

JORNADA DE

VIVER DE ARTE

#02

JANEIRO 2022

JORNADA DE

pen
sa
men
to.



VIVER DE ARTE

EDIÇÃO #02
JANEIRO 2022

realização:



INSTITUTO
DRAGÃO
DOMAR



PORTO
DRAGÃO
CENTRO CULTURAL



CEARÁ
GOVERNO DO ESTADO
SECRETARIA DA CULTURA

VIVER DE ARTE

**REINVENÇÕES,
INOVAÇÕES
E NOVOS
FUTUROS**

FORTALEZA, 2022

APRESENTAÇÃO

NA BUSCA DE CAMINHOS PARA A ECONOMIA DA CULTURA:
UM FUTURO PRÓXIMO 06

Ivan Ferraro

QUANDO O CORRE DA ARTE TRANSFORMA A VIDA 08

Raquel Gadelha

ARTE, RESILIÊNCIA E CRIATIVIDADE: REINVENTANDO FUTUROS 10

Luciana Guilherme (curadora)

EIXO 1: A ECONOMIA DA CULTURA

VIVER DE ARTE NOSSA URGÊNCIA É POR DIGNIDADE 13

Patrícia Mariah

FINANCIAMENTO DA CULTURA COM FOCO NA INCLUSÃO 18

Custódio Almeida

EIXO 2

CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO EM TEMPOS DE CRISE

O QUE ROLOU COM NÓIS DURANTE A PANDEMIA [VIDEO] 24

Nóis de Teatro

DO PRESENCIAL AO VIRTUAL 25

Vinícius Piedade

TEMPOS DE GUERRA 28

Andréa Alves

FAVELA, EMPODERAMENTO E OPORTUNIDADE 35
Flávia Almeida e Helen de Sá

COMUNIDADES [VIDEO] 37
Dríade Aguiar

EIXO 3

PENSANDO SOBRE NOVOS CAMINHOS E OPORTUNIDADES

ITAÚ CULTURAL PLAY:
A CENTRALIDADE NO AUDIOVISUAL BRASILEIRO 40
Camila Fink

AS CONSTANTES MUDANÇAS DE PLATAFORMAS E
A NECESSIDADE DE ADEQUAÇÃO DO MERCADO DA MÚSICA 43
Daniel Ganjaman

SEJA REDE EM UM MUNDO MUTANTE 47
Verônica Marques

A CASA DO AMOR E SUAS REDES
DE CONHECIMENTO E COLABORAÇÃO 50
Saymo Luna

EXTRAS

PROGRAMAÇÃO DA JORNADA 53


MINI-BIOGRAFIA PARTICIPANTES 56

FICHAS TÉCNICAS 60

APRESENTAÇÃO



NA BUSCA DE CAMINHOS PARA A ECONOMIA DA CULTURA: UM FUTURO PRÓXIMO



Mesmo que sejam evidentes as potências dos setores criativos no Brasil, muitos impactos ocorreram na economia da cultura durante a pandemia. Na ambiência da crise sanitária, as artes performáticas foram diretamente afetadas, e milhares de espetáculos e apresentações foram cancelados em todo o mundo. Contudo, com criatividade e inovação, profissionais e empreendedores culturais, diante da crise, abriram novos caminhos e oportunidades para o desenvolvimento de suas atividades e seus empreendimentos, apresentando uma série de iniciativas para o campo cultural, inovando e reinventando práticas, fazeres e processos de trabalho.

Dessa forma, trouxemos para este seminário questões que norteiam os principais aprendizados que a pandemia trouxe para profissionais e empreendedores culturais no desenvolvimento de suas atividades econômicas. Como esses aprendizados contribuirão na retomada econômica dos setores culturais no período pós-pandemia? Analisando o campo cultural e criativo, e suas dinâmicas econômicas nos ambientes físico e digital, quais oportunidades se apresentam no futuro pós-pandemia para o desenvolvimento dos empreendimentos criativos? A economia da cultura pode contribuir para a retomada econômica do Brasil. Considerando as trajetórias profissionais, as principais dificuldades e as inovações vividas nesse período para garantir o exercício pleno dessas atividades, quais obstáculos nos ensinaram profissionalmente? O que desse aprendizado será levado para essa fase de retomada das atividades presenciais?

A criação e a atuação profissional junto a comunidades, redes e plataformas correspondem a uma realidade que já vem desde antes da pandemia. No entanto, essa crise evidenciou ainda mais a necessidade de atuar colaborativamente. Nesse sentido, de que forma a atuação em rede contribui para o fortalecimento de artistas, profissionais e empreendedores culturais e criativos? Quais as principais dificuldades e o principal fator mobilizador para a criação e participação em uma comunidade, rede ou plataforma? Como garantir a sua continuidade e o seu desenvolvimento?

As plataformas de redes sociais e de *streaming* foram uma verdadeira revolução. Os usuários deixaram de ser passivos e assumiram um papel fundamental na interação, na criação, na produção e no consumo de conteúdos. Junto com essas mudanças, surgiram novas tecnologias e processos de monetização. Considerando-se a relação do campo cultural e seus diversos setores, qual a principal contribuição dessas plataformas no fortalecimento de artistas, profissionais e empreendedores criativos? Quais os principais mecanismos de monetização das plataformas junto aos profissionais e empreendedores criativos e culturais? Como funcionam estes mecanismos?

O desenvolvimento de profissionais e de empreendedores do campo cultural e criativo passa diretamente pela participação e articulação em redes de conhecimento e de colaboração. É fundamental conectar-se e atualizar-se de modo contínuo. E é por esse motivo que o Seminário Jornada do Pensamento traz todas essas indagações, a serem apresentada e discutidas por um grupo de profissionais de várias regiões do Brasil com agentes culturais do Ceará, a fim de construir e fazer parte dessa rede de conhecimento e colaboração de modo que iniciativas ou atividades profissionais contribuam com a geração de conhecimento e a ampliação de oportunidades no campo da economia criativa.

Ivan Ferraro
Gestor Executivo do Hub Cultural do Ceará

QUANDO O CORRE DA ARTE TRANSFORMA A VIDA

A Jornada do Pensamento fala sobre conexões entre pessoas e ideias; entre artistas e financiamento; entre estratégia e cultura. É um evento fundamental porque catalisa o propósito maior do equipamento que o realiza, o HUB Cultural do Estado do Ceará, que estimula a autonomia e o desenvolvimento dos profissionais e, ao mesmo tempo, fomenta novas iniciativas da área.

O evento, em forma de webinar, teve sua segunda edição em 2022 e foi planejado ainda em 2019, mas executado e realizado em 2020, durante a pandemia de covid-19. Aconteceu, portanto, quando todos percebemos a necessidade premente de sobreviver como sociedade, de lembrarmos do que nos faz humanos, e os sentidos que damos à vida. No entanto, os artistas e profissionais da cultura sentiram também, de forma acentuada, a fragilidade de seu mercado e a importância da sustentabilidade dos profissionais que ficam à frente e nos bastidores dos palcos. Em sentido amplo, expôs a necessidade de reflexões e de construção de novos modos e alternativas viáveis para quem deseja viver de arte.

Desde 1990, no pós-redemocratização, o campo cultural reivindica de forma organizada maior participação social, assim como oferta de capacitação técnica e espaços de trabalho para seus profissionais. Assim, hoje contamos com leis de incentivo, maior volume de recursos públicos aplicados no setor, editais, maior número de equipamentos, mais escolas de formação etc. No entanto, ainda precisamos avançar na criação e na ampliação de mercados.

A cultura, além de ser um pilar essencial de expressão do ser humano, é vetor de acesso à cidadania. Tal condição implica que o artista e outros trabalhadores desse campo tenham a mesma possibilidade de realização econômica e independência que as outras áreas profissionais podem oferecer. Assim, o HUB Cultural do Estado, e mais especificamente a Jornada do Pensamento, são pedras angulares para proporcionar, por meio de reflexões e tensionamentos, esse desenvolvimento.

O programa, que potencializa políticas públicas da Secretaria da Cultura do Estado do Ceará (Secult Ceará), é um acelerador de novos negócios culturais, com um ambiente de criação, capacitação e prototipação que proporciona aos artistas, realizadores, produtores e técnicos um ecossistema colaborativo e de relações sociais que ampliará oportunidades, empregabilidade e geração de renda.

Os seminários que compõem a Jornada do Pensamento, voltados para os modelos de negócios no campo artístico e na economia da cultura, trazem a cada edição novas contribuições para essa esfera do fazer humano, vindas de áreas mais voltadas à administração – como gestão, planejamento, marketing, relações com o público, comunicação digital, comunicação pública e privada –, mas ainda alicerçadas nas especificidades da arte e da cultura. Os artistas e profissionais da cultura respondem a essas e outras possibilidades com a capacidade de repensar a si e à própria produção com criatividade e paixão. É de se esperar, portanto, que em breve possamos registrar em dados mais concretos o impacto de mais essa iniciativa para o crescimento do setor.

Desse modo, para nós, do Instituto Dragão do Mar (IDM), gerir o HUB Cultural do Ceará e participar das transformações propostas por meio da Jornada do Pensamento é também uma forma de contribuir na construção de políticas públicas que transformem positivamente o ecossistema da cultura e suas cadeias produtivas.

Rachel Gadelha

Diretora-Presidenta do Instituto Dragão do Mar

ARTE, RESILIÊNCIA E CRIATIVIDADE: REINVENTANDO FUTUROS

Os últimos dois anos foram muito desafiadores. Vivemos uma crise sanitária planetária que nos colocou em xeque, fazendo-nos refletir sobre a nossa existência enquanto humanidade, sobre caminhos e práticas para a construção de novos futuros. Fomos afetados em múltiplas dimensões. E, ao sermos colocados frente a frente com o imponderável e com o desconhecido, tivemos de nos reinventar e (re)descobrir novas formas de nos relacionar e de viver nesse ambiente incerto.

No meio de tudo isso, a importância da arte e da cultura se tornou mais evidente. Para além do prazer da fruição, para além do entretenimento, para além do conhecimento e da expansão de consciência, a arte nos proporcionou saúde mental. No entanto, o campo da cultura foi um dos mais afetados economicamente. O cancelamento de eventos, espetáculos e demais atividades presenciais geraram efeitos devastadores para os fazedores de cultura, que em sua maioria são micro e pequenos empreendedores ou profissionais autônomos.

Ao mesmo tempo, a criatividade de artistas e profissionais da cultura, aliada às tecnologias digitais, gerou uma produção artística extremamente profícua e inovadora, descortinando caminhos ainda não imaginados. O universo on-line se expandiu com produções artísticas em plataformas digitais, criando possibilidades de difusão e consumo, por meio de novos modelos de negócios e processos de monetização. A colaboração em redes, apesar de ser uma realidade crescente pré-pandemia, tornou-se ainda mais necessária e demonstrou a força do coletivo, de processos de cocriação e de inteligência coletiva. Na segunda edição da Jornada de Pensamento, mergulhamos nessas reflexões com olhar crítico, embora esperançoso. Apontamos desafios e caminhos possíveis para o fazer artístico pós-pandemia, evidenciamos estratégias e possíveis trajetórias para o fortalecimento e a profissionalização de um campo que, apesar de rico culturalmente, ainda se encontra economicamente frágil.

Seja bem-vindo a essa Jornada!

Luciana Guilherme
curadora

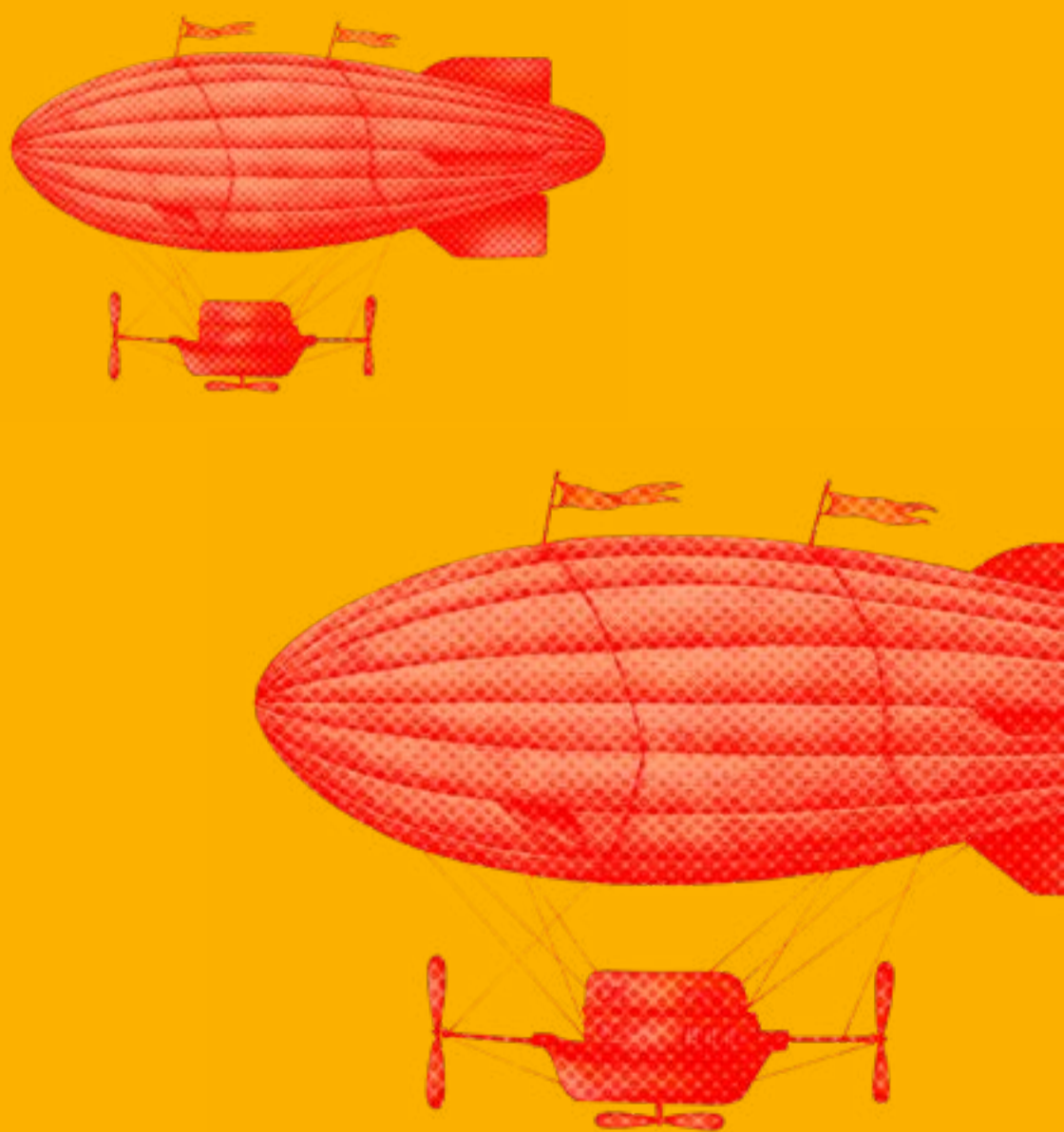
EIXO 1

PENSANDO

A ECONOMIA

DA CULTURA

Pensar a economia da cultura no pós-pandemia é ousar em caminhos e possibilidades, é aprofundar o debate sobre estratégias de equidade num país diverso culturalmente e fundado na desigualdade. É ter o olho no passado, no presente e no futuro, entendendo que são tempos simultâneos. Se a economia da cultura se constitui nas dinâmicas da rua, é vivência cotidiana e precisa ser fomentada não de maneira pontual, mas de maneira estruturante. Como vetor e estratégia de desenvolvimento centralizado no humano, a economia da cultura é fortalecida no que cria, no que faz, no que tece, no que combina e se mistura no coletivo, na fruição e no consumo, na troca e no acesso à cultura.



VIVER DE ARTE: NOSSA URGÊNCIA É POR DIGNIDADE

Patrícia Mariah / Coord. Planej. e Desenvolv. Institucional – CODIP / Secult-CE

**“NÓS TEMOS DE TER
CORAGEM DE SER
RADICALMENTE VIVOS.
E NÃO NEGOCIAR
SOBREVIVÊNCIA.”**

Ailton Krenak

Começo esse texto situando o meu local de fala a quem o lê. Sou mulher negra, gorda, bissexual, nordestina, vinda da periferia, artista, produtora cultural, pesquisadora, professora, escritora e, atualmente, funcionária terceirizada da Secretaria de Cultura do Estado do Ceará (Secult-CE). Essa resumida apresentação localiza a minha fala e evidencia para onde segue meu olhar ao querer discutir a economia da cultura. É fundamental reviver, nessa conjuntura, os objetivos estabelecidos na construção do Plano Nacional de Cultura (PNC), em 2010, que busca a equiparação do acesso e da manutenção cultural em nosso país, e para isso é necessário romper com os “desequilíbrios entre regiões e as desigualdades sociais – realimentadas por discriminações étnicas, raciais e de gênero” (p. 11).

Essa missão tem seus pilares em três dimensões: simbólica, cidadã e econômica, quando trazemos para a conjuntura atual, em que estamos vivenciando um momento histórico de derrocada dos direitos humanos e políticos, fruto de um governo federal que enxerga a cultura como algo “desnecessário” e que negligencia a potência do setor criativo na economia nacional. Somos cerca de 4% do Produto Interno Bruto (PIB) do

Brasil. Envoltos nesse cenário temos todas as limitações e perdas oriundas da pandemia de COVID-19. O setor cultural foi o primeiro a parar suas atividades e ainda está lutando por um retorno seguro, após 2 anos de pandemia, e nesse tempo ficaram mais do que comprovados a importância e o peso da cultura para todos os brasileiros. Desta forma, faz-se necessário e urgente falar sobre economia da cultura, profissionalização e leis de seguridade social para todo um ecossistema cultural.

Um exemplo palpável para esse debate em relação à integração das três questões apontadas acima, principalmente no momento atual, e para pensarmos o pós-pandemia é o processo de implementação das ações realizadas pela Lei Aldir Blanc de Emergência Cultural (Lei

14.017 de 29 de junho de 2020, oriunda do PL 1075) no setor cultural. Tal ação, fruto de um movimento de institucionalização da cultura pública, democrática e cidadã quase inédito em nosso país, revela os desafios propostos pela Lei:

[...] O processo de criação e aprovação da Lei de Emergência Cultural Aldir Blanc (Lei no 14.017/2020). Sancionada em junho de 2020, em decorrência da pandemia de COVID-19, o mecanismo repassou três bilhões de reais (cerca de 580 milhões de dólares em dezembro de 2020), provenientes do Fundo Nacional de Cultura, aos Estados, Distrito Federal e municípios brasileiros para aplicação em ações emergenciais, tais como: renda mensal a trabalhadores da cultura, subsídio para manutenção de espaços, editais, prêmios e chamadas públicas. Os recursos financeiros são os maiores já investidos em uma ação para a cultura e as artes no Brasil, superando até mesmo programas de grande repercussão e capilaridade, como o Cultura Viva.

Embora seja um ato de caráter circunstancial, com uma série de problemas de ordem prática, como demora na regulamentação por parte do governo federal, curtos prazos para execução orçamentária e falta de estrutura dos governos locais, a proposta reacende debates importantes para as políticas culturais brasileiras, lançando luz sobre o Sistema Nacional de Cultura e a gestão descentralizada de recursos. Contudo, o que mais chama a atenção é o fato de a Lei Aldir Blanc irromper – em meio a um governo de perfil conservador e uma grave crise sanitária, política e econômica – a partir da integração de movimentos civis, articulados com parlamentares dos mais diversos espectros políticos, da esquerda à direita.

(BRIZUELA; MELO, 2021, p.47)

Por conseguinte, a LAB acelerou um deslocamento do debate público sobre condições de trabalho, economia, e ao meu ver o mais importante, a regionalização e a distribuição de verbas públicas a setores artísticos historicamente negligenciados. Embora ainda seja desconhecida uma visão nacional ampla sobre o real impacto da Lei, haja vista sua execução não estar totalmente finalizada, já se tem conhecimento de pesquisas em curso sobre repercussão da LAB, tanto a nível nacional como a nível estadual e municipal.

Pensar a emergência no setor cultural é disputar o lugar da institucionalidade da cultura, a busca pela

democratização do acesso e a construção de políticas públicas de permanência para todo um ecossistema cultural. Devemos nos atentar ao fato de não estarmos falando de uma economia para subsistência, como muitas vezes a economia criativa é enquadrada; afinal, como viver de arte para além de sobreviver?

Experenciemos com a LAB reflexões coletivas sobre a construção de políticas públicas institucionalizadas. E nesse ponto é fundamental descentralizar a monetarização da cultura, que perpassa região, linguagens artísticas, classe social, gênero, raça e tantas outras questões. Os mapeamentos que as leis emergenciais podem trazer são positivos e preocupantes, pois à medida que temos um alcance maior das políticas isso nos conduz para uma horizontalização da cultura e nos exige uma desestruturação do olhar para o acesso e para a mobilidade dentro do ecossistema social do campo cultural. O emergencial é crucial para a forma como vamos discutir o futuro, ele nos coloca no lugar de incidir para luta por permanência e o mínimo de seguridade. E o que falta?

Vou entrar em campo cheio de suturas e, sem dúvida, desconfortável, mas sem ele é impossível chegar a um lugar comum, pois nos falta consciência de classe. Com a pandemia vivenciamos de formas múltiplas as realizações das nossas atividades, nos reinventamos e continuamos a fazer isso. Mas sofremos com a falta de reconhecimento profissional no meio artístico, o pouco conhecimento das legislações para captação de recursos ou até mesmo a gestão de editais (destaco aqui a grande parcela de profissionais que ainda tem dúvidas de como submeter ou prestar contas dos recursos recebidos).

E, nesse ponto, mais uma vez resalto os dados que a LAB vem nos fornecendo. É expressiva a parcela de profissionais que declaram ser a primeira vez que estão executando verbas de editais municipais, estaduais e federais. Nessa perspectiva, vejo que é necessário nos conscientizarmos do valor do nosso trabalho enquanto classe artística e nos reconhecemos como uma classe trabalhadora que tem o seu papel e sua importância reconhecidos pela população brasileira, agora mais do que nunca. É premente incidirmos frente às legislações governamentais em busca de políticas retributivas, ou seja, caminharmos para leis que assegurem que a nossa classe trabalhadora tenha políticas públicas de permanência, a fim de que possamos viver de arte com dignidade.

No entanto, leis como a Aldir Blanc ou até mesmo a Proposta de Lei Paulo Gustavo¹, de autoria do senador Paulo Rocha (PT-PA), têm o caráter emergencial e, apesar de inegáveis importância e benefícios para esse período conturbado do nosso setor, não garantem a continuidade dos recursos, principalmente para uma parcela do setor cultural que não tem o espaço nas grandes mídias ou que não domina plataformas e *streamings*.

Dizer que o futuro é híbrido de multilinguagens, principalmente pós-pandemia, nos coloca a refletir sobre precarização do fazer artístico neste período de extrema urgência, pois sabemos que adentrar no mundo digital exige tempo e estudo. No entanto, vejo que a cada dia as expectativas com mundo virtual e suas infinitas possibilidades de acessar esses lugares vêm nos colo-

cando muitos desafios, não só para o fazer artístico, mas também para nossas instituições e para pesquisadores da cultura no Brasil.

Esses desafios vão contabilizar como acesso, mapeamento de profissionais e ações, participação da sociedade no meio digital, formação por meio de plataformas e *streamings*, informatização de equipamentos culturais e tantas outras adversidades trazidas pela pandemia de Covid-19. No entanto, algo que é crucial para o melhoramento dos nossos serviços requer tempo e pesquisa, ainda escassos e engolidos pelas urgências da vida prática e das crises que vivemos. Acredito que associar tecnologias e arte é democratizar ainda mais o acesso ao direito à cultura, assim como o fomento às artes deveria ser um dos recursos para acelerar esses avanços das três dimensões trazidas pelo Plano Nacional de Cultura.

1. A Lei Paulo Gustavo tem como proposta liberar R\$ 3,8 bilhões do Fundo Nacional da Cultura (FNC), a serem distribuídos por estados e municípios por meio dos fundos estaduais e municipais de cultura.

Outro aspecto que julgo importante e engloba muitos pontos expostos aqui é o trabalho em rede. Nesse período, e para a posteridade, aprendemos como trabalhar com parceria e apoio dos nossos é eficaz para continuarmos a luta pela cultura brasileira e fazer o dinheiro circular em nosso ecossistema cultural e, desse modo, garantir um direito assegurado por lei de exercer nosso trabalho com dignidade. Não podemos mais negociar a nossa sobrevivência, para assim garantir a todos o direito ao acesso à cultura de forma democrática e horizontal.

Para finalizar, gostaria de agradecer ao Centro Cultural Porto Dragão e à Secretaria de Cultura do Estado do Ceará, nas figuras de Fabiano Piúba e de Pedro Tourinho, por contribuírem e estimularem esse debate riquíssimo, necessário e urgente.



FINANCIAMENTO DA CULTURA COM FOCO NA INCLUSÃO

Custódio Almeida / Cientista Chefe da Secult-CE

2. O Programa Cientista-Chefe do Estado do Ceará, criado pela Lei nº 17.378, de 4 de janeiro de 2021 e gerenciado pela Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Funcap), mobiliza a inteligência acadêmica para as aplicações diretas das teorias, metodologias, ferramentas e outros produtos na gestão pública, com notável aproveitamento de tempo e diminuição de distâncias burocráticas.

3. Sobre esse tema, recomendo a leitura do livro da Profa. Marilena Chauí: *Cidadania cultural – O direito à cultura*, publicado pela editora Perseu Abramo em 2006.

O “PROGRAMA CIENTISTA-CHEFE” DA CULTURA²

Cultura é toda obra humana. Todos os produtos da ação humana, sejam eles hábitos, crenças ou conhecimentos filosóficos, artísticos, religiosos, científicos, tecnológicos ou de qualquer outra denominação compõem o que denominamos cultura, em sentido amplo. No entanto, na vida cotidiana, há o entendimento de que ela envolve especialmente as diferentes áreas e linguagens artísticas, suas manifestações e seus produtos; nesse caso, trata-se de uma compreensão mais restrita e que diz respeito às ações criativas, técnicas e educativas nas diferentes artes e suas distintas produções e manifestações. No Plano de Gestão 2019-2022, da Secretaria da Cultura do Ceará, encontramos essa definição de cultura do secretário Fabiano Piúba:

Cultura é no mínimo dois, disse certa vez Gilberto Gil, portanto só podemos pensar em fazer cultura no plural na nossa relação com o mundo e com o outro a partir de nossas identidades. Cultura é ser e estar no mundo. É perceber o mundo e se relacionar com o outro. Cultura é atribuir sentidos e significados à vida em sociedade. Cultura é civilização, este conceito tão relevante nos dias atuais. Cultura é um saber/fazer comum, portanto, solidário e comunitário em sua dimensão mais bonita e vasta de transformação social. Cultura é economia e cidadania. Cultura é identidade e diversidade. Cultura é o canto de um povo de um lugar. Cultura é cultivo. Ela nos floresce e nos frutifica.

(Plano de Gestão 2019-2022, p. 7-8).

Foi seguindo esse entendimento que iniciamos a execução do Projeto Cultura, Inovação e Inclusão Social no Ceará, no âmbito do Programa Cientista-Chefe da Funcap, por meio do qual a Secretaria da Cultura do Estado do Ceará passou a ocupar um espaço distinto e qualificado na pesquisa científica no campo da cultura. O projeto se referencia na noção de cidadania cultural, ou seja, compreende a Cultura como direito fundamental do cidadão e como direito à criação desse direito por aqueles que, sistemática e deliberadamente, são excluídos do direito à cultura³. A cultura é também entendida como eixo estruturante da vida comunitária das várias regiões e cidades do Ceará, na capital e no interior, e da ges-

tão pública que, simultaneamente, projeta um conjunto de ações voltadas para a inclusão e o desenvolvimento integral e sustentável, contribuindo para redução de vulnerabilidades e desigualdades sociais interseccionais (gênero, raça e classe) de forma intersetorial e transversal com as políticas de estado.

A CULTURA COMO OBRIGAÇÃO DO ESTADO

O Estado é um agente imprescindível ao fomento, ao financiamento, à garantia e à sustentação da cultura nas suas diversas formas de manifestação. De acordo com a Constituição brasileira, em seu art. 215: “O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais”. Isso significa que a cultura, especialmente a artística, exige formação, investimento e manutenção, ou seja, não deve ser entendida como uma obrigação da iniciativa privada e nem deve ser abandonada ao espontaneísmo e à mera reprodução do já estabelecido e vigente. A cultura (artística, alimentar, desportiva etc.) se alimenta de criatividade, de pesquisa (em sentido amplo e estrito), de dedicação, de intercâmbios, de experimentos e, fundamentalmente, de liberdade de expressão, sem compromissos primários com resultados, apesar da importância de se ter, também, produtos e resultados nas atividades culturais. Isso justifica o lugar fundamental e indispensável do Estado, porque não se deve jamais conceber necessidades básicas do processo de humanização como despesas ou gastos que poderiam ser evitados. A cultura, assim como a Educação, é um bem de natureza pública, ou seja, é “coisa pública” por natureza, mesmo quando administrada por instituições privadas. E como não se pode esperar que empresas privadas priorizem investimentos “a fundo perdido”, cabe ao Estado assumir esse lugar.

No estágio em que se encontram as políticas e a organização da produção cultural no Brasil, há que se defender o investimento direto do Estado na cultura, ou seja, é preciso que nos orçamentos dos diferentes en-

tes federados (União, estados e municípios) haja a previsão e a provisão para a cultura, da forma mais ampla, diversa e inclusiva possível. É imperativo ter clareza sobre os diferentes níveis de desenvolvimento cultural: do estável e constante ao instável e esporádico; do que segue processos com planejamento, organização e cronogramas aos desorganizados, espontâneos, pontuais, sazonais e marginais; dos que têm mercado definido e dos que nem são reconhecidos e ainda precisam “abrir portas” e conquistar público; da companhia empresarial de teatro bem-estruturada, das regiões metropolitanas ao cantador repentista do interior do Nordeste. Nesse sentido, não é possível imaginar que o Brasil possa sustentar as políticas culturais apenas por meio de leis de incentivo que, por definição, não carregam nenhuma obrigatoriedade de investimento, além de atenderem aos interesses de empresas e de pessoas já iniciadas em trabalhos culturais.

É importante cuidarmos para que as leis de incentivo não ocupem o lugar necessário (obrigatório) e estratégico do Estado, pois os pro-

cessos culturais não podem continuar a ser concebidos como contingentes (que podem ser e de igual modo podem não ser); precisamos, ao contrário, defender a cultura como um bem necessário (que não pode deixar de ser). As leis de incentivo são muito importantes para o seu financiamento, mas há que se admitir que elas somente atingem algumas “fatias” do complexo “mundo” cultural, notadamente os que já têm organização, um certo grau de estabilidade, mercado definido (público consumidor) etc. O problema é que o “resto” talvez represente o maior volume potencial de produção e desenvolvimento cultural, e o “resto” são os excluídos que estão invisíveis.

É importante considerar que essa compreensão de que as leis de incentivo não podem substituir o financiamento direto do Estado não significa negar a sua grande importância para o desenvolvimento da cultura no país. Elas compõem o complexo mundo da cultura e de seu fomento e financiamento, dão respostas aos nichos específicos e que carecem delas para se desenvolverem. Na situação de carência e enorme falta de investimentos na cultura no Brasil, essas leis ganham uma importância singular. No entanto, vale repetir, elas jamais poderão ocupar o lugar do Estado⁴, pois o Poder Público é indispensável para garantir a afirmação da cultura em sua complexidade e diversidade.

4. Consideremos aqui o Estado como o Poder Público exercido pela União, pelos estados e pelos municípios, todos eles de fundamental importância para o fomento, o financiamento e a sustentação da cultura.

5. Na verdade, o que se conhece como Lei Rouanet nem é o Pronac na sua inteireza, mas apenas um de seus mecanismos (o Mecenate – renúncia fiscal), que, de fato, é o que mais funciona na Lei, seguido do Fundo Nacional de Cultura, que é um mecanismo muitíssimo importante e

que ainda pode ser fortemente incrementado; o outro mecanismo, o Ficart (Fundo de Investimento), que poderia ser o principal canal para investimentos privados, é inoperante, e isso se deve fortemente ao mecenate, que atrai o interesse dos empresários em função da renúncia fiscal.

O simplório não é adequado à cultura, portanto, além das leis de incentivo, outros mecanismos precisam ser criados para ocupar os muitos espaços vazios e carentes de fomento de financiamento. Editais, fundos de cultura, crédito, renda mínima etc. são mecanismos que precisam ser multiplicados nos níveis federal, estadual e municipal; além disso, a União, os estados e os municípios devem aprovar orçamentos específicos para investimentos diretos. Porém, para além das críticas que possam ser feitas sobre o modus operandi do uso das leis de incentivo, a carência nos obriga a defendê-las antecipadamente. Apenas para se ter uma ideia do quanto elas precisam de reformulações, citemos o Programa Nacional de Apoio à Cultura – PRONAC (Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991), informalmente conhecido como Lei Rouanet⁵. Trata-se de uma lei que lança mão de recursos públicos para financiar editais e projetos, não incentivando o aporte de recursos para a cultura pela iniciativa privada, já que o consumo de recursos públicos pela renúncia fiscal do Estado interessa mais às empresas do ponto de vista financeiro. A renúncia fiscal do Poder Público é a grande e quase única fonte de recurso. Portanto, precisamos de leis de incentivo que atraiam o investimento privado, ampliando o atendimento de demandas. Obviamente que isso não dispensa o Poder Público de investir, mas, ao contrário, torna possível a expansão, a diversificação e a democratização dos investimentos, fazendo jus à primeira frase desse parágrafo.

A IMPORTÂNCIA DA UNIVERSALIZAÇÃO DA CULTURA

Educação e cultura: essa é a relação imprescindível para qualquer processo de universalização da cultura. Não é possível criar uma base cultural universal em qualquer país se a cultura e a educação formal não caminharem juntas. Universalizar significa oferecer as condições para o acesso de todos, e isso implica a retirada de barreiras, a quebra de privilégios e a abertura de possibilidades. No processo de universalização da Educação, a primeira e fundamental conquista foi o acesso à escola para todas as crianças e todos os jovens na idade escolar, disso decorrem outras lutas fundamentais: qualidade no ensino e na aprendizagem, valorização da carreira docente, estabilidade no financiamento e incremento do orçamento para a garantia da manutenção. Essa lógica precisa ser a mesma para a universalização da cultura. E aqui não se trata apenas de tomar a educação como referência, pois, antes, a educação formal, a escola, precisa ser o ambiente do despertar para as artes e o começo do seu processo formação; portanto, a educação e a cultura precisam estar juntas para que seja possível a democratização do acesso e a universalização das oportunidades.

A faixa etária da população que é a base e o futuro de qualquer sociedade é exatamente aquela que compreende a Educação Básica, que corresponde no Brasil à Educação Infantil, ao Ensino Fundamental e ao Ensino Médio. Como pensar em música, literatura, pintura, teatro, canto, dança e demais linguagens artísticas,

incluindo aí as artes digitais, se o cultivo de todas elas não iniciar na infância e na juventude? Com certeza não há universalização da cultura artística se não houver investimento, fomento e cultivo na "idade certa". Não estou falando aqui das exceções, isto é, do despertar espontâneo e tardio de muitos artistas, mas de um processo universal, comum e ordinário de encontro com as artes. É preciso ratificar uma convicção que hoje talvez ande cambaleante, de que a cultura não é um "artigo de segunda necessidade", mas sim o campo da formação da identidade de nações, regiões e comunidades. A cultura é o próprio rumo de uma sociedade, a fonte do sentido de todos os fazeres, é a substância da educação, da economia, da política, da infraestrutura, do esporte etc.

A cultura é a dimensão humana com maior potencial de educação, formação integral de valores e atitudes, de agregação e cooperação comunitária, produção de solidariedade, combate à violência e inclusão social. A cultura é campo vasto e fértil para mobilizar pessoas (comunidades, coletividades, grupos); articular programas, projetos e ações de outras áreas da gestão pública, tais como: educação, saúde, infraestrutura, turismo, assistência social, segurança, planejamento e economia; combater a pobreza e as desigualdades correlatas.



EIXO 2

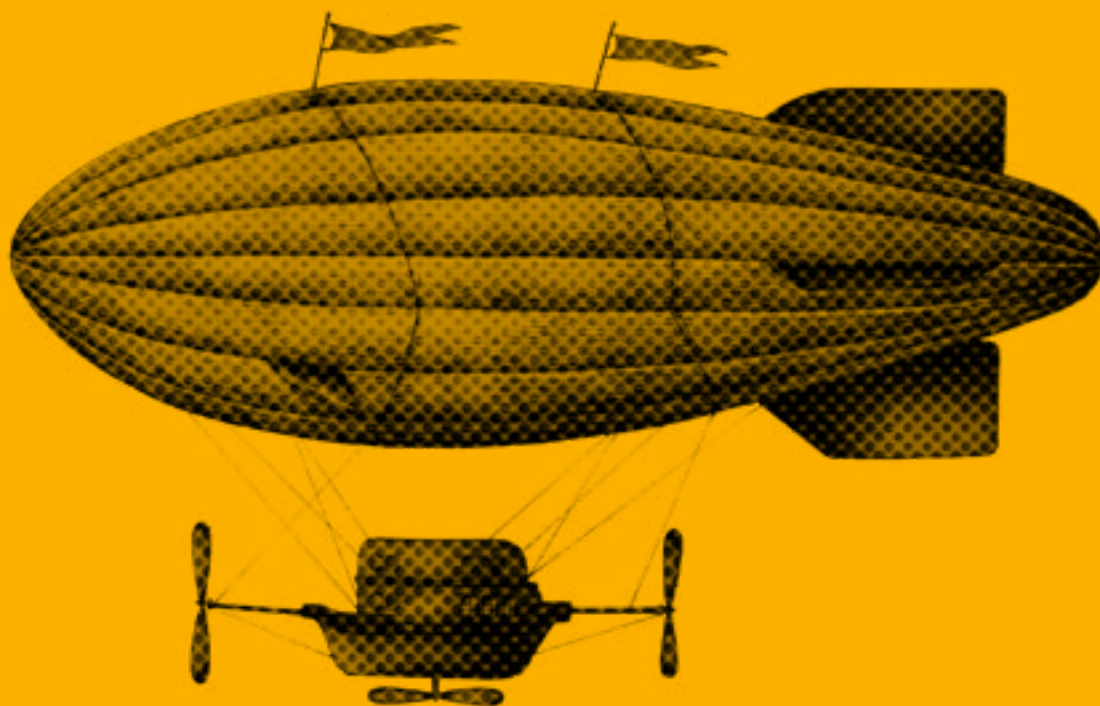
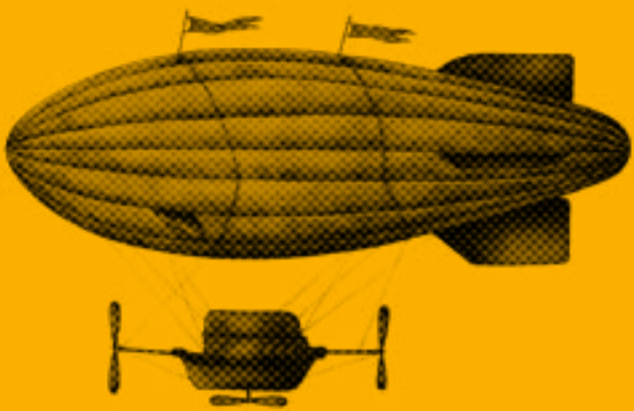
PENSANDO

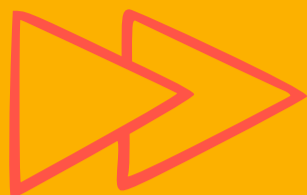
EM CRIATIVIDADE

E INOVAÇÃO EM

TEMPOS DE CRISE

A criatividade gera inovação e o mergulho no vazio pode levar ao florescimento do novo. É da essência do fazer artístico a criação e criar não se limita à linguagem, mas se transfigura em linguagens, em multilinguagens, em processos e tecnologias, em métodos e metodologias, em rearranjos e recombinações. Se há crise, crie. Se o solo te impossibilita, colete-se.





O QUE ROLOU COM NÓIS DURANTE A PANDEMIA [VIDEO]

Nóis de Teatro / grupo teatral



VER VIDEO

"E NESSE TEMPO DE RESSACA, DE FUNDO DO MAR, DE ONDAS FORTES E DE ARRANHÕES, TIVEMOS O PRIVILÉGIO DE CONSTRUIR MUITAS EXPERIÊNCIAS COM *O NÓIS DE TEATRO*. PRODUZIMOS, SIM! E MUITO!"



DO PRESENCIAL AO VIRTUAL

Vinícius Piedade / Ator, diretor e escritor

Desde o começo da minha trajetória artística, ficou claro para mim que, se eu quisesse viver de arte, não bastaria pensar no fazer artístico, eu precisaria aprender a produzir meus trabalhos ou, em outras palavras, vender meu peixe. Ficar à mercê do “mercado” me colocaria na condição de desemprego quase constantemente, face às dificuldades de projetos continuados em nosso país.

Enquanto linguagem, os espetáculos-solo sempre me interessaram, de modo que aos vinte três anos estreei meu primeiro monólogo, chamado “Carta de um pirata”, saído de um projeto chamado “Solos do Brasil”. Esse era meu peixe e agora era preciso entender como viver dele. Seria possível ou seria delírio idealista de um artista?

Não demorou para que eu entendesse que seria possível se eu tivesse estratégias. Eu deveria estabelecer formas de “atacar” por diferentes frentes, fosse arriscando apresentações por bilheteria, tentando a loteria dos editais (e digo “loteria” pela verba reduzida diante da imensa demanda), por meio dos festivais ou de venda direta do espetáculo para SESCs, prefeituras e governos. E no somatório dessas ações, sempre de maneira proati-

va, acabei conseguindo estabelecer um trilho potente para circulação e perpetuação do trabalho. Com isso, a pesquisa pode ser aprofundada e acabei por criar outros espetáculos-solo que entraram no meu repertório. Criar e manter um repertório passou a ser um dos focos do meu fazer artístico e ao mesmo tempo uma estratégia de produção.

Depois de *Carta de um pirata*, (2003), vieram os espetáculos *Cárcere* (2008), *Indizível* (2008), *Identidade(...)* (2012) e *Hamlet cancelado* (2019). Vieram outros espetáculos com outros atores, nesse ínterim, mas me concentro, aqui, nos espetáculos-solo, que efetivamente se tornaram minhas práticas mais comuns e meu esteio de vida.

Mesmo realizando oficinas e *workshops* pelo Brasil, minha principal prática sempre foi apresentar os espetáculos. A circulação com as obras passou a ser uma constante, percorrendo centenas de cidades em quase todos os estados do país. A partir de 2010 passei, também, a levar os trabalhos para outros países, estabelecendo estratégias parecidas com as que eu usava no Brasil. Apresentando os espetáculos em português, mas com legenda nas línguas locais, as obras puderam acontecer em dezoito países de cinco continentes, como Turquia, Índia, Alemanha, Portugal, China, Rússia, Angola e EUA.

Com os caminhos sedimentados, ao estrear novas obras eu já tinha um longo percurso a percorrer, voltando para as cidades onde já havia estado, ou abrindo novas possibilidades.

Até que no ano de 2019 estreei o solo *Hamlet cancelado*. A peça fez temporada em São Paulo e em algumas cidades pelo Brasil e em Portugal, mas a circulação

mais intensa seria em 2020. Depois de apresentações no Brasil, a peça seguiria no mês de março para uma circulação em Portugal. Antes de sabermos que a pandemia chegaria por aqui, e achando que fosse coisa de outro mundo, minhas apresentações foram canceladas em Portugal. E antes que desse tempo para que eu estabelecesse novas agendas no Brasil, ficou claro que “por alguns meses” não seria possível apresentar nada presencialmente por aqui. Aos poucos fomos descobrindo que esses meses seriam muito mais do que poderíamos imaginar. E quando a indefinição virou nossa máxima, percebi que meu trabalho simplesmente não poderia mais acontecer presencialmente.

A sensação de limbo que, certamente, todos viveram só não se transmutou em desespero porque algumas instituições culturais compreenderam que precisavam dar condições para que os artistas continuassem trabalhando, mesmo que de maneira virtual, viabilizando com isso a continuidade do trabalho dessas mesmas instituições. E apesar de uma breve resistência, eu logo comecei a pesquisar como transpor meu trabalho para essa outra linguagem.

Instituições como SESC Ceará, SESC São Paulo, Secretaria de Cultura de São Paulo (municipal e estadual), além de diversos festivais nacionais e internacionais me deram a chance de continuar a trabalhar e efetuar minha (sobre)vivência.

Para mim, não bastava simplesmente fazer uma filmagem dos espetáculos. A questão passou a ser investigar a linguagem fílmica de modo a transpor o que eu fazia no presencial para o virtual.

Confesso que vendo algumas experiências cruas nesse sentido, ou seja, artistas de teatro com a câmera parada filmando suas peças, me geraram um imenso desconforto. Como artista e criador, seria muito desinteressante essa perspectiva. Por mais que filmássemos as apresentações quando nos apresentávamos presencialmente, esse material tinha um fim específico, fosse como registro particular do trabalho, fosse como material para festivais e editais. Eu jamais pensei em exibir essas filmagens justamente por não conterem o que há de mais essencial no teatro: a presença.

Porém, mergulhados nessa nova conjuntura, era preciso entender como fazer desse trabalho algo que fosse a um só tempo bom de ser visto e bom de se fazer. Se havia meios de continuar trabalhando e, claro, ganhando por esse trabalho, como me adequar a essa proposta? Foi quando decidi pesquisar como transpor meus espetáculos em repertório para meu apartamento. O que a câmera seria nesse jogo? Como trazer o espectador para a relação, mesmo sem a presença física? Como adaptar voz, corpo e espaço nessa nova perspectiva?

Resolvi voltar às origens de cada uma das minhas três peças em repertório e imaginar como eu as faria se não tivesse concebido para o palco. Como seria se a concepção fosse para a câmera? Me debrucei no texto de cada uma delas e fui percebendo que as práticas, as estéticas e os procedimentos usados no palco deveriam ser repensados se eu quisesse de fato fazer uma transposição de linguagens. Nessa intersecção teatro/cinema, passei a investigar os textos e entender como eles poderiam se relacionar com a câmera. Foi aí que estabeleci o conceito de “câmera nervosa”, uma câmera que não estaria parada, mas em constante movimento e em relação direta com as ações do ator. No caso da primeira peça que transpus para o virtual, Cárcere, quis transformar meu espaço num presídio e colocar o público dentro da experiência. Adaptando a iluminação que eu tinha a meu dispor (lanterna,

abajures e luzes de teto), encontrei modos de construir cenas que conduziam o espectador aos universos propostos na dramaturgia. Elaborei uma espécie de *storyboard*, definindo cena a cena onde e como a câmera deveria estar em relação ao espaço e em relação ao ator, de modo que passei a estabelecer uma espécie de contracena com ele. Usando diferentes espaços da casa, da cama ao chuveiro, pude com isso construir imagens que no teatro não seria possível, mas tentando manter ao menos a essência do que era a peça no teatro.

A pesquisa de corpo e voz nesse novo “espaço” cênico/estético ganhou também uma abordagem particular que me propiciou uma outra camada de investigação. A energia de cena numa experiência ao vivo sem o público presente foi outro meandro examinado/experenciado.

A continuidade e o aprofundamento dessa pesquisa me propiciaram estabelecer parcerias e continuar meu trabalho artístico na medida do (im) possível. O encontro com o público foi bastante profícuo e foi possível percebê-lo adaptando-se também a essa nova conjuntura.

Foi a partir dessa experiência, e criando interesse por essa nova linguagem que entrava na minha vida, que acabei criando com Evas Carretero um outro projeto pautado na relação atores/câmera. O projeto *Take único* renunciava à intersecção teatro/cinema pretendendo ser uma experiência essencialmente cinematográfica, mas trazendo em sua essência algo fatalmente teatral, que é a ausência de corte. A websérie em plano-sequência, que surgiu no fim de 2020, de mensal passou a ser quinzenal e completou, no fim de 2021, dezessete episódios. A nova temporada que se inicia em 2022 já é uma realidade e um aprendizado que pudemos levar para essa retomada das atividades presenciais. Se no meio da pandemia não podíamos gravar em qualquer lugar, sendo meu apartamento o principal cenário do projeto, nesse momento já gravamos em espaços públicos como praças, bares e rua, radicalizando nossa experiência e ampliando nossas possibilidades.

Tenho vontade de construir para cada obra criada para o teatro uma nova obra nessa experiência de intersecção fílmica/teatral, embora não saiba dizer se haveria demanda para esse resultado artístico. Mas o que afirmo com certeza é que ter tido a possibilidade e o suporte de investigar essa outra linguagem me trouxe um novo mundo artístico/expressivo que seguirá para sempre comigo e que seguirei realizando.



TEMPOS DE GUERRA

Andréa Alves / Sarau Agência de Cultura Brasileira

**RUDÁ! RUDÁ!
TU QUE ESTÁS NO CÉU
E MANDAS NAS CHUVAS.
RUDÁ! FAZ COM QUE MINHA AMADA
POR MAIS COMPANHEIROS QUE ARRANJE
ACHE QUE SÃO TODOS FROUXOS!
ASSOPRA NESSA MARVADA
SODADES DO SEU MARVADO!
FAZ COM QUE ELA SE LEMBRE DE MIM AMANHÃ
QUANDO O SOL FOR-SE EMBORA NO POENTE!...**

Macunaíma, de Mário de Andrade

Minha formação foi iniciada na faculdade de jornalismo, na FACHA, e paralelamente na primeira semente de uma Escola de Produção Cultural no Rio de Janeiro, a ECOAR, em associação com duas das maiores forças realizadoras de cultura do estado: o Circo Voador e a Fundação Progresso. Ao receber, no quarto período de jornalismo, um folheto com a sinopse do curso, descobri que aquela seria a minha profissão: produtora cultural.

Portanto, trilhando caminhos que me levaram a estudar e a me reconhecer como pertencente a um território fértil de criatividade brasileiro, fui buscar esse conteúdo, principalmente através das velhas guardas do samba e do choro, na música brasileira. No teatro, comecei a me conectar logo depois com alguns criadores. A pesquisa na música rendeu a publicação de dois trabalhos, mas a percepção de que o trabalho estaria a serviço de produtos culturais vivos como espetáculos já estava bem evidente.

Com a formação em comunicação, a vivência e a observação de campo, em 2012 encontrei minha sócia, Ana Luisa Lima, em uma disciplina eletiva da Faculdade Cândido Mendes. A partir de então, surgia a Sarau e, mais adiante, a ideia de um sobrenome definidor: Agência de Cultura Brasileira. A ideia era a de indicar ao mercado que ali havia uma produtora com potencial perfil criador.

TEMPOS DE GUERRA

Em 30 anos atuando como produtora cultural – 29 destes com a Sarau –, já passei por muitas dificuldades e crises políticas, mas nunca havia passado por uma guerra. Estudando a nossa história verdadeira, chegamos à conclusão de que o Brasil é um país historicamente negacionista: nega o extermínio indígena, nega o racismo, nega a ditadura, nega a pandemia. Precisamos entender quem somos nós dentro deste “estado de guerra”. Um grupo de artistas que tem consciência de que é necessário sonhar, ter clareza de que haverá futuro e de que, como afirmou Luiz Antonio Simas: “Diante da morte do Brasil só nos resta, paradoxalmente, a vida. Viver é a nossa mais subversiva tarefa”. Que narrativas produzir em forma de arte para dar conta de tanta opressão e tanta dor?

Relembrando a famosa expressão “do-in antropológico”, do ministro Gilberto Gil, parece-nos claro que à cultura terá que ser finalmente atribuída não somente a dimensão estratégica do ponto de vista econômico e social, mas também a simbólica e óbvia dos direitos humanos fundamentais, como um grande processo terapêutico da nação brasileira. Precisamos nos ver em pinceladas, fotografias, em cena, voando nos trapézios; precisamos nos ouvir em prosa e em versos.

A agenda 2030 da ONU possui alguns marcos importantes e documentos assinados por todos os países-membros, incluindo o Brasil.

O Marco de Ação da Educação foi aprovado por unanimidade pela Conferência Geral da Organização das Nações Unidas para Educação Ciência e Cultura (Unesco), em Paris. Entre as metas acordadas está o investimento entre 4% e 6% do PIB. Em 2019, na 74ª sessão da Assembleia Geral da ONU, 2021 foi declarado o Ano Internacional da Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável.

A seguir, indicamos o quadro de alguns dos eventos descritos na página relacionada no link <https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme/2021-year-of-the-creative-economy>:

15 A 21 DE MARÇO	Fórum Inovação Sustentável	Surrey, Reino Unido (online)	UNCTAD e o Center for Sustainable Design, University of Creative Arts, Surrey (Reino Unido).
MAIO / JUNHO	26ª Sessão do Comitê da OMPI sobre Desenvolvimento e Propriedade Intelectual - Discussão sobre PI e Economia Criativa - Item da Agência IP e Desenvolvimento	Genebra	Indonésia e Emirados Árabes Unidos
MAIO	2ª Conferência Mundial de Economia Criativa	Bali, Indonésia	Indonésia apoiada pela UNCTAD
21 DE MAIO	Um dia de evento de alto nível sobre Cultura e Desenvolvimento Sustentável, por ocasião do Dia Mundial da Diversidade Cultural para o Diálogo e o Desenvolvimento	Nova Iorque (virtual)	Presidente do Escritório da Assembleia Geral da ONU em cooperação com a UNESCO e a UNCTAD
JULHO	Evento paralelo sobre Economia Criativa por ocasião do HLPF das Nações Unidas sobre ODSs	Nova Iorque	Indonésia
SETEMBRO DE 2021	TBC - Possível Reunião Ministerial do FCE à margem da 76ª Sessão da Assembleia Geral da ONU	Nova Iorque	Indonésia
2 A 8 DE OUTUBRO DE 2021	UNCTAD 15 Fórum de Economia Criativa (CEF) e Mesa Redonda Ministerial (CEF costas com costas com UNCTAD)	Barbaros	Barbaros e UNCTAD em cooperação com Indonésia e Emirados Árabes Unidos
OUTUBRO DE 2021	Reunião Ad hoc de Especialistas em Economia Criativa e Desenvolvimento Sustentável	Genebra (virtual)	UNCTAD em cooperação com entidades da ONU
DEZEMBRO DE 2021	3ª Conferência Mundial de Economia Criativa	Dubai	Emirados Árabes Unidos
TBC	Reuniões na Comissão Econômica Regional (ECA, ECE, ECLAC, ESCAP, ESCWA)	Addis, Genebra, Bangkok, Beirute	UNCTAD / Indonésia

Em tempos de guerra, uma palavra que tenho escutado muito desde o golpe contra Dilma Rousseff é “medo”. Muitos produtores foram questionados, pois quando há flertes com sistemas fascistas e a democracia é ameaçada as estruturas de comunicação do governo e o pequeno poder se tomam de medo. Os produtores e grupos artísticos que tiveram que passar por este momento de transição sofreram com atos de censura ou questionamentos descabidos, principalmente em estatais e instituições culturais patrocinadas pelo Governo Federal.

Não devemos nos intimidar, precisamos ficar atentos para nos mantermos em ação. Muitos pequenos produtores não têm consciência dos seus direitos e são intimidados. Temos que fazer valer o artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos: "Todos os seres humanos têm direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras". No âmbito do Brasil, a Constituição Federal de 1988, em seu artigo 5º, ratifica essa Declaração de direitos nos seguintes incisos:

“[...] IX - é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional; XIV - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença”.

Sem um Ministério da Cultura que funcione como referência, há uma carência de um centro de comunicação, de informações e de salvaguarda do que está sendo produzido nesta pandemia sob o governo Bolsonaro.

COMO REALIZAR EM TEMPOS DE GUERRA?

Em março de 2020, a Sarau estava com cinco espetáculos, sendo um que acabara de estreiar, *A hora da estrela ou O canto de Macabea*, da obra de Clarice Lispector, com direção de André Paes Leme e música original de Chico César. Outro que estrearia em duas semanas, *Jacksons do Pandeiro*, com a companhia da qual faço parte e sou produtora, Barca dos Corações

Partidos, com direção de Duda Maia e texto de Bráulio Tavares e Eduardo Rios. Com a própria Barca eu estava em São Paulo fazendo *Auê*, a última peça presencial, no Teatro Sérgio Cardoso, que estaria lotado não fosse a restrição pandêmica repentina de 500 pessoas por dia, dentro da mostra *off* da MIT-SP (FaroFFA). Além disso, *Sísifo*, de Gregório Duvivier e Vinícius Calderoni, fazia circuito pelo Brasil e nos dias 14 e 15 estava no Teatro Castro Alves, em Salvador; *Elza*, escrita por Calderoni e dirigida por Duda Maia, em homenagem à rainha Elza Soares, ainda estava a todo vapor; finalizando, produzi um festival de música, o TOCA, que faria a sua 2ª edição.

Em um primeiro momento, acreditamos que seriam apenas três meses. Foi um baque. Recolhemos tudo, fomos para casa, ainda sem entender o que estava acontecendo com o planeta. Eu e a Barca havíamos saído de um longo processo de *Macunaíma*, antes de *Jacksons*, com a Bia Lessa. O processo de ensaios durou nove meses, com leituras de Ailton Krenak e David Kopenawa. Era um *Macunaíma* apocalíptico, com sacos de lixo. Ao final da obra, o papagaio testemunha a destruição da natureza e de *Macunaíma*. A frase final, “Tem mais não.”, soou profética na pandemia.

Foi um momento muito difícil para todos, mas eu acolhi a minha equipe e fomos trabalhar em casa. Dali em diante, iniciou-se um movimento incessante de trabalho, sem respiro, para achar soluções e conseguir chegar vivos ao final de um ano de

pandemia. Nos reinventamos e produzimos, ao que me parece, a primeira grande estreia teatral para a TV, em transmissão ao vivo.

É preciso retomar um pouco da minha trajetória para explicar que a origem no curso de comunicação tornou a Sarau uma das poucas produtoras com uma estrutura da forma como vou demonstrar no anexo, que será complemento deste texto.

O histórico dos musicais com as plataformas digitais e as redes sociais já vinha demonstrando bom engajamento com público e caminhos diferenciados para novas formas de receitas. Estávamos estudando parcerias com o audiovisual, quando primeiro veio uma crise já no governo Temer, depois a eleição de Bolsonaro e então a pandemia. Caiu por terra um projeto que tínhamos na Ancine.

Todos os projetos musicais têm um planejamento de lançamento. Principalmente dos que possuem música original, produzo um single e um clipe e lanço como promoção da peça. A ideia é compatível com o lançamento no mercado do álbum musical de um artista: subimos o *single* nas plataformas digitais que funciona como um “aperitivo”, uma faixa de trabalho.

Quanto à pandemia, rapidamente eu entendi que não seriam apenas três meses de isolamento social, então comecei a organizar fluxos com a minha equipe e a me articular com amigos do audiovisual para entender como poderia fazer com as peças teatrais e aprender a vender para compradores de canais de *streaming*. A minha preocupação era com a sobrevivência das equipes e da Companhia.

Como produtores culturais, empresários e fazedores de cultura, conversamos com muitos setores da sociedade e lidamos diretamente com atores elencados a seguir.

No ambiente político:

- Associações representativas de classe, como a APTR (Associação de Produtores de Teatro do Rio de Janeiro), da qual faço parte;
- Secretarias de cultura do Município e do Estado, órgãos interligados;
- Parlamento: Comissão de Cultura na Câmara e no Senado. Em 2009 houve uma grande mobilização da classe e tivemos algumas conquistas para a classe cultural por meio das comissões de cultura, a exemplo do Simples Nacional e do MEI;
- Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC).

Ferramentas de fomento:

- Políticas de cultura nas esferas federal: Lei Federal de incentivo à cultura (FNC/Mecenato/Ficart);
- Política de cultura nas esferas públicas estaduais e municipais: Fundo e Leis de incentivo;
- Editais privados;
- Captação de recursos direto;
- Sistema S;
- Federação do Comércio (Fecomércio);
- Canais de streaming.

O Ministério da Cultura foi criado em 1985, pelo governo Sarney, e extinto em 2016, por Michel Temer, que depois de uma mobilização nacional voltou atrás. Em 2019, foi extinto novamente por Jair Bolsonaro.

Os mecanismos federais de fomento à cultura foram criados a partir de pressão da sociedade civil organizada da classe artística e têm incoerências políticas curio-

sas. A Lei Rouanet, hoje rebatizada como Lei Federal de Incentivo à Cultura, foi sancionada em 1991, no governo Collor, depois de o mesmo ter extinguido a Funarte, a Embrafilme e toda a estrutura que mantinha a sustentação das entidades vinculadas ao governo. Hoje temos a Lei Aldir Blanc, em um contexto totalmente diferente, construída por muitas mãos e por pressão e união da classe com o parlamento, mas assinada por um presidente que corrói as entranhas das estruturas, que precisam estar sadias para atender às demandas, gerenciar processos e distribuir recursos.

E o que temos para hoje?

- Esperança no parlamento
- Planejamento do futuro

Então, mãos à obra: como planejar?

Na Sarau, o planejamento é realizado com, no mínimo, dois anos de antecedência da data pretendida para a realização do projeto. Importante abrir um parêntese sobre a lógica de projeto: as políticas de cultura construídas no Brasil oferecem oportunidades para projetos e apenas o plano anual da Lei Rouanet, que atende a entidades sem fins lucrativos, dá oportunidade para planejar processos de mais longo prazo. Projetos de continuidade, como festivais recorrentes, repertório de grupos, precisam obedecer a uma lógica de projeto, fatiando seus processos e interrompendo fluxos que poderiam dar muito mais retorno para a sociedade se existissem apostas em processos contínuos. Produtoras que têm um trabalho continuado e muitos artistas, por exemplo, não são vistas como produtoras de cultura, mas como empresas com fins lucrativos, no aspecto burocrático e capitalista.

Em quase todos os casos o planejamento não existe; o trabalho é realizado por demanda, e essa importante etapa da produção é um investimento da produtora e/ou do artista que está à frente da iniciativa.

Fechando parênteses, entre o início e o final do planejamento, as etapas que devem ser cumpridas até a concretização do projeto são muitas. As incertezas e adaptações durante o trajeto, como acontecer uma pandemia durante um processo de ensaio ou após uma semana de temporada, são a prova de que estamos prontos para a adaptação de qualquer intempérie.

No terceiro ano de pandemia, a Sarau completa 30 anos, deixando parte do seu legado no mundo digital e inaugurando uma parceria com o canal GNT, com o qual realizou um documentário a partir do musical *Elza* – idealizado e produzido por mim –, chamado *Elza infinita*. O documentário foi ao ar em dezembro de 2020 e está disponível na Globoplay.



FAVELA, EMPODERAMENTO E OPORTUNIDADE

Flávia Almeida e Helen de Sá / Princesinha de Favela

O Projeto Princesinha de Favela é uma produtora multimídia com agenciamento criativo favelado. Nascemos como um projeto social no ano de 2018 e isso fala muito sobre nossa reinvenção como pessoas periféricas.

Tudo começou com uma entrevista de emprego para um salão de beleza “chique” de um bairro elitizado da cidade. Lá, a Helen de Sá (idealizadora/produtora PPDF) sofreu discriminação por conta de sua aparência pela própria recrutadora, que disse a ela: “...você não tem aparência sofisticada para estar neste local.”, “...sua aparência passa uma imagem agressiva para as clientes do local, que são mulheres chiques, não vão querer ser atendidas por você e irei perder cliente.”. Ela ainda tentou argumentar com a recrutadora, pois na época cursava Ciências Sociais, e lhe falou sobre cultura e identidade, mas ficou por isso. Chegando em casa, com tudo o que passou, ela teve um insight de trazer à tona o questionamento “quem somos na verdade?”. Temos que reafirmar a nossa identidade como pessoas periféricas, profissionais periféri-

cos, artistas periféricos, e que nada nos diferencia dos profissionais da elite e de nenhum outro que está em outras classes sociais. Estudamos e sempre procuramos nos aperfeiçoar/especializar para fazer o nosso trabalho com o máximo de qualidade possível e é urgente que as pessoas entendam que na periferia somos pessoas e profissionais potentes e com extrema qualidade no que fazemos.

O Projeto Princesinha de Favela surgiu a partir disso, com esse contexto de reafirmar nossa identidade, nossa autoestima. O ocorrido na entrevista abalou a autoestima da idealizadora, então ela imaginou o projeto e pensou no nome “Princesinha de Favela”, inspirado numa música que ouvia bastante, no ritmo de forró de favela, bastante escutado nas periferias da cidade de Fortaleza. Ela, então, compartilhou a ideia com suas amigas e, em seguida, o projeto começou a se concretizar.

Começamos esse projeto de modo itinerante, passando por vários bairros com produções, fotografias de beleza, rodas de conversa, e alcançamos muitas meninas. A partir da primeira produção que passamos na TV, recebemos mais de 100 mensagens de meninas de diversas periferias de Fortaleza. Vimos o quanto a nossa fala era importante, o quanto esse projeto era necessário e que éramos acolhidas por onde chegávamos. Nós criamos este projeto itinerante levando produção, essa conversa sobre a autoestima e identidade periférica, além da beleza, gerando em 2018 o Projeto Princesinha de Favela.

Como projeto social temos essas ações em diversos bairros periféricos de Fortaleza e, com o tempo, em cada bairro, fazendo essas ações com as meninas de locais diferentes fomos montando essa rede de profissionais, sendo um projeto inicialmente voltado só para mulheres. Quando começamos a nos entender como Produtora e, principalmente, quando começamos a nos entender melhor no aspecto racial, vimos a importância de trazer todas essas pessoas da periferia para dentro do projeto, para além do gênero.

Durante a pandemia demos uma pausa, pois em todas as nossas ações havia aglomerações nos bairros em que passávamos. Eram muitas as pessoas dos locais que se envolviam nas nossas ações e então tivemos que pausar o projeto.

Começamos a desenvolver, com a nossa prática, o pensamento sobre o que era esse trabalho e como um projeto social poderia servir como ponte de empreendedorismo para vários profissionais de periferia, como já estava funcionando. Enxergamos essa potencialidade e entendemos que o nosso trabalho era de produtora e de agenciamento de profissionais para além de agenciamento de casting.

Quando houve a primeira abertura da pandemia, começamos a fazer as primeiras parcerias com marcas e empreendimentos que pertenciam a mulheres negras de periferia, que geralmente faziam suas produções de roupas/acessórios com mães ou vizinhas, girando o empreendedorismo local.

A nossa primeira produção foi em parceria a loja Oni-jo, uma das marcas com as quais já tínhamos parceria. Nesse começo, já nos reconhecendo como produtora, sabíamos que precisávamos construir um portfólio mais voltado para o mercado, trabalhando melhor nesta questão do mercado da moda.

Percebemos que podíamos somar o nosso trabalho com o dessas mulheres e nos fortalecer mutuamente, nós como produtora e o que essas mulheres faziam nas suas comunidades, voltado para a costura e para a moda. Todas as modelos que participaram da nossa primeira produção de moda também já faziam parte do projeto social.

Atualmente, a Produtora Princesinha de Favela funciona como uma rede para esses artistas e profissionais periféricos e conta com uma equipe de mais de 60 pessoas, que atuam em diversas áreas, como beleza, fotografia, casting e dança.

“Realeza” foi o tema da nossa última grande produção: o 1º Evento de Moda das Periferias de Fortaleza, realizado pela PPDF, reunindo mais de 80 profissionais de diversas áreas, como moda, beleza, audiovisual, dança e música. Um evento que focou em exaltar a importância da moda da periferia. A periferia sempre produziu moda. As costureiras e as designers de moda das periferias muitas vezes não têm o conhecimento acadêmico, mas são profissionais incríveis, que têm um ótimo olhar em relação à moda e à estética.

Com uma grande procura diária de pessoas interessadas em integrar o grupo, esse número de participantes só tende a aumentar. Essas pessoas que nos procuram são em sua maioria jovens negros ou periféricos em busca de formação profissional e oportunidades de inserção no mercado de trabalho nas áreas em que atuam ou gostariam de atuar. Com esse projeto, queremos proporcionar a esses jovens um espaço de acolhimento, afeto e oportunidades reais para suas carreiras.



COMUNIDADES [VIDEO]

Dríade Aguiar / Mídia Ninja



"AS COMUNIDADES E AS REDES FAZEM PARTE DO NOSSO DIA A DIA ORGANICAMENTE. O QUE A GENTE PRECISA ENTENDER É COMO A GENTE PODE SE SOMAR E USÁ-LAS NA SUA MÁXIMA POTÊNCIA."



 **VER VIDEO**

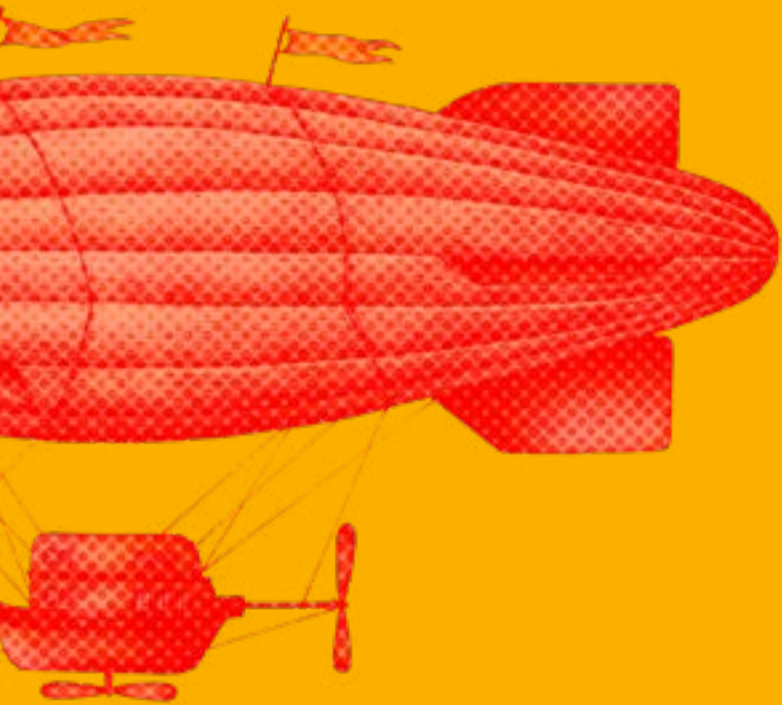
"(...) passamos por todas essas etapas e acabamos descobrindo que todas essas metodologias eram metodologias de construção de comunidades."



EIXO 2

PENSANDO SOBRE NOVOS CAMINHOS E OPORTUNIDADES

Dos vários modos de partilha e encontros, dos novos processos e metodologias de cocriação e troca, das novas lógicas e dinâmicas de coprodução, da ampliação e do compartilhamento do acesso ao conhecimento, à arte e à cultura, assim se fazem as várias formas de colaborar e coexistir, assim se faz o criativo, o criador nas suas vivências e reinvenções pós-pandemia.



ITAÚ CULTURAL PLAY: A CENTRALIDADE NO AUDIOVISUAL BRASILEIRO

Camila Fink / Itaú Cultural Play

Em seus 35 anos de história, o Itaú Cultural sempre realizou ações de valorização do audiovisual brasileiro. Seja por meio de apoio a filmes e festivais, na realização de séries como o *Iconoclássicos* e de filmes como o premiado *A paixão de JL*, em programas como o Rumos Itaú Cultural, em cursos especializados e programações como o Encontros de Cinema, no programa Ocupação com as homenagens a Rogério Sganzerla, Luís Sérgio Person e Eduardo Coutinho.

A exibição de filmes também foi aos poucos sendo ampliada, do espaço físico para o ambiente virtual. De 2017 até 2020 foram feitas 40 mostras online, com mais de 200 filmes exibidos no site. Ao mesmo tempo em que passamos a realizar mostras no site do Itaú Cultural, um grupo de profissionais da instituição começou a trabalhar na construção de uma plataforma de *streaming*.

Lançada em junho de 2021, a Itaú Cultural Play (itauculturalplay.com.br) vem ao encontro do desejo de alcançar outros braços do audiovisual do país. É uma plataforma de acesso gratuito – no modelo Free VOD, ou seja, sem cobrança de assinatura, cadastro ou para assistir aos filmes –, dedicada à produção brasileira, que tomou corpo após cerca de quatro anos de estruturação e maturidade. Vale ressaltar que, apesar de o acesso do usuário ser gratuito, a plataforma paga os licenciamentos dos filmes exibidos. Uma plataforma de *streaming* é um projeto complexo, muito grande, de longo prazo e que segue em constantes melhorias e adaptações.

Uma das principais características da Itaú Cultural Play é contribuir para a democratização do acesso às produções e valorizar a circulação das obras, uma vez que não exige exclusividade. Em um país em que a quantidade de salas de cinema é limitada e concentrada em determinadas regiões e que, com tantas desigualdades, o acesso à internet também é extremamente limitado, esta iniciativa é uma nova janela de exibição para o audiovisual brasileiro. A programação também busca valorizar a preservação da memória audiovisual, algo bastante defasado nos streamings, disponibilizando obras já consagradas e também contemporâneas que estão construindo agora sua história.

Outro objetivo da Itaú Cultural Play é a formação de público para o audiovisual brasileiro. Essa ação, além de disponibilizar as produções realizadas em todo o país, coloca à disposição do usuário, sempre que possível, links relacionados ao filme ou ao seu tema para outras publicações virtuais do Itaú Cultural, como a Enciclopédia, o site e o YouTube da instituição. Desta forma, a plataforma fornece informações sobre realizadores, artistas, movimentos cinematográficos e sobre as obras. Outros conteúdos de destaque da plataforma são os textos breves de “Por que ver”, que acompanham as sinopses, publicados nas próprias páginas dos filmes, com informações e observações sobre pontos de destaque da narrativa, da linguagem cinematográfica, da história daquela produção ou da carreira do diretor. Nesse sentido, fornece subsídios para quem quer saber mais das características da produção audiovisual brasileira.

O conceito de diversidade, no seu sentido mais amplo, é também um fator essencial para a Itaú Cultural Play. Diferentes linguagens, temáticas, formas e locais de produção. Na estreia, já havia pelo menos um filme de cada um dos estados brasileiros e produções que nem sempre encontram espaço no circuito comercial, como as indígenas, quilombolas, de autoria negra, feminina e dedicadas ao público infantil. A perspectiva é ampliar esse olhar, sempre que possível.

A Itaú Cultural Play atua com curadorias próprias, focadas em mostras sobre diretores, como Chico Liberato, Zózimo Bulbul, Helena Ignez, Rogério Sganzerla, Vincent Carelli, Alberto Alvares, ou temáticas, como o Cine Curtinhas, programação infantil que vem sendo realizada presencialmente no Itaú Cultural desde 2013, Todos os Gêneros, que reforça uma programação maior do Itaú Cultural sobre arte e identidade de gênero, sexualidade e corpo. Outra curadoria de destaque é o Álbum Animado de Bestiários, programação de animação para adultos.

Os licenciamentos são feitos diretamente com realizadores, produtoras ou distribuidoras de pequeno, médio e grande portes. Outras ações são realizadas em parceria com festivais de cinema de várias regiões do país, com mostras construídas a partir do diálogo entre os responsáveis pelos eventos e a equipe curatorial da plataforma. As parcerias com festivais apresentam duas vertentes. A primeira tem como objetivo valorizar a história dos festivais, com recortes temáticos ou compostas de seus vencedores. A outra possibilidade é a exibição na Itaú Cultural Play de recortes da programação do ano. Neste caso, não há cobrança por parte da plataforma de qualquer custo para exibir os filmes. Parcerias já foram realizadas com a Mostra Internacional de Cinema de São Paulo, o É Tudo Verdade, a Ciranda de Filmes, o forumdoc.bh, a Mostra de Cinema Infantil de Florianópolis, o In-Edit e o Festival Internacional de Curtas Metragens de São Paulo – Curta Kinoforum.

Outra forma de ativação do meio audiovisual são as curadorias encomendadas a críticos, curadores e coletivos, como os mercados Matapi, do Norte, Sapi, do Centro-Oeste, e o NordesteLAB.

A Itaú Cultural Play oferta também conteúdo audiovisual produzido por outros agentes da arte e da cultura do país, como TVE Bahia, Instituto Alana, Instituto CPFL, São Paulo Companhia de Dança, Arte1 e Flip. Já o Espaço Itaú de Cinema, exibidor presente no país fisicamente com as salas de cinema, também tem espaço dedicado dentro da Itaú Cultural Play.

Em 7 meses de vida a plataforma contou com 400 produções audiovisuais, entre filmes de todo o tipo de linguagem, duração e período de produção, distribuídos em torno de 50 mostras. É desta forma, atuando diretamente com realizadores, produtores, distribuidores, exibidores e com os mais diversos agentes culturais do país, que o Itaú Cultural e a Itaú Cultural Play tentam alcançar ao máximo possível os diferentes setores da cadeia audiovisual para contribuir para a valorização da arte e da cultura do país.



AS CONSTANTES MUDANÇAS DE PLATAFORMAS E A NECESSIDADE DE ADEQUAÇÃO DO MERCADO DA MÚSICA

Daniel Ganjaman / Produtor musical e streamer na Twitch

A forma como ouvimos e consumimos música vem se modificando constantemente desde a consolidação da indústria fonográfica como um grande mercado, a partir dos anos 60. As plataformas que protagonizaram cada período foram transformando radicalmente o processo de produção musical e, assim, a relação entre a sociedade e a própria música. Isso fica muito evidente quando observamos a transição das mídias “palpáveis” – como vinis, compactos, cassetes e CDs – para os formatos digitais, como o MP3 e atualmente o imaterial streaming. Para melhor compreensão dos enormes desafios que temos pela frente, considero necessário um apanhado histórico e cronológico dessas mudanças até chegarmos ao cenário atual.

É evidente que a tecnologia para realização e distribuição de fonogramas acompanhou paralelamente toda essa modificação, o que trouxe não só uma democratização dos meios de produção como também uma possibilidade de conexão direta entre o produtor fonográfico (sendo ele muitas vezes o próprio artista) e o consumidor daquele “produto” (o uso das aspas é por sentir uma certa aversão ao termo quando se trata de produção artística). Feitos como o de Billie Eilish – que venceu em quatro categorias o Grammy 2020 com seu álbum de estreia, aos 18 anos de idade, produzido em seu estúdio caseiro – seriam inimagináveis há 20, 30 anos.

Contudo, é importante considerar o advento da Internet como principal divisor de águas nesse setor, não só para produção e divulgação de fonogramas, mas sobretudo na participação do público como organismo vivo nesse ecossistema. A livre circulação de arquivos via plataformas *Peer-to-Peer* (Napster, LimeWire, Soulseek, eMule, Kazaa entre outras) virou febre no começo dos anos 2000, possibilitando aos usuários a troca de arquivos entre si. Ou seja, as gravadoras perderam

completamente o monopólio do conteúdo desses arquivos, pois embora essa livre circulação não fosse regulamentada, era impossível dar conta da fiscalização de algo tão instituído, prático e pouco oneroso para o usuário. Achava-se praticamente tudo nessas plataformas e, se as grandes gravadoras estavam arcando com um enorme prejuízo, o mercado independente entendeu como uma forma de fazer seu material circular com enorme fluidez.

Paralelo a esse cenário disperso do mercado fonográfico, as redes começavam a ganhar muita popularidade. Na primeira metade da década de 2000, o Myspace se consolidava como primeira rede social de grande alcance, chegando também ao Brasil com muita força e atraindo artistas independentes de todo o país. A possibilidade de disponibilizar o próprio conteúdo para streaming sem qualquer custo fez do Myspace a principal ferramenta de interação dos artistas com os fãs, além de proporcionar conexão dos artistas entre si de forma orgânica e eficiente. A oportunidade de explorar as preferências e detectar afinidade entre usuários gerou uma experiência até então inédita nos consumidores de música, o que mais adiante foi amplamente explorado em redes como o Facebook. Ironicamente,

essa própria natureza de algoritmos menos agressivos foi determinante para o fim do Myspace, dando lugar a uma nova realidade, muito mais complexa e desfavorável aos artistas de pequeno e médio portes.

Nesse mesmo período, outra rede social virava febre entre os usuários de internet no país: o Orkut. Foi um fenômeno inexplicável, que fez do Brasil o país com maior número de usuários na plataforma em todo o mundo. Isso serviu de aquecimento para algo muito maior, que se consolidou com a chegada do Facebook, Twitter, YouTube e, finalmente, o Instagram. O modelo de interação entre usuários foi expandido para troca de mensagens, fotos, vídeos, links, comentários e curtidas. Nessas redes – cada uma com sua peculiaridade – passou-se a discutir sobre basicamente tudo, e rapidamente essas empresas se tornaram gigantes, com capital bilionário e enorme influência na sociedade, na cultura, na política e obviamente, na indústria da música.

Seguindo um modelo similar, surgiram as plataformas de streaming, que mudaram completamente a forma de as pessoas consumirem música e que se estabeleceram como um padrão nos tempos atuais. Vale ressaltar o papel dos smartphones nesse processo, pois certamente seria impossível a consolidação do Spotify, Deezer, Tidal, Apple Music, YouTube Music e tantas outras não fosse um aparelho portátil, capaz de reproduzir fonogramas e de permanecer conectado ininterruptamente, possibilitando ao usuário o acesso a uma discoteca virtual infinita. Na teoria, parece perfeito, mas infelizmente não é bem assim.

Todo esse recorte é fundamental para termos consciência do processo evolutivo desse setor e como ele afetou em cheio o mercado da música. A mesma lógica de algoritmos utilizada nas redes sociais foi implementada nessas plataformas de streaming, para identificar e direcionar os interesses do público. Poderia ser uma incrível maneira de sugerir ao usuário um conteúdo alinhado com sua predileção musical (e, justiça seja feita, muitas vezes é), mas o problema é que o monopólio desse formato possibilita a indicação de destaques dentro das plataformas levando a práticas muito similares ao velho conhecido jabá, em que grandes

gravadoras ou empresários de grandes artistas detêm um poder de barganha infinitamente maior que os artistas independentes. Ademais, é importante considerar o modelo de remuneração utilizado por esses tocadores, que vem sendo duramente criticado por artistas e empresários do setor. Uma pequena parcela consegue rentabilizar de forma digna, tornando o formato insuficiente para a geração de renda da maioria dos artistas ali disponibilizados.

Essa realidade já se consolidou no Brasil há pelo menos meia década, o que manteve o formato de trabalho dos artistas de médio porte com o foco na soma de receitas oriundas de diversas atividades como shows, editais, projetos de incentivo e fomento à cultura, vez ou outra uma colaboração com alguma marca e, por fim, o tal rendimento dos streamings. Porém, com a pandemia, fomos obrigados a parar grande parte de nossas atividades e fontes de renda. Todo um novo léxico (“live”, “zoom”, “se reinventar”, “monetização”) se tornou uma constante em discussões buscando forma de sobreviver ao período mais duro de nossas vidas.

Embora pudesse manter minhas atividades em meu home studio, fiquei também impossibilitado de fazer shows, criar projetos ao vivo e, num primeiro momento, gravar em meu próprio estúdio comercial, o Estúdio El Rocha. Tive que adaptar projetos que já estavam em andamento e considerar novas alternativas, inclusive para suprir a necessidade de conexão com o público, o que considero o princípio básico

da apresentação ao vivo. Ao ser convidado, em abril de 2020, para a transmissão de meu DJ Set em festival que teve que ser adaptado ao formato on-line, senti que ali havia uma forma interessante de me manter em atividade dentro desse universo. Mantive algumas transmissões inicialmente no YouTube e logo migrei para a Twitch (plataforma da Amazon com foco em transmissões de games), pois já havia uma movimentação de DJs internacionais fazendo uso da plataforma. Como não sou DJ de profissão, fazia (e faço) as transmissões como uma forma de estabelecer uma troca de ideias e busco sempre uma maior interação das pessoas presentes por meio do chat que a Twitch disponibiliza. Usando minhas outras redes (Twitter, Facebook e Instagram) para divulgar essas transmissões, rapidamente formou-se um público fiel que, inclusive, batizou as transmissões como “Baile do Ganja”. Um núcleo mais fidelizado foi se consolidando como uma rede bastante sólida e comprometida, que de forma absolutamente espontânea criou perfis em redes sociais, flyers de divulgação, playlists e, é claro, mantinham-se fidelizados às transmissões todo fim de semana.

Ao me dar conta dessa movimentação, rapidamente criei um crowdfunding para custear a locação do equipamento e eventualmente ajudar os profissionais da área técnica que trabalhavam comigo, pois estavam todos completamente sem trabalho. A adesão a essa “vaquinha” foi impressionante, chegando a arrecadar algo em torno de R\$25.000,00 em poucos meses. Toda essa movimentação chamou a atenção da Vans, minha parceira de longa data, que ao entender o propósito do Baile propôs um patrocínio que segue até hoje, já completando mais de um ano. Além de uma estrutura mais sólida, isso também possibilitou a contratação de DJs para a abertura do baile todo fim de semana, o que foi muito importante para as pessoas dessa cena atuante na Twitch em um primeiro momento, muitas delas DJs profissionais sem possibilidade de exercerem suas funções.

Não vejo esse formato como um *case*, pois as condições para sua execução se deram em circunstâncias muito específicas, mas acho válido ressaltar o funcionamento da plataforma. A Twitch segue um modelo com foco nas transmissões ao vivo, que possibilita for-

mas de contribuição financeira por parte do usuário, sendo por meio de assinatura do canal ou contribuição espontânea. A assinatura garante alguns poucos benefícios aos usuários, mas é uma forma de dar suporte ao conteúdo que vem sendo gerado no canal. Poucos streamers da plataforma alcançam uma receita satisfatória mas existem alguns canais com bastante visibilidade. Alguns streamers gamers geram uma verdadeira fortuna em seus perfis e vejo isso como fato a ser bastante observado. Como transpor para o nosso universo algo que carregue o mesmo apelo?

O que me parece o cerne da questão é a maneira que temos produzido conteúdo de forma quase adaptada às plataformas que nos são hostis em sua natureza. Artistas se veem quase obrigados a postar fotos e vídeos em condições nitidamente desconfortáveis para garantir engajamento de suas redes e assim sobreviver dentro desse ambiente nada convidativo. Isso sem considerar o agravante de estarmos gerando conteúdo fundamental para a manutenção de fortuna de bilionários ao invés de criarmos nossas próprias ferramentas de propagação de nosso trabalho. Passou da hora de buscarmos a elaboração de uma ou mais redes com algoritmos que nos favoreçam, remuneração justa e que tenha em sua estrutura moldes mais convidativos e confortáveis para o setor da cultura como um todo. Estamos traumatizados o suficiente. Acho que merecemos ao menos isso.



SEJA REDE EM UM MUNDO MUTANTE

Verônica Marques / Designer de experiências, Remixadora criativa e Consultora de comunicação, MKT e inovação

Se olharmos da janela dos desafios dos empreendimentos criativos, veremos um cenário, ao mesmo tempo, absolutamente assustador e de grandes possibilidades. Sim, assimetrias estão espalhadas por todos os lugares, assim como oportunidades despontam enquanto outras permanecem ocultas, quase adormecidas, esperando o profissional criativo que vai despertá-las e fazer com que retumbem, trazendo revoluções culturais, econômicas, sociais e ambientais para si e para todos. Você e eu estamos no meio de tudo isso, colocando nossa criatividade a serviço da mudança que queremos ser.

É difícil apontar qual é o maior desafio dos empreendimentos criativos na criação e na consolidação de redes de conhecimento e colaboração. Isso acontece, entre outros aspectos, porque, cada vez mais, precisamos da arte não apenas para sobreviver e viver, mas, principalmente para transformar o que está ao nosso redor. Como designer de experiências, remixadora criativa e empreendedora da inovação, eu me provooco a ver e ir além, ofertando contribuições que articulem outros jeitos de pensar, de viver e de

sentir. Afinal, eu acredito em fazer poesia para mudar o mundo.

A verdade é que novos modelos empreendedores despontam na cena da Economia Criativa enquanto outros são abandonados e desabam na frente de nossos olhos. Teremos cada vez mais *profissionais solo* trabalhando em *projetos popup* e em *formato de hub*. E se as três expressões soaram novas aos seus ouvidos, fique tranquilo. Não há uma definição única para cada uma (ao menos que eu conheça), mas sim um conjunto de características que foram amarradas para a sua compreensão pelo mercado. Confesso que até pouco tempo eu também não os conhecia, ainda que fizesse parte de cada um deles.

Na prática, profissionais solo são aqueles que têm como maior valor de negócio o seu capital intelectual e o nome. Se você é um criativo conhecido pelos seus projetos e não pela identificação que está no seu Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), tem uma grande chance de fazer parte deste grupo. “E os projetos *popup*?”, você deve estar se perguntando. Estes nada mais são do que a junção dos pro-

fissionais solo para a realização de iniciativas criativas que demandam conhecimentos de várias áreas.

Observe que projetos *popup* existem em todas os formatos, formas e funções – sempre aglutinando empreendedores criativos em torno de uma única ideia. É quando estes projetos ganham mais amplitude que entra em cena o formato de hub, no qual um profissional criativo solo capitaneia uma área inteira do projeto, convocando outros com a mesma expertise para apoiá-lo.

Ao primeiro olhar, dissecar as partes parece tornar tudo muito confuso. Todavia, o que existe é um movimento vivo e orgânico em um *continuum* mergulhado no amor pela arte e pela criatividade e no desejo de superar as barreiras que se erguem. E mais, este pulsar, que é um dos grandes responsáveis por manter a economia criativa brasileira viva, está imerso em uma rede de cocriação, compartilhamento e colaboração. *Profissionais solo* co-criam porque entendem que a soma de todas as possibilidades é mais importante que uma opção única. Compartilham porque sabem que juntos podem transpor o intransponível. E colaboram porque valorizam a rede como parte do seu propósito, de quem são.

Redes são o exercício da arte, do viver de arte, do ser arte. Quanto mais fortes são, mais derrubam muros. Quanto mais profissionais solo aglutinam, mais se tornam múltiplas. Quanto mais projetos realizam, mais disrupções provocam. Quanto mais desafios ultrapassam, mais mostram seu poder. Quanto mais experimentam, mais evoluem.

Quanto mais erram, mais aprendem. Quanto mais existem, mais representam a convergência. E quanto mais resistem, mais conseguem usar o caos criativo para desenvolver significados relevantes em um universo de superabundância, mas em uma sociedade com tudo de tudo e fome de criatividade.

Você, profissional criativo assim como eu, precisa estar em rede porque a disrupção do mundo atual torna muito difícil ser solo (ainda que esta seja a maior dicotomia de todas). Assim, será necessário adotar uma nova atitude empreendedora. Uma que entenda que a grande inovação está na leitura de um mundo cada vez mais sinérgico, de que a tomada de decisão deve ser múltipla e de que criativos unidos respiram, inspiram e piram com muito mais potência. Uma atitude que compreenda que a rede está dentro de si, no potencial que você tem de transformar o empreender de outros e na oportunidade que outros têm de remixar com o seu empreender.

Enquanto escrevo estas linhas, faço uma pausa e olho para o poder da rede que está, literalmente, diante dos meus olhos. Na parede, estão folhas repletas de garatujas coloridas penduradas. Por mais incrível que pareça, cada uma delas, assim como meus dedos todos pintados de canetinha, representam projetos de Design de Experiências que logo, logo, serão apresentados ao público. E, se começam assim – linhas neon em um papel –, terminarão muito longe disso a partir das contribuições de dezenas de outros profissionais, que irão empreender

sua criatividade em cada detalhe para tornar aquela experiência a mais interativa, sensorial e emocional possível. Aqui não há acaso, só o trabalho suado, divertido e desafiador de colocar a criatividade em curso por meio da cocriação, do compartilhamento e da colaboração.

É por tudo isso que eu te convido a ser disrupção em um mundo de arte através das redes; a somar seus talentos, dúvidas, desejos, anseios e sonhos com outros – estando estes perto ou longe de você; a intercambiar seu propósito, sua cidadania e seus não óbvios com novos empreendedores criativos de todo o mundo; e a se deixar levar pelo aprendizado, pela experimentação, pela inovação e pelos desafios. Quem está em rede soma a sua autenticidade, o seu ineditismo e a sua originalidade com outros, quem está em rede entrega, como um presente, a sua criatividade em favor da própria rede e se deixa contaminar, retroalimentando a sua alma artista e as suas visões sobre empreender.

Seja rede e inspire outros profissio-

nais solo como você. Seja rede e imagine junto que um outro panorama para projetos *popup* é possível. Seja rede e use sua criatividade para empreender novas possibilidades via formato de *hub*. Seja rede e abuse da inovação para multiplicar o potencial da própria rede. Seja rede e deixe a disrupção chegar, baixinho ou muito alto, colocando você para dançar no ritmo de outros. Seja rede e assuma que a rede irá transformá-lo enquanto você transforma outros.



A CASA DO AMOR E SUAS REDES DE CONHECIMENTO E COLABORAÇÃO

Saymo Luna / Designer e Gestor Cultural

Ucá, em uma tradução livre, nos diz sobre o verbo amar, na língua ancestral do Kariri. Como tudo, primeiro foi criada no campo das ideias para depois, graças a muita inspiração – mas igualmente transpiração –, surgir de forma material. Tijolo por tijolo e ideal por ideal.

A Casa Ucá, ou “Casa do amor”, como é carinhosamente chamada pelos clientes, é um espaço de acolhimento, fruição da arte e partilha dos conhecimentos ancestrais – espaço seguro para partilhar as angústias e os anseios das pessoas que passam por ela.

Anseios por uma sociedade mais justa, que valorize sua cultura e seus fazedores – especialmente em seus territórios. Fazer com e para esses fazedores, entendendo a importância de inserir as comunidades em todos os processos criativos, permitindo-lhes conhecer e fazer parte das manifestações culturais advindas de seus territórios, inclusive validando, de forma financeira e justa, práticas há anos feitas por “amor” e por meio de muita resistência.

Falar sobre redes de conhecimento e colaboração é fácil quando a própria consolidação do espaço se dá a partir dessas relações. Para iniciar, vou relatar um pouco sobre os alicerces que compõem a casa.

Iniciemos pelas pessoas que constituem nossas ações. O coletivo Casa Ucá é um ajuntamento de fazedores de cultura – produtores, amigos que vinham há muitos anos desenvolvendo suas atividades de forma isolada ou em colaborações pontuais – que em 2020 resolveram juntar forças nesse processo de planejamento, execução e produção de atividades a partir de uma demanda conjunta, que era o desejo da realização de um festival genuinamente caririense. Desse modo, em 2020, as ações do coletivo tiveram início, com formações e atividades de fruição idealizadas pelo grupo, da produção de artistas amigos. Ao longo de 2021, os esforços concentraram-se em dois projetos principais: a primeira edição do festival Ucariri, que traduz o que é o Cariri em sua forma mais ampla, e o Queermesse, que procura desenvolver de forma continuada ações de valorização e formação artística para *drag queens* da região do Cariri, bem como formação de plateia para esse público. Paralelamente, foram desenvolvidas ações menores que se relacionam com as áreas de atuação de cada um dos membros do coletivo, com o intuito de tecer uma rede de

produção cultural a partir dos seguintes eixos estruturantes: Cultura circense; Cultura e economia solidária e criativa; Cultura alimentar; Cultura e direitos LGBTQIAP+; e Cultura, memória e patrimônio cultural.

Vale salientar que o coletivo pauta-se nos princípios de economia solidária, de forma que a expertise de cada sujeito é potencializada e utilizada de forma plena. Nossas produções são realizadas também por meio da cooperação entre outros sujeitos externos ao coletivo e entre diversas instituições, o que permite troca de conhecimentos e saberes – trocamos o que sabemos, e entendemos essa troca como uma moeda social.

Seguindo pelas apresentações, vamos falar um pouco sobre a Casa. O espaço físico da Uca, por si só, trás em sua constituição uma metáfora do que ela deseja revelar. Trata-se de uma casa antiga, restaurada de forma que o máximo de sua estrutura fosse preservada, ainda que ela já estivesse bastante modificada, por causa de muitas intervenções anteriores.

No espaço, a criação de uma loja galeria, onde todos os produtos disponíveis, versem também enquanto objetos de arte e transitam pela casa, ora em um espaço, ora em outro, muitas vezes compondo o cenário de alguma apresentação – e de lá mesmo são adquiridos pelo público. Além da loja, a Casa conta com salas multi, onde a função de cada uma muda de acordo com a demanda. Se em determinado momento é usada como camarim, em outros é espaço de *coworking*, sala de reuniões, espaço para oficinas, espaço para descanso. Conta, ainda, com o quintal propriamente dito, espaço vivo e em contante processo de mudança, um terreiro onde a arte e a cultura são nossos guias. O rompimento com protocolos e a expansão de possibilidades são o foco da casa, que traduz muito de nossa cultura, valorizando artistas locais em suas mais variadas linguagens. Agindo quase como uma incubadora de experiências, a Uca possibilita que os artistas criem de forma livre e traduzam isso em suas peças, músicas, propostas de formações, performances.

Todos os projetos idealizados levam em consideração o Cariri de forma real, entendendo que o poético, o lúdico e o onírico têm seu lugar, já que correm em nossas veias, mas que é necessário elaborar estratégias de enfrentamento dos desafios que o fazer cultura apresenta. Dessa forma, uma dessas estratégias reside justamente na tecitura de uma colcha de colaboração entre a casa e equipamentos públicos, com escrita e submissão de projetos e iniciativas coletivas de reexistência de espaços seguros que traduzam a diversidade do que somos.

A equipe que compõe a Casa Uca, hoje bem ampliada, conta com a diversidade como aliada. Com formação em diversas áreas do conhecimento, tais como design, teatro, nutrição, arte e educação e educação popular. A partir de reuniões de equipe, presenciais ou virtuais, os projetos são

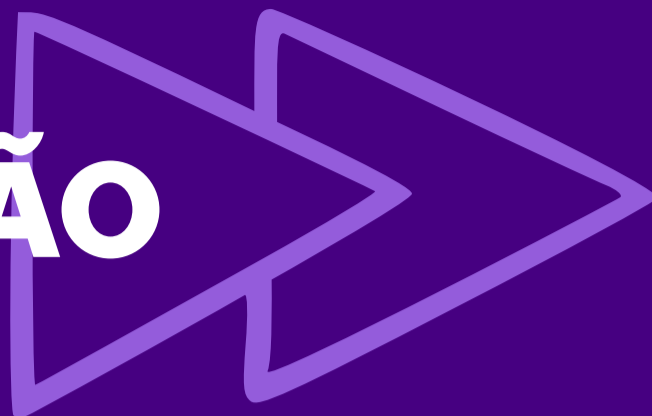
idealizados e escritos, e depois a produção é realizada. A escuta ativa é inegociável: neste espaço, todos são escutados em suas experiências; as questões mais desafiadoras para cada um são levadas em consideração e contempladas na medida do possível. Entendendo que o saber se faz enquanto somos seres atuantes em nossas vidas e em nossa comunidade, a equipe tem funções de gestão financeira e cultural, planejamento estratégico, elaboração de projetos de pesquisa, intervenção e formação continuada da própria equipe, além de projetos de consultoria externa.

Configura-se, assim, como um espaço coletivo de análise e tomada de decisões sobre as situações que envolvem o cotidiano dos participantes e dos projetos da casa. Além disso, é um espaço de avaliação permanente dos resultados e do impacto produzido pelas ações da casa nos locais em que atua.

Como um projeto de incubação, a casa Uca se propõe a criar experiências referenciais. Temos trabalhado incessantemente para atingir esse objetivo, realizando articulações com o poder público e instituições que legitimem e apoiem nossas práticas, inclusive podendo colaborar com o aperfeiçoamento e a criação de políticas públicas culturais. Todo o desenvolvimento de nossas propostas individuais (uma ou um artista) ou coletivas (grupos ou comunidades) passa pelo processo de criação e elaboração centrado nos sujeitos e em suas necessidades, refletindo o respeito e o cuidado por quem a gente ama. O nosso povo!



ACESSE A PROGRAMAÇÃO DA JORNADA



26jan

Fabiano Piúba

Patricia Maria

Pedro Tourinho

JORNADA DE pensamento.

**Webinário de Abertura:
Pensando a Economia da Cultura no pós-pandemia**

CEARÁ

ASSISTIR >> <https://youtu.be/CAua29axf9c>

26jan

Mariana Braga

Custódio Almeida

Leonardo Athias

JORNADA DE pensamento.

**19h às 20h30
Pensando em Dados Culturais no Brasil**

CEARÁ

ASSISTIR >> https://youtu.be/is_Zrh9Z86E



JORNADA DE **pen**sa
mento.



Vinícius Piedade

16h às 17h30

Novas práticas, tecnologias e (sobre)vivências

27jan



Andréa Alves

Henrique Gonzaga

CEARÁ

ASSISTIR >> <https://youtu.be/KoHtFsaZmcQ>

JORNADA DE **pen**sa
mento.



Helen Sá + Flávia Almeida

19h às 20h30

Novas Comunidades, Redes e Plataformas

27jan

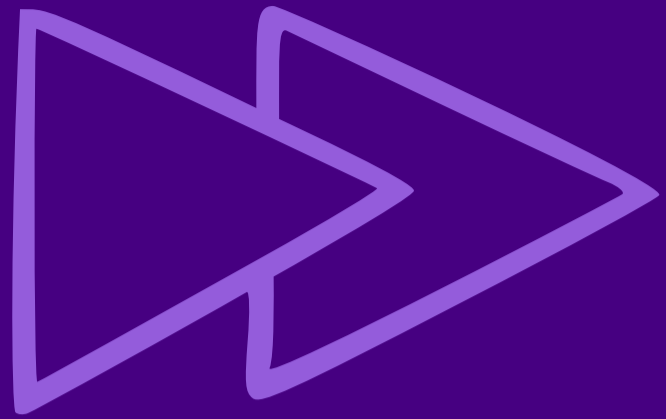


Dríade Aguiar

Adriana Barbosa

CEARÁ

ASSISTIR >> <https://youtu.be/hVQBr32qIFU>



JORNADA DE **pen sa men to.**

28jan

Léo Suricate Daniel Ganjaman Camila Fink

16h às 17h30

Plataformas digitais e novos modelos de criação e monetização de conteúdos

CEARÁ

ASSISTIR >> <https://youtu.be/EsxqiDbZ7Pg>

JORNADA DE **pen sa men to.**

28jan

19h às 20h30

Empreendimentos Criativos: Redes de conhecimento e colaboração

João Alegria Saymon Luna Verônica Marques

CEARÁ

ASSISTIR >> https://youtu.be/ikKr_mxoc18

MINIBIOGRAFIA

PARTICIPANTES

ADRIANA BARBOSA é fundadora da Feira Preta, maior evento de cultura e empreendedorismo da América Latina, e CEO da PretaHub. Em 2017 foi homenageada junto a Lázaro Ramos e a Taís Araújo como os 51 negros com menos de 40 anos mais influentes do mundo segundo o Mipad, premiação mundial reconhecida pela ONU. Entre seus reconhecimentos, estão os prêmios Empreendedor Social, Claudia, Estado de São Paulo para as Artes e Sim à Igualdade Racial. Em 2020 foi reconhecida como a primeira mulher negra entre os Inovadores Sociais do Mundo no Ano, pelo Fórum Econômico Mundial, e passou a integrar o time de empreendedores sociais da Rede Schwab. Por meio do programa Conversando a Gente se Aprende, Adriana realiza consultoria em diversidade e inclusão racial em empresas como Netflix, Facebook, Google, Pão de Açúcar, Natura, MAC e Avon. Atualmente, compõe também os conselhos do Sistema B, Instituto Ethos, GIFE, Instituto C&A e faz parte dos comitês de igualdade racial das empresas AMBEV e Carrefour.

ANDRÉA ALVES é do Rio de Janeiro. Fundou a Sarau Agência quando concluía seus estudos em jornalismo, nas Faculdades Integradas Hélio Alonso, e em produção cultural, na Universidade Cândido Mendes. O prazer pela música encostou no apreço pela escrita e pela história da cultura nacional. Junto a um lado bastante pragmático de organização e gestão, construiu uma trajetória sólida, alcançando reconhecimento no Brasil, com a idealização e realização de espetáculos de grande sucesso de público e mais premiados nos últimos anos. É cofundadora da Associação de Produtores de Teatro do Rio de Janeiro (APTR), entidade que se destaca na atuação para formulação de políticas públicas para o setor cultural em todas as esferas – municipal, estadual e federal.

CUSTÓDIO ALMEIDA é Professor Titular de Filosofia da Universidade Federal do Ceará, membro integrante do Conselho Estadual de Educação do Ceará e Cientista Chefe da Cultura do Estado do Ceará. Graduado em Computação pela Universidade Federal do Ceará (UFC) e em Filosofia pela Universidade Estadual do Ceará (UECE), tem mestrado em Sociologia pela UFC e doutorado em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS).

DANIEL GANJAMAN músico, arranjador e produtor. Em 1997, ao lado do pai, Ganjaman abriu o estúdio El Rocha, onde deu os primeiros passos como produtor, trabalhando com várias bandas do cenário independente paulistano. Produziu, nos últimos anos, álbuns de artistas como Criolo, Céu, Sabotage, BaianaSystem, entre outros. Seu primeiro grande trabalho foi na direção musical da banda do cantor, compositor e percussionista Otto, saindo em turnê na divulgação do primeiro disco do pernambucano, o “Samba pra Burro”, e se apresentando em importantes festivais, como o Central Park Summerstage em Nova York, Roskilde Festival na Dinamarca e Transmusicales na França. No início do ano

2000, foi convidado para gravar no disco do PLANET HEMP “A invasão do sagaz homem fumaça” (CHAOS/SONY Music), seguindo em turnê por praticamente todas as capitais brasileiras, Estados Unidos e Japão. Em 2011, ganhou destaque pelos álbuns Nó na Orelha, do cantor Criolo, e Alegria Compartilhada, da banda Forfun, que ganharam o prêmio de Disco do Ano pela crítica especializada, respectivamente pelo Video Music Brasil e pelo Prêmio Rock Show.

DRÍADE AGUIAR cuiabana, Dríade Aguiar é uma das cofundadoras da Mídia NINJA e integrante da rede Fora do Eixo. Afrofeminista, pansexual e ativista da positividade corporal, atualmente é uma das gestoras da NAVE Coletiva.

FLÁVIA ALMEIDA é artista visual periférica, moradora do Grande Bom Jardim. Trabalha com fotografia, audiovisual, produção cultural e arte-educação. Atualmente compõe o Coletivo Motim e a Produtora Princesinha de Favela.

HELEN DE SÁ moradora do bairro Jangurussu, é produtora cultural, diretora na PPDF, beauty artist e idealizadora do Projeto Princesinha de Favela.

HENRIQUE GONZAGA é ator, produtor, professor de teatro, jornalista e pesquisador. Bacharel em Jornalismo (Centro Universitário Sete de Setembro) e Licenciado em Teatro pela Universidade Federal do Ceará, é um dos artistas fundadores do Nóis. Pesquisa as pedagogias da voz falada para a cena, além das tessituras poéticas dos corpos dissidentes, em especial corpos bixas, pretos e favelados.

JOÃO ALEGRIA graduado e pós-graduado em História, com doutorado em Educação pela PUC-Rio. Atua no campo acadêmico como professor de tempo parcial do Departamento de Artes e Design da PUC-Rio, com estudos recentes em design da experiência de aprendizagem. Trabalhou como autor e diretor audiovisual na produção independente e nas principais emissoras de televisão aberta do país. Desde 2005 é parte da equipe da Fundação Roberto Marinho, onde dirigiu o Canal Futura e o LEd – Laboratório de Educação, nos quais são desenvolvidos e implementados todos os projetos educacionais da instituição, sendo o atual Secretário-Geral da organização.

LEO SURICATE artista e influenciador digital, faz parte do Suricate Seboso e da VetinFlix, começou a gravar vídeos para internet em 2009 com os amigos. Hoje, junto com seu irmão Dudu, fazem o Suricate Seboso, personagem que é referência no Ceará e no Nordeste desde 2012. No ano de 2019, em parceria com vários influenciadores periféricos de Fortaleza – CE, criaram a série La Casa Du’z Vetin, uma série multiplataforma de humor e ação que retrata o cotidiano de jovens da periferia da cidade, lotando praias, praças, teatros e salas de cinema. A série virou referência e um dos maiores expoentes do audiovisual no estado e deu início à VetinFlix (selo de cultura digital periférico do Ceará), muitas vezes indo até onde os aparelhos culturais e o estado não chegam, e com o atrevimento de difundir o acesso à cultura e à arte nas periferias do Ceará conectadas à internet. É militante do MTST (Movimento dos Trabalhadores Sem Teto), produtor cultural e morador da Quadra 10 do Residencial José Euclides, no bairro do Jangurussu.

LEONARDO ATHIAS cientista político e doutor pela Universidade Bordeaux IV (França). É pesquisador do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), atuando na Coordenação de População e Indicadores Sociais. Coordena o projeto de cultura da instituição e está envolvido nos esforços do IBGE em apoio à implementação da Agenda 2030.

LUCIANA GUILHERME doutora em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento – PPED pela UFRJ. É mestre em Administração pela UECE e graduada em Administração de Empresas pela UFC. É professora do Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa, pesquisadora vinculada ao Laboratório de Economia Criativa, Desenvolvimento e Território (LEC) e cocoordenadora do Núcleo de Empreendedorismo e Inovação na ESPM Rio.

MARIANA BRAGA TEIXEIRA secretária executiva de Planejamento e Gestão Interna da Secretaria da Cultura do Estado do Ceará, advogada e gestora pública. Foi bolsista de Inovação em Políticas Públicas da FUNCAP/CE, tendo trabalhado na SEPLAG/CE desde 2017, onde liderou a implementação do modelo de Gestão para Resultados em diversas secretarias estaduais. Coordenou a elaboração do Planejamento Estratégico da Secretaria da Cultura, cuja metodologia foi premiada com menção honrosa do Congresso Nacional de Gestão para Resultados e também a implementação do Escritório de Monitoramento de Resultados da Secult/CE em 2020.

PATRÍCIA MARIAH mestre em sociologia pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia – PPGS, pela Universidade Estadual do Ceará – UECE, com a dissertação intitulada “O que as mulheres negras da Rede Kilofé desejam na cidade de Fortaleza? Uma reflexão sobre raça, identidade e empreendedorismo”. Também é graduada em licenciatura em Ciências Sociais pela Universidade Estadual do Ceará – UECE. Atualmente trabalha na Secretaria de Cultura do Estado do Ceará, na coordenadoria de planejamento e desenvolvimen-

to institucional – CODIP. Divide a coordenação colegiada da Rede de Mulheres Negras do Estadual do Ceará. Tem experiência com políticas internacionais e atuou como voluntária das Nações Unidas junto ao escritório do Fundo das Nações Unidas para a Infância – UNICEF em Fortaleza (2019-2020). Suas demais atividades incluem produção cultural, articulação comunitária, educação social e empreendedorismo.

PEDRO TOURINHO nasceu em Salvador, formou-se em comunicação social e é especialista em entretenimento e mídia. Fundador da SOKO, premiada agência de comunicação do país, assim como da MAP Brasil, onde atuou na gestão de carreira, contratos publicitários e cuidados com a imagem de algumas das personalidades mais importantes do país. Mais recentemente, entrou como investidor e advisor da plataforma de economia criativa Orelo. Autor do livro “Eu, eu mesmo e minha selfie – como cuidar da sua imagem no século XXI”, lançado em 2019.

SAYMO LUNA designer de produto (UFC – 2014), especialista em Inovação Social (UFCA – 2018) e mestre em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social (UFRPE – 2021). Integrou a coordenação da Feira Cariri Criativo de 2014 a 2018. Idealizador e gestor da Casa Ucá. Desenvolve atividades relacionadas a design e artesanato.

VERONICA MARQUES designer de experiências, remixadora criativa, empreendedora e consultora de inovação. Professora universitária das áreas de Criatividade, Inovação, Empreendedorismo e Marketing. Mestre em Gestão da Economia Criativa (ESPM).

VINICIUS PIEDADE é ator, diretor e escritor. Autor dos livros "Trabalhadores de domingo" (contos), "Essas moças que me causam vertigens" (contos), "Meu mundo irreal" (contos), "4 estações" (dramaturgia), "Identidade" (dramaturgia) e "Cárcere" (dramaturgia). Escreveu e dirigiu, ao lado de Riberto Skora, o longa-metragem "Lasanha de berinjela", premiado em mais de vinte festivais pelo mundo. Criou, ao lado de Evas Carretero, o projeto "Take único", websérie com episódios independentes, sempre em plano-sequência. Desenvolve uma pesquisa continuada em teatro solo, tendo criado cinco espetáculos, como "carta de um pirata", "Cárcere" e "Hamlet cancelado". Com seus espetáculos em repertório, já percorreu todas as regiões do Brasil e outros dezessete países, como Índia, China, EUA, Alemanha, França, Turquia, Espanha, Portugal, Rússia, Lituânia, Angola e Argentina.

GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ

MARIA IZOLDA CELA DE ARRUDA COELHO

Governadora do Estado do Ceará

FABIANO DOS SANTOS PIÚBA

Secretário da Cultura

VALÉRIA CORDEIRO

Secretária Executiva da Cultura

MARIANA BRAGA TEIXEIRA

Secretária de Planejamento e Gestão Interna da Cultura

INSTITUTO DRAGÃO DO MAR

RACHEL GADELHA

Diretora-presidenta

ADRIANA VICTORINO

Diretora de Planejamento e Gestão

ELISABETE JAGUARIBE

Diretora de Formação

LENILDO GOMES

Diretor de Articulação Institucional

CENTRO CULTURAL PORTO DRAGÃO E HUB CULTURAL DO CEARÁ

HELENA BARBOSA

Gestora Executiva do Porto Dragão

IVAN FERRARO

Gerente Executivo do Hub Cultural do Ceará

LÉO PORTO

Coordenador de Produção do Porto Dragão

ELICIA MARIA E NATALY SOMBRA

Produtoras Porto Dragão

FABIANO VERÍSSIMO

Coordenador de Produção do Hub Cultural do Ceará

THIAGO BRAGA

Produtor do Hub Cultural do Ceará

MAÍRA SUSPIRO

Coordenadora de Comunicação

KARLA FONSECA E SHELDA VIANA

Redes sociais

NAYRA MARIA

Fotógrafa

SUELLEM COSME

Designer

CARLIANE ARAGÃO

Coordenadora Administrativa

RAFAELA BARBOSA

Assistente de Coordenação Administrativa

RAFAEL COSTA

Técnico de Iluminação

RAIMUNDO NONATO

Zeladoria

SEMINÁRIO JORNADA DE PENSAMENTO

CENTRO CULTURAL PORTO DRAGÃO e HUB CULTURAL DO CEARÁ
Idealização

**SECRETARIA DA CULTURA DO CEARÁ, INSTITUTO DRAGÃO DO MAR
e CENTRO CULTURAL PORTO DRAGÃO**
Realização

JOÃO WILSON DAMASCENO e IVAN FERRARO
Direção Executiva

FABIANO VERÍSSIMO
Produção Hub Cultural do Ceará

JULIANA TAVARES
Flutuante Produtora

LÉO PORTO
Operação De Transmissões

MAÍRA SUSPIRO e RHAIZA OLIVEIRA
Comunicação

ESAÚ BARBOSA
Vinheta e Animação

SABRINA ALBUQUERQUE
Design Gráfico

CARLIANE ARAGÃO
Administrativo

ISLÂNDIA CASTRO E IRABSON SOUSA
Intérpretes de Libras

PUBLICAÇÃO JORNADA DE PENSAMENTO #2

LUCIANA GUILHERME

Organização

FABIANO VERÍSSIMO

Coordenação Editorial

JOICE NUNES

Revisão

JULIA VALIENGO

Capa, Projeto Gráfico e Diagramação

© Instituto Dragão do Mar, 2022

Todos os direitos reservados

J82

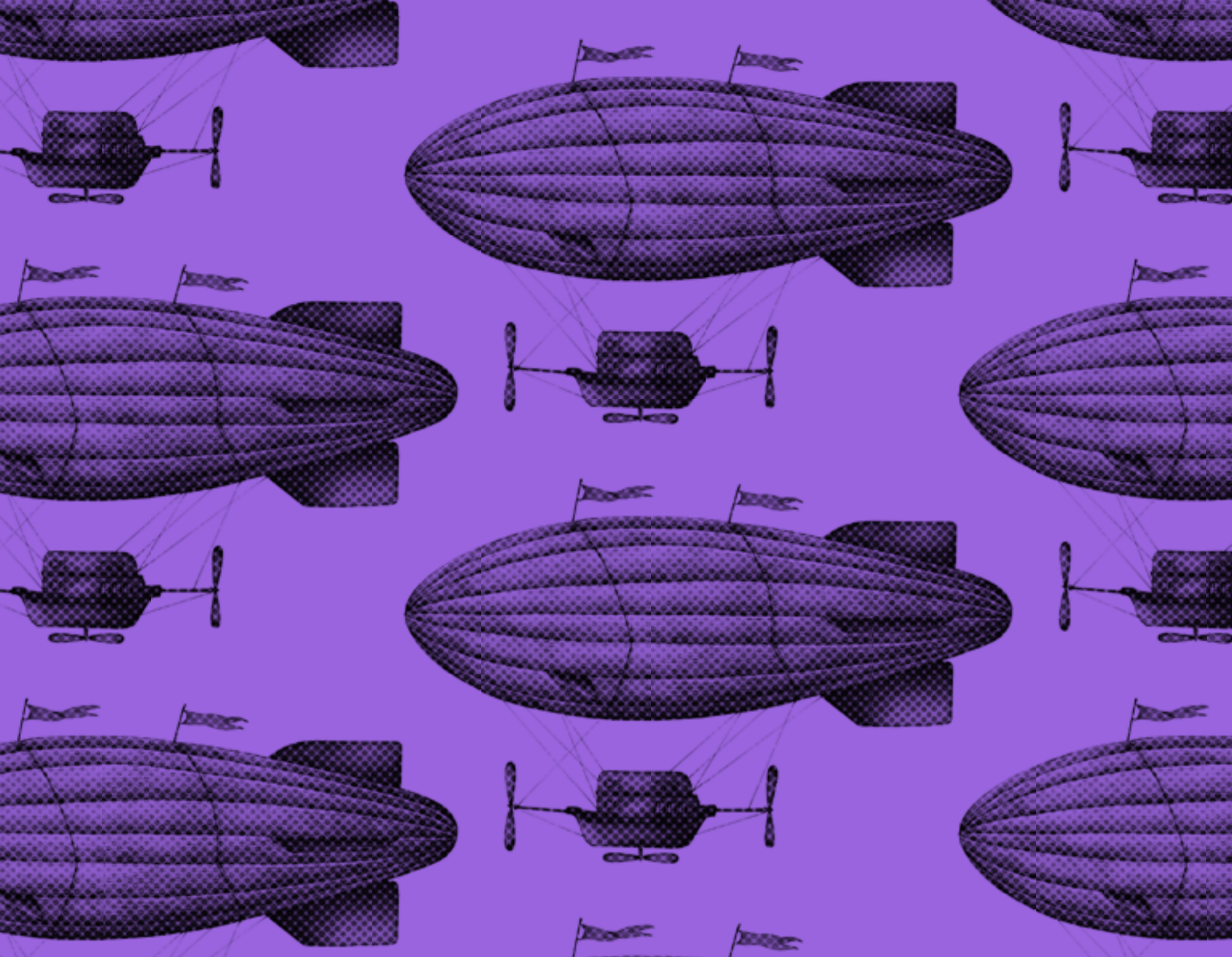
Jornada de pensamento viver de arte: reinvenções, inovações e novos futuros [recurso eletrônico] / Luciana Guilherme (org.). - Fortaleza: IDM, 2023.
1,200 Kb. ; PDF.

ISBN: 978-85-62348-13-6

1.Arte e educação. 2.Cultura e arte. 3.Arte e tecnologia.
4.Políticas públicas - arte e cultura. I.Título. II.Guilherme, Luciana.

CDD 707

Séfora de Menezes Oliveira - Bibliotecária - CRB3 1197



realização:



INSTITUTO
DRAGÃO
DOMAR



PORTO
DRAGÃO
CENTRO CULTURAL



CEARÁ
GOVERNO DO ESTADO
SECRETARIA DA CULTURA