

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

**DEMOCRATIZAÇÃO CULTURAL:
O Porto Alegre em Cena como Ação Cultural por Excelência?**

Cristine Rahmeier Marquette

Porto Alegre

2010

CRISTINE RAHMEIER MARQUETTO

DEMOCRATIZAÇÃO CULTURAL:

O Porto Alegre em Cena como Ação Cultural por Excelência?

Monografia apresentada como exigência parcial para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas, pela Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dra. Helenice Carvalho

Porto Alegre

2010

RESUMO

A presente monografia se constitui em um estudo a respeito da democratização cultural como preceito indispensável para a realização de uma ação cultural por excelência. O mesmo foi realizado a partir de uma interação empírica com o projeto, cujo objetivo principal foi averiguar se o festival Porto Alegre em Cena realizado ao longo de 17 anos constitui efetivamente uma ação cultural excelente nos moldes apresentados por Teixeira Coelho. O objeto deste trabalho é o festival porto-alegrense e o método utilizado para a realização da monografia foi a análise de conteúdo das pesquisas qualitativas realizadas com o público da 17ª edição do evento, em 2010. A análise desse material trouxe resultados para uma compreensão acerca do que de fato ocorre com o festival e sua relação com a democracia cultural. Os resultados foram analisados com base em estudos de autores apresentados ao longo da monografia: Teixeira Coelho, Augusto Boal, André Gorz, Pierre Bourdieu, Denys Couche, entre outros.

Palavras-chave: Democratização. Cultura. Arte. Ação Cultural. Porto Alegre em Cena.

ABSTRACT

This monograph is a study on the cultural democratization as a precept indispensable for the realization of a cultural action of excellence, not in an empirical way, but in a practical one. The main objective is to ascertain if the festival Porto Alegre em Cena is an excellent cultural action, in the manner shown by Teixeira Coelho. The object of this work is the festival of Porto Alegre and the method used for the analysis were qualitative researches with the public at the 17th edition of the event in 2010. The analysis of this material has brought significant results for an understanding of what actually happens to the festival and its relations to cultural democracy. The results were analyzed based on studies of authors presented throughout the monograph: Teixeira Coelho, Augusto Boal, Andre Gorz, Pierre Bourdieu, Denys Couche, among others.

Keywords: Democratization. Culture. Art. Cultural Action. Porto Alegre em Cena.

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO.....	8
1	AÇÃO CULTURAL POR EXCELÊNCIA.....	11
1.1	Cultura.....	11
1.2	Ação Cultural.....	14
1.3	O teatro como melhor exemplo de Ação Cultural.....	18
1.4	A democratização da cultura.....	20
1.5	Festival democrático.....	24
2	O FESTIVAL PORTO ALEGRE EM CENA.....	26
2.1	Contextualização.....	26
2.2	Breve histórico do Porto Alegre em Cena.....	28
2.3	A estrutura física do projeto.....	31
2.4	Organograma.....	32
2.5	Produtos.....	32
2.6	Espaços utilizados.....	33
2.7	Públicos.....	34
2.8	Principais processos.....	35
2.9	Fornecedores e Insumos.....	36
2.10	Patrocínios.....	38
2.11	Outros festivais - Competitividade.....	40
2.12	Participação no Mercado.....	41
2.13	Por Trás das Cortinas.....	42
2.13.1	Anjos.....	42
2.13.2	Produtores de Palco.....	42

2.13.3	Mulheres em Cena.....	43
2.14	Elaborando o festival – Formulando Estratégias.....	43
2.15	Cronograma de atividades.....	44
2.16	Execução do Festival.....	46
2.16.1	Técnico em Cultura.....	46
2.16.2	Coordenação de Logística.....	47
2.16.3	Secretaria Geral e de Produção.....	50
2.16.4	Direção Técnica.....	50
2.16.5	Assessoria de Imprensa.....	51
2.16.6	Coordenação de Captação.....	51
2.17	Imagem.....	52
2.18	Canais de Relacionamento.....	53
2.19	Considerações acerca do Porto Alegre em Cena.....	53
3	ANÁLISE CRÍTICA DO PORTO ALEGRE EM CENA.....	55
3.1	Procedimentos Metodológicos.....	55
3.1.1	Método de coleta e Tratamento de dados.....	57
3.2	Introdução à análise.....	58
3.3	Entrevistas.....	59
3.4	A Divulgação do Porto Alegre em Cena.....	60
3.5	Interação entre classes da sociedade.....	62
3.6	Preços.....	66
3.7	Programação e Ingressos.....	69
3.8	Resultados.....	72
	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	75
	REFERÊNCIAS.....	79
	ANEXOS.....	80

Anexo 1.....	81
Anexo 2.....	82

INTRODUÇÃO

Este trabalho aborda a democratização cultural como preceito indispensável para a realização de uma ação cultural por excelência. Ao longo do trabalho serão revistos os conceitos desses termos para uma melhor compreensão da proposta. O foco da monografia não é a ação cultural empírica ou retórica, mas sim a análise de um projeto tangível e concreto que faz parte da realidade dos porto-alegrenses.

O objeto de estudo desta pesquisa é o festival internacional de teatro de Porto Alegre, o Porto Alegre em Cena. Dada a identificação da autora com os temas de cunho artístico, esse festival foi escolhido como tema da monografia pela sua relevância na sociedade porto-alegrense, pelas modificações que proporciona e pelo seu amplo reconhecimento, não só local como nacional e internacionalmente. O interesse despertado teve como ponto de partida não apenas saber mais sobre esse festival, mas também analisá-lo mais detalhadamente para melhor compreendê-lo, como também, verificar de que maneira a população poderia usufruir melhor de todo o seu potencial.

Deparando-se com os conceitos de ação cultural elaborados por Teixeira Coelho (1989) e suas condições para existirem em sua excelência, a questão norteadora desta pesquisa surgiu na seguinte formulação: Seria o Porto Alegre em Cena uma ação cultural por excelência? Ou em outras palavras: O festival é culturalmente democrático?

O objetivo geral deste trabalho de pesquisa foi verificar se o festival como ação cultural atinge um nível de excelência ou não. Junto desse objetivo geral, o trabalho também tem como objetivos específicos identificar possíveis falhas do Porto Alegre em Cena; averiguar o que o público pensa a respeito do mesmo; compreender melhor os mecanismos de funcionamento do festival; tornar públicas e analisar as possíveis qualidades e defeitos mencionados; analisar se as estratégias de comunicação/divulgação são consideradas eficazes pelos públicos do Porto Alegre em Cena.

Para isso, foi aplicada uma pesquisa de cunho qualitativo junto aos frequentadores da 17ª edição do festival em 2010, cujas perguntas versavam a respeito da divulgação, da acessibilidade, da inserção, entre outros fatores. Foram selecionados quatro espetáculos e nestes foram escolhidas, aleatoriamente, 30 pessoas para

responderem à pesquisa. Foi através dos apontamentos apresentados por esses participantes que foi elaborada a comparação entre o que o Porto Alegre em Cena se propõe a fazer e o que é feito de fato. A pesquisa de campo foi realizada no mês de setembro.

Para abordar a questão principal de ação cultural e democratização cultural, foi escolhido como teórico principal Teixeira Coelho (1989), pela propriedade com que o autor aborda o tema e pelo reconhecimento acadêmico que ele possui. Para acompanhá-lo, buscamos Augusto Boal (2009) e sua *Estética do Oprimido*, justamente para falar do teatro ação, da arte como mobilização social, como geradora de mudanças e como forma de despertar o artista que existe dentro de cada um de nós. Como esse assunto é bastante subjetivo, simbólico e sensível, foram trazidos ao diálogo os autores André Gorz (2005) e Pierre Bourdieu (2008), ambos escolhidos para abordar estas questões e algumas outras, pela afinidade que possuem com o pensamento de quem elaborou este trabalho.

O primeiro capítulo é voltado para a parte teórica do trabalho, com vistas à conceituação dos termos que serão utilizados ao longo de toda a análise. Somente a partir da delimitação dos termos é que se pode construir uma comparação e chegar a uma conclusão concreta. Primeiramente, é apresentada a conceituação de cultura, seguida das considerações a respeito de ação cultural. Depois, defende-se a escolha do teatro como base de pesquisa e como melhor exemplo de ação cultural, visto que possui todas as artes dentro de si, a interdisciplinaridade gerando integração. Na última parte, é visto o conceito de democratização cultural e suas aplicações no âmbito de ação cultural.

O segundo capítulo trata sobre o Porto Alegre em Cena, uma vez que é preciso conhecer a fundo o festival e seus mecanismos para compreendê-lo e poder analisá-lo melhor, pois só podemos falar daquilo que conhecemos. Contudo, visto que esse trabalho foi elaborado durante os preparativos, a realização e o encerramento do festival, a coordenação do Porto Alegre em Cena não pode ser muito receptiva e nem dispor de atenção para responder perguntas ou questões pertinentes à realização do trabalho, sequer conceder entrevistas. Não nos foi possível ter acesso aos números, às peças de divulgação, aos contratos e a outros dados que seriam de muita valia para este trabalho. Entretanto, é preciso agradecer à Fernando Zugno, Coordenador de Divulgação do Porto Alegre em Cena, que gentilmente cedeu o único exemplar do

relatório de estágio de Antônia Moro. Moro estagiou com a coordenação do festival durante o ano de 2007 e foi através dos dados apresentados em seu trabalho que este pode ser realizado.

No capítulo 3, apresenta-se o resultado das entrevistas que foram realizadas durante esta última edição do festival. Os principais comentários e mais citados, reclamações e elogios feitos pelos entrevistados, foram minuciosamente relatados e analisados segundo embasamento teórico. Foi a partir da opinião dos espectadores do festival que se tornou possível averiguar se o festival efetivamente atinge a todos os públicos, se modifica o cotidiano dos participantes, se causa alterações na vida e na personalidade dos indivíduos, se gera novos artistas e admiradores de teatro, se os seus mecanismos funcionam, etc. Essa conclusão é feita no final deste capítulo.

Independente dos resultados e apontamentos feitos durante e na conclusão deste trabalho, cabe ressaltar que a importância do Porto Alegre em Cena para a cidade é inegável e que nos traz frutos muito bons. Como é fácil perceber ao longo da leitura, a autora é uma apaixonada por artes, teatro e democracia. A vontade não é de atacar, difamar ou denegrir o festival ou seus coordenadores, mas sim de apontar melhoramentos e fazer críticas construtivas. De que forma melhor abordar aquilo com que mais se identifica senão de forma passional? Esse trabalho ajudou a fazer aflorar o lado artístico de quem o escreveu. A esperança é que uma sementinha seja plantada em quem o leia também. Uma boa leitura aos artistas conhecidos e desconhecidos.

1. AÇÃO CULTURAL POR EXCELÊNCIA

1.1 Cultura

Antes que possamos nos aprofundar na questão da ação cultural propriamente dita, é preciso deixar claro o conceito de cultura utilizado, para que exista uma base sólida na construção do pensamento empírico. A cultura é, sem dúvida, um dos conceitos mais difíceis de se trabalhar, primeiro porque existem diversas maneiras de defini-la, e segundo porque é um conceito que está sempre em movimento, se modificando. A noção de cultura está inserida no âmbito simbólico, é complexa e repleta de sentidos que não existem em seu caráter físico, daí a dificuldade de se entrar em acordo sobre o conceito que melhor a expressa.

Segundo Hall, existem definições mais tradicionais do termo que afirmam que a cultura é o “melhor do que já se pensou e disse” (1997, não paginado¹) em uma sociedade; ou a soma das grandes idéias que são representadas nas obras de arte clássicas (literatura, pintura, música e filosofia); e ainda cultura para se referir ao cotidiano popular como a música popular, a publicidade ou até mesmo o lazer e entretenimento.

Boal se refere à cultura nos seguintes termos:

(...) é a soma ativa de todas as coisas produzidas por qualquer grupo humano em um mesmo tempo e lugar, em sua relação com a natureza e com outros grupos sociais. Não são só as coisas, em si mesmas, que são cultura, mas também o conjunto das condições sociais nas quais essas coisas se produzem e são usadas, nos objetivos e formas de produzi-las. Hábitos, costumes, rituais e tradições; crenças e esperanças; técnicas, modos e processos; sobretudo valores da ética, como proposta, e da moral vigente – tudo isso forma cultura, que, em cada momento histórico, revela o estado das forças sociais em conflito- ou, dele, boa parte. (Boal, 2009, pág. 32)

O conceito aceito hoje, definido por Hall como inserido num contexto mais de “ciência social”, é aquele que confere à cultura tudo o que é distintivo de um “modo de vida” de um povo, comunidade, nação ou grupo social, descreve valores partilhados desse grupo ou dessa sociedade.

¹ Artigo não paginado, de acervo pessoal.

A cultura, argumenta-se, não é tão um conjunto de coisas – romances e pinturas ou programas de TV e quadrinhos – quanto um processo, um conjunto de práticas. Primordialmente a cultura tem a ver com a produção e o intercâmbio de significados – o “dar e receber significados” – entre os membros de uma sociedade ou grupo. Dizer que duas pessoas pertencem a uma mesma cultura é dizer que elas interpretam o mundo de maneira mais ou menos parecida e podem se expressar, seus pensamentos e sentimentos concernentes ao mundo, de forma que seja compreendida por cada um. (Hall, 1997²).

Impossível falar de cultura como “processo” sem fazer referência à Theodor Adorno (apud Rüdiger, 2008). O autor afirma que foi através da cultura que o homem foi levado à civilização. Se é aceitável pensar que foi a cultura que levou as pessoas da barbárie para a vida civilizada, então cultura não é uma “coisa”, é um processo. É uma relação social onde existe um indivíduo que é muito civilizado e outro que quer progredir, melhorar, pois está mais perto da barbárie. Adorno complementa articulando sobre a cultura do ser humano, cultura como processo de cultura do mundo que possui uma hierarquia (o mais culto e o mais bárbaro)³.

Deixando de lado essa questão da hierarquização cultural, pelo fato de não ser o objetivo deste capítulo trazer essa definição nem utilizá-la na referência à ação cultural, as considerações de Mead, (apud Cuche, 2002) podem também agregar valor e conhecimento, por serem pertinentes no apontamento de que

A cultura não é um dado que o indivíduo recebe como um todo, definitivamente, ao longo de sua educação. A cultura não se transmite nos genes. O indivíduo se apropria de sua cultura progressivamente no curso da vida, e de qualquer maneira, não poderá nunca adquirir toda a cultura de seu grupo. (2002, pág. 88).

Ortiz, por sua vez, também aborda as mudanças no conceito de cultura:

A palavra cultura, que se encontrava associada ao crescimento natural das coisas (daí agri-cultura), passa a encerrar uma conotação que se esgota nela mesma, e se aplica a uma dimensão particular da vida social, seja enquanto modo de vida cultivado, seja como estado mental do desenvolvimento de uma sociedade. Essas mudanças mostram a necessidade de se buscar novas

² Documento não paginado.

³ Notas de aula da disciplina Pesquisa em Comunicação ministradas pelo professor Francisco Rüdiger no ano de 2008.

formulações que melhor expressem a realidade em movimento. (Ortiz, 1995, pág. 19).

É possível verificar certa concordância de opinião em relação a definição do termo cultura nos autores trazidos aqui. É a cultura que fornece a *psiqué* humana, que nos dá o caráter “humano”, discernindo do que nos é biologicamente ditado. O estudo da cultura mostra o papel crucial que exerce o simbolismo na vida social.

Esses autores não podem ser negados ou descartados, eles possuem a sua razão e a sua verdade, além de interligarem entre si. Contudo, como a busca é pela melhor maneira de entrar nos domínios da ação cultural, será tomado como base o conceito de cultura que foi descrito por Teixeira Coelho, visto que provêm deste autor, também, as explicações e considerações a respeito do tema maior.

Coelho começa apontando para o fato de que, hoje em dia, tudo é cultura. Existe um medo de julgar e de excluir, fazendo com que tudo acabe por ter o mesmo valor. Ora, não deveria ser difícil fazer a distinção entre o que é cultura e o que não é, entre a cultura e a barbárie. “Cultura é o que move o indivíduo, o grupo, para longe da indiferença, da indistinção; é uma construção que só pode proceder pela diferenciação. Seu oposto é a diluição.” (Coelho, 1989, pág. 21).

Para esse autor, é importante traçar a linha que difere a cultura expressa através da arte (seja ela burguesa ou popular) e a cultura comercial. É essa última que promove a diluição dos fatores que nos distinguem como indivíduos dessa ou daquela cultura. É por causa dessa indistinção que a cultura comercial é considerada pelo autor como não-cultura. Com vistas a se manter no mercado, de se multiplicar, a cultura comercial faz com que tudo se funda e se iguale tanto as coisas quanto as mentes. Fazer uma obra de arte é considerado cultura, mas mostrar essa obra, não. Exibir tem ligação com o comércio e exibicionismo não é cultura. Segundo Coelho (1989, pág. 23), “quem tem a arte em si não precisa de motivo exterior, que é a exposição”. O que o autor alerta é que não adianta mostrar obras de arte se não existe o hábito e nem a noção de apreciação, caso contrário vira apenas um comércio de especiarias.

Por mais que os conceitos de cultura mudem com o passar do tempo, existe uma base, um núcleo que é invariável: a cultura não pode transformar-se em seu oposto, a barbárie.

A cultura comercial, contradição dos próprios termos, faz o que pode para diluir as diferenças, promover a indistinção, evitar a construção. Para que essa cultura decaída sobreviva é preciso que os valores sejam escamoteados, tornando inoperante a capacidade de valoração (de distinção) do sujeito. (Coelho, 1989, pág. 26).

Tendo como referência os conceitos explicitados até aqui, o próximo passo já pode ser dado com mais segurança. Afinal, o que é ação cultural?

1.2 Ação Cultural

Ainda que o termo “ação cultural” não seja famoso, não se pode dizer que o mesmo seja novo. A ação cultural segue o princípio da utilidade, no qual Teixeira Coelho afirma que toda arte brasileira que não segue esse princípio é vã, pedante e idealista. Para conceituá-la, o autor usa as seguintes palavras:

A ação cultural, além de definir-se como área específica de trabalho, ensino e pesquisa, começou a constituir-se num conjunto de conhecimentos e técnicas com o objetivo de administrar o processo cultural – ou sua ausência, como é mais comum entre nós – de modo a promover uma distribuição mais equitativa da cultura. Sugere a resposta para “o que fazer com a arte e a cultura hoje?” (Coelho, 1989, pág. 10).

Para Jenson, apud Teixeira Coelho,

(...) um processo de ação cultural resume-se na criação ou organização das condições necessárias para que as pessoas inventem seus próprios fins e se tornem assim sujeitos – sujeitos da cultura, não seus objetos. Caso contrário seria uma ação superficial, artificial. (1989, pág. 14).

As palavras de Jenson são muito importantes nesse processo de entendimento da base do conceito de ação cultural. Não basta que a cultura seja oferecida e distribuída para todos os sujeitos de maneira igual, é preciso ensiná-los a se tornarem, não apenas espectadores, mas geradores de cultura, sujeitos de si e capazes de fazerem escolhas e de distinguirem entre seus próprios gostos criados, o que os agrada e o que os repulsa.

Mas isto não é uma tarefa fácil. Deixar que as pessoas construam os meios de chegarem até os fins que foram escolhidos em liberdade é um desafio difícil de se

vencer. Para que isso ocorra, é preciso que haja confiança no processo, uma disposição para pagar para ver que a ação pode funcionar.

Ao relacionarmos arte com ação, o nome de Boal deve vir à mente como aquele que criou o Teatro do Oprimido, que é justamente essa junção. A conceituação desse termo não é de todo crucial, não por não ter relevância, pois se encaixa nos conceitos trabalhados, mas porque o Teatro do Oprimido é por si só, um tema a parte que requer muitas páginas e muita dedicação. Basta tomar como próprio o conceito de TO, onde aqueles que são os oprimidos de uma sociedade devem se unir para, através do teatro e das artes, questionar o modo em que vivem, proporcionar mudanças com novas idéias de arte e fazendo um teatro diferente do apresentado pelos não-oprimidos. Ajuda os oprimidos a descobrir a arte, descobrindo a sua própria arte e nela, descobrindo-se a si mesmos; descobrir o mundo, o seu mundo e nele, se descobrindo.

A Estética do Oprimido democrática e subjuntiva, visa, através da arte, permitir ao cidadão questionar dogmas e certezas, hábitos e costumes que suportamos em nossas vidas. Visa analisar cada ação e cada fato que acontece dentro de circunstâncias concretas. (Boal, 2009, pág. 158).

Ainda nessa questão já referida por Jeason e por Coelho anteriormente, Boal concorda com essas idéias afirmando que a cultura não é para somente ser consumida, é preciso produzi-la. Não basta apreciar a arte, é preciso ser artista. Precisamos transformar nossas idéias em atos sociais. “Em algum momento escrevi que ser humano é ser teatro. Devo ampliar o conceito: ser humano é ser artista!” (Boal, 2009, pág. 19).

Esse célebre autor, ator, artista e escritor, acreditava nos artistas cidadãos e nos cidadãos artistas, considerando que todo civil é capaz de produzir sua própria arte e de transformar a si e ao seu meio. Ser cidadão não é viver em sociedade, mas transformá-la. Uma obra de arte pode levar seus espectadores tanto à contemplação admirativa como pode estimulá-los e inspirá-los a uma ação transformadora da realidade. Todos os seres humanos são produtores de cultura e não apenas espectadores boquiabertos com a cultura alheia. Cada um tem a sua arte, o cantor de ópera e o dançarino de forró, um não precisa saber fazer o que o outro faz, nem tampouco é proibido que aprendam!

Somos todos artistas, mas poucos exercem suas capacidades. Há que fazê-lo! Não podemos ser apenas consumidores de obras alheias porque elas nos trazem seus pensamentos, não os nossos; suas formas de compreender o

mundo, não a nossa. Seus desejos, não são os nossos. Elas podem nos enriquecer; mais ricos seremos produzindo, nós também, a nossa arte, estabelecendo, assim, o diálogo. (Boal, 2009, pág. 119)

Assim como Coelho já deixou claro que nem tudo é cultura, nem tudo é ação cultural. Nesse sentido o autor esclarece:

Ação Cultural tem sua fonte, seu campo e seus instrumentos na produção simbólica de um grupo. O trabalho como modalidade artística em particular pode até não ser do interesse de uma ação cultural específica. Mas o que é vital à ação cultural é a operação com os princípios da prática em arte. Ação cultural privilegia o movimento de mentes e corpos. A proposta, portanto, é usar o modo operativo da arte – livre, libertário, questionador – para revitalizar laços comunitários corroídos e interiores individuais dilacerados por um cotidiano fragmentante. (Coelho, 1989, pág. 33).

Outros autores renomados também abordam as condições para se falar em ação cultural. Para Durkheim (apud Coelho, 1989, pág. 41), a ação cultural só tem sentido quando consiste em um conjunto de atividades que afeta todas as ordens, tanto a cultural quanto a social, a política e a econômica, ele a nomeia de ação cultural global. Para Marx (apud. Coelho, 1989, pág. 41), a ação cultural só cabe quando se trata de uma ampliação da consciência política. Apesar dos dizeres de tão célebres pensadores, Teixeira coloca de forma diferente, que ou a ação cultural é uma operação sócio-cultural, ou ela não existe. O objetivo é provocar as consciências para que possam, por elas mesmas, criarem um novo tipo de vida derivado do enfrentamento das tensões e conflitos que surgem na prática social.

Um exemplo, muito fácil de ser compreendido, é dado pelo autor para diferenciar o que é e o que não é ação cultural. Jovens de uma comunidade da periferia realizavam pichações pela região sul do Bronx, nos Estados Unidos. Foi criada, então, a MAGIC, More American Graffiti in Control (Mais Grafite Americano sob Controle), que oferece para esses “artistas” material artístico, lugar para trabalhar e agenciamento para trabalhos. Em troca, um contrato deve ser assinado com o comprometimento do indivíduo de que ele não irá mais “desfigurar” as propriedades públicas. Em outras palavras, anulam a expressão dessas pessoas e ensinam um modo convencional, estruturado e pronto de arte. Isso é ação cultural? Não é por aí.

Tanto as chamadas “recuperações sociais” quanto as atividades de lazer que servem para ocupar o tempo ocioso não são bem uma ação cultural. Não é a isso que ela

se propõe. Aqueles que pensam em ações culturais e se entregam à elas, estão por princípio convencidos de que só o lazer não basta, é preciso fazer pensar, causar mobilização, questionamento e fazer a diferença. Não esqueçamos, também, que a arte é quase sempre feita contra alguma coisa e, na grande maioria das vezes, contra a sociedade. Isso não deve ser só tolerado como deve ser incentivado, nunca anulado.

O que é importante ressaltar é o tratamento diferenciado dado a uns e a outros e acaba tudo sendo apresentado como ação cultural. Não é. Produzir exposições, peças e festivais que por princípio envolvem as classes mais abonadas não é o mesmo que programas de reabilitação através de arte.

A ação cultural por natureza só existe quando uma comunidade não consegue mais administrar a concretização de suas próprias necessidades, mitos e desejos. Ela atende melhor o país que está em subdesenvolvimento e que possui problemas, não só com a administração, mas também com a educação. Na verdade, criar condições para que as pessoas tomem controle de suas próprias escolhas e necessidades é apenas o começo. O produto artístico em si não é o que interessa, mas sim o processo cultural-artístico, os elementos do pensamento e do corpo que se entregam a essa prática cultural ou artística. O importante é estimular essa modalidade que serve de questionadora e, porque não dizer de oposição, da vida contemporânea.

Para Boal, arte é um direito e uma obrigação, uma forma de conhecimento e de gozo, é um dever de cidadania, uma arma para a libertação.

A arte não deve continuar encerrada em museus, teatros e salas de concerto para visitas de fim de semana, pois é necessária em todas as atividades humanas, no trabalho, no estudo e no lazer. Não deve ser atributo de eleitos: é condição humana. Não é maquiagem na pele: é sangue que corre em nossas veias. (Boal, 2009, pág. 94).

Para finalizar essa contextualização, é importante ressaltar as três esferas da vida dos indivíduos, citadas por Coelho (1989), e dos grupos que a ação cultural visa ativar e formar uma espécie de círculo reativável: a primeira é a imaginação, para que a consciência se abra para as possibilidades do poder ser e não do dever ser; o segundo é a ação que viabiliza aquilo que a imaginação pré-sentiu; e terceiro é a reflexão, proposta de continuidade de si próprio. Depois desta terceira fase o círculo se fecha e a imaginação é novamente ativada.

1.3 O Teatro como melhor exemplo de Ação Cultural

Nas palavras do próprio Coelho,

O teatro reúne em si todos ou a maioria dos elementos vitais a ação cultural, entendida aqui como a criação das oportunidades para o uso dos recursos pessoais em seu potencial mais amplo como modo de expressão e inteligência do mundo. (1989, pág. 88).

O teatro ainda tem a ambição de ser a “arte total por excelência”, pois todas as grandes formas de expressão em arte podem acontecer em cena, como a dança, a música, a imagem estática ou em movimento, a fotografia e também onde pode ser conjurado, numa outra esfera, o indivíduo e o grupo e o indivíduo no grupo. “O teatro vive daquilo que é a mola principal e traço distintivo da ação cultural, a interdisciplinaridade, entendida como experiência de integração”(Coelho,1989, pág.88).

Não existe, para Boal, distinção entre teatro e vida. Arte não vive sem a vida e vice-versa, a vida está em toda parte, bem como o teatro.

O teatro organiza as artes que organizam a vida social, fora e dentro de cada um de nós, para que possa ser metaforicamente compreendida à distância, não com o nariz colado à realidade onde vivemos. (Boal, 2009, pág. 120).

Trata-se de um trabalho em equipe diferente do que acontece no cinema, por exemplo. Ambos possuem diferentes cabeças responsáveis por diferentes funções que pensam em conjunto em prol de um mesmo objetivo, para alcançar a mesma meta. Contudo, no cinema existe uma segmentação muito clara, não há envolvimento entre os setores. Vemos atores que não tomam conhecimento do que se passa na história do próprio filme, caso a cena não lhe diga respeito; as filmagens são feitas pela ordem orçamentária e não cronológica; o filme só toma sentido na última etapa, na mesa de edição; a câmera capta apenas o que lhe convém, é possível filmar somente o rosto do ator enquanto o corpo fica anulado, sem sentimento e representação; não há a continuidade do sentimento, do clima e envolvimento de uma cena, os atores devem

começar e parar de chorar, por exemplo, a mando do diretor e não do sentimento envolto na situação em que se insere.

Com o teatro é tudo diferente, todos devem estar envolvidos ao longo de todo o desenvolvimento do projeto, todos tem que acompanhar e participar do começo ao fim, sem cortes, pausas ou edições. Os problemas são resolvidos no coletivo e, sem esse coletivo, o projeto despenca no vazio. Cabe aqui, sem dúvida, uma descrição a respeito desta arte e das habilidades que a cercam e que fascinam. Um dos motivos que levou Teixeira Coelho a ser tão referido neste trabalho, foi sua sensibilidade ao descrever o teatro, que é o centro da pesquisa. Seria ousadia demasiada expor tais idéias de outra forma, ninguém o fez melhor.

O teatro em si, propriamente, não terá os objetivos da ação cultural, mas a ação cultural encontra no teatro campo fértil para alcançar seus objetivos próprios, porque é exatamente isto que o teatro promove: a consciência do eu (a consciência do equipamento pessoal, dos sentidos humanos, do próprio corpo no espaço, da própria subjetividade, da figura de si como os outros a vêem, da própria representação como a mente se oferece); a consciência do coletivo (a noção da existência do outro, a partilha de idéias e bens, a interação relaxada, a convocação das energias comuns para a solução da proposta); a consciência do entorno (consciência das coisas, de uma cadeira, da água, do espaço, da natureza, do artifício, das relações estabelecidas pelas coisas entre si e entre elas e o próprio corpo e os outros corpos). Tudo isso gerando um conjunto capaz de executar tanto o projeto de uma ação cultural individualizante, interessada na conscientização e desenvolvimento da criatividade do indivíduo, quanto o da ação cultural socializante, voltada para seu programa de interação social, suas idéias de reestruturação social, sua utopia de mudanças sociais. E no teatro tanto se pode valorizar os instrumentos em si da ação cultural, como querem uns, quanto a pedagogia pela qual um grupo forma seu repertório de valores e projeta um plano social. E, ainda, permitir às pessoas a aquisição de uma linguagem estética vinculada a esquemas racionais ou de sensibilização capazes de desenvolver cidadãos esclarecidos. Ou, se a posição ideológica for outra, desbloquear as comunidades sociais, restabelecer o calor dos laços humanos, fazer surgir o sentido de comunidade. (Coelho, 1989, pág. 90).

Após refletir, tomar fôlego e consciência das belas palavras de Coelho é importante que se ressalte que não se deve usar o teatro (nem qualquer outra forma de arte) para “fazer” ações culturais e deixar o próprio teatro de lado, pois ele (como as outras artes) tem objetivos próprios que são muito maiores e menos definidos que o da ação cultural.

Nesse contexto, existe um princípio de divisão para classificar autores, obras, estilos e temas. Bourdieu (2008) mostra o que acontece com o teatro, que se divide em teatro novo, vanguardista e o teatro burguês, elitista. O teatro novo é aquele pobre

economicamente, mas rico em cultura e o teatro burguês é aquele rico economicamente e pobre culturalmente, onde se paga muito por pouca coisa. Bourdieu afirma que esses teatros de ricos são os que sustentam a economia das artes e mantêm o diferencial cultural.

(Teatro Novo) do ponto de vista econômico, corre riscos, sempre ameaçado de falência, e que propõe, a preços relativamente reduzidos, espetáculos em ruptura com as convenções (no conteúdo e/ou na encenação) e destinados a um público jovem a ao público intelectual. Por outro lado, os teatros burgueses (...) propõem espetáculos já apresentados e que tiveram sucesso, concebidos segundo receitas seguras e confirmadas, a um público adulto, burguês, disposto a pagar preços elevados para assistirem a um espetáculo de simples diversão. (Bourdieu, 2008, pág. 34)

É claro que existem diversas formas de qualificar o teatro, existem também muitos gêneros, muitas técnicas que também redefinem conceitos e fazem separações dentro do teatro. Mas o importante é ressaltar a existência de uma divisão clara entre teatro novo e teatro burguês (não necessariamente identificados com esses nomes), essa qualificação é escolhida por Bourdieu. As suas subdivisões internas existentes do teatro novo (vanguardista, oprimido, moderno) e no teatro burguês (comercial, clássico) não necessitam ser debatidas para o entendimento geral da proposta. Contudo, o Teatro do Oprimido de Boal será contemplado em vistas de melhor compreensão a cerca de suas idéias.

Dito isso, vamos entender então o que eleva a ação cultural ao patamar de excelência. Para isso, vamos entrar no conceito de democratização da cultura.

1.4 A Democratização da Cultura

A princípio, quando usamos o termo democratização, logo relacionamos com os dizeres do Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa: **Democratização**, Ato ou efeito de democratizar. **Democratizar**, Tornar democrático./ Tornar acessível à todas as classes; popularizar. A internet também é, hoje em dia, uma boa fonte de consultas e uma das mais utilizadas, pela sua praticidade e rapidez. A qualquer indivíduo que se questione a respeito do conceito da palavra em questão, estão disponíveis os seguintes dizeres na rede online: “A democratização é um processo de desenvolvimento das instituições

sociais liberais que conduzem ao fortalecimento da sociedade civil, resguardo dos direitos humanos básicos e a diminuição das desigualdes sócio-econômicas.”⁴

Mas será que a democratização da cultura é apenas torná-la disponível à todos? Torná-la popular (no sentido de acessível à todos e não de cultura popular como oposição à cultura burguesa⁵)? Se esse fosse o caso, bastava abrir nossos teatros aos domingos pela manhã e ofertar música, peças e cinema gratuitamente para que vivessemos em uma ampla democracia cultural. Não é o caso.

Levar cultura até o povo (ou levar o povo até a cultura) não enriquece em nada a discussão sobre o termo. Afinal, o que vai ser de fato democratizado? O que é democratizar? Oferecer descontos nos ingressos de teatro ou cinema é popularizar a cultura? É desse tipo de iniciativa de que precisamos para que haja igualdade e democracia cultural?

Oferecer acesso à cultura ao povo não é o objetivo da democratização, é tratar o povo como se este não tivesse sua própria cultura ou não pudesse construir uma. O objetivo é proporcionar um diálogo com todas as culturas para que cada segmento oprimido de cada povo tenha a sua cultura própria. O ponto de chegada é promover a multiplicação dos artistas.

Quando Boal elaborou o Teatro do Oprimido, a democracia foi muito ressaltada como componente imprescindível para o projeto. Para ele:

A verdade de uma possível democracia é a livre manifestação do pensamento, a compreensão das necessidades individuais e coletivas e o debate sincero e aberto entre os oprimidos, desde que seja seguida de ações concretas possíveis e reais. Não basta pensar! A ação é necessária, ou sobrevém a nefasta e mortal Melancolia! (2009, pág. 33).

Na democracia ideal de Boal, não é apenas a política, a informação, a saúde e a educação que devem se democratizar, mas todas as artes por fazerem parte do indivíduo, de grupos sociais, das culturas e das nações. Faz parte do desenvolvimento humano. “Temos que não apenas consumir, gozar, fruir, mas produzir arte” (Boal, 2009, pág. 162). Mesmo que a arte produzida por esse novo artista não chegue à um museu ou

⁴ Retirado no link <http://pt.wikilingue.com/es/Democratiza%C3%A7%C3%A3o>.

⁵ Muitos autores trabalham com o termo “cultura popular” como sinônimo de “cultura de massa”, em oposição à “cultura burguesa”. O termo acima foi utilizado no sentido de tornar público, de a população ter acesso.

à uma alta galeria, o ato de fabricar uma obra de arte proporciona o prazer de fazer algo único, que só esse indivíduo faz do jeito que faz, tornando-o insubstituível.

Na verdade, segundo a teoria de Coelho, as medidas tomadas como democráticas, são isoladas e não constituem de fato uma ação, uma política cultural, muito menos uma ação cultural. Os fenômenos culturais devem ser vistos como um todo onde todos os componentes desse todo dialogam entre si e estão sujeitos à lógica da sociedade onde se inserem. A democratização cultural só existe quando todas as partes desse todo, e suas relações, forem igualmente contempladas, finalizadas e executadas.

Esse “todo” dos fenômenos culturais pode ser classificado como etapas de um sistema de produção cultural que se insere dentro da nossa organização social. São quatro fases clássicas desse sistema: 1) a produção propriamente dita do bem cultural; 2) sua distribuição aos pontos onde pode vir a entrar em contato com seu eventual destinatário; 3) a troca do bem (em nosso regime, por dinheiro); 4) o consumo ou uso efetivo desse bem. São nessas fases que a ação cultural pode intervir.

É preciso que todas essas fases se completem, caso contrário não teremos uma democratização. Um investimento prévio (particular ou público) é que faz a primeira fase acontecer; esse bem precisa chegar até os usuários, isso requer um mecanismo de distribuição eficiente; para que esse processo cultural se complete, precisamos que as pessoas usem esse bem e logo após se apropriem de seu conteúdo simbólico para que agregue, de alguma forma, em sua consciência e ocasione mudanças efetivas na vida do indivíduo e da sociedade. Por exemplo, não basta escrever um livro, distribuí-lo para as livrarias, esse livro ser comprado (ou dado) pelas pessoas e não ser lido. Para que exista uma dinâmica cultural e para que esse livro de fato exista como bem cultural, o destinatário precisa lê-lo, consumi-lo.

A ação cultural se preocupa com a plena execução de todas essas fases. É claro que fazer com que chegue ao maior número de pessoas é, hoje, a primeira preocupação da ação cultural, mas isso não é tudo. Ela visa mudar o que costuma acontecer com grande parte das iniciativas culturais: o envolvimento de grupos específicos e não do coletivo da comunidade.

Segundo Coelho (1989), independentemente do investimento ser Estatal ou privado, a política cultural do Brasil, na área de produção cultural, providencia a

execução de algumas fases do processo, não todas, o que acaba por impedir que esse processo cultural se complete e que essa produção cultural aconteça de forma plena. Com essas falhas no sistema, em regra geral, apenas camadas determinadas da sociedade, ou aqueles que lidam com tipos determinados de produtos culturais, que já estão inseridos no meio artístico é que são beneficiados por esses favores financeiros. Logo, são sempre os mesmos rostos, o mesmo meio que participa e compõe o público participante dos projetos.

Por exemplo, caso não haja uma distribuição efetiva do bem cultural, apenas poucos terão acesso a ele, e é obvio que não serão aqueles que já são culturalmente marginalizados e desprovidos de meios para chegar em patamares culturais mais altos. Caso não haja investimentos que facilitem a troca por esse bem, somente quem possui estabilidade econômica elevada é que pode usufruir do mesmo.

Mas existem interesses por trás dessa não execução de determinadas fases, como a não popularização desse bem, ou a demarcação de limites e separação entre classes, ou valorização desse bem como sendo de alta cultura, o próprio status, enfim. Não cabe aqui discutir os motivos que levam a iniciativa pública ou privada a ignorar certas fases do processo. A questão é que algumas coisas são feitas e outras não, sem que afete a concretização da execução desse bem, fazendo com que o efeito final da ação de um dos elementos do sistema seja impedido. Isso não impede, claro, o uso político e ideológico e nem afeta a imagem do investidor como patrocinador cultural.

Assim, o sistema de produção cultural não se completa nunca. E quando o faz, isso acontece apenas no interior e uma classe ou setor da sociedade, gerando os ambientes rarefeitos conhecidos por todos e que dão aos que nele circulam a sensação de um universo cultural que na realidade jamais conseguirá lançar raízes e desenvolver-se. (Coelho, 1989, pág. 79).

Quem tem o poder sobre o processo de produção, quem controla os meios de produção, controla tudo. De toda e qualquer produção cultural (produto cultural), o mais importante, o vital, é acabar com esses monopólios, com essa exclusividade de consumo de uns e se colocar ao alcance do maior número de pessoas possível, até a última etapa, a do consumo propriamente dito. Pois como já foi ressaltado, não basta apenas deixar a cultura à disposição, é preciso fazer o público questionar a sua sociedade e ele mesmo como indivíduo atuante dentro dela; ocasionar mudanças de pensamento e

comportamento de si e de si para com os outros, chegando até mesmo a mudança de personalidade, o que só ocorre através do real consumo de bens culturais.

A isto é que se poderá chamar de “democratização cultural”, isso não é levar cultura ao povo, é dar poder ao povo. Esta seria a ação cultural por excelência. Os projetos não devem ser executados nas dimensões apenas de uma prática artística, mas de uma Ação Cultural. Não se fala, com isso, de eliminar o artista, o profissional das artes e tão pouco o produtor cultural, mas sim de criar oportunidades para que o “maior número possível de interessados conheça a parte essencial da aventura cultural que é a criação, e fazê-lo não insistindo no produto em si, mas no processo de produção em si.” (Coelho, 1989, pág.85).

A democratização da arte não contraria/enfrenta os artistas profissionais, pelo contrário, é a libertação destes. “É necessário que todos os homens e mulheres reconheçam que são artistas, produzam arte como artistas, e que todos os artistas reconheçam que são cidadãos e, na sociedade, atuem como tais.” (Boal, 2009, pág. 139).

Não se trata de *levar cultura ao povo*, mas de oferecer meios para o desenvolvimento de sua própria cultura, com seus próprios meio e metas. É o estímulo aos participantes a buscarem seus caminhos.

No caso particular do teatro, a peça deve conter a ação dramática e sua clara crítica. Não realismo, mas realidade que busque alternativas. Não a vida como ela é, mas como não queremos que continue sendo. Todo espetáculo, em cena ou na vida real, é uma estrutura de poderes que devem ser revelados. (Boal, 2009, pág. 166).

Essa democracia faz com que seja expelido todos os produtos culturais que os novos artistas capazes de produzir suas obras são obrigados a consumirem todos os dias pelos opressores. Democracia cultural contra a monarquia da arte.

1.5 Festival Democrático

Após tais apontamentos a cerca de ação cultural, democratização cultural e ação cultural por excelência, podemos ensaiar um comparativo entre esses conceitos e o que

acontece na prática. Tomando como base de pesquisa o festival internacional de teatro, o Porto Alegre em Cena, será averiguada sua posição como ação cultural e como ação cultural por excelência.

Seria o festival democrático? O Porto Alegre Em Cena gera maior acessibilidade à cultura acabando com esses já conhecidos monopólios? Estamos diante de uma excelência em termos de ação cultural? É o que veremos a seguir.

2. O FESTIVAL PORTO ALEGRE EM CENA

Ao longo dos 15 anos de existência do Porto Alegre em Cena, o público tem podido assistir às mais diversas tendências e poéticas teatrais. Durante duas semanas, no início da primavera, aqui se apresenta o que de melhor e mais instigante está sendo produzido no Brasil e no estrangeiro. O festival dionisíaco se constitui, portanto, num amplo panorama da cena contemporânea e, ao mesmo tempo, numa celebração em que público e elencos confraternizam no culto ao teatro.

Ivo Bender, considerado o mais importante dramaturgo gaúcho vivo, foi membro do Conselho Estadual de Cultura, doutor em Teoria da Literatura e é professor de Arte Dramática da UFRGS. (Porto Alegre em Cena 15 anos, 2008, pág. 16).

2.1 Contextualização

Depois de 17 anos de existência, o Porto Alegre em Cena é considerado o mais importante festival de artes cênicas do Brasil. Nas palavras de José Carlos Grubisich, Presidente da patrocinadora Brasken, que dispôs da sua opinião no livro comemorativo aos 15 anos do evento:

(...) Porto Alegre e o Rio Grande do Sul passaram a ter novo perfil cultural a partir do Porto Alegre em Cena. Por aqui, desde então, já passaram os maiores nomes do teatro e da dança no mundo. Esta iniciativa mostra o quanto o poder público e o setor privado podem se aliar para promover eventos que fazem à diferença, elevam o padrão estético da cidade e contribuem para o amadurecimento do público e da dramaturgia nacional. (2008, pág. 3).

O festival é uma festa cultural incomparável por sua força e tradição, e tem se expandido de tal forma que já se tornou não só o maior festival do gênero do país mas como um dos mais significativos da América Latina.

Sergius Gonzaga, Secretário Municipal da Cultura de Porto Alegre, acredita que a importância do festival pode ser compreendida a partir de três aspectos essenciais. O **primeiro** é o acesso que os moradores têm aos espetáculos extraordinários que o Em Cena traz e poder respirar nessa atmosfera urbana os ares do lírico, do dramático e do trágico. “É comovente ver - como eu vi – uma atriz do porte de Tônia Carrero ao entrar em cena ser aplaudida (de pé) por uma pequena multidão que, provavelmente, assistia pela primeira vez a uma peça de teatro. O Porto Alegre em Cena é, de fato, para todos” (2008, pág. 5).

O **segundo** aspecto é o fato de que os espetáculos não buscam as formas mais rasas das idéias, são trazido espetáculos que problematizam a vida, questionam a sociedade, e que dirigem-se à inteligência dos espectadores deixando na memória destes algumas impressões que duram um longo tempo. “Qualificam o gosto, ampliam o conhecimento” (2008, pág. 5).

O **terceiro** aspecto é o aprendizado que o festival trouxe para todos os “teatros” com as montagens tecnicamente inovadoras, elenco de primeira classe, gerando conhecimento baseado no que há de melhor. O festival trouxe qualificação para o teatro gaúcho, fazendo com que nosso espetáculo possa ser levado para outros países e aplaudido de pé, como foi o caso da montagem gaúcha de Shakespeare muito bem criticada pelo público de Montevideo. Porto Alegre é um pólo teatral no país e “tudo isso teria sido mais difícil ou mais lento, não fosse o Porto Alegre em Cena” (2008, pág. 5).

Reproduzimos a seguir algumas palavras de Luciano Alabarse, idealizador e Coordenador Geral do Porto Alegre em Cena, em carta comemorativa ao aniversário de 15 anos do evento:

“Quinze anos ‘Em Cena’

Testemunha privilegiada do nascimento e da consolidação artística do Porto Alegre em Cena, poderia me alongar contando histórias e fatos pitorescos a respeito da realização do festival desde os tempos heróicos de suas primeiras edições, quando tudo era surpresa e aprendizagem. Não por acaso os grandes festivais apresentam suas cidades ao mundo e se tornam marco e referência importantes na imagem externa por elas projetada. Realmente acredito que uma cidade que tem um evento como o nosso é uma cidade privilegiada.

Nunca esquecerei a tarde em que, muitos anos atrás, ainda diretor da Usina do Gasômetro, atendi um turista argentino que veio conhecer a cidade que apresentava um evento artístico de tal porte. Ou a noite em que, avião parado na pista do Salgado Filho, comecei a conversar com meu vizinho de poltrona, um psicanalista carioca que começou a falar maravilhas do festival gaúcho, assegurando que na sua capital não havia uma realização teatral desse porte. Juro que não estou inventando ou aumentando tais episódios. O mais interessante, nas duas ocasiões, é que ambos falaram comigo sem sequer imaginar minha ligação com o festival.

(...) Ninguém imaginava que, nesses anos todos, tudo correu às mil maravilhas. Um festival internacional de teatro é uma gincana que, por vezes, beira à insanidade absoluta. Somente trabalhando nos seus bastidores, e às vezes nem assim, alguém se dá conta do gigantismo minucioso dessa tarefa. Num país como o nosso que, na maior parte do tempo, expõe a precária instabilidade de suas iniciativas culturais, muitas vezes vi a valorosa equipe do festival suar frio para não deixar a peteca cair.

Tenho a sensação de que não deixamos. E essa é a certeza maravilhosa desses quinze anos. Que, apesar das dificuldades, dos contratempos, das decepções e dos percalços, chegamos até aqui construindo um dos grandes e fundamentais eventos brasileiros de artes cênicas. O balanço positivo, sem dúvida, é muitíssimo maior do que qualquer contabilidade negativa de momentos difíceis. Trouxemos a Porto Alegre, muitas vezes pela primeira vez, alguns dos nomes mais relevantes, dos palcos do mundo inteiro.

Aos que futuramente virão somar-se à história do festival recomendo idealismo, determinação, paciência e perseverança, pois Porto Alegre precisa e merece eventos magníficos como o Porto Alegre em Cena.

Independente dos partidos que ocuparam o Paço Municipal, é obrigatório registrar nesses quinze anos o papel decisivo da Prefeitura de Porto Alegre e da Secretaria Municipal de Cultura, através de seus Prefeitos e Secretários, realizadores institucionais do festival, que validaram com seu apoio todas as conquistas desta trajetória. Finalmente, não poderia encerrar esse depoimento sem registrar a participação da equipe de colaboradores que, anualmente, muitas vezes trabalhando debaixo do mau tempo, ajudou a organizar, executar e expandir a luz epifânica desse evento realmente solar.

Valeu a pena?

Não tenho a menor dúvida.” (Luciano Alabraxe, 2008, pág.7).

2.2 Breve Histórico do Porto Alegre em Cena

Eu lembro bem do início. O festival nascendo, todo mundo envolvido e a equipe se desdobrava. A Claudia D'Mutti buscava os artistas no aeroporto com o carro dela. O Luciano organizava tudo, recebia todos, quebrava

galhos mil do cenário, na hospedagem dos artistas e tudo rolava na base do amor à camiseta, e é assim até hoje. Aí veio 94, 95 e assim sucessivamente. Cada vez melhor. Cada vez melhor... E hoje, tudo o que acontece de bacana no mundo em termos de teatro, o Luciano traz pra Porto Alegre, e a cada ano temos uma surpresa sensacional. Este é o Em Cena, este é o Luciano Alabrasc, pai e filho agora maduros e maravilhosos. A cidade de Porto Alegre se orgulhando cada dia mais do melhor e mais ousado festival de teatro realizado em terras brasileiras.

Eleonora Rizzo, Jornalista e Empresária. (Porto Alegre em Cena 15 anos, 2008, pág.17).

Todos os anos, Porto Alegre fica em evidência no mundo cultural com o festival que já possui 17 anos: o Porto Alegre em Cena. É um Festival de Artes Cênicas que trás espetáculos de teatro, dança, circo e música do Brasil e do mundo todo e os oferece a preços populares. São, aproximadamente, 50 espetáculos, 120 apresentações, além de, em média, 12 palestras e 8 oficinas ministrada por mestres e consagrados do ramo.

Conforme dados levantados por Antônia Spohr Moro (2007) em seu relatório final de estágio, trabalham, em média, 60 funcionários contratados, 100 funcionários terceirizados, 500 artistas, diretores, jornalistas, técnicos e atinge um público de aproximadamente 50.000 espectadores por edição.

Considerado um evento de grande porte, o Porto Alegre em Cena tem o compromisso com o ineditismo e com a ousadia na hora de escolher sua programação. Buscando sempre fazer uma contribuição para as artes cênicas gaúchas, o festival traz alguns dos grupos mais importantes de teatro, música e dança nacionais e internacionais, fazendo da cidade um ponto de referência cultural e artística. É uma oportunidade de aproximar público, artistas e estudantes em debates, conversas e diálogos que possibilitam a abertura de novos horizontes, a diversificação de linguagens e encorajando às mudanças e nos mostrando o que há de mais novo e moderno no mundo dos espetáculos.

A proposta é trazer espetáculos mais inusitados e evoluídos tecnicamente do que aqueles que estão a disposição aqui em Porto Alegre. Esses diretores e atores/ bailarinos viriam muito raramente à cidade e, mesmo se viessem, teriam um custo muito elevado, o que é constatado todos os anos pelo porto-alegrense. Isso exclui a maior parte da população e dos interessados em artes, por consequência.

O festival é um produto da Secretaria Municipal da Cultura de Porto Alegre, que busca promover à população da cidade o acesso à cultura. Essa parceria entre Luciano

Alabarse e a Prefeitura de Porto Alegre e a Secretaria da Cultura, existe desde 1994, o primeiro festival, com total apoio do então Secretário da Cultura, Pilla Vares, do então assessor do Prefeito, José Eduardo Utzig, o Coordenador do Livro e Literatura do ano, Luis Augusto Fisher. O objetivo do Porto Alegre em Cena, segundo Moro, é e sempre foi

(...) conectar Porto Alegre ao universo dos grandes criadores das artes cênicas do Brasil e do mundo. O festival proporciona à população o acesso a espetáculos de artes cênicas locais, nacionais e internacionais a um preço acessível além de promover oficinas e debates com ícones das artes cênicas. (2007, pág. 4).

Luiz Paulo Vasconcellos, ator, diretor, dramaturgo, professor da UFRGS, escritor e duas vezes Coordenador de Artes Cênicas da Secretaria de Cultura de Porto Alegre homenageado diversas vezes com prêmios recebidos, entre eles o Troféu Persona, o Troféu Açorianos Especial e a Medalha da Cidade de Porto Alegre, se considera um pouco pai do Porto Alegre em Cena:

“O Porto Alegre em Cena nasceu lá em casa!

(...) Luciano Alabarse, um diplomata acima de tudo, pediu-me certa vez, que promovesse uma happy hour regada a bom whisky: precisava ser convincente, persuasivo e sedutor na argumentação de uma proposta que estava em pauta: a de criação de um festival de teatro patrocinado pela Prefeitura. Na opinião dele, assunto sério a gente discute em ocasiões agradáveis, com gente agradável, em ambientes agradáveis. Irretocável. Propus então, eu entraria com a casa, os queijos e o vinho e ele com o whisky. Aceita a sugestão, pusemos mãos à obra. Os convidados não eram muitos, Pilla Vares, então Secretário da Cultura, José Eduardo Utzig, na ocasião assessor do Prefeito, Luis Augusto Fisher, Coordenador do Livro e da Literatura, Edélcio Mostaço, um intelectual respeitado no centro do país, Luciano, Sandra e eu. Foi um fim de tarde agradabilíssimo, a conversa correu solta, aliás, intelectuais e artistas quando se reúnem a conversa sempre rola solta. Falamos, comemos, bebemos, falamos mais ainda, até que o tal assunto veio à baila. Luciano expôs suas idéias. Pilla Vares ouvia. (...) Pediu nossa opinião, Fisher, Sandra e eu demos. Pilla Vares ouvia. Até que cedeu a palavra a Edélcio Mostaço que começou provocando. Não entendia. Porque um festival de teatro no Rio Grande do Sul? Aí, Pilla Vares depositou o copo, fez uma

pausa de tensão e sentenciou: - Simples. Porque o Rio Grande do Sul tem teatro! Nesse exato momento nasceu o Porto Alegre em Cena.

(...) E foi assim que o Em Cena foi crescendo, se impondo, se expondo, propondo, descobrindo a vocação, experimentando estratégias, abrindo caminhos, ampliando e angariando respeito nos principais centros do país.” (Vasconcellos, 2008, pág. 12).

Um festival de artes deste porte é um acontecimento privilegiado para o intercâmbio artístico e circulação de idéias, sendo uma rara oportunidade para os apreciadores das artes envolvidas que podem interagir com o que está acontecendo de melhor e de mais novo e polêmico no mundo da produção contemporânea. Apesar de tudo isso, o diferencial deste festival é, sem dúvida, o custo benefício dos espetáculos oferecido.

2.3 A Estrutura Física do Projeto

A sede do Porto Alegre em Cena é o Solar Paraíso localizado na Travessa Paraíso, 71 no Bairro Santa Tereza em Porto Alegre. Esse solar é uma das instalações da Secretaria municipal de Cultura que foi cedida à coordenação do festival.

Esse prédio foi construído por volta de 1820 e sua arquitetura é colonial. Devido ao crescimento dos bairros em volta, o solar foi dividido para abrigar várias famílias, contudo, entre os anos 70 e 90 o prédio ficou abandonado se tornando propriedade da Prefeitura de Porto Alegre em 1994.

Ele possui dois andares, no andar inferior funcionam três salas de trabalho e no andar superior são quatro salas de trabalho e uma para reuniões. Essas salas são interligadas e abertas para que facilite a comunicação entre todos os funcionários. Funcionários que possuem, cada um, mesa própria e telefone.

A sede possui três computadores próprios e um emprestado pela Secretaria de Cultura, duas impressoras, um Xerox, uma televisão 29”, um DVD, três ventiladores de pé, treze telefones e um fax. Durante o festival, são alugados, em média, seis computadores, duas impressoras e trinta rádios - transmissores.

2.4 Organograma⁶

Não existe no Porto Alegre em Cena uma estrutura de cargos. Quando o festival surgiu, há 17 anos, era um pequeno festival de artes cênicas que foi crescendo, se profissionalizando e novas necessidades foram surgindo e, com elas, novas funções para suprir essas necessidades até chegar a formação de hoje.

Existem muitos setores no organograma que não funcionam durante todo o processo de produção e execução do Porto Alegre em Cena, existem os que funcionam poucos meses no ano, o que faz com que esses funcionários migrem de uma função para outra conforme o trabalho já tenha sido realizado.

A maioria dos membros da equipe do festival está formada ou estudando de artes cênicas na UFRGS ou já fazem cursos e já possuem experiência nos palcos.

Segundo Antônia Moro, o Porto Alegre em Cena é formado por um Coordenador, Coordenação Adjunta, sete divisões abaixo deles: a Captação privada, Secretaria Geral e de Programação, Técnico em Cultura, Direção Técnica, Coordenação de Logística e Produção e Assessoria de Imprensa, bem como suas subdivisões. A Coordenação Financeira e a Comunicação são ligadas diretamente à Secretaria Municipal da Cultura.

Formam a força de trabalho do festival dois funcionários (Assistente Administrativa e Técnico em Cultura), dois estagiários e um operário de Serviços Gerais (todos cedidos pela Secretaria Municipal da Cultura). Todos os outros funcionários das outras funções e auxiliares são contratados pelo próprio Em Cena ao longo do processo de elaboração do festival, funções como a de Coordenador Geral, Coordenadores Adjuntos, Secretaria Geral, Cenotécnico, Responsável pela Logística e Produção e Assessor de Imprensa.

2.5 Produtos

Os produtos do Porto Alegre em cena são os espetáculos, as palestras, as oficinas e o ponto de encontro.

⁶ Organograma elaborado por Moro (2007 pág. 31), em anexos, Anexo 1.

Os espetáculos são aqueles escolhidos pela coordenação para participarem do festival e englobam o teatro, a dança, a música e o circo.

As palestras acontecem, normalmente, no Teatro de Arena (Instituição da Secretaria Estadual da Cultura localizado na Av. Borges de Medeiros em Porto Alegre) e são abertas ao público. Elas são ministradas na sua maioria, por integrantes dos grupos que se apresentam no festival, mas podem ocorrer palestras de profissionais do ramo de qualquer parte do Estado, país ou do mundo.

As oficinas também são ministradas por esses integrantes e profissionais, contudo, não são abertas ao grande público, para participar é preciso enviar um currículo e uma carta de intenção ao festival e esperar aprovação. As salas para tais oficinas são cedidas pela Faculdade Federal do Rio Grande do Sul e pela Usina do Gasômetro (administrada pela Secretaria Municipal de Cultura).

O Ponto de Encontro é oferecido para aqueles que querem trocar experiências, informações ou simplesmente conversar e discutir arte. Um local da cidade é escolhido e adaptado, tornando-se um ambiente agradável e propício para conversas informais entre os amantes e participantes do Porto Alegre em Cena.

2.6 Espaços Utilizados

O Porto Alegre Em Cena utiliza espaços públicos e privados da cidade para a realização dos espetáculos, palestras e oficinas. Os locais públicos são cedidos pela Prefeitura e é feita uma negociação com os locais privados para que façam preços promocionais.

Os locais não mudam muito ao longo das edições. Seguem locais escolhidos para a edição deste ano, 2010, a 17ª edição: Teatro do SESI, Teatro São Pedro, Teatro Bourbon, Renascença, Álvaro Moreyra, Teatro de Câmara, Teatro de Arena, Bruno Kiefer, Carlos Carvalho, SESC, Goethe, Teatro CIEE, Museu do Trabalho e o Cais do Porto.

2.7 Públicos

Segundo Moro (2007) e assim acredita a coordenação, a maioria do público do Porto Alegre em Cena, não possui condições financeiras de assistir a espetáculos deste porte e desse renome mundial que o festival traz para a cidade. O grande aspecto a ser considerado a respeito do Porto Alegre em Cena é justamente o preço acessível à população que a coordenação consegue fazer, tornando possível um acesso a cultura jamais esperado pela maioria dos habitantes da cidade. Acabamos por ter uma população mais consciente e mais culta em se tratando de artes cênicas.

Seguindo ainda a autora, o público alvo do Porto Alegre em Cena é a população de Porto Alegre, de todas as classes sociais e de todas as idades. Devido ao fato dos espetáculos serem renomados e conhecidos nacionalmente (e internacionalmente alguns), podemos contar com o público A e B. Como é um festival que proporciona esses espetáculos a preço populares, a classe C também tem acesso a toda a programação. As classes D e E participam também através do projeto de Descentralização, que são espetáculos apresentados em parques, praças e outros locais públicos gratuitamente.

Além da população de Porto Alegre, o festival conta com a presença expressiva do público rio-grandense que se desloca do interior do Estado para prestigiar o evento, além de uma pequena participação de públicos do Brasil e MERCOSUL que, normalmente, estão ligados às artes cênicas e aos grupos que se apresentarão no festival.

O público do festival engloba os interessados em artes cênicas de uma forma geral, desde os estudantes aos profissionais até os apreciadores de todas as idades, dos 20 aos 50 anos, segundo Moro.

O Porto Alegre em Cena é motivo de orgulho para os gaúchos por colocar a cidade de Porto Alegre e o Estado do Rio Grande do Sul como pólo artístico e cultural no contexto americano. O festival é reconhecido como um dos maiores de todo o Brasil e de toda a América Latina, levando para a população os melhores nomes da atualidade das artes cênicas a preços populares.

Contudo, ao longo dos anos, o público de Porto Alegre não tem acompanhado as mudanças que a cidade tem sofrido. A grande dificuldade para os artistas da capital sempre foi a falta de verba. Contudo, desde 2006 isso vem mudando com a colaboração

do FUMPROARTE – Fundo municipal de Apoio à Produção Artística e Cultural que dobrou o valor investido em espetáculos e grupos porto-alegrense. Isso possibilita que a classe artística se mantenha sem precisar buscar outras fontes de renda. Porto Alegre tem novos grupos, mais espaços, mais cursos de formação e pós-graduação e “uma nova geração de artistas que não se acomoda, evidenciando o forte desejo de viver de arte” (Moro, 2007, pág. 47).

Essas mudanças não ocasionaram a mudança no público porto-alegrense. Segundo Moro (2007), existem dois tipos de públicos na cidade: um são os apreciadores de artes cênicas e que freqüentam espetáculos; outro são aqueles que assistem exclusivamente espetáculos que vem de fora e assistem os locais somente quando estes são comerciais e midiáticos, como os que oferecem o Theatro São Pedro e o Teatro do SESI.

2.8 Principais Processos

Dentre todas as atividades que a produção do festival precisa executar desde o começo do planejamento até o último dia do evento, podemos destacar três processos principais que são pensados, elaborados e efetuados durante o planejamento do Porto Alegre em Cena: 1) a seleção e contratação dos espetáculos, palestras, oficinas e ponto de encontro; 2) o suporte logístico e realização dos produtos; 3) e processos de apoio.

- 1) Além de uma pesquisa feita pela equipe do Porto Alegre em Cena para saber quais os espetáculos que estão ocorrendo pelo mundo e que tem grande valor no mercado das artes, os interessados em participar devem enviar o material de divulgação para a sede do festival dentro de um prazo determinado e divulgado no site oficial (www.poaemcena.com.br). Esse material será cadastrado e analisado pela coordenação que vai avaliar se o espetáculo cumpre as exigências de excelência artística que são estipuladas pelo próprio festival. Se cumprir, o espetáculo passa por uma análise técnica para determinar a viabilidade de execução e só depois o grupo é contatado para negociar valores, datas e necessidades técnicas.

O Ponto de Encontro é escolhido também pela coordenação e pode ser um bar ou um local qualquer da cidade. Caso seja um bar, o responsável é

contatado para agendamento de reunião para averiguar se há interesse em uma parceria, caso a resposta seja positiva, um contrato é assinado pelas partes. Se for outro lugar, a coordenação loca o espaço.

- 2) São necessários diversos pontos a serem levantados na hora de se realizar um espetáculo. É para pensar, elaborar parcerias e colocar em prática esses pontos que o Setor de Logística existe. Os espetáculos, palestras e oficinas, para se realizarem, precisam de um local ou espaço, hospedagem para os participantes, alimentação, transporte local e passagem aérea ou rodoviária, além da estrutura do próprio local da realização do produto, como cenário, iluminação, sonorização, audiovisual, etc.

Para o Ponto de Encontro, a logística elabora os pontos a serem levantados na parceria com o local, como a combinação de quem fica sendo o responsável pelas bebidas, pela música, ambientação do espaço, assessoria de comunicação, divulgação e etc. Caso seja um local alugado, a logística entra em contato com empresas terceirizadas para prestarem esses serviços.

- 3) São considerados apoios os serviços de segurança, camarim e limpeza. Todos esses serviços são terceirizados, independentemente do local já disponibilizar alguns desses itens por conta própria. Existem seguranças em todos os teatros e espaços utilizados e também no Ponto de Encontro. O serviço de camarim é responsável por providenciar alimentação e acomodação para a companhia que estiver utilizando o espaço na data. A limpeza desses espaços é feita diariamente, mesmo que seja um espaço público.

2.9 Fornecedores e Insumos

Os fornecedores do Porto Alegre em Cena são os grupos e pessoas que participam dele, principalmente. Além desses, os outros fornecedores são os locais e espaços em que se realizam as apresentações e encontros, os restaurantes para refeições, hotéis para hospedagem, o transporte aéreo e local, uma empresa para fazer a bilheteria e uma produtora que faz os projetos que são enviados para os órgãos responsáveis pelas leis de incentivo á cultura.

Os grupos e pessoas participantes são escolhidos pela coordenação de acordo com o foco da edição do festival e, é claro, se todas as exigências de qualidade técnica e artística foram supridas. O valor a ser pago para os grupos, palestrantes e oficinairos varia de acordo com o currículo e o histórico do candidato e que avalia se o artista é renomado ou não (para definir o cachê) é a coordenação. Segue abaixo o quadro de valores de cachê com variações de acordo com renome do participante.

	Espetáculos			Palestras	Oficinas
	Locais	Nacionais	Internacionais		
Participantes	R\$2.000,00	R\$4.000,00	de U\$ 1.500,00	R\$ 1.000,00	R\$ 2.000,00
Participantes Renomados	R\$2.000,00	R\$8.000,00	a U\$ 25.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 2.000,00

Índices médios do festival quanto à contratação

Fonte: Elaborado por Moro, 2007, pág. 56.

A escolha dos teatros e espaços públicos é feita de acordo com as características que estes possuem e que são compatíveis com as necessidades técnicas dos espetáculos. Se esse espaço não for da prefeitura, for um espaço privado, o valor pago pelo festival é promocional.

Em relação à alimentação e a hospedagem, os restaurantes e hotéis participam do festival oferecendo seus serviços em troca de mídia ou concedendo descontos consideráveis. Esse contato é feito pela Logística do festival, veremos isso mais adiante.

Para os transportes, depende de qual localidade o grupo está vindo. Será feita a análise e pesquisa de preços para pagar transportes aéreos e rodoviários. Quando o grupo é do Brasil, o próprio festival se responsabiliza pelas passagens. Quando são estrangeiros, o festival negocia para que, na maioria vezes, o próprio grupo arque com o transporte. Em relação ao transporte local, uma empresa de vãs é contrata por licitação.

É por licitação, também, que a Secretaria Municipal de Cultura contrata a empresa responsável pela bilheteria. Como o serviço é terceirizado, essa empresa contratada fica responsável por toda a estrutura necessária para a venda dos ingressos do festival, como contratação de seguranças, recepcionista, computadores, etc. Durante todo o período da venda, funcionário da SMC fiscalizam o desempenho da empresa.

Para receber patrocínio de empresas, o Porto Alegre em Cena precisa passar por uma seleção de órgão estaduais e federais. A produtora Rolop Produções LTDA é contratada para criar e estruturar os projetos que são enviados para a Lei do Incentivo à Cultura Estadual e para a Lei Rouanet (federal). Passando na seleção, o festival tem o direito de receber patrocínio de empresas a partir de dedução de impostos públicos. Essa produtora é contratada porque a Secretaria Municipal de Cultura não pode realizar esse trabalho por ser um órgão público.

O Porto Alegre em Cena não possui métodos de avaliação formais para monitorar o desempenho dos fornecedores. O que existe é a avaliação informal para influenciar na contratação para o ano seguinte. Não cumprir com todas as cláusulas do contrato, faltar com respeito aos integrantes da equipe do festival, não cumprimento de horário, entre outros comportamentos indesejáveis levam a não contratação para a próxima edição. Isso, é claro, que não pode ser aplicado desta forma às empresas que são escolhidas através de licitações. O que pode ser feito é aplicar uma multa quando existe uma quebra de contrato. Também não são realizadas ações de incentivo à esses fornecedores, o que é feito é um *feed-back* informal sobre o desempenho dos mesmos com sugestões de melhorias, quando necessário.

2.10 Patrocínios

De acordo com Moro (2007), o dinheiro que a Prefeitura de Porto Alegre disponibiliza para o festival não cobre mais do que 60% dos gastos, portanto o Porto Alegre em Cena precisa do patrocínio de empresas particulares. Como já foi dito anteriormente, o festival concorre ao apoio da Lei Rouanet (que permite a isenção total do valor investido em patrocínio dentro do limite de 4% do total do imposto de renda a ser pago pela empresa no ano seguinte) e da LIC (permite investimento em patrocínio de 3% a 20% do ICMS devido no ano seguinte).

O contato com as empresas privadas que possivelmente tenham interesse em patrocinar o evento é feito por um dos coordenadores adjuntos do Em Cena que vai até a empresa e apresenta o material de divulgação já preparado anteriormente pelo próprio Em Cena. Esse coordenador apresenta também as possíveis cotas de patrocínios para que a empresa analise e avalie a proposta. Existem quatro tipos de patrocínios: o

Patrocinador Apresentador, o Patrocinador, o Co-Patrocinador e o Apoio Especial. O quadro abaixo detalha esses tipos de patrocínio.

	Patrocinador Apresentador	Patrocinador	Co - patrocinador	Apoio Especial
Investimento	R\$ 600.000	R\$ 300.000	R\$ 150.000	R\$ 100.000
Contrapartidas				
Mídia Impressa				
Anúncios em jornais locais	X	X		
Mídia Eletrônica				
TV - inserções de 30" nas TVs abertas e a cabo	X			
Rádio - inserções em diversss rádios locais	X	X		
Outros				
Outdoor	X	X	X	
Banners sequenciais	X	X		
Banner de fachada	X	X	X	X
Assinatura em 5.000 catálogos do festival	X	X	X	X
Assinatura em 20.000 jornais de programação	X	X	X	X
Assinatura em material de sinalização e apoio	X	X	X	
Ações promocionais nos locais do evento	X	X		
Cortesias para os espetáculos	X	X	X	

Tipos de Patrocínio do Porto Alegre em Cena

Fonte: Arquivos Porto Alegre em Cena – Secretaria Municipal de Cultura (Moro, 2007, pág. 43).

As principais empresas que tem patrocinado o Porto Alegre em Cena nos últimos anos são a Brasken e a Petrobrás. Essas duas empresas fazem acordos particulares com a coordenação do festival, já que fazem essa parceria desde 2005 e 2002 respectivamente. A Brasken realiza, no final do evento, o Prêmio Brasken que premia os melhores artistas que participaram dos espetáculos. A Petrobrás tem o mesmo procedimento com todos os festivais de arte cênicas no país: a realização do Palco Petrobrás. É um espaço destinado para apresentações e palestras que são escolhidas pela própria empresa. Pelos dados do próprio Em Cena, o Palco Petrobrás nunca teve o mesmo público aqui no sul que possui em outros Estados, sendo assim, há três anos foi acordado que no Ponto de Encontro do festival será realizado o Espaço Petrobrás, com palestras e oficinas escolhidas pela coordenação do festival.

2.11 Outros Festivais – Competitividade

O Porto Alegre em Cena não possui nenhum concorrente direto, quer dizer, nenhum evento de artes cênicas do mesmo porte na mesma época do ano. O único outro festival de artes cênicas que existe em Porto Alegre é o Porto Verão Alegre, que conta apenas com atrações locais e regionais e ocorre nos meses do verão, janeiro e fevereiro.

No Rio Grande do Sul existe o festival Caxias Em Cena que ocorre no mesmo mês que o da capital. Isso acontece porque, visto que os grandes nomes nacionais e internacionais já estão pelo Estado, o festival de Caxias leva em torno de dois grupos renomados para se apresentarem também na sua cidade. Mesmo assim, as proporções deste festival não são comparáveis ao de Porto Alegre e também não tomam para si os espetáculos, pois os grupos acabam por se apresentar em dois festivais, e não escolhendo um só. Também não há concorrência de público, assim considera a coordenação do Porto Alegre em Cena, pois não atinge o público porto-alegrense e um número não significativo de pessoas do interior deixa de vir ao festival de Porto Alegre por causa do Festival de Caxias, uma vez o que o da capital possui dimensões muito maiores e mais qualidade.

O Festival de Cinema e o Festival de Teatro de Bonecos que ocorrem em Gramado também não afetam o Porto Alegre Em Cena por ocorrerem em meses distintos, respectivamente em julho e agosto.

Os maiores festivais de artes cênicas do país são o Festival de Curitiba, o Rio Cena Contemporânea, o Festival Internacional de Londrina, o Festival Internacional de Teatro de Belo Horizonte e o Festival de São José do Rio Preto. Todos estes festivais também não ocorrem na mesma época do ano que o Em Cena, logo, não concorrem pelo mesmo público.

O festival concorre por patrocínio com eventos na capital como a Bienal do MERCOSUL, a Feira do Livro, o Projeto Multipalco do Theatro São Pedro e a Fundação Iberê Camargo. Todos estes eventos buscam os patrocínios através das mesmas leis de incentivo, o que faz com que as empresas tenham que escolher entre eles.

2.12 Participação no Mercado

Segundo Moro (2007), o público que comparece ao Porto Alegre em Cena é de 95,7% no mês de setembro, pois a atividade cultural fora do festival é praticamente nula. Numa análise anual, o share de mercado fica em 33,4%. Utilizando o quadro de número de espetáculos e público de 2006 elaborado por Antônia Moro, é possível melhor exemplificar o share de mercado do festival.

Meses	Teatro Adulto		Teatro Infantil		Dança		Outros Espt. (1)		Outras Ativ. (2)		TOTAL (3)	
	Nº	Público	Nº	Público	Nº	Público	Nº	Público	Nº	Público	Nº	Público
Janeiro	25	1.032	2	84	13	983	-	-	1	200	41	2.299
Fevereiro	35	2.554	6	224	6	160	-	-	1	81	48	3.019
Março	18	1.467	14	459	7	699	1	400	3	705	43	3.730
Abril	41	2.675	32	2.492	1	120	4	284	2	202	80	5.773
Maiο	30	2.036	5	531	16	998	6	413	5	594	62	4.572
Junho	45	2.345	22	1.675	10	541	9	533	1	150	87	5.224
Julho	14	857	2	398	9	1.401	8	775	-	-	33	3.431
Agosto	36	2.652	21	1.145	9	612	6	707	4	447	76	5.563
Setembro	9	490	7	343	4	285	125	24.756	-	-	145	25.874
Outubro	43	2.614	25	1.225	3	299	9	814	1	160	81	5.112
Novembro	35	2.373	14	1.531	16	1.220	4	455	3	486	72	6.065
Dezembro	11	897	-	-	19	1.265	4	381	6	958	40	3.501
TOTAL	342	21.992	150	10.107	113	8.583	176	29.518	27	3.983	808	74.183

(1) Inclui filmes, vídeos, shows, esquetes, música, etc;

(2) Outras atividades não promovidas pela SMC;

(3) As atividades de Descentralização não constam nesta tabela;

(4) Destaques em 2006;

Março: Reinauguração do Teatro de Câmara Túlio Piva

Setembro: Porto Alegre em Cena – 24.756 pessoas

Número de espetáculos e público de 2006

Fonte: Moro, 2007, pág. 46

2.13 Por Trás das Cortinas

Não são somente a coordenação e a produção do festival que fazem com que o Porto Alegre em Cena funcione e contorne todos os problemas que aparecerem. Outros colaboradores fazem parte desta equipe e são eles o Anjos, os Produtores de Palco e as Mulheres Em Cena.

2.13.1 Anjos

São os acompanhantes das companhias que vem do exterior. Essas companhias precisam de tradutores e guias pela cidade de alguém que ajude nas preparações para o espetáculo apresentado no festival. Os Anjos acompanham os artistas o dia inteiro, sempre que não estiverem no hotel, estão presentes em todos os trajetos, refeições e espetáculos. Esta é uma das funções mais importantes do festival, pois são os Anjos que fazem a ligação entre os artistas e a coordenação.

2.13.2 Produtores de Palco

São os responsáveis pelos espaços, pelos teatros. São os primeiros a chegar e os últimos a sair, ficam responsáveis pela montagem dos cenários, pela técnica e por ajudar a companhia que utilizará o palco com qualquer coisa que precisar. Ajudam durante o espetáculo e depois, na desmontagem. Representam a ligação entre a produção e o teatro utilizado.

2.13.3 Mulheres Em Cena

É um grupo de mulheres, em sua maioria grandes nomes da sociedade porto-alegrense, de diferentes áreas de atuação, que se reúnem para se fazerem presentes ao lado do Em Cena ajudando na qualificação do evento. Elas oferecem jantares e recepções em suas residências para as grandes companhias estrangeiras, favorecendo o lado social do festival.

2.14 Elaborando o Festival – Formulando Estratégias

Não existe uma definição formal de estratégias, por isso, o Porto Alegre Em Cena é visto como um ciclo, que recomeça a cada final de edição com um ciclo diferente. Todo mês de setembro um novo orçamento para o ano seguinte é elaborado pela Secretaria Municipal de Cultura e o valor que será recebido pelo festival é definido a partir desse orçamento. Por ser respaldado pela lei, o festival não pode ser extinto, mas por fazer parte de um contexto político, a sua estrutura pode mudar de acordo com as intenções de quem está no poder. O que pode variar também são os valores a serem disponibilizados para uso do festival, dependendo do foco dos políticos que ocupam os cargos. O evento é regido pela lei número 7.590 da Prefeitura de Porto Alegre.

O que irá ser apresentado em cada edição depende do material que é mandado para a coordenação e dos convites especiais feitos para serem os acontecimentos principais do festival. Depois de decidir os grupos, de acordo com a temática de cada um deles é decidido as palestras e as oficinas, que serão, em sua maioria, ministradas por integrantes desses grupos. Dependendo do material mandado, a edição pode ou não ter um tema, um enfoque principal, mas é importante ressaltar que nenhuma edição tem ligação com a outra, são todas únicas e exclusivas. O que acontece é que se algum espetáculo for muito elogiado em um ano, ele pode voltar no ano seguinte, ou se um outro espetáculo for muito criticado, não escolher o mesmo grupo ou o mesmo diretor.

Para que os convites especiais aconteçam, a coordenação está sempre observando o mercado das artes cênicas para se manter bem informada das tendências e dos grandes nomes que estão em cartaz. Visto que essas companhias requerem um custo

de contratação muito alto, é preciso estar bem informado também se esses espetáculos estão em turnê, ou já estão vindo se apresentar pela América Latina, para que o custo fique mais em conta.

Visto que o público-alvo do festival é bastante diversificado e sem uma delimitação de idade, gostos e gêneros, o festival se preocupa em oferecer uma programação bem variada, com espetáculos mais *cults* (normalmente para a classe artística), os mais comerciais, os clássicos e também os que possam interessar ao público dos espetáculos descentralizados.

A coordenação deve estar atenta também para a tendência de negócios, para melhor traçar estratégias de captação de patrocinadores. Como os patrocínios são feitos através de leis de dedução fiscal, com já citado, é preciso se manter informado sobre a carteira de impostos das empresas (para definição de qual lei ela se enquadra), no lucro (visto que o lucro está ligado diretamente com a quantidade de imposto a pagar) e também se a empresa possui dinheiro em caixa para investir.

Internamente, as decisões ficam todas nas mãos da coordenação. Através de comentários informais e análise do trabalho realizado pelos funcionários durante a realização do festival, a coordenação decide quem continua no próximo ano e quem será substituído. Reuniões esporádicas são realizadas para formular as estratégias, de acordo com a necessidade do momento.

2.15 Cronograma de Atividades

A edição atual do Porto Alegre em Cena começa com a abertura das inscrições para os espetáculos nacionais e internacionais e com os convites do festival para os espetáculos de renome. Essas informações são divulgadas em jornais de Porto Alegre e no site do festival.

A coordenação se reúne no começo de março para montar a equipe de funcionários que integrarão a equipe nesse ano de festival. Os escolhidos, caso tenham interesse, são encaminhados à Prefeitura de Porto Alegre que fará a contratação.

O passo seguinte é o cadastramento dos grupos que enviaram o seu material, que logo depois já são encaminhados à coordenação para análise e seleção. Após

selecionado, a equipe de contratação entra em contato para negociar os cachês, as datas e as necessidades do grupo escolhido. Nesse decorrer, o projeto do Em Cena já está sendo encaminhado para os órgãos públicos responsáveis pelas leis de dedução fiscal.

Existe uma sequência de atividades a serem seguidas que começam desde março até dezembro que começa com a elaboração dos projetos e termina com a prestação de contas aos patrocinadores. Segue quadro elaborado por Antonia Moro que melhor exemplifica esse sequência que, apesar de ser de 2007, não possui mudanças relevantes nesses três anos que se passaram, segundo informado informalmente para a autora.

Etapa	Ações Previstas	Período
Preparação/ Pré Produção	Elaboração/formatação do projeto	Novembro e dezembro 2006
	Encaminhamento dos projetos para as leis de incentivo	Dezembro 2006
	Abertura de inscrições para espetáculos	Março 2007
	Definição final da programação	Mai 2007
	Aprovação pelas leis de incentivo	Junho 2007
	Projeto de captação de patrocínio	Junho 2007
	Contratação da equipe principal do projeto	Junho 2007
	Obtenção de patrocínio	A partir de junho 2007
Execução/ Produção	Administração do projeto	A partir de maio 2007
	Contratação de equipamentos	A partir de maio 2007
	Contratação das equipes	A partir de maio 2007
	Levantamento das necessidades dos espetáculos e início da produção executiva	A partir de maio 2007
	Desenvolvimento e ações de logística	A partir de maio 2007
	Desenvolvimento do projeto gráfico	A partir de maio 2007
	Definição das datas e locais para cada espetáculo	A partir de maio 2007
	Contratação dos espetáculos	A partir de maio 2007
	Contratação de técnicos, prestadores de serviço e fornecedores	A partir de junho 2007
	Compra de material cenotécnico e de produção	A partir de junho 2007

Divulgação/ Comercialização	Confecção do material gráfico de apoio e divulgação	A partir de junho 2007
	Lançamento do festival para a imprensa, comunidade cultural e autoridade	Agosto 2007
	Produção executiva dos espetáculos	Agosto 2007
	Divulgação do festival na mídia	Agosto e setembro 2007
	Venda de ingressos e distribuição de cortesias	Setembro 2007
	Recepção dos grupos e artistas convidados	Setembro 2007
	Apresentação do espetáculo de abertura do festival	Setembro 2007
	Apresentação dos espetáculos	Setembro 2007
Pós-produção/ Encerramento	Pagamento de Cachês	Setembro e outubro 2007
	Desmontagem e devolução de cenários e desocupação dos teatros	Setembro e outubro 2007
	Pagamento dos serviços, fornecedores e equipe do festival	Setembro e outubro 2007
	Prestação de contas para as leis de incentivo	Novembro e dezembro 2007
	Prestação de contas para patrocinador	Novembro e dezembro 2007

Sequência de atividades a serem realizadas no Porto Alegre em Cena

Fonte: Moro, 2007, pág. 58

2.16 Execução do Festival

Após a definição da grade de programação, começa a fase de Execução do Festival. Cada setor do Porto Alegre em Cena possui seu papel fundamental para que o evento funcione e ganhe vida.

2.16.1 Técnico em Cultura

Tudo inicia com a parte administrativa, quando o Técnico em Cultura providencia a infra-estrutura necessária para a sede do festival funcionar, como

computadores, telefones, etc. Depois de ter contratado toda a equipe e a equipado devidamente, é enviado um *rider* aos participantes para que visualizem suas necessidades. Um *rider* é uma lista de tudo o que se faz necessário para participar do festival, desde objetos em cena até a peculiaridades de camarins e de hospedagem, transportes, etc. A partir daí, cada setor fica responsável por providenciar o que é pedido.

O Técnico em Cultura precisa providenciar também o espaço para vendas de ingressos. Normalmente é um espaço público que é cedido pela Prefeitura de Porto Alegre. Uma empresa terceirizada é contratada por licitação e fica responsável pela estrutura necessária para essa venda ocorrer (balcão, computadores, mãos de obra, etc.).

2.16.2 Coordenação de Logística

É a responsável pela hospedagem, alimentação, locomoção, transportes, contratação de anjos e produtores de palco e providenciar o material cênico solicitado pelos grupos. Seguem itens de tudo o que deve ser providenciado pela logística, tudo baseado no que é pedido no *rider*.

Refeições

Ao todo, o festival precisa oferecer 3.500 refeições entre almoços e jantares para todos os artistas e convidados. A logística é responsável por entrar em contato com restaurantes e oferecer parcerias, esses restaurantes são escolhidos por aspectos qualitativos. A parceria é uma troca de refeições por a logotipia do restaurante no material gráfico, o que pode variar bastante de material e tamanho dependendo da quantidade de refeições. Esses números estão no quadro a seguir:

Número de Refeições	Contrapartida
100	Logotipo no rodapé do catálogo e inserção no jornal do em Cena
De 150 a 300	Logotipo em um quarto de página do catálogo e inserção no jornal do Em Cena
Acima de 300	Logotipo em meia página do catálogo e inserção no jornal do Em Cena

Tamanho da logotipia na inserção do material gráfico do festival

Fonte: Moro, 2007, pág. 60

A moeda de troca é um tíquete da empresa parceira TKTS. Visto que a maioria dos restaurantes não abre também nos domingos ou segundas, nem sempre almoço e janta e muito menos depois das 24 horas que é quando os artistas deixam os teatros, a equipe de logística possui uma cota de 1.500 tickets de vale-alimentação no valor de R\$10,00 que são utilizados como moeda de troca para os restaurantes abrirem em horários especiais.

Hospedagem

Quando os hotéis eram escolhidos pela Prefeitura através de licitações, o resultado eram hotéis de baixa qualidade. Desde a 11ª edição do festival é a equipe de logística que busca formar parcerias com hotéis de, no mínimo, três estrelas. Essa parceria se dá da mesma forma com os restaurantes, em troca de logotipos no material gráfico. É contratado um número específico de quartos e uma parte dele é cedida pelo hotel como apoio e o restante é dado desconto. A divisão de quais companhias ficam em quais hotéis é baseada na localização em relação com o teatro e também levando em consideração a idade e a respeitabilidade de alguns artistas.

Os principais parceiros do Porto Alegre em Cena tem sido a Rede Máster e Everest e nos últimos anos o Blue Tree Towers e o Millenium.

Transportes

Tanto o transporte aéreo como rodoviário depende da necessidade especificada no *rider*. No caso do transporte aéreo, a Prefeitura faz licitação para que uma agência de turismo execute as reservas dos vôos. De acordo com o desconto dado pela companhia aérea, é oferecido um espaço para a logomarca no material gráfico do festival. Normalmente são contratadas as empresas de grande porte que possuem mais opções de horários.

O transporte rodoviário é contratado da mesma forma, conforme os *riders*, a equipe reserva lugares ou até negociam que a empresa ceda lugares em troca da logotipa

no material gráfico. Esse transporte é escolhido quando a companhia procede de um país próximo da América Latina.

O festival se responsabiliza pelo transporte local durante o festival. Através de licitação, uma empresa é contratada para disponibilizar uma van para cada companhia que fica a disposição desde o aeroporto ou rodoviária até a volta, e leva os participantes para todos os lugares, a disposição durante 24 horas. Todas elas devem ser conduzidas por um motorista particular devidamente uniformizado e identificado, bem como a van deve ser identificada também.

Cargas/ Cenários

Dependendo da quantidade, o tratamento é diferenciado. Se for um volume pequeno, a equipe de logística negocia com a agência de viagens para ser transportado junto com o grupo como carga extra. Caso seja um volume muito grande, uma empresa é contratada para isso, dependendo da procedência pode ser uma empresa aérea ou rodoviária. A escolha da empresa depende do melhor preço.

Anjos e Produtores de Palco

Esses colaboradores são escolhidos através de análise de currículos que são mandados para a coordenação de logística. Costumam ser pessoas que já trabalharam para o Em Cena anteriormente, mas o critério principal é a pluraridade de línguas dominadas e experiência nas atividades. Alguns dias antes da abertura do festival, a coordenação promove uma reunião com todos os colaboradores para fornecer instruções e orientações gerais sobre o trabalho e a divisão de quem fica responsável por que grupo e por que teatro.

Contratação de Objetos Cênicos

Conforme for especificado no *rider*, a produção providencia tudo o que é preciso. No caso de serem objetos específicos como uma mesa antiga, por exemplo, se tem início a um longo processo de busca pelo brique e por lojas desse tipo. As companhias mandam fotos e com elas a produção vai de local em local em busca do mais parecido. A equipe envia também fotos dos artigos para a companhia avaliar se

está adequado, caso sim, o objeto é alugado ou comprado. Caso comprado, após o espetáculo ele fica no acervo do Em Cena. Qualquer outro objeto atípico ou local atípico é feito um orçamento e contratado aquele com o preço mais em conta.

2.16.3 Secretaria Geral e de Programação

Realiza todos os contratos do Porto Alegre em Cena com as companhias, nacionais e internacionais, de acordo com as exigências de documentação feita pela Prefeitura de Porto Alegre. Após entregar os documentos, o jurídico da SMC efetiva a contratação. Esse contrato é enviado para os grupos e volta para o Em cena.

2.16.4 Direção Técnica

Providencia tudo o que for relacionado a equipamentos de iluminação, sonorização e audiovisual e que foram solicitados pelos grupos participantes do festival.

2.16.5 Assessoria de Imprensa

Responsável por toda a parte de divulgação e produção do material gráfico do Porto Alegre em Cena. Moro afirma que primeiramente é criada a imagem gráfica do festival e depois é elaborado um plano de mídia. A divulgação do plano de mídia é feita por outdoors, banners, anúncios em jornais de Porto Alegre, inserções na televisão e no rádio, catálogos do festival, jornal de programação, camisetas, adesivos, folders e ingressos. São eles os responsáveis também pelas sinopses das palestras e espetáculos e pela produção de releases para a imprensa.

Antigamente, os materiais de divulgação eram de responsabilidade da Secretaria Municipal de Cultura. Hoje as duas assessorias trabalham em conjunto.

2.16.6 Coordenação de Captação

É a responsável por fazer a ligação entre o Em cena e as empresas que podem vir a ter interesse em serem patrocinadoras do festival. É feita uma lista com possíveis parceiras, depois se faz contato com cada uma delas para agendar uma reunião onde será apresentado o material de divulgação e feita a proposta.

Para que a execução do Porto Alegre em cena ocorra da melhor maneira possível e mais organizada também, a coordenação promove duas principais reuniões com toda a equipe. No começo do ano ocorre a primeira para que toda a equipe seja apresentada e para que se exponha o que se espera desse ano. Em outubro ocorre a outra reunião para o fechamento do ciclo da edição que passou. Nesse encontro se mede os prós e os contras e são apresentados os números da edição.

Além dessas, muitas outras reuniões são promovidas, como as reuniões da coordenação adjunta com todos os setores para monitorar o trabalho e como os encontros dos responsáveis pelos setores com sua equipe para monitorar, esclarecer dúvidas e ajudar.

Durante o festival, é normal ocorrerem problemas para serem resolvidos. Cada membro da equipe precisa tentar resolver sozinho os problemas que lhe aparecem, caso isso não seja possível, ele expõe esse problema para o seu superior e para toda a equipe que se foca nisso para obter uma solução rápida. Caso ocorra alguma situação que seja urgente, todos os membros da equipe são direcionados especificamente para esse problema.

2.17 Imagem

Nenhum tipo de pesquisa é realizada com o público do festival. A análise de aprovação e da imagem do projeto é feita através dos comentários espontâneos dos participantes. Visto que todos aqueles que, de alguma forma, se envolvem no Em Cena possuem uma ligação com teatro, estes estão sempre presentes, seja trabalhando, seja em seu tempo livre. Existe uma grande dedicação por parte de quem elabora o festival.

Assim, é muito fácil esse contato com os produtores do festival e seus funcionários, nada é muito burocrático ou engessado, são todos acessíveis.

Esses funcionários são constantemente procurados por pessoas que querem dar opiniões sobre os espetáculos ou palestrantes, fazer críticas ou só conversar sobre o festival. Eles opinam também sobre a programação e não só pessoalmente. O Em Cena recebe muitos emails com as experiências vividas pelo público e suas críticas e sugestões. Uma outra forma de feed-back é pela mídia espontânea nas rádio e emissoras de TV que fazem matérias sobre o festival entrevistando o público que, por sua vez, expõe o que pensa.

É através dessas informações que as decisões a respeito da próxima edição são tomadas. A escolha dos palestrantes, espetáculos e até espaços utilizados são baseadas nessas expressões espontâneas e informais.

Mesmo sem pesquisas realizadas, segundo Moro, é um consenso em Porto Alegre que o que é mais importante no Em Cena são os preços baixos pagos pelos ingressos. Sem o festival, a maioria das peças internacionais e nacionais não viriam e se viesse, a preços impagáveis pela população geral.

2.18 Canais de Relacionamento

Além do contato direto com os trabalhadores do Em cena em dias de festival, o público pode entrar em contato com a coordenação através de emails e telefones divulgados nos materiais distribuídos sobre o evento, como o cronograma, os bunnners, outdoors, catálogos, etc. Não existe uma segmentação de mercado para a divulgação.

Qualquer funcionário pode receber reclamações ou sugestões. Esses buscam, por sua vez, resolver a questão na hora. Caso seja algo mais complexo, essa reclamação é dirigida para o responsável ou para a própria coordenação. O festival considera informais as reclamações feitas pessoalmente ou por telefone e formais as que são feitas através de documentos, como email, fax e correspondências.

Depois de analisada, os resultados das análises e as ações implementadas são informadas aos clientes e às outras áreas do Porto Alegre em Cena através de reuniões ou repassando diretamente para o funcionário específico. Além disso, é dado um retorno

para quem fez a reclamação/sugestão pelo mesmo método utilizado por este, seja por email ou telefone ou correspondência.

O Em Cena não avalia e nem compara a satisfação, fidelidade do público de forma formal. Essa avaliação é feita pelos anjos, produtores de palcos e funcionários em geral que ouvem as críticas diretamente do público. Essas informações são relevantes para a construção do festival do ano seguinte, pois espetáculos muito elogiados tem grandes chances de voltar, e outros que não tiveram muita aprovação servem de lição e costumam não voltar para a programação.

2.19 Considerações acerca do Porto Alegre em Cena

Após esta contextualização a respeito do festival, é possível perceber que ele é visto com bons olhos por quem participa e por quem o elabora. É uma contribuição artística significativa para a cidade, que ajuda a escrever a história deste povo e a consolidar a imagem dos porto-alegrenses de si mesmos e para o mundo.

Antes de seguirmos para o próximo capítulo, seguem as palavras do idealizador deste projeto.

Luciano Alabraxe, Coordenador Geral do Porto Alegre em Cena (2008, pág.203):

“Quando começou a se desenhar a realização do Porto Alegre em Cena, chamado desde a primeira edição a participar decisivamente da programação do festival, tinha em mente a idéia prioritária de conectar Porto Alegre com a obra dos grandes mestres cênicos do século XX. Como homem de teatro não me bastava a possibilidade de ler sobre eles, adquirir publicações belíssimas, viajar para me manter informado e aprimorar meu conhecimento teatral. Tinha a certeza de que somente uma pequena parcela da população teria acesso a esses recursos, inclusive a maioria dos meus parceiros de ofício teatral.

Com o apoio fundamental da Prefeitura Municipal, arregacei mangas e abri o coração para trabalhar e conquistar credibilidade suficiente para transformar o sonho em realidade. Peter Brook, Pina Bausch e Ariane Mnouchkine, criadores fundamentais e

transformadores da estética contemporânea, eram, então, os ícones da minha máxima admiração.

A história do festival já é suficientemente conhecida: trouxemos espetáculos de Brook e Mnouchkine pela primeira vez ao país e Pina Bausch veio abrilhantar as noites do Em Cena, ao lado dos maiores criadores brasileiros e de grupos significativos de todos os continentes.

Olhar para trás e para o presente e ver que o festival trouxe tantos nomes fundamentais à nossa Porto Alegre, o melhor do teatro dos quatro cantos do mundo, que ajudamos a impulsionar carreiras locais para além de nossas fronteiras, e inquestionavelmente conectar a cidade ao mais refinado circuito das artes cênicas não foi tarefa pequena.

(...) Obrigado a todos os artistas, autoridades, patrocinadores e jornalistas que ajudaram a consolidar a trajetória do festival. Obrigado, principalmente, à cidade que soube reconhecer e participar do festival com entusiasmo e consideração.

É por Porto Alegre que, todos nós do Porto Alegre em Cena, tentamos fazer o melhor e o mais qualificado festival possível. Esses nomes acima citados endossam nossa intenção.

Valeu!”

3. ANÁLISE CRÍTICA DO PORTO ALEGRE EM CENA

A época em que acontece o Porto Alegre em Cena é como se fosse uma especial estação do ano. Porto Alegre adquire uma oportunidade imensa, fina e exigente para que se pense e se sinta, provocados pelo papel das artes.

Os múltiplos espetáculos que buscam interpretar o jeito de viver em várias partes do mundo nos levam a pensar e muito. E quando se pensa é impossível não sentir e porquê não acrescentar, que é impossível não sofrer. Sofrer para nos entender melhor e quem sabe, depois sofrer menos.

O Porto Alegre em Cena é como uma benção no mês de setembro, quando estamos, ensinados por uma poeta, ‘aprendendo com a primavera a deixar-nos cortar para voltarmos sempre inteiros’.”

Esther Pillar Grossi, Pesquisadora sobre Aprendizagem. (Porto Alegre em Cena 15 anos, 2008, pág. 17).

3.1 Procedimentos Metodológicos

Este trabalho foi elaborado a partir de um estudo de caso exploratório, tendo como objeto o Porto Alegre em Cena. Foi escolhido o estudo de caso em vista do objetivo da proposta de trabalho, que se refere a exploração dos mecanismos do festival e a sua melhor compreensão e análise. Para isso, foi feita uma coleta de dados dos arquivos do Porto Alegre em Cena e uma pesquisa qualitativa com o público que compareceu à 17ª edição de 2010.

Segundo Gil (2009), estudo de caso não pode ser confundido com análise de caso, pois, nesta última formulação, os casos são meros exemplos para a compreensão de um fenômeno maior que busca ser comprovado. A análise de casos, em grande parte das vezes, dá origem a estudos exploratórios que servem de base para estudos mais aprofundados.

Existem diversas formas de conceituar estudo de caso, mas estas formas convergem para o mesmo denominador comum. O conceito de Creswell (apud Gil, 2009) se mostra eficiente para este trabalho no momento em que aborda estudo de caso com um processo em que

O pesquisador explora uma simples entidade ou fenômeno limitado pelo tempo e atividade (um programa, evento, processo, instituição ou grupo social) e coleta detalhada informação utilizando uma variedade de

procedimentos de coleta de dados durante um período de tempo definido. (2009, pág. 6⁷)

Estudo de caso, seguindo o pensamento de Gil (2009), é um delineamento de pesquisa, que busca preservar o caráter unitário do fenômeno pesquisado e que não separa o fenômeno do contexto. É um estudo em profundidade e que requer e utiliza instrumentos para coletar dados, como entrevistas estruturadas. Seus resultados são, depois, contrastados com dados obtidos através de análise de documentos.

Yin, autor com diversas publicações sobre o assunto, conceitua estudo de caso como “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. (2001, pg. 32).

O que diferencia o estudo de caso dos outros métodos similares, para Yin, é a sua capacidade de trabalhar com evidências em abundância, acrescentando nas pesquisas históricas, observações diretas e apontamentos das pesquisas e entrevistas realizadas. Para o autor, é importante ressaltar que o estudo de caso é uma estratégia de pesquisa abrangente e não uma tática para a coleta de dados. “O estudo de caso é a estratégia escolhida ao se examinarem acontecimentos contemporâneos, mas quando não se podem manipular comportamentos relevantes” (Yin, 2001, p. 27).

Existem muitas vantagens, segundo Gil (2009), para a realização de um estudo de caso, como a possibilidade de estudar um caso em profundidade (o que favorece a aproximação entre abstração dos resultados da pesquisa e a concretude da prática social), enfatizar o contexto em que ocorrem os fenômenos, garantir a unidade, ser flexível, estimular novas pesquisas, favorecer a construção de hipóteses, entre outras. Existem também as limitações, como a difícil replicação, não favorecer a generalização, o processo de análise é complexo (pelas longas transcrições de entrevistas e notas de campo), exigem múltiplas competências do pesquisador, entre outras.

Entretanto, Gil (2009) nos fornece diversas razões para fazê-lo. Aquela que se destaca por seu caráter mais humano e sensível, é a da possibilidade de conhecer a realidade do ponto de vista dos sujeitos. É através do estudo de caso que o pesquisador tem a oportunidade de conhecer o fenômeno do ponto de vista dos próprios sujeitos, que

⁷ Citação retirada do livro de Gil, 2009.

poderá identificar contradições e conflitos subjetivos que, de outra forma, não seria tão apropriado como no estudo de caso.

3.1.1 Método de coleta e Tratamento de Dados

Neste trabalho, primeiramente ocorreu a busca por conteúdo bibliográfico, uma pesquisa para encontrar embasamento teórico e buscar autores que legitimassem as teorias, fatos e questões levantadas durante a realização do trabalho. Depois de encontrados tais autores, foi feita uma análise do material fornecido pela coordenação do Porto Alegre em Cena, para verificação de dados e tentativa de compatibilidade com a teoria levantada.

Foi utilizado, também, um livro comemorativo aos 15 anos do evento que não foi comercializado. Com a ajuda da patrocinadora Brasken, Luciano Alabarse organizou este livro e o distribuiu para todos aqueles que já colaboraram com o festival. Esta obra foi um presente da Chefe de Gabinete da Secretaria de Cultura de Porto Alegre para a autora que fez estágio nesta secretaria durante 6 meses.

Para que fosse possível averiguar e responder as questões levantadas ao longo desse processo, foram realizadas entrevistas com os espectadores do festival. Os pontos positivos e negativos do evento deveriam ser apontados por quem usufrui dele, e não por quem o elabora.

Para conceder a palavra ao sujeito, as entrevistas realizadas foram do tipo “por pautas”, segundo Gil (2009, pág. 64), onde o entrevistado faz poucas perguntas diretas, mas deixa o entrevistado falar livremente. A medida que suas respostas e comentários vão se afastando da pauta, o entrevistador intervém de maneira sutil para que a entrevista prossiga. As perguntas elaboradas foram do tipo “advogado do diabo” (pág. 68), que se refere ao tipo de pergunta do exemplo “Há quem afirme que X. O que você pensa a respeito?”. Além dessas, as perguntas interpretativas compõem o restante do questionário.

Além da perspectiva do espectador, os espetáculos e o funcionamento do festival foi observado pela autora que compareceu nos espetáculos escolhidos para a realização das entrevistas. Desta forma, foi possível melhor entender e, muitas vezes, compartilhar

das opiniões concedidas durante a aplicação do questionário. Visto que a autora se tornou espectadora e observadora crítica, esse método *in loco* contribuiu para a formulação de teorias e idéias para a resolução dos problemas citados.

Depois de estruturado todo esse conjunto, foi feita uma análise e checagem de dados. Averiguou-se se os dados coletados estavam de acordo com o que fora dito pelos entrevistados a respeito do Porto Alegre em Cena bem como com as teorias dos autores adotados. Através desse cruzamento, foi possível identificar o festival como democrático ou não e, por conseqüência, ação cultural excelente ou não.

3.2 Introdução à análise

Como já foi visto no capítulo 1, para uma ação cultural existir em seu nível de excelência, é preciso que esta ação seja democrática. Essa busca pela excelência se dá quando se objetiva o melhoramento como um todo da sociedade em que estamos inseridos. No momento em que nos contentamos com trabalhos feitos pela metade, com ações que ajudam a poucos, com mudanças que ocorrem apenas para privilegiados, não estamos pensando no coletivo e o princípio de qualificação do indivíduo para com ele mesmo e para com o seu meio, não acontece.

A própria palavra já diz, excelência, e não é com menos que devemos nos contentar. Se existe um projeto cultural com ótimas idéias e grandes oportunidades para o público, é natural que se trabalhe para que ele ocorra em sua plenitude, em sua excelência, caso contrário ele não se completa, não produz tudo aquilo que ele é capaz de produzir.

Como a democracia é fato principal para que a ação cultural exista de forma plena, voltamos aos pontos que fazem com que ela aconteça, as quatro fases do sistema de produção, segundo o autor Teixeira Coelho. Todo fenômeno cultural tem suas etapas do sistema de produção, estas etapas precisam ser completas para podermos falar em democracia cultural. As fases são: 1. produção do bem cultural; 2. distribuição do bem; 3. a troca do bem (no caso da nossa sociedade, por dinheiro); 4. o consumo do bem.

Qualquer intervenção, ou descaso, acarreta no não andamento de uma das etapas, o que pode prejudicar a execução do projeto vigente. A produção mal executada

causa desinteresse e o pouco ou desprestígio do bem cultural; a distribuição viciada faz com que esse bem não chegue até os indivíduos, logo, não há produto a ser consumido; se o valor de troca for acessível apenas a uma camada da sociedade, esse bem cultural não atinge os objetivos a que deveria se propor de início, tornando-se um bem restrito para poucos; e se não há consumo, não há bem, é necessário ter alguma valia simbólica ou física para os indivíduos se apropriarem, caso contrário, a arte e as experiências que a mesma proporciona, são nulas.

Visando conferir se o Porto Alegre em Cena contempla todas essas fases e se se torna, de fato, um fenômeno cultural democrático e, por consequência, uma ação cultural por excelência, foi aplicada na edição de 2010 (17ª edição), uma pesquisa qualitativa com os espectadores que foram prestigiar o evento. É o público que deve avaliar e dizer se considera o festival democrático ou não, se existe uma inclusão, se a divulgação chegou até ele e o porque de comparecer e fazer parte deste projeto. A pesquisa foi realizada por meio de entrevistas, sobre as quais falaremos no item 3.3.

3.3 Entrevistas

O corpus da pesquisa contou com 30 pessoas, selecionadas aleatoriamente em quatro espetáculos. Tais como:

- * As Troianas – Vozes da Guerra (São Paulo). Apresentação: 13/09/10, no Teatro de Câmara;
- *Sonata de Otão (Uruguai). Apresentação: 15/09/10, no Teatro Renascença;
- *As 7 Caras da Verdade (Porto Alegre). Apresentação: 22/09/10, no Theatro São Pedro;
- *Último Tango em Berlim (Alemanha). Apresentação: 26/09/10, no Teatro do SESI.

O grupo de entrevistados é composto de 19 mulheres e 11 homens. As mulheres possuíam idade entre 18 e 68 anos, com diversas profissões como aposentadas, jornalistas, estudantes, funcionárias públicas, professoras, psicólogas, sociólogas, arquitetas entre outras. Os homens tinham entre 16 e 45 anos e suas profissões variavam de administrador, bibliotecário, estudante, empresário, professor, arquiteto, médico, ator entre outras.

As perguntas da entrevista foram: **como essas pessoas ficaram sabendo do festival; se a divulgação era eficiente; se o público se considerava mais incluído no meio cultural através do festival; e qual a opinião das pessoas a respeito do motivo que leva a população porto-alegrense a ir em massa ao teatro em época de festival e não ao longo do ano.** Para finalizar, era solicitado **um ponto forte e outro fraco do festival, ou seja, o que é ótimo e o que deveria melhorar.**

3.4 A Divulgação do Porto Alegre em Cena

Do total dos entrevistados, apenas 6 (3 homens e 3 mulheres) estava participando do festival pela primeira vez, em sua maioria acompanhando amigos que os convidaram. Os outros todos já acompanham o Porto Alegre em Cena faz alguns anos. Quando perguntados sobre de que forma ficaram sabendo do festival e da programação, 22 pessoas responderam que foi através do site porque já sabiam que setembro era época de festival; 3 pessoas, mesmo comparecendo a uma peça do festival, alegaram ainda não saber a programação; 5 pessoas foram avisadas por amigos (algumas, depois de alertadas por esses amigos, foram procurar informações na internet e entram também na estatística de procurar por iniciativa própria); e apenas 2 pessoas alegaram ter visto divulgação (outdoor e televisão).

Quando perguntado, em vista dessas respostas, a opinião a respeito da divulgação, se acharam esta eficaz, ou se a tinham visto, 12 pessoas responderam que acharam ruim e 7 que não tinham sequer visto qualquer coisa a respeito e que, então, não poderiam opinar. Isso dá um total de 19 pessoas cuja divulgação não alcançou; 2 pessoas qualificaram como “mais ou menos”, ou seja, que viram mas acharam que deveriam ser feitas melhorias; e 9 pessoas qualificaram como boa.

É importante ressaltar, nesta questão, alguns dos comentários que foram feitos a respeito. Das pessoas que qualificaram como boa a divulgação, fizeram um comparativo com os outros anos e, em relação com o ano passado, a divulgação estava melhor, mas não que fosse, de fato, eficaz. Das pessoas que não viram a divulgação, 2 afirmaram que o Porto Alegre em Cena não precisa de divulgação, pois o festival acontece no “boca a boca”, que o mesmo já é um “culto” da cidade, que a população já tem conhecimento, então divulgar seria desnecessário. **Uma pessoa que achou a divulgação ruim**

comentou que considera a divulgação muito voltada para o meio artístico, que os folders e panfletos estão onde os já atuantes neste meio estão o que faz com que somente essa classe seja envolvida e tenha as informações. Esse comentário é complementado com outros dois que afirmam não terem visto nada em suas universidades onde existem muitos estudante e jovens com interesse no teatro, mas, como não existiu divulgação para eles, não comparecem com um percentual significativo. Por último, uma senhora gostaria que **a revista com a programação que é distribuída nos teatros onde acontecem as peças do festival, fosse distribuída com antecedência, pois é preciso o festival já ter começado para adquiri-la.**

Esses comentários e os resultados a respeito da divulgação são muito importantes para a análise da democratização cultural do festival. No momento em que esse bem cultural não é devidamente divulgado para todos, o que ocorre é que apenas uma classe é privilegiada, tornando o festival excludente, ou seja, exclui aqueles que não fazem parte do meio onde estão sendo veiculadas as peças de divulgação. Esse é o problema identificado por Teixeira Coelho (1989) como sendo na etapa 2 do sistema de produção, esse bem não está sendo devidamente distribuído entre todos, igualmente. É preciso já ter conhecimento do festival, estar inserido neste contexto cultural para poder fazer parte e consumi-lo em sua totalidade. E como ficam as outras pessoas, os outros grupos que não tem essas informações, que não fazem parte desse meio? Ficam sem os ingressos, pois como tomam conhecimento em cima da hora, não conseguem ir até o local de vendas comprar antecipadamente.

Bourdieu (2008) aponta para uma questão muito importante acerca da divulgação de um bem cultural. Quanto mais se divulga, mais cai no gosto popular. Apesar de os bens culturais precisarem de divulgação para fazerem um mínimo de sucesso no mercado cultural de bens simbólicos, no âmbito da indústria cultural a divulgação excessiva resulta em mais sucesso, porém, em menos prestígio social. Não se pode afirmar até que ponto a reputação e o renome conquistados pelo Porto Alegre em Cena não provém dessa não-degradação do seu valor comercial simbólico, obtido pela não-divulgação às classes menos afortunadas.

Aqui encontramos um **paradoxo**: se o público do festival é composto por maioria de não cultuados artisticamente, no caso da nossa sociedade são aqueles que são também de classes mais baixas, o festival não teria essa repercussão internacional, perde status de bem cultural de requinte. Sendo assim, os grandes nomes de fora desse país e

também de dentro dele, não viriam. Não se apresentariam em um festival que é voltado para o “povão”. Logo, mesmo buscando essa democratização através dos preços baixos, o festival não seria o que é sem essa exclusão de certas classes e favorecimento de outras. Se não fosse desse porte, e com essas atrações, as experiências que ele gera, as oportunidades e o que acrescenta para cada indivíduo, não seriam as mesmas, e se pode até dizer que não seriam de mesma valia.

Outro ponto a ser considerado é a interação que ocorre de fato entre espetáculo com o seu público. O Porto Alegre em Cena traz diversos tipos de espetáculos, vanguardistas, comerciais, do Oprimido, burgueses, enfim. Contudo, muitos desses espetáculos que têm renome artístico, possuem uma sensibilidade e uma série de conflitos que necessitam que o entendedor esteja a postos para receber essa quantidade de carga simbólica, sensível e poética. É preciso ter um senso muito aguçado para apreciar devidamente certas peças, e também para entendê-las. Se para o público já cultuado, essas peças já são complexas, para o público que não frequenta teatros e que não possui o hábito e prática de lidar com essas questões, ficam praticamente sem interação. Não há o consumo real do bem. Se o receptor não entende a mensagem do emissor, não há mensagem. Na ausência de mensagem, a mudança não ocorre tanto interna quanto externa, fator crucial para a existência de democracia cultural.

O público que consome o bem cultural diz muito a respeito deste bem e o qualifica dentro dos moldes da indústria cultural e no mercado de bens simbólicos. “Onde é produzido e por quem é consumido, qualificam o produto e o identificam com raro ou como vulgar” (Bourdieu, 2008, pág. 57,). Surge talvez, a partir desse princípio, o interesse de controlar que tipo de público frequentará o festival, visando sua colocação como bem “de luxo” dentro da sociedade. André Gorz complementa afirmando que “A mercadoria deve poder produzir seus consumidores, o capital simbólico da firma se fará valorizar pelos seus consumidores” (2005, pág. 50).

3.5 Interação entre classes da sociedade

Quando a pergunta se refere à inclusão, ou seja, se a pessoa se considera mais inserida ou com mais contato com o cenário cultural a partir do festival e se isso se expande à toda população porto-alegrense, as respostas não foram unânimes. Do total de

entrevistados, que são 30, 18 pessoas responderam que sim e 12 pessoas responderam que não. Grande parte dos entrevistados que afirmou que sim, considera que isso se deve aos baixos preços e que as pessoas que não comparecem é pelo fato de não terem interesse em teatro, que falta conscientização principalmente daqueles com poder aquisitivo mais baixo. Também foi dito que o festival gera muita oportunidade ao trazer peças do mundo todo, a preços muitos bons, tornando o festival algo bem democratizado. A socióloga Naya Oliveira⁸, 59 anos, afirma que “o número de pessoas que se envolve com esse evento é muito grande em Porto Alegre e é maior do que a vida cultural normal, acho que é um momento onde a vida cultural da cidade expande”.

Foi ressaltado também, junto a questão do interesse, que são sempre as mesmas pessoas que comparecem nos festivais artísticos da cidade, confirmando o que foi levantado anteriormente a respeito de privilegiar apenas uma determinada classe da sociedade, a classe artística, neste caso. Dessas 18 pessoas que se consideram inseridas, 5 afirmaram que essa inserção não se estende a todos os porto-alegrenses, e que isso se deve a falta de divulgação e incentivo, pois grande parte dessa população nem sabem que o festival está acontecendo. Existe, também, a questão do hábito, não é comum e rotineiro para a grande massa da sociedade em que vivemos comparecer ao teatro. Isso é uma questão a ser trabalhada e corrigida pelo ensino básico (conforme foi apontado por 4 entrevistados), é através da educação que se deve gerar o incentivo à cultura, isso não é dever do festival.

Quase metade dos entrevistados (5 pessoas) que disseram não, o fizeram por se considerar do meio artístico, logo, o festival não muda em nada a inserção cultural destes indivíduos. O mesmo número de pessoas acredita que só se gera essa inserção no momento em que existe o interesse e quando a informação chega até as pessoas, ou seja, a grande maioria da população não tem acesso ao festival porque não está inserido no meio artístico e não recebe as informações. Dessas 5 pessoas entrevistadas, 3 afirmaram que para elas não muda, mas que para a população, sim, devido aos baixos preços. Entretanto, a grande maioria dos entrevistados afirmou que somente alguns são beneficiados com o Porto Alegre em Cena, pois é o indivíduo que tem que ir atrás de tudo, da programação, das datas, dos ingressos, enfrentar filas e que só o meio artístico é privilegiado, mas que o “povão” não sabe o que está acontecendo. “Não vejo ninguém

⁸ Entrevista concedida à autora da monografia em 26 de setembro, antes do espetáculo Último Tango em Berlim.

de classe baixa nos teatros”, afirma Maurício de Lima, 24 anos, mestrando da UFRGS⁹. Esses comentários reforçam a idéia de que falta uma interação real entre todas as classes no andamento do festival e que a divulgação contribui para esse distanciamento.

O princípio da Ação Cultural que foi ressaltado no capítulo 1 é o da interdisciplinaridade, é oferecer a experiência de integração. Integrar todos os membros de uma sociedade e não apenas alguns deles. Teixeira Coelho (1989) nos fala de uma arte que não se preocupa apenas com os seus próprios projetos, com seu próprio mundo, mas que se oferece como instrumento de mudança estética e social. Hoje, existe uma preocupação maior com o indivíduo, a arte deve apresenta-se como meio de cultivo e desenvolvimento de um indivíduo e de sua subjetividade.

A cultura cultiva o espírito e desenvolve o indivíduo. Rüdiger faz a seguinte reflexão “O homem não está cultivado enquanto os bens culturais não passem a formar parte de sua personalidade. O processo civilizatório refreia a barbárie e “ativa” a perspectiva de um bem viver que se perpetua através da cultura” (2004, pág. 113).

É através de uma interação com os bens culturais e de uma integração com todos os membros da sociedade que é possível o desenvolvimento particular e simbólico de cada indivíduo, tornando-os mais sensíveis e civilizados e atentos para as questões que o cercam. O Porto Alegre em Cena é fonte rica de capital simbólico que gera esse conhecimento e esse aprendizado cultural. Para Arias,

(...) Ver las obras de aquellos artistas fue una experiencia muy valiosa; pero la delicadeza de trato y las manifestaciones de estima y de cariño que recibí de todos los que hoy son mis amigos, fue inolvidable. Por ellos, por esos amigos queridos, el Brasil pasó por mi alma y forma parte de mi biografía. Tengo la convicción de que todos o casi todos los uruguayos que concurren alguna vez al festival tuvieron experiencias análogas. No es este enriquecimiento interior uno de los mejores fines que puede tener un festival?(Jorge Arias¹⁰, 2008, pág. 15).

Um outro ponto muito comentado durante as entrevistas foi a questão dos espetáculos de descentralização, que são aqueles espetáculos gratuitos apresentados em locais públicos como praças, parques e escolas para o público carente com a intenção de gerar novos espectadores, apreciadores de teatro e também de levar essa arte para locais onde ela não existe ou não existe com tanta força. A iniciativa merece os devidos

⁹ Entrevista concedida à autora em 22 de setembro, antes do espetáculo As 7 Caras da Verdade.

¹⁰ Crítico de Teatro. Depoimento retirado do livro Porto Alegre em Cena 15 anos.

cumprimentos, pois não se vê com regularidade nem a escola e nem o Estado tomando esse tipo de atitude visando o bem viver dessa população carente de cultura (que no caso da nossa sociedade é, também, carente financeiramente).

Entretanto, ao analisarmos pela perspectiva da democratização cultural, esses espetáculos da descentralização acabam por gerar um abismo entre duas culturas diferentes, entre classes sociais e entre o teatro burguês e o teatro novo (fazendo referência aqui ao teatro já citado de Augusto Boal (2009), o Teatro do Oprimido, que exemplifica bem o oposto de teatro elitista ou burguês). Essa iniciativa leva apenas os teatros sem fama e sem renome para as classes mais baixas, fazendo com que estas fiquem aonde estão ao invés de se dirigirem ao Theatro São Pedro, por exemplo. Como foi ressaltado pelos próprios entrevistados, as classes menos abonadas não freqüentam os teatros durante o festival (e nem fora dele). Além de não haver um incentivo próprio dirigido à essas classes para que se implante a sementinha do teatro dentro de cada um desses indivíduos, que não tiveram outra oportunidade para tal, se leva ao alcance deles aquilo que os vai contentar, o básico. Se é justamente a esse básico que essas classes estão acostumadas, é disso de que se apropriam, é essa a sua cultura, bem diferente da que é apresentadas nos palcos do SESI.

Essa iniciativa mostra ser bem delimitada, a divisão entre “alta” e “baixa” cultura (como qualificam muitos autores do gênero), entre classe alta e classe baixa, e mais especificamente, entre o teatro comercial e teatro do oprimido. Mas se estamos falando em democratização, é inaceitável que existam barreiras. Barreiras estas implantadas e fortificadas justamente por quem tem o poder de aniquilá-las.

Coelho afirma, sobre esse assunto, que existem pequenos grupos que detém a cultura. A difusão cultural é feita pela propaganda cultural que, por sua vez, é controlada por esses pequenos grupos que

(...) materializadas nas críticas e reportagens dos segundos cadernos “culturais”, tem por objetivo não confessado levar as pessoas a sentir o abismo que as separa dos “tesouros culturais” cujo segredo do acesso pertence, como na máfia, a um pequeno grupo de iniciados menos ou mais intelectualizados. (1989, pág. 10).

As pessoas têm o direito ao cultivo individual da sua subjetividade, mas isso, segundo Rüdiger, não modifica o modo de vida da maioria da população “pois a cultura

continuou “não existindo” para eles, sendo bárbara se comparada com a dos ricos.” (2004, pág. 115). Cultura dos pobres é diferente da cultura dos ricos. O progresso da cultura em sociedade seria essa integração e extinção desse abismo que divide não só as culturas, mas a sociedade como um todo.

Uma hipótese a ser levantada a respeito do motivo do porque não levar os artistas renomados para perto das classes tão sem renome, é oferecida por Pierre Bourdieu quando coloca que “o local, a revista, a instituição e sua relação mútua com o seu público é que define a classificação social” (2008, pág. 56). É por aí que se orienta uma sociedade. Se houver uma troca de um lugar para outro que tem um estilo diferente ou inferior, acontece uma desvalorização do produto, segundo o autor.

3.6 Preço

A questão do valor dos ingressos foi muito ressaltada ao longo de quase todas as entrevistas realizadas, não necessariamente nas mesmas perguntas, mas de uma forma ou outra foi mencionado. No caso da pergunta relacionada ao motivo da população da cidade ir mais ao teatro em época de festival do que durante o ano, 19 pessoas responderam ser o preço.

Lembrando que podia existir mais de uma resposta por pergunta, além desses quase dois terços ter mencionado o preço, 11 pessoas mencionaram a programação. Foi alegado que pelo fato do espetáculo constar na programação oficial do festival, a probabilidade de acerto na escolha, ou seja, de sair satisfeito, do espetáculo ser bom, é maior. Existe uma confiança no trabalho e no olhar no diretor, Luciano Alabarse. Estar no Porto Alegre Em Cena gera prestígio para os atores e suas companhias. Também foram mencionadas as peças internacionais que só vem ao Estado por causa do festival e a praticidade de ter muitas peças boas concentradas em único evento, em uma mesma época, facilita a mobilização.

Além disso, 4 pessoas mencionaram o modismo, a cultura que já foi criada entre os porto-alegrenses de comparecer ao festival. É uma coisa nossa, já é quase uma tradição. Também foi mencionado o fato de ser uma atividade intelectual, que traz prestígio a quem participa, status de pessoa culta. Para terminar, 2 pessoas responderam que é pela divulgação e 3 pessoas não souberam responder.

De fato, não se pode negar que os 20 reais cobrados pelos ingressos são consideravelmente mais baratos se comparados com o que é cobrado por peças de renome em outros meses do ano. Isso já não se enquadra em peças locais, pois o valor cobrado em média por espetáculos gaúchos fica na faixa dos 15 reais.

Contudo, 20 reais continua sendo um valor não tão acessível às classes baixas. Para as classes C e D, esse não é um preço cômodo a ser despendido na aquisição de um bem cultural, devido ao fato de que existem outras prioridades nas vidas dessas pessoas. Mas e os descontos? O festival oferece 50% de desconto para alguns grupos. Alguns grupos. Dez reais é um preço mais acessível, principalmente para essas classes que não podem freqüentar teatro.

Mas como foi ressaltado anteriormente, os descontos¹¹ são para os seguintes grupos: estudantes, professores, seniors, classe artística, Clube do Assinante ZH, funcionários das empresas patrocinadoras Brasken, Lojas Colombo, Eletrosul e Prefeitura, clientes e funcionários da NET, Caixa e Zaffari/ Bourbon e clientes do cartão Petrobrás. Ora, quem são aqueles que assinam a Zero Hora? Quem possui assinatura de TV a cabo, cartão do supermercado Zaffari, das Lojas Colombo e da Petrobrás? Somente quem pode pagar por esses serviços que não são de utilidade básica: a classe média e alta. Tirando os funcionários dos patrocinadores, os professores e a classe artística já estão inseridos meio cultural, já freqüentam teatros e já pagam o valor normal ao longo de todo ano. Estudantes e “sêniors” (idosos) são protegidos por lei, mas não fazem a maioria da nossa população.

Assim, a grande massa da sociedade de Porto Alegre, os trabalhadores, de meia idade, com poder aquisitivo baixo ou mediano ficam fora desses descontos. Ocorre, então, o privilégio para poucos, que, sem o festival, já consomem arte por iniciativa e condições próprias. Sem entrar na questão da gratuidade dos espetáculos, salienta-se o fato de que o preço ideal a ser pago por quem não tem condições é pago por quem as tem, e para os que precisam de esforço para participar do festival têm sua entrada dificultada pelo preço. Temos aqui um problema na fase 3 no sistema de produção de Teixeira Coelho, a troca do bem.

O principal problema nessa fase é apontado muito bem por André Gorz quando afirma que conferimos aos produtos culturais “o valor incomparável, imensurável,

¹¹ Fonte: Site oficial do Porto Alegre em Cena www.poaemcena.com.br.

particular e único de obras de arte, que não possuem equivalentes e podem ser postas a venda a preços exorbitantes” (2005, pág. 11). Elevamos a arte, neste caso o teatro, como algo elitista e precioso, único, fazendo com que apenas aqueles que conseguem pagar tenham acesso a ela, tornando-a mais especial e rara. Isso é o oposto do que almeja a democratização cultural.

O festival busca mudar essa visão, e isso é louvável. Não vamos entrar no mérito se os espetáculos valem ou não mais de 10 reais, pois depende do espetáculo, evidentemente. Mas é necessário avaliar que esse valor, na maioria das vezes e principalmente com os espetáculos internacionais, não é suficiente para custear os gastos com os equipamentos, cenários, locações, passagens e hospedagem, muito menos dar aos atores algum lucro para sobreviverem. Nesse viés, a iniciativa do festival faz com que esses espetáculos que não teriam condições de vir para cá venham, e a preços pagáveis por uma parcela maior da população.

Contudo, pagáveis por quem? Por quem tem esse dinheiro disponível, para quem tem a informação de que o festival vai começar e que essas peças virão e tempo e disposição para passar horas na fila (discutiremos a questão de vendas de ingressos a seguir). De qualquer forma, justo e igualitário não podemos dizer que são esses valores, pois quem mais precisa desses descontos acaba pagando preço cheio para que os patrocinadores e apoiadores possam dar aos seus funcionários e clientes VIPS um agrado especial.

Gorz (2005) ainda faz uma contribuição empírica para essa fase 3, de troca, apresentada aqui. Aborda a questão do valor de troca, no sentido econômico que seria o “quanto isso vale?”, a quantidade de dinheiro com que um bem pode ser trocado. Mas esse autor vai além e afirma que nem tudo é vendável, existem coisas que não tem preço. Se o simbólico pode ser vendido, qualquer um pode ter acesso a ele e seríamos todos iguais e, por consequência, o mesmo. Cada um se apropria do conhecimento, da cultura, da arte, de forma particular, de acordo com as suas experiências com os seus valores, isso não é quantificável, muito menos pode ser trocado por dinheiro.

As riquezas culturais oferecidas pelo Porto Alegre em Cena, as experiências, as trocas, as idéias, as mudanças não podem ser avaliadas no seu sentido econômico. Muito menos podemos julgar se 10,20,30 reais pagam essas riquezas. Essa fase de troca existe para ajudar o festival a se manter e também para não banalizá-lo, pois aquilo que nos é ofertado sem custo costumamos a não dar o seu valor devido. Mas mudanças

nesse sistema de descontos são necessários para que exista uma troca justa de bens. Justiça entre aqueles que de fato precisam do festival para ter um contato com arte e cultura e aqueles que já o tem independentemente da existência do Porto Alegre em Cena. É através do acesso ao festival que se proporciona não o acesso à cultura, mas a criação de novos artistas e cidadãos conscientes.

3.7 Programação e Ingressos

A última pergunta feita aos entrevistados, foi para eles apontarem um ponto forte e um ponto fraco do Porto Alegre Em Cena. Lembrando que não existe uma única resposta, 26 pessoas apontaram como ponto forte a programação do festival, ou seja, a diversidade de peças, a qualidade, a oportunidade que o festival proporciona trazendo os espetáculos internacionais e também o incentivo à cultura gerado neste mês. Tivemos ainda 4 pessoas ressaltando o preço e 1 não soube responder.

Não se pode negar que a programação escolhida pela coordenação do festival é muito interessante. São peças para todos os gostos (teatro comercial, de vanguarda, Oprimido), e de todas as localidades (local, nacional, internacional, tanto América Latina como Europa e Estados Unidos). Esses espetáculos vêm porque o Porto Alegre em Cena tem prestígio o suficiente para trazê-los, de outra forma, se viessem para o Brasil, iriam para São Paulo ou Rio de Janeiro onde o capital cultural gira de forma mais intensa. Quando o fazem, vem a preços exorbitantes, inacessíveis inclusive para a classe média, classe B (a exemplo o Cirque Du Soleil, 350 reais o ingresso sendo 180 o mais barato).

O público do festival, de forma geral, agradece aos olhos do Luciano Alabarse, pois são eles que escolhem esses espetáculos que não são apenas estrangeiros, são espetáculos renomados, de diretores laureados, com atores de sucesso e que fazem sucesso por onde passam. Não basta apenas escolher qualquer espetáculo que não seja daqui, tem que saber escolher aquilo que há de novo, de revolucionário, que propicia um choque de culturas, que nos traga algo diferente do que costumamos ver para que possamos nos apropriar, agregar à nossa cultura e para que possamos ter um outro olhar sobre aquilo que nos cerca, melhorando nossa relação com o outro e com nós mesmos. É preciso um olhar crítico e sensível à todos os gostos.

Em contrapartida, para apontar o ponto fraco do festival, sem que tenha sido antes feita qualquer referência a esse tema, 17 pessoas apontaram o sistema de venda de ingressos como ruim e fizeram diversas reclamações e apontaram suas dúvidas e sugestões; 10 pessoas apontaram a divulgação como ponto fraco; seguidas das 6 pessoas que apontaram o tempo de duração do festival, pois acham que duas semanas é pouco tempo e que não é possível ver todos os espetáculos que gostariam de ver; e 4 pessoas não souberam opinar.

O sistema de vendas de ingressos funciona da seguinte forma: uma semana antes do começo do festival, abre a bilheteria na Usina do Gasômetro em Porto Alegre. Neste ano, como o festival começava dia 08/09/10, a bilheteria abriu dia 29/08/10, em um domingo. É preciso se deslocar até o local e aguardar na fila, em média 5 horas (média de tempo revelado pelos entrevistados durante a pesquisa) para conseguir comprar os ingressos. Contudo, muitas vezes mesmo esperando essas horas, chegando cedo, existem espetáculos que são informados como “esgotados” pela bilheteria.

Primeiro problema: se o indivíduo não foi devidamente avisado da data de abertura da bilheteria, ele já fica sem a maioria dos ingressos para as peças. Se é avisado em cima da hora por um amigo ou conhecido, não sabe que peças que estão em cartaz e não consegue escolher em cima da hora, não consegue se programar para ir tanto na bilheteria quanto no dia da peça, acaba indo nas que sobram ingressos, no final do festival.

Problema número dois: o festival oferece o sistema de vendas de ingressos pela internet. Contudo, os ingressos não podem ser retirados na hora do espetáculo, como funciona na maioria das empresas que oferecem esse tipo de serviço. Normalmente, após efetuada a compra, basta apresentar, no dia, o comprovante de compra e um documento, retirar o ingresso na hora. No caso do Porto Alegre em Cena, apenas é disponibilizada a reserva de ingressos, no máximo dois. Não se pode escolher lugar tampouco. E a pessoa é obrigada a retirar os ingressos na Usina do Gasômetro também, ou seja, de qualquer forma o público é obrigado a comparecer na Usina. Esse procedimento apenas impede que a pessoa fique 5 horas na fila porque, mesmo para reserva na internet, muitos dos espetáculos também constavam com “esgotados” já no primeiro dia (dados fornecidos pelo público durante a entrevista).

Problema número três: o esgotamento dos ingressos. Essa é uma questão complicada que gera muitas dúvidas. Quatro entrevistados afirmaram encontrar os

teatros, que se diziam com ingressos esgotados pela bilheteria, um terço vazios. Ou quando se chega na hora sem ingressos, a bilheteria do teatro local está vendendo, mesmo que na Usina a informação seja “esgotado”. Então, não é possível comprar mais ingressos mas existem muitos lugares vazios nos teatros? Está esgotado, mas na hora ainda se pode comprar?

O que acontece, e foi também já observado por 5 das pessoas entrevistadas, é que muitos ingressos são distribuídos para os patrocinadores como cortesia, só que esses convidados acabam não indo aos espetáculos. Isabel Loss¹², 65 anos, aposentada, deu a sua opinião: “Fui ao Bourbon Country ver uma peça e metade do teatro estava vazio! E quando eu fui lá no Gasômetro comprar ingressos na segunda feira, já estavam esgotadas, como esta peça aqui (Último Tango em Berlim). Por quê? Porque eles distribuem fartamente para os patrocinadores e depois falta para o público”. Marion Custódio¹³, administradora de 60 anos se questiona: “A gente vai para um espetáculo que dizem estar esgotado, tu chega no espetáculo e vê cadeiras vazias, filas inteiras vazias, dois terços do teatro ocupado. Eu não sei o que acontece, esses ingressos foram distribuídos e as pessoas não vão? É uma pergunta a ser feita.”

“O problema dos ingressos é que sempre sobra lugar, mas dizem que está esgotado. Eu acho que eles dão para os convidados e os convidados não tomam conhecimento, o que eu acho uma falta de consideração, acho que não deveriam ser convidados porque não vão vir! Quantas pessoas não perdem a oportunidade de ver?” Maria Beatriz Telles da Rocha¹⁴, 58 anos. Existe a venda desses ingressos de cortesia que não foram retirados, mas segundo as pessoas no local, esses ingressos eram vendidos a preços cheios, independentemente de a pessoa ser idosa, estudante ou estar dentro do grupo de descontos. “Isso é um absurdo! Se já era cortesia, deveria ser de graça! Ou no mínimo aceitem o meu desconto!” Adriana Esteves¹⁵, jornalista de 36 anos.

Não se pode deixar de considerar a necessidade de um patrocinador ou apoiador em projetos como estes. Eles precisam estar do lado dessas iniciativas e como tais, merecem as suas regalias. Unir o nome da empresa a um produto cultural é muito bom para os negócios e é bom também para o produto e para a população. “Não consigo ver

¹² Entrevista concedida à autora em 26 de setembro, antes da peça Último Tango em Berlim.

¹³ Entrevista concedida à autora em 26 de setembro, antes da peça Último Tango em Berlim.

¹⁴ Entrevista concedida à autora em 26 de setembro, antes da peça Último Tango em Berlim.

¹⁵ Entrevista concedida à autora em 26 de setembro, antes da peça Último Tango em Berlim.

nunca uma pessoa que queira investir em cultura como um vilão ou como um espertalhão. O cara que quer investir em cultura é bem-vindo, é um cara de visão” (Zé Vitor Castiel, 2006, pág. 85¹⁶). Mas essa é uma questão que deve ser administrada com mais cuidado. Teatros vazios não são bons para ninguém. Passar por cima de regras de descontos só prejudica o espectador e beneficia o bolso. Isso é questionável, pois não é a isso que o festival se propõe.

3.8 Resultados

Podemos observar, depois da análise feita das entrevistas com o público frequentador do Porto Alegre em Cena, que apesar das inúmeras qualidades do festival, não podemos chamá-lo de democrático, segundo os conceitos de Teixeira Coelho e Augusto Boal aqui adotados.

Tomando como base as quatro fases do sistema de produção, a primeira é executada de maneira brilhante, é o que diz o público. Ótima organização, ótima escolha de espetáculos, programação impecável. A produção do bem (neste caso, do festival) está atendendo à todas as expectativas.

A fase 2 enfrenta problemas graves, a distribuição do bem. O festival é ótimo, mas não alcança à todos. Como já foi dito pelos entrevistados, apenas algumas classes são favorecidas e, para participar, é preciso já conhecer o festival, já ter o hábito de ir à espetáculos, já estar inserido no meio cultural. Então temos aqui um festival que é feito para quem já é familiar às artes. Para aqueles que possuem o seu capital simbólico limitado pelo dia-a-dia da indústria cultural, o festival não colabora para a criação e libertação do lado cultural e artístico deste indivíduo.

Não vemos pessoas de classes baixas no teatro, assim disse um espectador. Vemos sempre as mesmas pessoas todos os anos, dizem outras espectadoras. Está claro que é um festival feito para poucos, que não aproxima e não apresenta o teatro para quem não tem contato com ele. Isso é democrático? Já vimos que não.

É preciso incentivar os indivíduos a encontrarem a arte que todos têm dentro de si, torná-los questionadores, transformadores de sua própria condição. Assim teremos

¹⁶ Entrevista retirada do livro *Encontros com o Professor*, 2006.

cidadãos ativos e conscientes, capazes de transformar não apenas a si mesmos, mas ao seu grupo e à sua sociedade, vivendo todos em uma maior e melhor democracia.

Existe também um problema com a fase 3, da troca. É uma falha, diferente da fase dois que é esquecida. Existe a preocupação em fazer com que o valor de troca por esses espetáculos seja deveras mais acessível, mas não o é para quem mais precisa. Esse valor se torna ainda mais caro quando nos deparamos com as cortesias distribuídas aos patrocinadores e que são descartadas pelos mesmos. Não se nega a necessidade deles e que qualquer projeto que deva satisfações para empresas que visam sempre o lucro mercantil, vai se corromper nesse sentido. Mas mais facilitado do que é a entrada dos patrocinadores deveria ser do público carente culturalmente, pois para que exista democracia, todos precisam ter iguais condições de entrar e participar do festival. Se uns tem menos condições que outros, para esse deveriam ser dadas mais facilidades, assim teremos iguais condições de participação.

Em relação à quarta fase, do consumo, não foram relatados problemas. Após assistir a um espetáculo o público sai satisfeito na grande maioria das vezes, senão não existiriam 17 edições do festival, com freqüentadores assíduos. Segundo os entrevistados, impossível não se encantar e se deixar levar pelos espetáculos apresentados. Mesmo que não se goste do que se vê já é um aprendizado que se leva, uma experiência. Zé Vitor Castiel se manifestou a respeito na mesma ocasião anterior, afirmando que “Toda obra de arte só pode ser considerada como tal se modificar alguma coisa nas pessoas, se ela causar alguma emoção nas pessoas. Acho que o teatro emociona. Ele pode não modificar a pessoa no momento, mas ele emociona.” (2006, Pág. 81.). A troca de cultura acrescenta e adiciona, não é possível ficar indiferente.

Grande parte da cultura que temos hoje é advinda do choque que temos com outras diferentes das nossas. E André Gorz (2005) afirma que quanto mais aberta uma cultura está para novos conhecimentos, novos saberes e novas verdades, mais rica se torna; e quanto mais fechada, enrijecida ela é com os saberes diferentes de outras culturas, mais pobre se torna. Que existe o consumo desse bem (do festival) não se pode negar, mesmo que não seja nos moldes desejados e nem por todos os indivíduos que tem esse direito.

Sendo assim, com o não incentivo e não realização completa da fase 2, problemas na fase 3, que geram demarcação de diferenças entre classes e estilos, exclusão de grupos e favorecimento de outros, podemos de dizer que apesar de Ação

Cultural, o Porto Alegre em Cena não é uma Ação Cultural por excelência. Peca na sua democratização, que se faz tão vital na construção de indivíduos artísticos e, por consequência, de uma sociedade cada vez mais artística.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Porto Alegre em Cena representa aquilo que uma cidade mais quer para si em termos de cultura. É o momento em que a cultura e arte estão em evidência e que a cidade está em evidência para o mundo das artes. Porto Alegre é vista com olhares diferenciados e por olhares diferenciados, e cresce culturalmente para todos os lados. Perante os outros estados brasileiros, temos o conceito de povo culto, povo literário e artístico devido aos projetos culturais que a cidade oferece aos seus cidadãos.

Realizar um projeto cultural não é fácil. Cultura por si só não é algo fácil de ser abordado empiricamente, quem dirá pô-la em prática. Mas a dificuldade não deve ser, como não foi e nem está sendo, empecilho para a realização e concretização de sonhos. Luciano Alabarse teve um sonho e o vem colocando em prática de forma admirável. Teatros lotados, reconhecimento internacional, expansão do festival, tradição gaúcha, porto-alegrense e artística. Um orgulho para os “fazedores de arte” do sul.

Mesmo imerso em inúmeras conquistas, prêmios e destaques, o festival possui pontos a serem revistos e que pecam em sua qualidade. Se é difícil concretizar um projeto cultural, é praticamente impossível que ele não tenha falhas, é verdade. Mas não se trata aqui de analisar falhas burocráticas ou de logística: a análise é mais profunda. As falhas são mais graves.

Ação cultural que é, o Porto Alegre em Cena objetiva uma maior movimentação artística no mês de setembro pela cidade, mas também busca incentivar a população a ir ao teatro, muitas vezes pela primeira vez. Diz-se um festival para todos, voltado para todos e que leva a arte do teatro para todos os cantos da metrópole. Vimos que existem problemas na execução desses objetivos.

Para que uma ação cultural seja considerada excelente, ela precisa ser democrática. Não democrática no sentido de acessível à todos, mas, segundo Teixeira Coelho (1989), precisa existir uma democracia cultural, aquela que não apenas está ao alcance de todos, mas aquela que modifica, que cria, que aproxima e que integra culturalmente. Para que essa democracia cultural exista, 4 fases do sistema de produção de um bem cultural devem ser completas e executadas em sua totalidade, a fase de produção, a de distribuição, a de troca e a de consumo.

Como foi ressaltado no capítulo 3, a segunda fase do modelo de Coelho não foi executada nos moldes culturalmente democráticos. Existe um problema grave com a divulgação do festival que não chega aos grandes grupos. É uma divulgação voltada para o meio artístico, e não para quem não faz parte dele e precisa se inserir para viver com mais qualidade e satisfação e para sentir-se incluído no circuito da arte e de cultura. Os outdoors, os jornais escolhidos, os bunnars e todos os outros materiais são distribuídos somente onde já tem público apreciador da arte do teatro e das outras artes, nunca no metrô, nas universidades, escolas, mercado público, jornais populares e nem em bairros de classe baixa. Participa aquele que já sabe do festival, quem já espera o mês de setembro e quem tem acesso à internet.

Mesmo quem não faz parte do seletivo grupo escolhido para receber informações a respeito do festival, mas que tenha interesse em participar, encontra problemas na compra dos ingressos. Como logo no primeiro dia os ingressos já se esgotam, pela distribuição gratuita aos patrocinadores, quem perde esta data, por não ter sido informado ou saber de última hora, já fica sem poder assistir a um grande número de peças trazidas pelo festival. Se um possível espectador se atrasa um dia, se não está acompanhando diariamente o que aparece no site, perde esta data e perde os ingressos.

O sistema de vendas de ingressos não é o mais favorável a população, que passa em média 5 horas na fila em um domingo, com sol ou com chuva. É um povo muito determinado, esse porto-alegrense. Mesmo assim, muitos chegam ao guichê e não conseguem seus ingressos e se conformam até irem ao teatro e o verem quase metade vazio, com os melhores assentos vagos e nenhuma explicação. O que acontece é que, por um motivo ou outro, aqueles que ganharam ingressos de cortesia não comparecem, privando outras pessoas de ocuparem esse lugar no teatro e assistir à peça (que normalmente é muito requisitada, pois as cortesias são distribuídas para espetáculos internacionais e de grande renome, normalmente. Traz mais prestígio para o patrocinador). Mesmo quando é possível revender os ingressos-cortesia, isso é feito uma hora antes do espetáculo começar e sem a divulgação devida. Ficam sabendo da existência desses ingressos apenas os VIPS que têm amigos e contatos que os alertam a não perderem essa oportunidade. Novamente, quem não é do meio fica em desvantagem e é excluído de participar.

O preço do ingresso é algo muito relevante no festival, baratíssimo se comparado ao preço cobrado normalmente por peças com essa reputação. Contudo,

R\$20,00 continua excessivo para aqueles que vivem de salário mínimo ou com um pouco mais. O modelo de descontos não os ajuda nesta questão, pois quem tem direito a esses descontos é a exceção da sociedade, e não a sua maioria carente (carente de recursos tanto financeiros quanto artísticos). Para aqueles que podem pagar o preço cheio, é dado desconto. Para os que não podem pagar e precisam de ajuda para atender às suas necessidades culturais que não são supridas pelo modo em que vivem, só resta o preço cheio.

Pelo fator preço, ingresso e principalmente divulgação, podemos dizer que, apesar da proposta inicial ser outra, este é um festival voltado para poucos. “Não vejo ninguém de classe baixa nos teatros”, disse o Marcelo de Lima quando entrevistado. Alguns dizem que é por falta de interesse em teatro que as classes baixas não procuram o festival e nem essa arte ao longo do ano. Mas esse costume e esse hábito de valorizar aquilo que enobrece a alma não é algo ensinado em escolas públicas, só em escolas privadas. Aqueles que podem pagar por tudo o que desejam ter, criam o costume de pagar e consumir arte e cultura. Quem não pode pagar por isso, não leva os filhos ao teatro nos finais de semana, e esses filhos crescem sem a vontade e a intenção de fazer parte desse mundo artístico, excluindo o capital simbólico de sua vida, prevalecendo em sua rotina de buscas, somente o conhecimento que pode ser trocado, vendido.

Se o indivíduo não busca esse conhecimento simbólico não desenvolve em si sua subjetividade, seus valores únicos e o bom entendimento de seus conflitos para um melhor bem viver consigo mesmo e com a sociedade. Mead (apud Denys Cuche, 2002) nos alerta para a maneira com que o indivíduo recebe a sua cultura, pois a consequência disso é a formação da personalidade do mesmo.

Deste modo, a personalidade individual não se explica por seus caracteres biológicos, mas pelo “modelo” cultural particular a uma dada sociedade que determina a educação da criança. Desde os primeiros instantes da vida, o indivíduo é impregnado deste modelo, por todo um sistema de estímulos e proibições formulados explicitamente ou não. Isto o leva, quando adulto, a se conformar de maneira inconsciente com os princípios fundamentais da cultura. (2002, pág. 81¹⁷)

Quando oferecemos para as classes mais baixas culturas baixas (como no caso dos espetáculos de descentralização) estamos limitando e doutrinando essa classe a se

¹⁷ Citação retirada do livro de Denys Cuche.

apropriar disso como sendo sua cultura. Por conseqüência, não haverá uma aproximação com a cultura alta, de renome, pois não faz parte do seu mundo. É justamente isso que a democratização cultural busca, essa integração entre todas as formas de cultura, arte e classes, com a intenção de gerar novos questionadores, de libertar o artista dentro de cada um, tornar essa sociedade mais culta e artista para o melhor bem viver comum, geral.

Contudo, no momento em que o festival se tornar um festival de maioria, das massas, aos olhos da indústria cultural, o festival irá perder o seu valor de troca, perde status de bem cultural de luxo, acarretando na sua decadência, possivelmente. É difícil imaginarmos algum artista francês se apresentando para quem não o entende, não o compreende e, porque não dizer, não o aceita e não aprecia sua arte. Esse artista irá onde será bem recebido, notado e apreciado. Se o público é composto dessas classes baixas sem experiências suficientes para compreender o que está sendo passado em cena, para que serve essa encenação? Se ela não agrega, não instiga o espírito, não emociona, não envolve, o que está fazendo ali?

Com o público não culto, não há Porto Alegre em Cena internacional. Sem esses artistas renomados, o que será passado ao público será o mesmo de todo o ano, nada de ineditismo, nada de choque de culturas, nenhum aprendizado novo. O Porto Alegre em Cena perderia a força, o poder de gerar oportunidades únicas e de enriquecer a alma dos participantes.

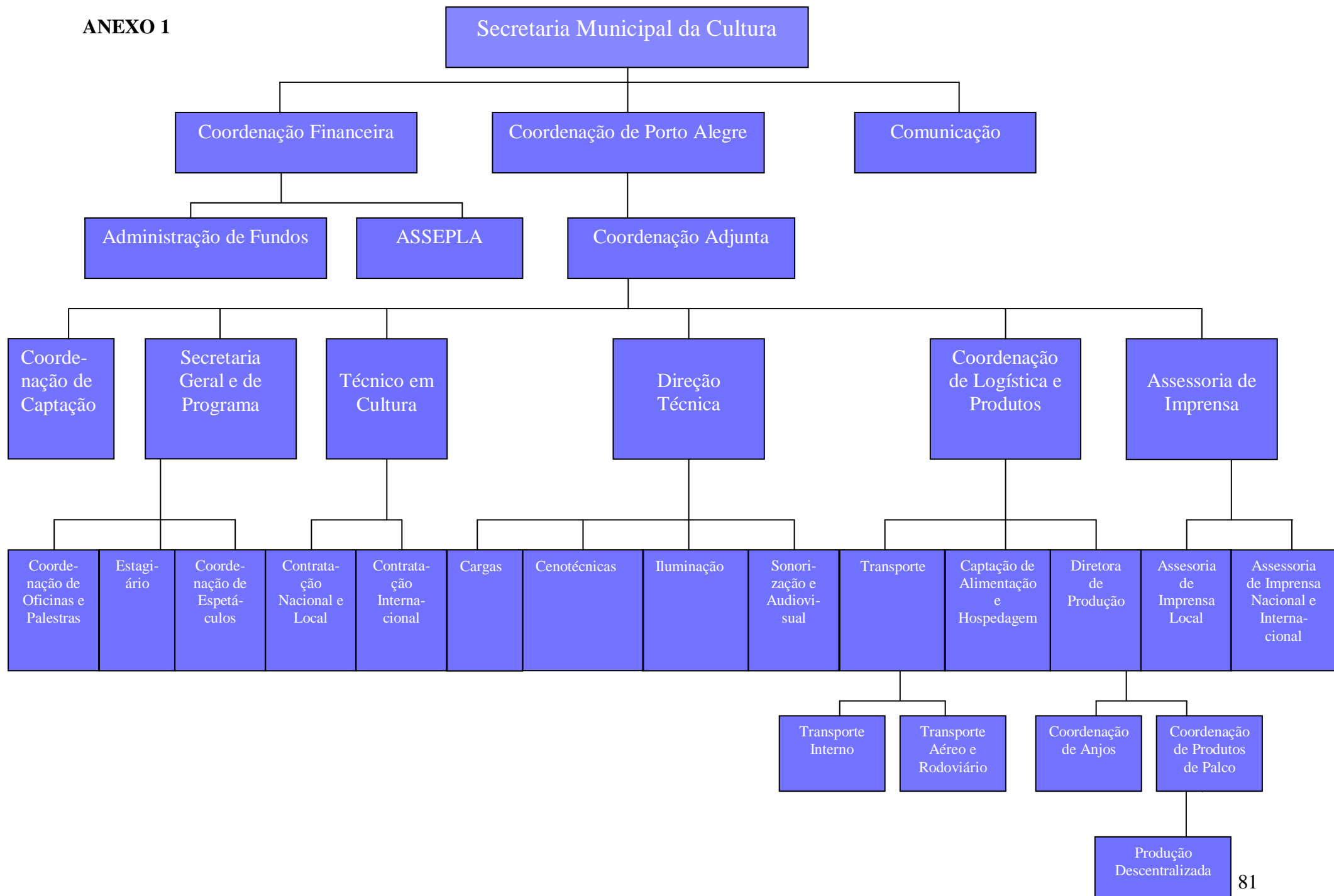
Não podemos negar o fato de que se um grupo não se interessa por teatro ou por artes de uma forma geral, não cabe ao Porto Alegre em Cena criar o hábito e educar as pessoas para isso. Entretanto, é possível afirmar que muitas pessoas e grupos que possuem, sim, interesse e vontade de conhecer mais sobre o assunto, ficam de fora por não terem as informações de quando o festival começa, quais os espetáculos, os dias de venda dos ingressos, etc. Falta um estímulo, também, para incentivar aqueles que não estão acostumados a ir ao teatro a comparecerem com mais freqüência. O festival não tem o dever de educar, mas tem o poder de ocasionar mudanças comportamentais nos indivíduos da sociedade porto-alegrense. Com suas peças internacionais e seu alto prestígio, pode gerar um público espectador de teatro ao longo de todo o ano, pode formar artistas, incentivar o consumo de arte e gerar uma sociedade melhor, mais culta, mais questionadora, mais artística e, principalmente, mais justa.

REFERÊNCIAS

- ALABARSE, Luciano. *Porto Alegre em Cena 15 Anos*. Porto Alegre: Proletra. 2008
- BOAL, Augusto. *A Estética do Oprimido*. Rio de Janeiro: Garamond. 2009
- BOURDIEU, Pierre. *A Produção da Crença – contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. Porto Alegre: Zouk. 2008
- COELHO, Teixeira. *O que é Ação cultural*. São Paulo: Brasiliense. 1989
- CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Bauru: EDUSC. 2002
- GIL, Antônio Carlos. *Estudo de caso*. São Paulo: Atlas, 2009
- GORZ, André. *O Imaterial – Conhecimento, Valor e Capital*. São Paulo: Annablume. 2005
- HALL, Stuart. *Cultural Representations and Signifying Practices*. London. 1997
- MORO, Antônia Spohr. *Relatório final de Estágio Supervisionado – Porto Alegre em Cena*. Porto Alegre. 2007
- ORTIZ, Renato. *A Moderna Tradição Brasileira – Cultura Brasileira e Indústria Cultural*. São Paulo: Brasiliense. 1995
- OSTERMANN, Ruy Carlos. *Encontros com o Professor – Cultura Brasileira em Entrevista*. Porto Alegre: Tomo Editorial. 2006
- RÜDIGER, Francisco. *Theodor Adorno e a Crítica à Indústria Cultural – comunicação e teoria crítica da sociedade*. Porto Alegre: EDIPUCRS. 2004
- YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman, 2001

ANEXOS

ANEXO 1



ANEXO 2

Roteiro da entrevista

Costuma vir ao festival?

Porque escolheu esta peça?

Como ficou sabendo da programação do PoA em Cena?

Consideras a divulgação efetiva?

Achas que o festival te proporciona acesso à cultura, inclusão no cenário artístico? Isso ocorre com todas as classes e grupos porto-alegrenses?

Costumas ir ao teatro ou só no Em Cena? Existem dados que mostram que o porto-alegrense vai em massa ao teatro na época do festival, que esperam o festival para assistir, muitas vezes, a sua primeira e única peça do ano. Porque acha que isso acontece?

Qual o ponto forte e o ponto fraco do Porto Alegre Em Cena?