jan. 2007.

HOBSBAWN, Eric; RANGER, Terence. *A invenção das tradições*. São Paulo: Paz e Terra, 1999. p. 9-23.

KASTRUP, Virginia. A rede: uma figura empírica da ontologia do presente. In: PARENTE, André (Org.). *Tramas da rede*. Porto Alegre: Sulina, 2004. p. 80-90.

LA RED DE PROMOTORES CULTURALES DE LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE. Informe Presidencia: Período 2001-2002. In: LA RED. *Relatório*. Bogotá, 2002. p. 1-16.

LARROSA, Jorge. *Pedagogia profana: danças, piruetas e mascaradas*. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

LARROSA, Jorge. Notas sobre a experiência e o saber de experiência. *Revista Brasileira de Educação*. São Paulo, n. 19, p. 20-28, jan./fev./mar./abr. 2002.

LEITE, Fernanda C. A FUNARTE e o contexto das políticas culturais no Brasil. Trabalho final da disciplina Políticas Culturais, Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade. Salvador, 2005.

LEITE, Fernanda C. *What is missing? learning from difficulties and failures: a dialogue between grand makers and beneficiaries*. Relatório de reunião ocorrida no II Fórum Cultural Mundial (apresentado à Fondazione Fitzcarraldo). Rio de Janeiro: nov. 2006. Disponível em: <http://www.fitzcarraldo.it/progetti/whatismissing_fullreport.pdf>. Acesso em: 23 abr. 2007.

LEMOS, André. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, A.; CUNHA, P. (Orgs.). *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003. p. 11-23.

LEMOS, André. *Cibercultura e identidade cultural: em direção a uma cultura copyleft? Ensaio apresentado no I Fórum Cultural Mundial e no Simpósio Emoção Art. Ficial (Itaú Cultural)*. São Paulo: jul. 2004.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: 34, 1999.

LIMA, Paulo C. *IV Mercado Cultural: avaliação de impacto*. Relatório Analítico/Propositivo de Observador Externo. 22p. Salvador, 2002.

MALTA, Roberto. Entrevista. 27 nov. 2006

MARACAJÁ, Eneida. Entrevista. 9 dez. 2005.

MARINHO, Emmanuel. Entrevista. 8 dez. 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, Denis de (Org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 57-86.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Figuras del desencanto. *Revista Número*. Bogotá, n. 36, jan./mar. 2003. Disponível em: <<http://www.revistanumero.com/36fig.htm>>. Acesso em: 14 fev. 2007.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Políticas culturales de nación en tiempos de globalización. *Revista Número*. Bogotá, n. 31, jul./dez. 2001. Disponível em: <<http://www.revistanumero.com/31col.htm>>. Acesso em: 24 jan. 2007.

MATO, Daniel. Procesos culturales e transformaciones sociopolíticas en América "Latina" en tiempos de globalización. In: MATO, Daniel; MONTERO, Maritza; AMODIO, Emanuel (Orgs.). *América Latina en tiempos de globalización: procesos culturales y transformaciones sociopolíticas*. Caracas: Universidad Central de Venezuela/Asociación Latinoamericana de Sociología/UNESCO, 1996. 280p. p. 11-47.

MINAYO, Maria Cecilia de S.; SANCHES, Odécio. Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade?. *Cad. Saúde Pública*. Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, 1993. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X1993000300002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 28 fev. 2007. Pré-publicação. DOI: 10.1590/S0102-311X1993000300002.

MORIN, Edgar. Uma mundialização plural. In: MORAES, Denis de (Org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 349-366.

MUSSO, Pierre. A filosofia da rede. In: PARENTE, André (Org.). *Tramas da Rede*. Porto Alegre: Sulina, 2004. p. 17-38.

NÓBREGA, Terezinha Petrucia da; TIBÚRCIO, Larissa Kelly de O. M. A experiência do corpo na dança Butô: indicadores para pensar a educação. *Educação e Pesquisa*. São Paulo, v. 30, n. 3, p. 461-468, set./dez. 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ep/v30n3/a06v30n3.pdf>>. Acesso em: 28 fev. 2007.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 2003a.

PASQUARELLI, Maria Luíza. Normas para a apresentação de trabalhos acadêmicos (ABNT/NBR-14724, ago, 2002). Osasco: EDIFIEO, 2004. Disponível em: <http://www.fieo.br/v1/acervo/download/normas_trabalhos_academicos.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2007.

POSTER, Mark. Cidadania, mídia digital e globalização. In: MORAES, Denis de (Org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 317-338.

QUEIROZ, Maria Isaura P. Identidade cultural e identidade nacional no Brasil. *Tempo social: revolução social*. São Paulo: v. i, n. 1, USP, 1989; p. 29-46.

RAMONET, Ignácio. O poder midiático. In: MORAES, Denis de (Org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 243-254.

ROLNIK, Suely. Toxicômanos de identidade: subjetividade em tempo de globalização / Uma Insólita Viagem à Subjetividade: fronteiras com a ética e com a cultura. In: LINS, Daniel (Org.). *Cultura e subjetividade: saberes nômades*. São Paulo: Papirus, 1997; p. 19-34.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Dilemas para uma política cultural na contemporaneidade. *Pré-Textos para Discussão*, Salvador, v. 6, n. 1, p. 35-49, 2001.

RUBIM, Antonio Albino Canelas; PITOMBO, Mariella; RUBIM, Iuri Oliveira. Políticas e redes de intercâmbio e cooperação em cultura no âmbito iberoamericano. In: BERNAL, Henry et al. (Org.). *Siete cátedras para la integración*. Bogotá: Convênio Andrés Bello, 2005, v. 1, p. 129-170.

RUBIM, Antonio Albino Canelas; RUBIM, Iuri Oliveira; PITOMBO, Mariella. Actores sociales, redes y políticas culturales. In: LEYTON, Jose Maria (Org.). *Cátedras de Integración Convenio Andrés Bello*. Santa Fé de Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2006, v. 1, p. 13-64.

SAMPAIO, Shaula. M. V. *Identidade sob costuras e rasuras: notas sobre a "fabricação" de educadores ambientais*. Porto Alegre, 2005. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.ufrgs.br/da.php?nrb=000496613&loc=2005&l=0fdce9947a26dfb9>>. Acesso em: 27 jan. 2007.

SANTOS, Boaventura de S. *Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade*. São Paulo: Cortez, 2005.

SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos; COSTA, Antonio Firmino da (Orgs.) *Impactos culturais da EXPO'98*. Lisboa: Observatório das Atividades Culturais, 1999.

SILVA, Ruy Cezar. Entrevista. 9 dez. 2006.

SILVA, Ruy Cezar. Entrevista. 5 jan. 2007

TAUBKIN, Benjamim. Entrevista. 8 dez. 2005

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna*. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

VATTIMO, Gianni. *A sociedade transparente*. Tradução Carlos A. de Brito. Lisboa: Edições 70, 1989.

APÊNDICE

Questionário tipo *survey* distribuído aos participantes do VI Mercado Cultural:



Nome/Nombre/Name _____

E-mail _____

Cidade/Ciudad/City _____

País/Country _____

Profissão/Profesión/Profession _____

Está participando do Mercado Cultural como / *Esta participando en el Mercado Cultural como /*
Participating in the Mercado Cultural as a:

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Produtor cultural | <input type="checkbox"/> <i>Productor cultural</i> | <input type="checkbox"/> <i>Producer</i> |
| <input type="checkbox"/> Artista | <input type="checkbox"/> <i>Artista</i> | <input type="checkbox"/> <i>Artist</i> |
| <input type="checkbox"/> Conferencista | <input type="checkbox"/> <i>Conferencista</i> | <input type="checkbox"/> <i>Speaker</i> |
| <input type="checkbox"/> Gestor | <input type="checkbox"/> <i>Gestor</i> | <input type="checkbox"/> <i>Sponsor</i> |
| <input type="checkbox"/> Outro | <input type="checkbox"/> <i>Otro</i> | <input type="checkbox"/> <i>Other</i> |

Como ouviu falar do Mercado Cultural? / *¿Cómo supo sobre el Mercado Cultural?* / *How did you find out about the Mercado Cultural?*

Por que está participando do Mercado Cultural? / *¿Por que esta participando en el Mercado Cultural?* / *Why are you participating in the Mercado Cultural?*

Já veio/participou quantas vezes? / *¿Ya estuvo / participó en el Mercado Cultural cuantas veces?* / *Have you participated in the Mercado Cultural before? How many times?*

Em poucas palavras, o que é o Mercado Cultural para você? / *En pocas palabras, que es el Mercado Cultural para usted?* / *In a few words, what is the Mercado Cultural to you?*

Já foi de alguma maneira beneficiado com o Mercado Cultural? Como? / *¿Ya fue, de alguna manera, beneficiado con el Mercado Cultural? Como?* / *Has the Mercado Cultural benefited you, in any way? How?*

Participa de alguma rede cultural? Qual? Colocar endereço eletrônico caso haja. / *¿Participa de alguna red cultural? ¿Cuál? Colocar dirección electrónica si disponible.* / *Are you part of a cultural network? Which one? Please include web address if applicable.*

Se sim, que tipo de envolvimento tem com a rede (você ou seu grupo/instituição)? / *Si sí, que tipo de involucimiento tiene con la red (individual o grupo / entidad)?* / *If yes, what type of involvement do you have with this network (individual or group/entity)?*

Acha que a articulação através de redes culturais favorece o seu trabalho? Por que? / *Cree que la articulación a través redes culturales favorece su trabajo? Como?* / *Do you think interaction through cultural networks benefits your work? How?*

Como vê o Mercado Cultural inserido dentro do processo de articulação em redes? / *¿Cómo ve el Mercado Cultural inserido dentro del proceso de articulación en redes?* / *How do you see the Mercado Cultural inserted within the process of network interaction?*

Como vê o Mercado Cultural interferindo na cultura associada ao desenvolvimento? / *¿Cómo ve el Mercado Cultural interfiriendo en la cultura asociada al desarrollo?* / *How do you see the Mercado Cultural interfering with culture associated with development?*

Favor entregar este questionário respondido na secretaria do Mercado Cultural (Hotel da Bahia), ou no stand da Via Magia na FALA (Feira de Artes e Oportunidades). Sua resposta é muito importante para nós. Ficamos agradecidos com a sua colaboração. / *Por favor entregue este cuestionario completo en la secretaria del Mercado Cultural (Hotel da Bahia), o en el puesto de la Via Magia en la FALA (Feira de Artes e Oportunidades). Su respuesta es muy importante para nosotros. Estamos agradecidos con su colaboración.* / *Please return the completed questionnaire to the Mercado Cultural's main office (Hotel da Bahia), or at the Via Magia Stand at the FALA (Feira de Artes e Oportunidades). Your participation is very important to us. We thank you for your collaboration.*