

VIVER DE ARTE

#01

-
reflexões sobre
arte, cultura e economia
no brasil contemporâneo



JORNADA DE

pen sa mento.

VIVER DE ARTE

EDIÇÃO #01
AGO/OUT
2020

PARCERIA:



REALIZAÇÃO:



APRESENTAÇÃO

07

TEAR ARTE ATÉ TER AR PARA RESPIRAR

Fabiano Piúba

09

AS TRANSFORMAÇÕES QUE AFETAM E AFETARÃO O
SETOR CRIATIVO CULTURAL EM REFLEXÃO COLETIVA

Itaú Cultural

11

ARTE PARA VIVER

João Wilson Damasceno

13

CONEXÕES ENTRE CULTURA, ECONOMIA
E DESENVOLVIMENTO NO CEARÁ

Ivan Ferraro

15

VIVER DE ARTE: UMA CURADORIA
DE PENSAMENTOS E EXPERIÊNCIAS
EM TEMPOS PANDÊMICOS

Alexandre Barbalho

2 SOBRE A JORNADA

18

EIXOS E TRILHAS

20

PALESTRANTES



PREFÁCIO

30

VIVER DE ARTE: UMA JORNADA DE
PENSAMENTOS E EXPERIÊNCIAS



TEXTOS

37

**O MERCADO DA CULTURA EM
TEMPOS DE ISOLAMENTO SOCIAL**

Herê Aquino
e Raimundo Moreira

48

**QUE FUTURO É ESSE QUE NÓS
DESEJAMOS E SONHAMOS?**

Maria Helena Cunha

57

**GESTÃO: DA ARTE AO
ENTRETENIMENTO**

João Leiva

68

**GRUPO NINHO DE TEATRO. COMO
NASCEM OS PROJETOS?**

Edceu Barboza

78

**UM BREVE PASSEIO AO TEATRO
E SUA SUSTENTABILIDADE NAS
ÚLTIMAS DÉCADAS A PARTIR DO
GRUPO GALPÃO E DO CENTRO
CULTURAL GALPÃO CINE HORTO**

Chico Pelúcio

90

**LEI ROUANET - O INCENTIVO
PARA A CULTURA BRASILEIRA**

Henilton Menezes

103

**FEITO É MELHOR QUE
PERFEITO, FILOSOFIA DA
QUEBRADA: PEGA E FAZ!**

Kdu Dos Anjos

109

**PATROCÍNIO CULTURAL E
FOMENTO PÚBLICO: UMA
VISÃO SISTÊMICA**

Eliane Costa

118

**PLANEJAMENTO E MARKETING
DE PROJETOS ARTÍSTICOS.
CRIANDO NOVAS NARRATIVAS
DE EXISTÊNCIA**

Luciana Adão

123

**IMPACTOS DAS POLÍTICAS
CULTURAIS NOS MODOS DE
PRODUÇÃO DE AGENTES
CULTURAIS INDEPENDENTES**

Daniele Sampaio

133

**VIVER DE ARTE,
QUAL O SEU VALOR?**

Katia Lattufe

139

**ESTRADAS VICINAIS,
CAMINHOS PARA A FORMAÇÃO DE
REDE DE AGENTES CULTURAIS NO
INTERIOR DA BAHIA**

Felipe De Assis

149

REDE

Jack Elesbão

154

**CIRCULAÇÃO ARTÍSTICA,
PRODUÇÃO CULTURAL E
FINANCIAMENTO DE FESTIVAIS**

Angelo Márcio

e Giza Diógenes

174

**A REINVEÇÃO COMO ÉTICA DE
SI: CIRCULAR E CONSTRUIR
REDES NA REGIÃO NORTE**

Francis Madson

APRESENTAÇÃO



TEAR ARTE ATÉ TER AR PARA RESPIRAR

-

FABIANO PIÚBA

Secretário da Cultura do Estado do Ceará

A arte é um posicionamento diante do mundo. Ela é conhecimento e cena. Gera rupturas e dissidências e, assim, desorganiza e cria mundos. A arte é desassossego e frenesi, inventividade e liberdade. A arte é política. Fazemos arte e estamos fazendo política. A arte é trans: transformação, transcendência e transgressão. A arte ocupa esse lugar do choque, do incômodo, da reflexão, da inquietude e da criação, fazendo-nos enxergar além e mais longe. A arte nos expande, esparrama e liberta. A arte é a própria encarnação e reencarnação da liberdade de expressão. Ela é alma e é carne e é também espírito. A arte é o lugar da existência, da resistência, da vivência e da sobrevivência. Por isso, não vivemos sem ela. Assim, ela é economia. Promove conhecimento e gera riquezas, movimentando economias criativas, simbólicas, subjetivas e culturais, transformando vidas, lugares e realidades.

O Seminário “Viver de Arte - uma jornada de pensamentos e experiências” teve como tema central a reflexão sobre os lugares da arte e da cultura na economia, em especial nos dias de hoje no Brasil, pensando, para além da ideia do fomento e do financiamento, questões próprias do mercado em aspectos como circulação e formação em rede, gestão e modelos de negócios, comunicação e cultura digital, com mesas marcadas pela diversidade de falas, lugares e experiências distintas (públicas e privadas) em torno do desafio para o desenvolvimento de modelos de negócios no campo das artes e da economia da cultura, bem como na qualificação das políticas públicas para o setor.

O Seminário compõe a Jornada de Pensamento realizada pelo Hub Cultural do Ceará e o Centro Cultural Porto Dragão, equipamento cultural da Secretaria da Cultura do Estado do Ceará, gerido em parceria com o Instituto Dragão do Mar, tem sido uma instância importante para a reflexão e o pensamento sobre as políticas culturais em nosso estado. Nesta edição, contamos com a parceria primordial do Itaú Cultural, instituição de grande relevo na promoção da cultura em nosso país. Vale salientar que foi em meio à pandemia, que tanto tem impactado o nosso setor, que realizamos este Seminário, provocando-nos para a reinvenção do fazer artístico e da cena cultural e da percepção do que é viver de arte.

Quando falamos de viver de arte, levamos em conta todo um ecossistema dos elos criativos, produtivos e mediadores da cadeia de profissionais que movimentam a economia da cultura, que, na minha percepção, é sempre uma economia solidária. Sobretudo nos tempos atuais, que nos convidam a atuar na proteção social dos trabalhadores e trabalhadoras da cultura, associado ao fomento como instrumento para o desenvolvimento da cena, do cenário e do circuito das artes em nosso país, compreendendo, nesse contexto, tanto o papel das artes na promoção da saúde como na movimentação da economia.

Neste cenário, só ganhou mais relevo a importância de refletir sobre a aceleração e o impulsionamento de projetos artísticos-culturais.

O Ceará tem sido reconhecido em sua história – muitas vezes sendo pioneiro – por criar políticas públicas de cultura inovadoras e democráticas.

Acreditamos que essa Jornada de Pensamento é um passo crucial para dar continuidade ao modelo de desenvolvimento que queremos, a partir do diálogo, da escuta e da troca entre todos que fazem e pensam a cultura no Ceará, no Brasil e no mundo. Ademais, mantemos firmes a nossa resistência para que possamos tecer (tear) arte até ter ar para respirar, sobrevivendo e vivendo de artes.

AS TRANSFORMAÇÕES QUE AFETAM E AFETARÃO O SETOR CRIATIVO CULTURAL EM REFLEXÃO COLETIVA

-

OBSERVATÓRIO ITAÚ CULTURAL

Quais os desafios que a pandemia da Covid-19 trouxe para artistas, gestores e produtores culturais? Que nova bússola será necessária para mapear o contexto e quais outras lógicas, ferramentas e modelos deverão ser criados para se pensar, implementar e sustentar equipamentos, grupos e coletivos artístico-culturais?

O Observatório Itaú Cultural tem buscado, ao longo dos seus 15 anos, compreender o cenário de transformação nos vários setores da sociedade que afetam, e afetarão, o dia a dia dos profissionais que trabalham com cultura. Dessa forma, tem entre nossos objetivos: atualizar conteúdos e processos de formação para dialogar mais efetivamente com os variados contextos de produção cultural no país; promover diálogo plural com os mais diversos atores da sociedade; e desenvolver pesquisas que contribuam para analisar a complexidade dos sistemas que afetam a cultura.

Assim, a parceria com a Secretaria Estadual de Cultura do Ceará na realização da *Jornada de Pensamento: Viver de Arte*, construída pelo seu Hub Cultural, reforça nosso compromisso com a reflexão e a formação de quadros profissionais que tenham tanto embasamento teórico como capacidade de intervenção em realidades locais das mais diversas, promovendo investigação de qualidade e gestão cultural especializada.

A participação de representantes e convidados do Observatório atravessou pontos que consideramos relevantes para amparar a navegação dos fazedores e pensadores da cultura no contexto ainda mais desafiador que a pandemia lançou

para o setor. Apresentamos, por meio do professor e pesquisador Leandro Valiati, o então recém-lançado *Painel de Dados do Observatório*, que traz um panorama econômico dos setores cultural e criativo brasileiros, e como indicadores e evidências são fundamentais para construção de políticas públicas.

Outro tema aportado nas mesas da Jornada foi a *Articulação e Mobilização de Recursos*. O assunto foi abordado pelo jornalista, escritor, realizador multimídia, produtor cultural e estudioso das dinâmicas culturais contemporâneas Rodrigo Savazoni, que ministra esse tema de forma recorrente nos cursos livres realizados pelo Observatório. Desde as últimas décadas do século XX, o paradigma das redes vem se consolidando, multiplicando-se redes sociais, redes de instituições, redes de profissionais, num ambiente horizontalizado, que agiliza a transmissão de conteúdos, mas que coloca também novos desafios e exige novas habilidades.

Agir e pensar em rede são elementos incontornáveis da contemporaneidade, que estão por trás de parte das atuais estratégias de mobilização e articulação. As diferentes modalidades de articulação e mobilização que viabilizam a atuação do gestor/produtor cultural que, articulando-se com outros agentes e organizações, suprem suas próprias lacunas, potencializando ações e resultados. Outras possibilidades que permitem analisar novas institucionalidades e novos arranjos produtivos que surgem no setor cultural.

E, finalizando nossa participação com a gerente de comunicação do Itaú Cultural, Aninha de Fátima, compartilhamos um tanto da nossa experiência com o *Arte como Respiro: Múltiplos Editais de Emergência*. Com o objetivo de movimentar a economia criativa de maneira rápida e eficaz em tempos da pandemia mundial do coronavírus, o Itaú Cultural lançou o edital cuja primeira edição aconteceu em abril de 2020.

Ter a oportunidade de compartilhar pesquisas e experiências e refletir, juntos, com o Hub do Ceará e seus públicos durante a Jornada foi um exercício de questionar, visitar, criar e imaginar caminhos possíveis para os setores criativo e cultural brasileiros. A pandemia acelerou transformações nos modos de produção, circulação e consumo de produtos e serviços culturais, exigindo adaptações e, talvez, a reinvenção de políticas públicas e modelos de negócios. Refletir a capacidade de reinvenção e de construir ações para a sustentabilidade e, em muitos casos, a sobrevivência de organizações, empresas e trabalhadores da cultura enquanto durar a pandemia, e a recuperação do setor é um desafio que se faz necessário. É preciso, também, que a discussão seja realizada no coletivo e nas parcerias.

ARTE PARA VIVER

-

JOÃO WILSON DAMASCENO

Superintendente de Artes e Economia Criativa

[Instituto Dragão do Mar / Secretaria da Cultura do Ceará]

Um poeta nordestino disse um dia que a arte existe porque a vida não basta.

Acho que o que estamos fazendo aqui de alguma forma, aprofundado esta reflexão, quebrando paradigmas talvez, é falando e mostrando que, para vivermos precisamos da arte em todos os sentidos.

E para isso se faz urgente a reflexão, a formulação, o diálogo, o planejamento e a ação para que cada vez mais a arte e a cultura façam parte da vida das pessoas.

Acredito que essa relação pode se concretizar das mais variadas formas. Das que despontam como processos de interações artísticas, que vão desde uma percepção musical, o envolvimento do corpo numa dança, a emoção provocada por um espetáculo, até a experimentação motivada por um filme ou rir de uma piada. Por um outro caminho, na base de tudo isso, a arte fundamenta uma rede de sustentabilidade, uma vez que essa cadeia é composta desde um agente produtor de um festival, o designer que cria uma marca, o profissional que elabora um roteiro, o artista que desenha uma jóia, até o técnico que monta um palco, que desenha uma luz para um show ou faz a maquiagem do artista.

O primordial é o entendimento da arte como qualificação e viabilização dessas vivências,

e ao mesmo tempo se dar conta e afirmar que a arte é sim um meio de vida, podendo ser, inclusive, um dos melhores caminhos para sairmos da crise econômica e social que enfrentamos nos dias atuais e nos ajudar a adiar o fim do mundo, como bem fala Krenak.

E é nessa pauta que a gente vem fazendo essa travessia do Centro Cultural Porto Dragão e do Hub Cultural do Ceará, com uma referência muito forte e alinhada à política cultural da SECULT Ceará e à gestão do Governador Camilo Santana, onde a Cultura está inserida de forma central na agenda política, ocupando um papel estratégico como vetor de desenvolvimento econômico, social e humano.

Por fim, dizer que este livro que estamos apresentando, além de posicionar bem esse discurso do “Viver de Arte” em nossas vidas, tem a intenção de provocar, mas ao mesmo tempo propor, uma agenda de construção de uma política pública para a Economia da Cultura no Estado do Ceará.

Aproveito para registrar o apoio, a disponibilidade e sempre frutífera parceria com o Observatório Itaú Cultural.

Boa leitura e espero que este conteúdo contribua de alguma forma.

Axé e Evoé!

CONEXÕES ENTRE CULTURA, ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO NO CEARÁ

-

IVAN FERRARO

Gerente do Hub Cultural do Ceará

Na última década, tem-se percebido diferentes movimentos nas conexões entre cultura, economia e desenvolvimento no Ceará. Essas novas diretrizes nos proporcionam adentrar em ambientes colaborativos e integrados, por meio de processos econômicos inclusivos, participativos e democráticos. Embora tenhamos vivido o desmonte da cultura em nível nacional, com a extinção do Ministério da Cultura, no âmbito estadual é notada a importância desses processos econômicos engendrados a partir de organizações e agentes culturais em todas as regiões do estado.

A pesquisa da Federação da Indústria do Rio de Janeiro (Firjan), apresentada no documento “INDÚSTRIA CRIATIVA - Análise Especial: Ceará - 2018”, aproxima-se da mensuração deste ambiente em nível estadual e já consegue materializar algumas dessas importantes perspectivas. Em 2017, por exemplo, o estado do Ceará produziu um PIB Criativo de aproximadamente R\$ 2,9 bilhões, valor 12,8% superior ao que havia sido produzido em 2015. Esse período de 2015 a 2017 foi marcado pelo aumento da participação da criatividade no PIB do Ceará, que passou de 1,6% em 2015 para 1,8% em 2017. Esse resultado faz com que o estado avance uma posição e tenha a segunda maior participação do Nordeste. Além disso, no período de 2015-2017, cresceu o número de estabelecimentos criativos no estado (+5,1%). Como resultado, o Ceará totaliza 4,3 mil empresas criativas e aumenta a participação das empresas que atuam com a criatividade no total de sua economia de 2,4% em 2015 para 2,6% em 2017.

Assim como os empreendimentos tradicionais, os empreendimentos criativos necessitam da disponibilização e do acesso à informação, de capacitação profissional, de assessoria técnica para micro e pequenas empresas, de consultorias para desenvolvimento de projetos e planos de negócios e de marketing, de planejamento para gestão administrativa e financeira, assessoria jurídica, entre outras competências necessárias à sustentabilidade.

Nessa perspectiva, o Hub Cultural do Ceará tem por missão articular políticas, programas e ações da Secretaria de Cultura do Estado do Ceará com agentes e instituições parceiras, integrando e qualificando a oferta de serviços existentes dirigida aos setores culturais, por meio de linhas de fomento, cursos e oficinas de capacitação e qualificação profissional, articulação de canais de distribuição, comercialização de produtos, assim como assessorias e consultorias especializadas que se apresentem estratégicas para a economia do Ceará.

Atualmente, o HUB se estrutura em três eixos: *Conecta Artistas*, *Conecta Instituições* e *Conecta Público*, cujos objetivos são, respectivamente, fortalecer o engajamento de artistas, grupos e produtoras, conectando e ampliando as redes de agentes culturais; iniciar novas conexões e estimular os relacionamentos e as parcerias já existentes entre as diversas instituições públicas e privadas; e valorizar o capital cultural do estado com investimentos de curto e médio prazo, em comunicação direta com o cidadão cearense.

De 2018 para cá, o HUB tem contribuído com ações de formação e conhecimento, fomento e difusão, como os projetos Conexões Maloca (2018) e Porto Dragão Sessions (2019), as primeiras edições do webinar Jornada de Pensamento e do Faz a Cena - Programa Estadual de Formação nas Áreas Técnicas (2020), além da promoção de conexões entre artistas e profissionais para colaboração e desenvolvimento de criações artísticas por meio de atendimentos especializados.

Apesar do contexto sociopolítico vigente, os atendimentos criativos e especializados a artistas e grupos, as parcerias desenvolvidas, a abordagem do webinar Jornada de Pensamento sobre o Viver de Arte e o conceito de Cena Expandida do Faz a Cena este ano nos evidenciam a necessidade de refletir constantemente sobre as ações que atuam para o fortalecimento do dinâmico ecossistema da cultura e de suas cadeias produtivas, por meio de planejamento estratégico atento às demandas atuais, rumo a um mercado de trabalho e de profissionalização mais promissor no pós-pandemia, ressaltando a urgência da realização de pesquisas para levantamento de dados, bem como de publicações como a deste livro, que nos ajudam a traçar um panorama de possibilidades de atuação.

VIVER DE ARTE: UMA CURADORIA DE PENSAMENTOS E EXPERIÊNCIAS EM TEMPOS PANDÊMICOS

-

ALEXANDRE BARBALHO
curador

A experiência de fazer a curadoria da primeira Jornada de Pensamento junto com a equipe do Hub Cultural do Ceará foi um desafio diante do tema amplo e urgente que se elegeu:

como viver de arte no mundo, no Brasil, e mais especificamente no Ceará, nos dias correntes?

É preciso dizer que começamos as primeiras conversas ainda em 2019, ou seja, antes do cenário pandêmico que se configuraria no ano seguinte. Desse modo, a complexidade das respostas possíveis a serem dadas à pergunta geradora tornou-se, de uma hora para outra, imponderável. Porém, longe de desistirmos, buscamos redimensionar o debate levando em consideração esse dado intempestivo que, exatamente por ser extraordinário, fugia à nossa compreensão, ainda mais diante das mutações e incertezas que a Covid-19 impôs às nossas vidas em todas as suas dimensões.

Como e com quem cercar os problemas que envolvem o crescimento e o desenvolvimento da economia cultural no estado, com foco nas linguagens artísticas, levando em consideração, ainda por cima, o contexto de isolamento e/ou de distanciamento social que não sabíamos, como continuamos não sabendo, até quando iria durar? Diga-se de passagem que, depois de um breve momento inicial de apatia, ocasionado pelo impacto do “novo normal”, os artistas começaram a inventar novas formas de produção, exibição/circulação e fruição para suas artes, bem como se articularam para conquistar o direito de passar por essa onda por meio de políticas públicas, como expressam a Lei Aldir Blanc e os editais daí decorrentes.

Bom, então, de volta à pergunta: Como e com quem...

Foram muitas as conversas, reflexões e deliberações para chegarmos aos nossos/as/es convidados/as/es e ao formato não presencial do seminário (lembrem-se de que começamos sonhando em nos juntarmos no Centro Cultural Dragão do Mar na Praia de Iracema, em Fortaleza, para fazer essa conversa!). E foi isso: discutimos como viver de arte a partir de 4 eixos norteadores (Gestão e modelos de negócios para as artes; Fomento, financiamento e captação de recursos; Comunicação e relação com o público; e Circulação e formação de redes) com gente vinda de todo o Brasil, tanto entre os que iniciaram a conversa gravando suas intervenções e depois participando das lives - e aí a riqueza também se revela na diversas trajetórias acadêmicas e/ou de produção artístico-cultural - quanto entre os que, como público-alvo, foram também sujeitos ativos do debate, trazendo seus testemunhos e formulando questões, mantendo a conversa ativa.

Avalio que, ao final, foi uma jornada rica. Agora, você, leitor/a/e, pode referendar (ou não) minha percepção com este material que está em suas mãos. Uma boa leitura e até a próxima jornada. Que seja em breve!



2 SOBRE A
JORNADA

EIXO CENTRAL

ARTE, CULTURA E ECONOMIA NO BRASIL CONTEMPORÂNEO

abertura oficial

LEANDRO VALIATTI e FABIANO PIÚBA

EIXO I

GESTÃO E MODELOS DE NEGÓCIOS PARA AS ARTES

trilha 1 - o mercado da cultura
em tempos de isolamento social

ANINHA DE FÁTIMA (Itaú Cultural)

HERÊ AQUINO e RAIMUNDO MOREIRA (Todo Teatro É Político)

MARIA HELENA CUNHA (Inspire Gestão Cultural)

trilha 2 - a cultura e seu mercado:
características e diagnósticos

JOÃO LEIVA (Leiva Cultura e Esporte)

EDCEU BARBOZA (Grupo Ninho de Teatro)

CHICO PELÚCIO (Grupo Galpão)

EIXO II

FOMENTO, FINANCIAMENTO E CAPTAÇÃO DE RECURSOS

trilha 1 - financiamento e captação no campo da cultura

HENILTON MENEZES

KADU DOS ANJOS (Lá da Favelinha)

ELIANE COSTA

trilha 2 - planejamento e marketing de projetos artísticos

LUCIANA ADÃO (Oi Futuro)

DENOR SOUSA e GABRIEL ARAGÃO (produção ponto.ce e
Selvagens à procura de lei)

EIXO III

COMUNICAÇÃO E RELAÇÃO COM O PÚBLICO

trilha 1 - Comunicação Pública e Privada no Campo das Artes

RODRIGO MACHADO (Catarse)

PAULO FEITOSA (Quitanda Soluções Criativas)

RODRIGO COUTINHO (cultura.pe)

trilha 2 - Artes e Comunicação Digital

KÁTIA LATUFE (Sympla)

LÉO SURICATE (@osuricate e “La casa du’z vetin”)

EIXO IV

CIRCULAÇÃO E FORMAÇÃO DE REDES

trilha 1 - Circulação e Formação de Redes Artísticas:
Experiências Institucionais

FELIPE DE ASSIS (FIAC Bahia)

ROSANA CUNHA (Circuito Sesc de Artes - SP)

RODRIGO SAVAZONI (Instituto Procomum - SP)

trilha 2 - Circulação e Formação de Redes Artísticas:
Experiências Não Institucionais

JACK ELESBÃO

ÂNGELO MÁRCIO (Dona Zefinha) e GIZA DIÓGENES (Festival
Internacional de Circo do Ceará)

FRANCIS MADSON (Circulação de Guerrilha / PAN - Potências das
Artes do Norte)

ANINHA DE FÁTIMA

Gerente de comunicação e relacionamento no Instituto Itaú Cultural. Atua desde 2004 como Gerente de Comunicação e Relacionamento, sendo responsável por toda as ações de Comunicação e Marketing do Instituto; Criação e produção de conteúdo para mídias impressas e online; Elaboração de estratégias de Comunicação Corporativa; Gestão da Reputação e reverberação da marca; Gestão e prevenção de crises de imagem; Gestão institucional de programas estratégicos [Rumos]; Criação, gestão e curadoria de projetos especiais.

ÂNGELO MÁRCIO

Formado em Pedagogia (licenciatura) pela UECE (Universidade Estadual do Ceará - 2004), Ângelo Márcio tem 25 anos de experiência em atividades artísticas e culturais. É ator, clown, músico, arte - educador e produtor cultural. Atuou em vários espetáculos e ministrou diversos workshops e oficinas relacionados às áreas de música, teatro, arte educação e produção. É articulador, curador e diretor artístico do Festival Internacional de Circo do Ceará e Festival dos Inhamuns, Circo, Bonecos e Artes de Rua (2010-2020). Produziu projetos como Terminal da Música (2011), Mostra de Teatro de Rua de Jaguaribe (2010/2011), Zefinha Volante (2018) além de prestar assessoria artística para projetos sociais de ong's na elaboração de projetos culturais e cursos ligados a área teatral e musical.

CHICO PELÚCIO

Francisco Paulo Maciel Pelúcio, Chico Pelúcio, nascido em 25/04/1959, formado em Administração e Ciências Contábeis pela PUC-MG, especialização em Cinema no IEC - PUCMG. Integrou ao Grupo Galpão em 1982 e idealizou do Centro Cultural Galpão Cine Horto em 1998, onde sempre desempenhou a função de diretor geral. Foi um dos criadores do Festival Cante Conte de Baependi em 1980 que acontece até os dias de hoje, assim como também foi um dos criadores e coordenador do Primeiro Festival Internacional de Teatro "Palco e Rua" de Belo Horizonte. Esteve como Presidente da Fundação Clovis Salgado - Palácio das Artes nos anos 2005 e 2006. Ator e diretor de teatro, atuou na maioria das peças do Grupo Galpão e dirigiu o espetáculo "Um Trem Chamado Desejo" além de diversos espetáculos que deram início a Cia Burlantis de BH e ao Oficínio do Galpão Cine Horto entre outros. Além da direção da ópera "A Redenção Pelo Sonho" de Tim Rescala no Rio de Janeiro, assinou também em São Paulo a direção do Circo Roda e do espetáculo "Pagliacci" da Cia La Mínima que lhe rendeu o Premio Riso de direção no RJ em 2018 e várias indicações como melhor diretor em São Paulo. Como ator na TV, fez participações em séries da Rede Globo ("A Cura", "Sob

Pressão”, “Pedacinho de Chão”, “Bilhete Premiado”) e no cinema atuou em filmes como “Depois Daquele Baile” e “Mão na Luva” de R. Bomtempo, “Flores Raras” de Bruno Barreto e “Joaquim” de Marcelo Gomes entre outros. Como diretor de cinema dirigiu dois curtas metragens (“Uma Breve História de Viagem” e “Flor Minha Flor”) e o longa documentário “ Primeiro Sinal – A história do Teatro em Belo Horizonte dos Primórdios até 1980”, todos em parceria com Rodolfo Magalhães. Em 2015 lançou o livro “Do Grupo Galpão ao Galpão Cine Horto : uma História de Gestão Cultural” em parceria com Romulo Avelar.

DANIELE SAMPAIO

Daniele Sampaio é produtora e gestora cultural, pesquisadora de políticas culturais, curadora e fundadora da SIM! Cultura. Bacharela em Ciências Sociais e Mestra em Artes da Gena pela Unicamp. Desde 2006, atua em colaboração permanente com o ator Eduardo Okamoto. Integra, desde 2017, a equipe do Curso de Especialização em Gestão, Política e Produção Cultural da Unicamp. É autora de “Agentes Invisíveis e Modos de Produção nos Primeiros Anos do Workcenter of Jerzy Grotowski” (Editora Javali).

DENOR SOUZA

Produtor do festival Ponto.CE, dos Selvagens à Procura de Lei, Inbeats e GreenGoes (Charlie Brown Jr.). Atuante no mercado da música há dez anos, com passagens nas maiores produtoras do Ceará, como Multi Entretenimento, Empire, 7Tons e D&E. Vasta experiência em turnês com artistas nacionais e internacionais e produção de festivais como Réveillon e Carnaval de Fortaleza e Samba Brasil.

EDCEU BARBOZA

Artista-Produtor/Gestor-Pesquisador. Membro do Grupo Ninho de Teatro e do Coletivo Arruaça Escoamento. Mestrando em Artes Cênicas pelo PPGARC/UFRN. Graduado em História (2009) e Teatro (2016) pela Universidade Regional do Cariri - URCA. Foi professor substituto do Curso de Licenciatura em Teatro da URCA (2017). É Coordenador Pedagógico da Escola Carpintaria da Cena - Formação Livre em Teatro e Tradição. Gestor e Produtor da Casa Ninho desde 2011.

ELIANE COSTA

Doutora em História das Ciências e das Técnicas e Epistemologias pela UFRJ com tese sobre territórios, cibercultura e periferias urbanas. Mestre em Bens Culturais e Projetos Sociais pela Escola de Ciências Sociais (CPDOC) da FGV-Rio. Graduada em Física, tem pós-graduação em Engenharia de Sistemas e MBA Executivo em Comunicação. Coordenadora do MBA Bens culturais: cultura, economia e gestão da Fundação Getúlio Vargas. De 2003 a 2012, foi Gerente de Patrocínios Culturais da Petrobras. Hoje atua como consultora nos campos das políticas públicas e da gestão cultural pública e privada. É autora do livro *Jangada Digital* (Ed. Azougue, 2011) sobre as políticas do Ministério da Cultura para a cultura digital na gestão Gilberto Gil e coorganizadora da coletânea *De baixo para cima* (Ed. Aeroplano, 2014) sobre inovação social cidadã.

FELIPE DE ASSIS

Felipe de Assis é artista da cena, pesquisador e curador. Mestre em Artes Cênicas pelo PPGAC - UFBA (2015), colabora com curadorias independentes: Programa Rumos Itaú Cultural (2017-2018), Edital Oi Futuro (2017 e 2018), MITbr curadoria vinculada à Mostra Internacional de São Paulo (2018 e 2019), MEXE (Portugal, 2019), FNT Guaramiranga (2017 e 2018). É co-criador do Festival Internacional de Artes Cênicas da Bahia (FIAC Bahia), no qual atua como coordenador geral e curador desde 2008. Membro do Núcleo dos Festivais Internacionais de Artes Cênicas do Brasil desde 2009 e da Rede de festivais de Teatro do Brasil desde 2015. Através da 70ito Projetos & Produções realiza festivais (Ponto Fiac e Fiac Bahia desde 2013); coordena projetos de “Mediação Cultural” (Braskem 2014 e SESC 2018 e 2019); dirige, produz e distribui espetáculos de teatro e dança, (Feitocal 2015 e Looping: Bahia Overdub 2015 - 2020); realiza consultoria para Festivais e ministra cursos de curadoria em artes cênicas.

FRANCIS MADSON

Mestre em Ciências Humanas - (Teoria, História e Crítica da Cultura) - PPGICH UEA. Bacharel em Dança pela Universidade do Estado do Amazonas e Licenciatura em Teatro pela UnB e Graduando em Arquitetura e Urbanismo - FAMETRO. Diretor e Autor da Soufflé de Bodó Co. (AM) e Cia. Boi de Piranha (RO). Já realizou trabalhos em Cias. Importantes no Amazonas e Rondônia como: Cia. Cacos, Cia. De Intérpretes Independentes (bailarino e diretor), Cia. Índios. Com (Diretor Artístico) e Cia. De Teatro Fiasco (Ator e Diretor), Artrupe Produções (Diretor). Os eventos FALD (Festival de Dança do Amazonas), Gororobas das Artes, Dabacuri das Artes, Festival BREVES CENAS, BR - CLOWN e Vazio- Festival

de Performance, Circulação de Guerrilha, Sesc - 52, Pan - Potências das Artes do Norte, Menor Festival de Ópera do Mundo, Pensamento de Perto, Conexão Norte.

GABRIEL ARAGÃO

Gabriel Aragão é um artista intimamente ligado à sua geração. Compositor, músico e fundador de um dos grupos de pop rock brasileiro mais importantes desta década, os Selvagens à Procura de Lei, que comemora 10 anos de carreira em 2020. Escreve crônicas para o Jornal O Povo, publica poesias e trabalha com produção musical e direção artística de novos talentos. Em 2019, estreou a aula show Contando Histórias Com Música, onde debate temas como processo criativo, composição musical popular, descoberta vocacional, inspiração e prática, dentre outros, enquanto apresenta músicas de sua autoria como exemplo prático para os alunos inscritos.

GIZA DIÓGENES

Giza Diógenes é gestora e produtora cultural atuante no mercado cearense desde 2001 trabalhando em produções de grandes eventos referência no cenário local e nacional. Técnica em Turismo (2001) pela antiga Escola Técnica Federal do Ceará, hoje Instituto Federal do Ceará - IFCE e bacharel em Administração (2020) pela Unifanor. Fundadora da Iluminura Produtora Cultural e idealizadora do Festival Internacional de Circo do Ceará. No campo da produção está a frente da gestão e produção do Festival dos Inhamuns. Circo, Bonecos e Artes de Rua. Coordenou diversas frentes de produção em grandes festivais como Bienal Internacional do Livro do Ceará, Festival Jazz e Blues de Guarimiranga, Bienal Internacional de Dança do Ceará, Festival Nordeste de Teatro de Guarimiranga.

HENILTON MENEZES

Jornalista, gestor cultural e produtor de música e cinema, com experiência desde 1980. Foi funcionário do Banco do Nordeste do Brasil (BNB) entre os anos de 1976 e 2009, atuando na área de comunicação e cultura daquela estatal. Em 1998 integrou o grupo de implantação do primeiro equipamento cultural do BNB, ocupando, em seguida, os cargos de coordenador de Música e Teatro do Centro Cultural em Fortaleza. A partir de 2004 assumiu a gestão de cultura do BNB, sendo o responsável pela criação, implantação e gestão dos centros culturais de Fortaleza (CE), Sousa (PB) e Juazeiro do Norte (CE). Em 2010, ocupou a função de Secretário de Fomento e Incentivo à Cultura do Ministério da Cultura, cargo que exerceu nas gestões dos Ministros Juca Ferreira (2010), Ana de Hollanda (2011-2012) e Marta

Suplicy (2012-2013). Nesse mesmo período foi membro titular do Comitê de Patrocínios culturais da Secretaria de Comunicação do Governo Federal. Em 2014 foi Diretor Geral da XI Bienal Internacional do Livro do Ceará. Desde 2016 integra o Fórum Nacional Pelos Direitos Culturais, instituição de atuação nacional com a participação de mais de 250 instituições culturais brasileiras. Em 2017 realizou ampla pesquisa sobre o principal mecanismo de financiamento da cultura Brasileira, a Lei Rouanet, que resultou na publicação do livro intitulado “A Lei Rouanet Muito além dos (F)Atos, pela Editora Loyola. Em 2019 foi Curador artístico da I VIRADA SUSTENTÁVEL FORTALEZA. Desde 2015 é sócio-diretor da empresa Grimpa Consultoria e Gestão Cultural, empresa especializada na gestão cultural.

JACK ELESBÃO

Jaqueline Elesbão, mãe, negra, bailarina, drag king, produtora, instrutora de pilates e ativista das questões femininas, étnicas e causas LGBT. Suas permissões e dedicações artísticas atravessam a performance, teatro, dança, dublagem e cinema. Idealizadora e fundadora do Coletivo Pico Preto, onde é Diretora artística das ações desenvolvida pelo grupo como a websérie e documentário “Voz sem medo”, direção, coreografia e interpretação do espetáculo solo “Entrelinhas”, Revista Pico Preto e workshop Resiliência do corpo-história. Jack Elesbão também é gestora do espaço cultural Casa Charriot. Há um ano lançou o projeto Pilates Corpos Urgentes (@pilatescorposurgentes), onde dá aulas de pilates direcionada para pessoas negras, LGBTQI e pessoas com deficiência.

JOÃO LEIVA

João leiva filho é consultor, produtor e pesquisador da área de cultura. Economista (FEA-USP) com mestrado em Cinema (ECA-USP) e Gestão Cultural (Universidade Aberta da Catalunha), já desenvolveu mapeamentos sobre a área de animação no Brasil e sobre os mercados de música ao vivo e de produção teatral na cidade de São Paulo, além de ser responsável pelas principais pesquisas de hábitos culturais do país. Por meio da JLeiva Cultura & Esporte, já atendeu algumas das principais empresas e instituições culturais do país, como Fundação Roberto Marinho, SESC-SP, British Council e Itaú Cultural. Atualmente faz seu doutorado na Goldsmiths University, em Londres, na área de economia criativa.

KÁTIA LATTUFE

Profissional com experiência integrada em negócio e desenvolvimento humano. Em negócios: Possui larga experiência de mais de 40 anos na área de entretenimento, sendo que desde 1994 dedica-se às atividades de administração, gestão cultural e venda de ingressos. Hoje Diretora de Negócios da Sympla, já passou por empresas como Ticketmaster Brasil e Ingresso Rápido, empresa que foi sócia até 2018. Trabalhou como atriz, produtora e administradora cultural durante 20 anos (1978 à 1998), tendo participado de diversos movimentos culturais, espetáculos e produções teatrais neste período, principalmente no eixo RJ e SP. Em Desenvolvimento Humano: Dedicar-se às mais diversas práticas de meditação desde 1988 como as técnicas de meditações terapêuticas criadas pelo mestre indiano Osho, técnicas tradicionais como Vipassana e Zazen (mais amplamente conhecidas como “Mindfulness”) em longos períodos de prática diária e retiros. Dedicar-se ao estudo do pensamento integral de Ken Wilber desde 2005, participando de diversos cursos e grupos de estudo, incluindo o estudo da Spiral Dynamics. Finalizou sua formação em consultoria e facilitação na 2ª turma da Certificação MetaIntegral em 2018 (Instituto CHIE). Especializada no estudo do Eneagrama que estuda desde 1997, tendo participado de diversos cursos, grupos de estudo e dinâmicas. Certificada pela Integrative 9 Enneagram Solutions para aplicação do Eneagrama como ferramenta de apoio no desenvolvimento de pessoas, principalmente em papéis de liderança.

KDU DOS ANJOS

Filho de uma geração inquieta, Kdu dos Anjos é um artista plural, que carrega consigo o desejo pelo novo e a coragem para experimentar. Aos 29 anos tem trabalhos assinados em diversas áreas do universo artístico. MC da cultura Hip Hop e do Funk, produtor de moda, poeta, compositor, ator, arte educador, criador do Centro Cultural Lá da Favelinha e gestor da sua própria carreira, Dos Anjos se destaca no empreendedorismo de periferia do Brasil.

LEANDRO VALIATI

Economista, PhD em Desenvolvimento Econômico e pós-doutorado em Indústrias Criativas (Sorbonne-Paris 13). Professor Titular de Indústrias Criativas e Economia da Cultura na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Brasil). Professor visitante e pesquisador na Queen Mary University of London (Reino Unido) e na Universidade Paris 13 - Sorbonne (França). Conselheiro em Indústrias Culturais e Criativas para o Ministério da Cultura, Unesco e OEI. Criador do Núcleo de Estudos em Economia Criativa e Cultura (NECCULT), tendo liderado, por 4 anos, 6 acordos internacionais (Brasil- Europa); 20 projetos de pesquisa em

larga escala; 7 conferências internacionais; 12 livros e o projeto do Atlas Econômico da Cultura Brasileira. Conferencista internacional na Argentina, Brasil, Colômbia, Holanda, França, Itália, Espanha, Suécia e Reino Unido.

LÉO SURICATE

Artista marginal e um dos criadores do Suricate Seboso, começou a gravar vídeos para internet em 2009, de 2010 à 2012 junto com Diego Jovino fez a Banca do Anime, e se tornou uma das páginas mais influentes do segmento na época. No dia 12 de Dezembro de 2012, nasce o Suricate Seboso com Diego Jovino, Dudu Suricate e a entrada dele em janeiro de 2013, em 2015 (segundo ao site SumoRank) foi eleita a página de humor mais influente do Brasil e da língua portuguesa, ficando em 11º do mundo. 2015 junto com Dudu e Diego montaram o espetáculo de humor: Verás que o Filho teu, não pega o Beco (um mix de stand-up, teatro e música) levaram aos palcos toda irreverência e fuleragi do povo Cearense. Residentes em Fortaleza e crias do Ceará conduziram a tocha olímpica em 2016, como representantes da cultura Cearense. Carrega na carreira como artista na internet alguns hits além do Suricate Seboso, personagem que é referência no Ceará e no nordeste. No ano de 2019 em parceria com a Nigéria Filmes e 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 praia, praças, areninhas, teatros e cinemas. A série virou referência e um dos maiores expoentes recentes do Cinema/Audiovisual do estado e deu início a VetinFlix (o primeiro 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 a cultura e arte nas periferias do Ceará conectadas a internet.

LUCIANA ADÃO

Produtora Cultural graduada pela Universidade Federal Fluminense especialista em Gestão da Cultura e Gerenciamento de Projetos - metodologia PMI. Atua na formulação de parcerias estratégicas e políticas culturais, gestão de equipamentos culturais e desenvolvimento institucional de programas de fomento à cultura. Trabalhou em instituições privadas e públicas e também como produtora autônoma. Atualmente é Coordenadora de Patrocínios Culturais do Oi Futuro. Vive e trabalha no Rio de Janeiro.

MARIA HELENA CUNHA

Gestora Cultural, Mestre em Educação (FAE/UFMG) e Especialista em Planejamento e Gestão Cultural (PUC/MG). Foi coordenadora acadêmica do curso de pós-graduação em Gestão Cultural do Centro Universitário UNA. É coordenadora geral da EAD|Inspire e da Inspire Biblioteca Virtual. Publicou os livros *Gestão Cultural: Profissão em Formação* (2007) e *Planejamento Estratégico de Projetos e Programas Culturais* (Ed. SENAC, 2019). Atualmente, é assessora da Secretaria Municipal de Cultura de Belo Horizonte.

PAULO FEITOSA

Empreendedor Social, Produtor e Gestor Cultural. Bacharel em comunicação social - Publicidade e propaganda, especialista em gestão cultural, mestrando em ciências da cultura e comunicação pela universidade Trás-os-Montes e Alto Douro - Portugal. Fundador e diretor da empresa Quitanda soluções criativas, empresa dedicada á inovação social que tem como princípios o fortalecimento da educação, produção e gestão cultural, através do desenvolvimento de programas e projetos socioculturais, inovação e sustentabilidade. A instituição se baseia na compreensão de que refletir sobre cultura e educação é pensar valores e novos códigos sociais. Dirige projetos culturais e educacionais em diversos segmentos, com destaque para a direção e curadoria de diversos festivais de artes cênicas e música em âmbito nacional e internacional. Direção do projeto Escolas Criativas e do programa de formação Laboratórios culturais.

RODRIGO COUTINHO

Jornalista do Recife, tem 44 anos e passou por redações de TV, rádio e jornal de alguns dos principais veículos de Pernambuco. Já comandou dois programas de música. Trabalhou ainda no terceiro setor, com projetos socioambientais e de comunicação para populações indígena, quilombola e ribeirinha das regiões Nordeste e Norte do País. Atualmente, é gestor de Comunicação na Secult-PE/Fundarpe, liderando uma equipe de 12 profissionais.

RODRIGO MACHADO

Quando Rodrigo se deparou com o Kickstarter e com o IndieGoGo em 2009, o crowdfunding passou a fazer parte de sua vida. Primeiro, no mesmo ano, ao estudar o tema em sua monografia de conclusão de curso de jornalismo. E nos

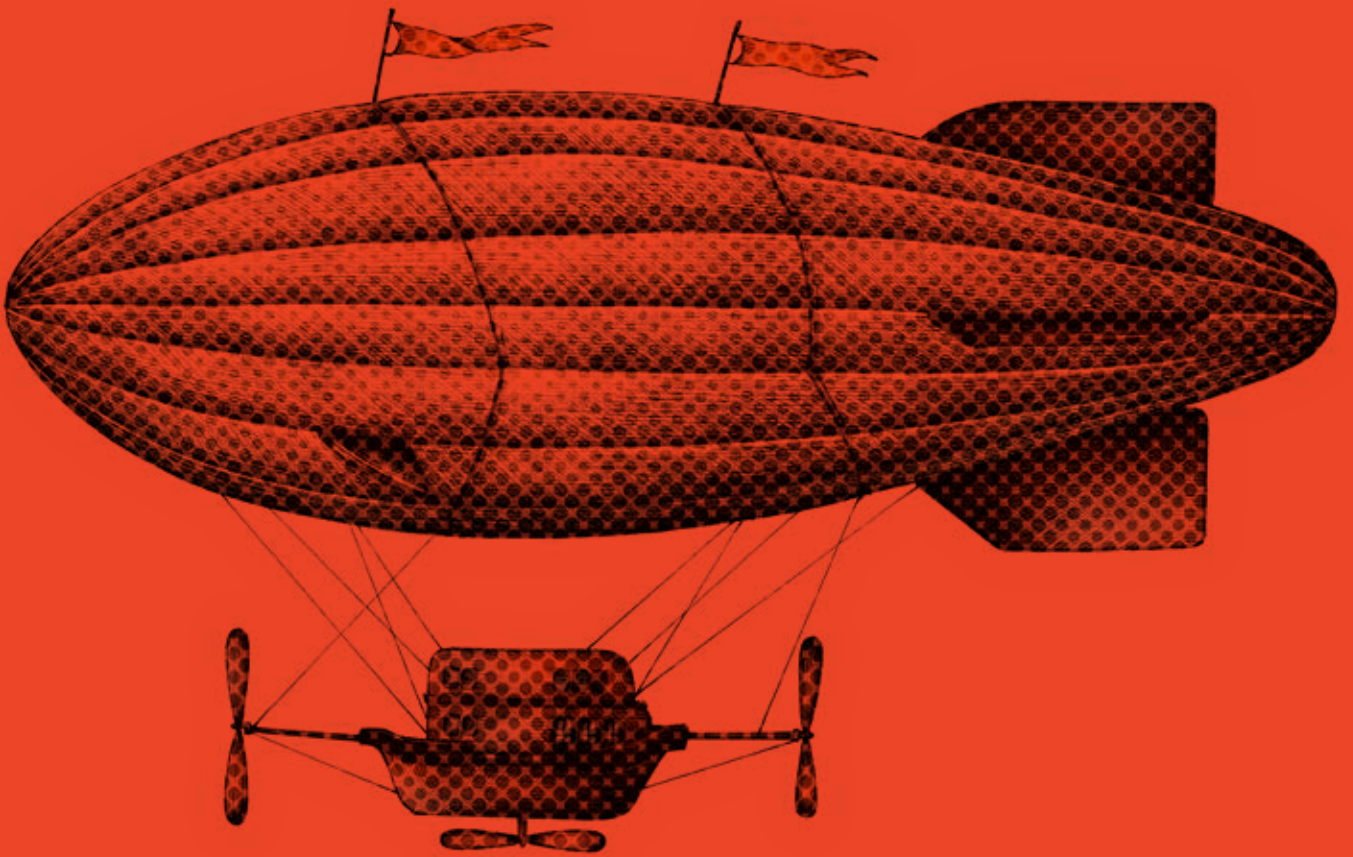
anos seguintes, empreendendo para implementar a cultura do financiamento coletivo no Brasil. Em 2011 cofundou o Catar-se primeira plataforma brasileira de financiamento coletivo para projetos criativos. Atua como CEO desde 2016. O Catar-se já movimentou cerca de 135 milhões de reais para diversos tipos de projetos com a ajuda de mais de 730 mil pessoas.

RODRIGO SAVAZONI

Rodrigo Savazoni é escritor, realizador multimídia, produtor cultural e estudioso das dinâmicas culturais contemporâneas. Atualmente é um dos diretores do Instituto Procomum - IP (www.procomum.org), organização da sociedade civil que atua com arte, tecnologia e inovação cidadã e doutorando em Ciências Humanas e Sociais pela Universidade Federal do ABC (UFABC-SP). Foi um dos fundadores da Casa da Cultura Digital, criador do Festival CulturaDigital.Br (www.culturadigital.org.br) e Chefe de Gabinete da Secretaria de Cultura de São Paulo (2012-2014). É autor de inúmeros livros, publicados no Brasil e no exterior, entre eles *O Comum entre Nós: da cultura digital à democracia do século XXI* (Editora do SESC-SP, 2018).

ROSANA CUNHA

Mestre em Gestão e Políticas Públicas na Fundação Getúlio Vargas em São Paulo, com pós-graduação em Administração da Cultura e Administração de Projetos, na FIA/USP. Atua no SESC - Serviço Social do Comércio em São Paulo como gerente de Ação Cultural, responsável pelo gerenciamento das ações artísticas desenvolvidas no Estado, nas áreas de música, dança, teatro, cinema, circo, literatura e bibliotecas, com ênfase na difusão, circulação e pesquisa. Coordena, ainda, a realização anual de Mostras e Festivais, CIRCUS - Festival internacional de Circo, Circuito SESC de Artes, Bienal SESC de Dança, MIRADA - Festival Ibero-americano de Teatro, entre outros.



3

PREFÁCIO

VIVER DE ARTE: UMA JORNADA DE PENSAMENTOS E EXPERIÊNCIAS

A Jornada de Pensamento é uma ação do Hub Cultural do Ceará e se configura como um conjunto de seminários voltado para os modelos de negócios no campo artístico e para a economia da cultura. A Jornada tem por objetivos discutir os problemas que envolvem o crescimento e o desenvolvimento da economia cultural no estado, mais especificamente aqueles ligados às linguagens artísticas, tendo como ponto de partida o diagnóstico colaborativo feito nos meses de setembro e outubro de 2019 pela Elephant Startup Factory junto com artistas, gestores/as públicos/as e privados/as e produtores/as, que identificou:

1. os problemas; 2. suas causas e consequências.

Dando seguimento ao diálogo com os diversos agentes do campo artístico, e com o intuito de estruturar o plano de ação do Hub, a Jornada irá abordar: 3. as possibilidades de soluções para os problemas elencados; e 4. a priorização de medidas a partir de critérios de impacto e investimento.

O primeiro seminário da Jornada, “Viver e arte”, ocorreu de 12 de agosto a 08 de outubro de 2020, de forma remota, e discutiu, como indica o título, como fazer e viver de arte no Ceará e no Brasil. Pensado antes da pandemia provocada pelo Covid-19, o tema acabou por se tornar ainda mais premente diante da crise que o setor artístico e cultural vivencia desde o início de 2020 e que demandou dos governos estaduais, municipais e federal um conjunto de políticas emergenciais, cujo ponto culminante foi a lei Aldir Blanc¹.

O seminário se organizou em 4 eixos norteadores (EIXO I - GESTÃO E MODELOS DE NEGÓCIOS PARA AS ARTES; EIXO II - FOMENTO, FINANCIAMENTO E CAPTAÇÃO DE RECURSOS; EIXO III - COMUNICAÇÃO E RELAÇÃO COM O PÚBLICO; EIXO IV - CIRCULAÇÃO E FORMAÇÃO DE REDES), formados por duas mesas cada um, além de uma mesa de abertura que abordou a arte, a cultura e a economia no Brasil contemporâneo. Cada mesa contou com dois ou três palestrantes, além de um mediador responsável por conduzir o debate com o público.

¹ A esse respeito, ver BARBALHO, Alexandre; SEMENSATO, Clarissa. A cultura em tempos de Covid-19: análise das políticas estaduais de cultura dirigidas para o contexto emergencial da pandemia. In: FROTA, Francisco Horácio da Silva; FROTA, Frota, Maria Helena de Paula; Frota, SILVA, Maria Andréa Luz da Silva.. (Orgs.). O impacto do COVID-19 nas políticas públicas. Fortaleza: Edmesta, 2020., p. 171-194.

As mesas estão disponíveis no canal do Porto Dragão no YouTube, tendo até setembro de 2021, 4.752 visualizações.

As falas dos e das palestrantes foram orientadas por temas geradores sistematizados a partir do relatório do diagnóstico colaborativo citado anteriormente, com o intuito de garantir um efetivo diálogo dos convidados com a realidade daqueles que vivem de arte no Ceará (ver quadro 01, pgs 34 e 35). Esse conjunto de temas funcionou inclusive para nortear a curadoria, no seu esforço de possibilitar ao público pessoas e/ou experiências relevantes para o que se queria abordar, sejam elas do campo acadêmico ou da produção artístico-cultural cearense e de outras regiões do país. A diversidade territorial, incluindo o interior do estado, permitiu ampliar a perspectiva do olhar e da compreensão dos problemas próprios a cada um e a cada uma que se fizeram presentes na Jornada.

Os depoimentos dos convidados revelaram, de modo geral, que a situação cearense de dificuldades com mercado, público e sustentabilidade na produção artística não se difere daquela vivenciada em outros estados (ou mesmo em outros países), inclusive naqueles que possuem uma economia cultural mais pujante como São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Em outras palavras, as trajetórias e as experiências apresentadas ou analisadas durante o seminário não estão muito distantes das que foram recolhidas por Rachel Gadelha Weyne junto a três gerações de produtores culturais cearenses, que ela nomeou de: “produtores-artistas”, os que iniciaram suas atividades no período anterior às leis de incentivo à cultura; “produtores-empresendedores”, que começaram a atuar com produção na lógica das leis e passaram pelos primeiros cursos profissionalizantes, de diversos formatos, na área; e “produtores-gestores”, que entram no campo no início do milênio, com maior presença do MinC a partir do governo Lula e da gestão de Gilberto Gil, dentro da lógica de editais e acessando a ampliação da formação em produção, gestão e política culturais em todo o Brasil².

Sem pretensão de fazer uma síntese da riqueza das intervenções dos palestrantes, muito menos da participação do público, seguem algumas questões que podem ser consideradas estruturantes, ao se cruzarem as informações contidas no Quadro 1 com o conteúdo do que foi apresentada em cada mesa. A conjuntura, como já explícitoexplícitado, foi a de profunda crise do campo cultural em todo o mundo, piorada no Brasil pela inércia da política federal para o setor, em uma clara incompreensão de seu papel estratégico durante e pós- pandemia. Diante desse cenário, um dos elementos

² A esse respeito ver WEYNE, Rachel Gadelha. O campo da produção cultural no Ceará: conformações, configurações e paradoxos. 2014. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Estadual do Ceará. Fortaleza, 2014.

destacados foi a necessidade de se levar em consideração a experiência dos artistas no momento de se elaborar programas e ações para o setor.

Uma questão importante é a cobrança de que as políticas de financiamento público, em especial os editais, tenham previsibilidade e regularidade. Por sua vez, faz-se necessário promover o encontro da arte com o mercado, de modo que, a despeito de suas diferenças de interesse, possam estabelecer um caminho compartilhado, como a ampliação do público consumidor, em especial diante de um mundo do trabalho precarizado e intermitente, como costuma ser o do artista. Faz-se premente, portanto, ampliar as possibilidades de financiamento e trabalhar com um mix delas, não ficando dependente de nenhuma –, seja a do Estado, seja a do patrocinador privado, seja a do público.

O papel da formação, em todas as frentes possíveis, ganha um papel ainda mais central na contemporaneidade, e tem que de levar em consideração palavras-chave como “invenção”, “intersectorialidade” e “criatividade” para se reinventar e dar conta das potencialidades do período pós-pandêmico. Isso requer considerar que a produção experimental e a comercial são pontos de um mesmo contínuo, percepção que deve ser apropriada não apenas pela empresa cultural ou pelo setor privado, pensado como patrocinador, mas também pelo Estado. Ainda no que diz respeito ao processo formativo, outro ponto destacado foi a necessidade de vasos comunicantes entre os universos da cultura e da administração, onde ambos se deixem contaminar produtivamente um pelo outro. Em outras palavras, que o gestor saiba das especificidades do campo cultural, e que o produtor de bens simbólicos entenda que sua produção precisa ser bem gerida diante das demandas do mercado e da burocracia, inclusive para estar atento a oportunidades que estão postas por outros setores, como a saúde, a educação, o turismo etc.

Outro aspecto fundamental é a relação do artista com seu território, com sua comunidade, a base na qual ele “vive de arte” e com a qual precisa estar atento para as suas potencialidades criativas. Ao mesmo tempo, a necessidade de se criar uma múltipla centralidade territorial, ou exercer um processo de desterritorialização, em especial para quem está situado em estados e/ou cidades fora ou até longe dos centros urbanos. É preciso criar “táticas” de sustentabilidade que passem, por exemplo, pela criação de um público cativo, por ampliar o repertório e por circular nesse território ampliado. Nesse quesito, é fundamental que haja planejamento estratégico, em especial quando se trata não de um criador, mas de um coletivo (grupos de teatro e dança, circo etcetc.), para, entre outros objetivos, descobrir recursos que possui mas não consegue reconhecer sua existência – um exemplo claro da importância da mútua contaminação entre arte e gestão. Também no que

diz respeito aos coletivos artísticos, destacou-se a estratégia de se estabelecer redes nacionais e mesmo internacionais e, em um aparente paradoxo, a importância de se ter uma sede física própria, como espaço multiuso: pesquisa, ensaio, apresentação, formação de público etc.

Por fim, ficou muito claro nas intervenções que o recurso ao ambiente digital, que a pandemia forçou a que todos e todas utilizassem, não tem mais retorno. Obviamente em um mundo pós-Covid e com o retorno às atividades presenciais, ele não terá a mesma centralidade, mas continuará a ser imprescindível. Essa nova configuração reforça a necessidade que já existia antes de atuar com e por meio da inteligência da rede digital, por exemplo, otimizando e descentralizando os projetos em várias plataformas, até para ampliar seu público, seja quantitativamente, chegando a mais pessoas, seja qualitativamente, criando e fidelizando públicos específicos, segmentados a partir de uma ampliação da oferta.

Essas e outras questões serão retomadas nos textos que seguem, a partir dos palestrantes. Como foi dito, o objetivo é propiciar a quem vive de arte no Ceará relatos, reflexões e análises de quem também está no mesmo barco, seja aqui ou em outro lugar do país, ou de quem pesquisa sobre o tema. Desse caldo de referências, cada um e cada uma vai bebendo como puder, para ir criando suas próprias jornadas.



EIXO 1	EIXO 2
má precificação do mercado de trabalho	Falta de captação privada e consequente dependência excessiva de editais públicos
Ausência de conexão entre a formação e o mercado de trabalho	Falta de planejamento setorial e má captação de recursos
Falta de uma formação sobre empreendedorismo de modo a entender o exercício da prática artística como um negócio	Falta de formação na área de captação de recursos privados (crowdfunding) e de cursos de formação técnica.
Dificuldade para descobrir o nicho	Falta de financiamentos alternativos, de criar produtos agregados e identificar novos circuitos
Falta de estratégias de fortalecimento voltadas à sustentabilidade dos artistas	Faltam rodadas de negócios e escritórios regionais ativos
Há um desconhecimento da cadeia produtiva	Falta acesso a crédito
Falta compreensão sobre o mercado	
Mercado de trabalho escasso com baixa remuneração para artistas e produtores e quase inexistência de empregabilidade	
Encerramento precoce dos projetos	
Falta pegar carona nos mercados já consolidados (turismo, saúde, educação e etc)	

EIXO 3	EIXO 4
Falta de comunicação mais eficiente do poder público com a classe artística (accountability; publicização; responsividade)	Falta de articulação qualificada que proporcione a criação de “ecossistema sustentável” para produções artísticas resultando em isolamento frente às poucas oportunidades.
Criação e fortalecimento de canais de comunicação próprios (agenda)	Falta de desenvolvimento de estratégias diferentes para diversas linguagens
Falta de público com repertório	Dificuldade de circulação e alcance limitado das produções artísticas
Ausência de mídia democrática	Falta de prática dos artistas/ produtores em desenvolverem suas ferramentas para circulação e assim consolidar rotas e circuitos
Falta metodologia para auferir os resultados de ações culturais	Há baixa capilaridade e escala de circulação de produtos artísticos
Falta app para carreira do artista “gamificar”	Falta circulação de projetos contemplados por outras regiões
Falta plataforma de mercado livre para arte	Há pouca integração entre atores da rede cultural (artistas, gestores de equipamentos)
Falta de banco de projetos públicos e avaliados por especialistas	Não há circulação dentro da rede de equipamentos e de espaços parceiros
Distanciamento entre políticas de comunicação, educação e cultura	Faltam trocas de experiências bem sucedidas (nicho de potência)
Pouca visibilidade nacional dos grupos locais	Falta criar rede de conexões nas várias áreas de cultura
Falta uma ampla pesquisa para conhecer os perfis dos consumidores ou não de cultura no estado	
Falta um mapeamento de percursos de artistas e de experiências exitosas	

4

TEXTOS



O MERCADO DA CULTURA EM TEMPOS DE ISOLAMENTO SOCIAL

—

HERÊ
AQUINO
e
RAIMUNDO
MOREIRA

O Mercado da Cultura em Tempos de Isolamento Social foi o tema que nos coube debater na Jornada de Pensamento – Viver de Arte. Esse argumento nos sugere, de imediato, diversas questões que nós, do Movimento Todo Teatro é Político, pontuaremos e tentaremos discutir neste artigo.

Uma delas diz respeito à forma como a arte e a cultura são abordadas por produtores, empresas, equipamentos culturais, gestores que tentam legitimar sua importância na sociedade, unicamente, por seus aspectos econômicos e de geração de emprego.

Isso, de certa forma, surge como um meio de justificar os investimentos públicos no setor. Claro, estamos dentro de um sistema capitalista, onde todos os campos da vida humana devem legalizar sua importância de existência por sua capacidade de produzir mercadorias, produtos vendáveis cujo objetivo primeiro seja a geração do lucro. Nada se justifica, nesse sistema, que não agregue VALOR de MERCADO.

Entretanto, são muitas as razões pelas quais se deve investir em arte e cultura, e se atrelarmos o seu valor exclusivamente a essa afirmação, empobreceremos o que esse setor possui de mais significativo, que é seu valor simbólico. É nesse lugar onde nos reconhecemos enquanto sujeitos de uma sociedade, que exaltamos nossa afirmação de pertencimento, de autoestima, e

onde provocamos a afirmativa do nosso lugar no mundo.

Nós, do Movimento Todo Teatro é Político, acreditamos que seja justamente por lutarmos para que a arte e a cultura sejam reconhecidas, principalmente como bem simbólico, como obra e identidade de cada povo e como afirmação de pertencimento que o Brasil pode manter uma posição relevante em termos de produção cultural. Fazê-la fruí-la e produzi-la é um direito de todos, reconhecido e previsto em lei. Compreendemos, porém, que o direito não é dado, mas conquistado, pois todo direito é fruto do exercício da luta. Estar ciente dessas prerrogativas é a nossa melhor chance de inserção nos espaços decisórios e até no imaginário sociopolítico do país.

Sabemos, porém, da importância e da necessidade do diálogo sobre o Mercado da Cultura em Tempos de Isolamento Social, principalmente em uma conjuntura onde o atual “governo federal”, além de desacelerar profundamente os investimentos na área cultural, produz um verdadeiro desmonte de conquistas, asseguradas durante décadas. O distanciamento social, devido à atual crise sanitária, à total paralisação dos equipamentos culturais e, conseqüentemente, à ausência do público, fez com que o atual cenário se agravasse ainda mais, porém, nos provoca a pensar em alternativas viáveis, tanto no campo das formas do fazer

artístico quanto nas formas de sustentabilidade.

Todavia, é nesse cenário de isolamento que conseguimos melhor perceber como a arte e a cultura são inevitáveis como bens de primeira necessidade. Nesse contexto, a pergunta sobre o que seria de nós nesta quarentena se não fosse o cinema, a música, os livros ou qualquer outro conteúdo que a gente esteja conseguindo acessar e produzir pela internet ganha relevância, dada a sua evidência no atual momento.

É importante pontuar, entretanto, que algumas manifestações culturais e artísticas vão sofrer mais do que as outras. O Teatro, que é a arte da presença e do encontro, está sofrendo um impacto difícil de superar; está tateado, se adaptando, tentando descobrir possibilidades e ferramentas nas redes que o torne possível sem que as perdas sejam maiores que os ganhos. Diferentemente das formas de arte que já acontecem nas plataformas de streaming e que já eram possíveis de imediato nessa relação virtual com a internet – essas provavelmente terão uma grande transformação positiva.

Nesse espaço e em tempos de distanciamento social, artistas e gestores públicos culturais ainda tateiam, tentando entender os novos mecanismos e as novas formas de expressão artística por meio da internet: as apresentações ao vivo via redes sociais, os festivais

on-line, os lançamentos de editais para contratação de espetáculos em formatos virtuais, entre outros, estão sendo experimentadas, mas ainda de forma aleatória e casual. Nesse momento ainda estão sendo iniciativas que procuram sustentar a economia da cultura para que a mesma não entre em colapso. No momento em que os projetos presenciais se tornam inviáveis, tais iniciativas aparecem como alternativas interessantes, que acabam por manter a roda da cultura em movimento.

As medidas de isolamento social para conter a disseminação do coronavírus no Brasil acabaram por suspender shows, sessões de teatro e cinema, exposições e outras atividades culturais. E como ainda não há data para a retomada das atividades, é preocupante e muito triste perceber milhões de artistas e técnicos lutando para sobreviver ou dependendo de doações por meio de campanhas nas redes sociais. Realidade difícil de aceitar e que mostra a fragilidade do setor.

Os dados de uma pesquisa realizada pela Associação Brasileira dos Promotores revelam que mais da metade da programação deste ano foi cancelada, com perdas estimadas em R\$ 90 bilhões. E, segundo o presidente da Cooperativa Paulista de Dança, Sandro Borelli, projetos de arte independente que eram financiados por leis de incentivo e políticas de fomento também foram paralisadas.

O setor cultural que temos hoje é resultado direto de décadas de investimentos da esfera pública e da esfera privada, e mesmo insípidos e deixando a desejar são conquistas de lutas dos trabalhadores da cultura, os quais, em todos esses anos, procuraram firmar o setor não só como um bem simbólico de extrema necessidade social, mas como espaço de geração de trabalho e criação. Somente esse investimento humano, no nosso entendimento, já seria o bastante para lamentarmos o colapso da economia da cultura.

Diante de todas as questões aqui colocadas, cabe-nos, então, fazer algumas perguntas que terão o intuito de guiar a linha de raciocínio deste texto. A primeira diz respeito aos universos da arte e do mercado: como duas coisas aparentemente tão distintas se encontram? Para responder a essa pergunta, nós, do Movimento Todo Teatro é Político, propomos pensar a questão em três campos de atuações, ou seja, o campo político, o campo social e o campo econômico.

No campo político, onde se constitui a relação e atuação da arte com o estado, situa-se o local onde os artistas pleiteiam que se cumpra o que é estabelecido no Art. 215 da Constituição: “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”. É,

portanto, campo de luta do entendimento da arte enquanto valor simbólico, e não somente enquanto valor de mercado.

Já no campo social, o diálogo se estabelece a partir da reverberação da obra final do artista e seu alcance e comunicação com a sociedade em geral. Mas aqui, também, cabe outra questão. De que sociedade estamos falando dentro dessa multiplicidade de possíveis e dentro dessa complexidade de desigualdades sociais que é o Brasil?

Por último temos o campo econômico, que dentro do sistema capitalista é pensado de forma a gerar o lucro, a partir da exploração do trabalho do outro. Talvez, por isso, seja tão difícil de mensurar e pensar a arte produzida como mercadoria, já que a relação de produção da maioria dos coletivos foge totalmente dessa premissa.

Sendo assim, uma grande metáfora surge em nossa tentativa de responder e entender essa linha de raciocínio, que, longe de ser uma receita pronta e acabada, é mais uma reflexão para pensarmos sobre a questão que aqui se coloca: como transformar água e óleo em uma fonte que alimente o mesmo leito e o mesmo rio?

Se imaginarmos o óleo como esse grande sistema que rege a sociedade – seja o Estado, seja o grande capital – como engrenagem concreta, palpável, sólida e imaginarmos a água como

nossa atividade cultural, nosso fazer artístico – que é fluido e muitas vezes não palpável –, a metáfora nos provoca a pensar sobre como essas duas coisas, tão diferentes, podem se encontrar e alimentar o mesmo leito.

Seguindo ainda essa linha de raciocínio, cabe-nos imaginar três mundos. O de antes, ou seja, o que já vivemos, como o passado recente; o de agora, que estamos vivendo, como o presente; e o de depois, o que vamos viver, como o futuro próximo. Dessa forma, e a partir desses três mundos, podemos tentar responder um pouco as perguntas que aqui se colocam e seguir na busca por esses novos caminhos. Claro que não estamos à procura de respostas que esgotem a questão, mas sim em busca de reflexões que nos estimulem a imaginar possíveis caminhos.

De qualquer forma, acreditamos que em meio a esse emaranhado de novas experiências que agora se desenharam em nossa frente seja possível achar novas entradas, ou mesmo novas saídas sem, no entanto, descartar antigas experiências.

Iniciamos aqui com esse primeiro mundo imaginário ao qual nos referimos anteriormente. O mundo antes da pandemia, aquele onde alguns coletivos atuavam de forma independente e em função da construção de seus trabalhos.

Nesse mundo, encontramos artistas individuais e co-

letivos, com e sem CNPJ, que criavam e se inseriam no mercado produzindo saberes, conhecimentos e arte em geral: espetáculos de teatro, dança, performance, música, literatura, entre outros. Trabalhos criados presencialmente e exibidos nos teatros, museus, galerias, espaços culturais alternativos, ruas e praças da cidade. Nessa perspectiva, os artistas faziam circular suas obras e, conseqüentemente, da produção desse trabalho, cada artista ou coletivo tirava o seu sustento.

Aqui temos, também, a busca dos coletivos pelos incentivos municipais, estaduais e federais que fomentavam a produção cultural e que, de um tempo para cá, veio se burocratizando e tornando essa relação cada vez mais complicada. A burocratização gerou situações complexas e levou os diversos coletivos a se organizarem administrativamente e, conseqüentemente, a correrem em busca do CNPJ. Se inicialmente a prestação de conta se dava na comprovação das ações por vídeos, fotos, relatórios e entrevistas, agora se dava por meio de uma gama de papelas estranhas e um sistema de prestação de conta burocrático que mais provoca dor de cabeça do que colabora para a organização e a produção dos grupos. Essa burocratização obrigou os artistas individuais e os coletivos a contratar contadores e a pensar a produção de seus trabalhos de forma mais organizacional.

Interessante ressaltar que se os coletivos não entendiam a burocracia, os gestores muito menos. E esse campo virou um cabo de guerra em que a dificuldade maior era encaixar e mensurar a produção artística e cultural dentro das tabelas complicadas da lógica do mercado. Sendo assim, para nós do Movimento Todo Teatro é Político, o que resultou dessa luta foi a consagração da lógica perversa do mercado guiando, muitas vezes, o fazer artístico e a organização desses coletivos. Deste modo, o que, antes, era um coletivo de artistas transformou-se, para o poder público, em uma pequena empresa.

Em meio a tudo isso, o Estado acaba nos obrigando a ter um produto e a pensar nesse produto como algo vendável e que possa ser mensurado. Mas, apesar disso, na maioria das vezes, os gestores, com algumas exceções, conseguem compreender que essa produção não gera, necessariamente, uma produção mercadológica, mas simbólica. Podemos comparar essa produção com o que entendemos por patrimônio material e patrimônio imaterial. Nossa arte, muitas vezes, está no campo da imaterialidade, portanto, de difícil compreensão para quem lida com grupos artísticos como se fossem empresas geradoras de mercadorias.

Nós, que trabalhamos com o Teatro, nos deparamos muito com essa questão, já que o Teatro é uma arte que acon-

tece presencialmente, acontece enquanto está, é fugaz, efêmera, momentânea, some depois de executado. Isso, na maioria das vezes, não é compreendido, o que acaba por acarretar a dificuldade de mensurar seu valor.

É claro que temos várias tentativas dessa mensuração, e uma delas está assentada no que chamamos de cachês. Entretanto, os valores dos cachês são desiguais, aleatórios e totalmente defasados, se analisarmos a partir da realidade de Fortaleza. Essa defasagem acontece devido a vários fatores, mas o que deve pesar mais, talvez seja o fato do pouco investimento na cultura que leva os espaços e gestores a quererem multiplicar o pão em detrimento da valorização do trabalhador da cultura ou da obra apresentada.

A valoração dos cachês é muito diferente em todo o país, e sua demarcação se dá, em maior ou menor grau, praticamente, pela força da organização e da luta dos trabalhadores da cultura, muito mais do que pela consciência dos gestores em relação ao valor pago e estabelecido pelo trabalho desenvolvido.

Cabe-nos perguntar: que lugar é esse que ocupamos? Onde ele se situa enquanto profissão e reconhecimento e enquanto produtores de bens simbólicos? No nosso entendimento, pensar e desenvolver a arte e a cultura como bem simbólico não anula a construção desse campo enquanto profissão, já que esses dois univer-

tos não são campos distintos, e sim entendimentos e ações complementarem.

Esse era o mundo que tínhamos antes da pandemia, nosso passado recente, onde os grupos buscavam políticas públicas e essas políticas públicas, via de regras, vinham por meio de editais.

Sabemos, pois, que esses editais não conseguiram alcançar o crescimento da produção artística e toda a complexidade das manifestações culturais que, consequentemente, estão ligadas à complexidade da sociedade brasileira. Na verdade, esses editais conseguiam atingir somente um pequeno percentual dos trabalhos desenvolvidos, o que acabou por gerar grandes dificuldades no campo produtivo.

Ao mesmo tempo, ainda nesse passado recente, a falta de conhecimento sobre o funcionamento dessa cadeia produtiva suscitava grande descaso para com a área cultural. Muitas vezes, por não termos noção desses fatos, já que o tema ainda é pouco explorado em nosso meio e totalmente alheio aos cursos de arte e cultura desenvolvidos nas universidades do estado, a arte fica sendo vista não como uma profissão, mas como uma segunda atividade, um passatempo, ou mesmo um entretenimento, como se o fazer artístico fosse reservado somente para os que se podem dar ao luxo de fazê-lo por amor. Portanto, se o tema da cadeia produtiva ainda é um campo desconhecido, acabamos por não

utilizar esse conhecimento e as ferramentas de leitura que poderiam ampliar um novo campo de ação.

Ainda dentro desse pensamento e sabendo que mesmo a cultura sendo um campo que já aponta uma atuação de 2% a 3% do PIB e em milhões de empregos gerados, cabe-nos perguntar: por que os investimentos na cultura ainda são tão acanhados e direcionados unicamente para um pensamento mercadológico? A cultura só é importante quando o mercado consegue ler a cadeia produtiva da qual a cultura faz parte? E se assim for, passa a ser necessário, então, que o artista se transforme em um administrador de empresa com domínio administrativo e econômico de todas as etapas e de tudo que faz parte da montagem de um trabalho artístico cultural?

Em síntese, de um lado estão o Estado e as empresas, que não conseguem alcançar toda a complexidade do fazer artístico e toda complexidade social que envolve esse fazer. Principalmente se levarmos em conta que essa produção cultural é muito mal distribuída e que não chega onde mais precisaria chegar, nas comunidades. O não funcionamento dessa engrenagem pública faz com que a cultura carregue no seu bojo a tarja de artigo de luxo e de campo excludente, e revela uma cadeia produtiva escondida e acanhada diante do poder do capital.

Nesse contexto de fragilidades, em relação à organização das ações voltadas para a cultura, entramos no mundo do agora, que é o tempo da pandemia. E se no mundo anterior as coisas funcionavam fragilmente, agora todas essas fragilidades se agravaram profundamente.

A questão da regularidade e da previsibilidade com que as ações do setor público eram ou deveriam ser organizadas e desenvolvidas foram jogadas para o espaço. Com a pandemia perde-se o que se tinha, minimamente, em relação a esses dois fatores e isso acaba por influenciar, diretamente, o desenvolvimento dos trabalhos dos coletivos.

O que existia em relação às programações dos espaços culturais, ao lançamento de editais e festivais ou a qualquer outra ação cultural fomentada pelo poder público na cidade simplesmente foram sendo cancelado. E se esses fomentos já eram insuficientes, agora eles simplesmente deixavam de existir.

Todas as ações desaparecendo e os artistas em isolamento social, arriscando cegamente novas experiências que pudessem transformar as produções culturais em novas perspectivas, novas possibilidades e novas saídas. Nesse contexto, a primeira saída possível era tentar aprender a lidar com as ferramentas que o mundo da comunicação e da internet nos apresentava e descobrir como se poderia alargar e alcançar outras fronteiras.

Assim, as perguntas continuaram: qual o papel do Estado, da sociedade e do mercado diante do novo cenário que se apresentava? Se estamos, agora, todos conectados numa mesma plataforma, como usá-la para ampliar o público? Como monetizar os trabalhos desenvolvidos nessas plataformas? Como esses trabalhos serão produzidos? Como serão pensados os cachês? As perguntas chegavam, cada vez mais, à medida que pensávamos sobre o desconhecido que se colocava à nossa frente.

Essa nova situação oferecia ao artista uma amplitude de possibilidades, mas também tirava algo precioso, que era a interação do artista com o seu público. O contato, a troca de olhares, a presença muitas vezes fundamental para o resultado final da obra produzida.

Talvez seja importante salientar – pelo menos tem sido essa a experiência dos últimos quatro meses – que o teatro, de fato, está entre uma das artes que mais tem sofrido com a transformação presencial e física para o mundo virtual. Afinal, quando tiramos o teatro do palco ou da rua e o levamos para as telas dos milhares de computadores espalhados pelo mundo ele continua ou não sendo teatro? Achamos que não, mas sabemos, também, que o campo da experimentação está aberto e que o importante, agora, é descobrir novas experiências e, principalmente, saber se essas novas experiências estão trazendo

uma colaboração para pensar o atual momento do fazer artístico.

Também temos visto que essa vontade de continuar criando tem nos mantidos sãos de saúde e tem sido potência para pensar a arte, que sempre teve a dificuldade de se afirmar enquanto produto sustentável, com o desafio de ser desenvolvida de dentro de casa e gerar sustentabilidade.

Outro desafio com que temos nos deparado é a perda da relação de agrupamentos. Nós, criadores da cena teatral, trabalhamos com a ideia do teatro de grupo, pois acreditamos que esse trabalho em coletivo é uma das saídas para enfrentar as dificuldades que o sistema de ontem e de hoje, agravadas pela problemática presente, nos proporciona. Portanto, o grande desafio colocado à nossa frente é: como criar e produzir algo sem estar junto, experimentando, e sem saber que público é esse com que agora nos defrontamos?

Se antes vivíamos em um tempo em que a formação de plateia era importante, agora nos deparamos com um público aberto, sem fronteiras, universal, mas que ainda não o conhecemos. Outra questão importante de ser abordada é sobre o acesso à internet, pois sabemos que seu alcance é limitado. Compreendemos que os excluídos digitais de agora continuam sendo os socialmente excluídos de antes, os que nunca tiveram acesso aos produtos cultu-

rais produzidos – eles continuarão excluídos, apesar da ampliação que a cultura terá no uso dessas plataformas virtuais.

A pandemia trouxe também, de forma mais aguçada, a percepção para o consumo da arte. Seja ouvindo uma música, seja vendo um experimento virtual, seja ouvindo histórias, lendo livros, conversando sobre eles, vendo um filme ou uma exposição virtual, a arte esteve presente em nosso dia a dia, durante essa pandemia. O que nos leva a uma outra questão: fazia tempo que a sociedade não consumia tanta atividade cultural como agora, ou esse consumo já existia nessa mesma proporção, mas não era percebido, já que o seu consumo está integrado de forma natural no cotidiano das pessoas?

Muito tem se falado sobre a necessidade que as pessoas estão tendo de serem atravessadas pelo campo artístico para continuarem em sã consciência. Parece que a sociedade está precisando ser atravessada pela cultura, da mesma forma que necessita de comida, de saúde, das brincadeiras, das conversas, entre outras necessidades. Coisas que estão nos fazendo bem, que estão nos fazendo estar vivos e que estão abrindo perspectiva para que possamos acreditar nas possibilidades de permanecermos inteiros para o terceiro momento que é o pós-pandemia. Nosso futuro próximo.

Nesse campo surgem outras necessidades. A principal

seria a de estruturar melhor o pensamento nesse novo campo cultural. Precisamos pesquisar e conhecer melhor esse público, incluir e dominar as ferramentas de comunicação, criar estratégias que nos façam chegar ao maior número possível de pessoas, de acercar-se mais delas, já que, agora, esse público a quilômetros de distância do artista.

Além do mais, é preciso que a sociedade entenda que por trás da arte produzida nesse momento de pandemia existem dezenas de pessoas que, com seu trabalho, fazem essa roda girar. E esses profissionais são diversos: técnicos, artistas, costureiras, marceneiros, pipoqueiros, motoristas de aplicativos e tantos outros.

Talvez exista todo um novo mercado se abrindo diante dos nossos olhos, mas nem como economia, nem como experiência de civilização a internet substituirá o espaço público e a interação ao vivo. Entretanto, sabemos que não podemos parar, que 5,2 milhões de trabalhadores no Brasil estão, direta ou indiretamente, ligados ao campo cultural e, portanto, dependem dessas atividades criativas de uma forma geral.

Sabemos também que em 2020 esse setor representou de 2% a 3% do PIB (Produto Interno Bruto), e que essa porcentagem fez esse mercado maior do que o de transportes, por exemplo, e chegou, inclusive, a empregar mais que o setor de turismo. É claro que todas es-

sas novidades em relação às incertezas do amanhã geram expectativas para o mundo e para os diversos setores, inclusive para o cultural.

Sabemos também que o mundo não será o mesmo e que essa ruptura certamente afetará a cultura e terá consequências no longo prazo. Todavia, é possível prever o surgimento de novos modelos de negócios e de novas formas de fruição cultural que nos obrigarão, certamente, diante da crise, a tomar decisões criativas, a pensar fora da caixa e a refletir sobre fatos que ainda não havíamos pensado. Pelo que tudo indica, o aparentemente “impossível” será o limite, já que nossa motivação passa também pela crença de que a sociedade, a cultura e os artistas vão sempre existir, vão sempre seguir o seu curso e que até lá, no fim do mundo, haverá sempre alguém no palco ou na rua e, de frente para esse alguém, ao menos uma pessoa olhando, encantada ou envolvida criticamente com o que está vendo.

Sendo assim, é por acreditarmos que a arte e a cultura. Assim como tudo que nasce do fantástico universo artístico, atinge o lugar onde o humano talvez se encontre imbricado no que tem de mais sublime, que nós, trabalhadores da cultura, não abandonaremos a luta. Além disso, como se tudo isso não bastasse e fosse pouco, o setor cultural ainda nos oferece e se firma como uma indústria possível e importante.

Quem sabe nesse espaço onde se constrói os sonhos e que chamamos de cultura esteja o cantinho em que guardamos a síntese e a antítese do que nos faz humanos. Nessa dialética contida na complexidade do corpo/alma, razão/espírito, mente/coração, arte/mercado, água/óleo, talvez possamos encontrar formas que nos empurrem para frente, rompam as margens e nos abram os caminhos que nos levarão a esse novo futuro.

-

**QUE
FUTURO
É ESSE
QUE NÓS
DESEJAMOS
E SONHAMOS?**

-

**MARIA
HELENA
GUNHA**

Quando fui convidada para participar da Jornada de Pensamento: Viver de Arte, tendo como pauta o Mercado da Cultura em Tempos de Isolamento Social, a primeira pergunta que me foi feita foi sobre o que abordar e como refletir diante desse tema em pleno isolamento social, sem nenhuma perspectiva de finalização de tal situação. No entanto, acreditei no desafio da discussão e, principalmente, na possibilidade da convivência virtual para pensarmos juntos sobre um futuro próximo. Estamos vivendo um momento histórico da humanidade, do qual somos protagonistas. Um período em que temos muitas dúvidas e incertezas sobre o futuro próximo, mas, ao mesmo tempo, precisamos projetar, desejar e sonhar com mudanças reais e imaginárias, pois é o que pode nos manter vivos e pulsantes.

Mas, afinal, o que tenho para dizer? Para mim, e para uma boa parcela da humanidade, tem sido um período de muitas leituras, reflexões e observações sobre o que está disponibilizado no mundo virtual, que vem ganhando uma proporção ainda maior neste período de isolamento social. Atualmente, estamos nos pautando pelas redes sociais, que é por onde têm circulado muitos textos sobre a pandemia e seus reflexos sociais, ambientais, culturais, políticos e econômicos. Também é pelas redes que se multiplicam *lives* e *podcasts* com as mais diversas linhas de pensamentos, além de muita música e muito teatro,

ao vivo, pelas plataformas digitais – confirmando que é possível ter beleza, sensibilidade e criatividade nesse mundo virtual. A pergunta que tem sido feita constantemente é: será que estão inventando uma nova linguagem? Na verdade, neste momento, o que podemos afirmar é que são grandes experimentações nas mais diversas linguagens artísticas e que estão explorando as possibilidades do uso das plataformas digitais.

Nesse sentido, são leituras, reflexões e vivências de um momento muito recente; ainda não tivemos o distanciamento temporal necessário para entender o que estamos vivendo e, consequentemente, quais seriam as oportunidades de mudanças. Ninguém pode prever aonde chegaremos, nem como. Uma coisa é certa, como disse Ailton Krenak em uma de suas entrevistas¹: “Voltar ao normal seria como se converter ao negacionismo e aceitar que a Terra é plana. Que devemos seguir nos devorando”. Assim, dando sequência ao nosso raciocínio, precisamos nos perguntar: antes da pandemia estava tudo bem? Aquele “normal” estava bom?

Atualmente, precisamos nos preparar para fazer as perguntas pertinentes, provocativas, especulativas e aguardar o tempo certo das respostas, que provavelmente não virão em breve. E vamos trabalhar a partir de um espectro amplo de olhares para conseguir selecionar e organizar tantas informações, com as quais

¹ Entrevista concedida ao jornalista William Helal Filho, jornal O Globo, em 07 de abril de 2020.

somos bombardeados todos os dias, transformando-as em conhecimentos e compartilhando-as de forma coletiva, mesmo que tudo isso esteja associado às nossas incertezas de futuro.

Seguimos com mais uma das várias perguntas que temos feito atualmente: que futuro é esse que nós queremos, desejamos e sonhamos? Uma coisa é certa, precisamos nos reinventar a cada dia e entender, por vários pontos de vista, a situação que vivemos – seja ela política, econômica, social, cultural, civilizatória ou intelectual –, como disse Edgar Morin em seu artigo intitulado *Festival de Incertezas*². Só o título já diz muito sobre o que estamos vivendo, e ele ainda afirma que também há uma crise existencial que “nos obriga a questionar nosso modo de vida, nossas verdadeiras necessidades, nossas verdadeiras aspirações encobertas pela alienação da vida cotidiana [...]”.

Como trazer tais reflexões, essa clara necessidade de nos reinventar a partir dessa experiência humana, para este cenário em que estamos há mais de 160 dias (até o momento em que escrevo este artigo) em isolamento social? O contato físico ainda é restrito e, em geral, estamos distantes das pessoas, cada um vivendo a própria história, mas, ao mesmo tempo, ao trazer essa experiência individual, de sujeitos, podemos identificar a potencialização da necessidade coletiva de convívio, mesmo que ela

ainda seja virtual. Nesse ponto, o tema arte e cultura ganha um significado mais potente, por sua capacidade de criar as possibilidades, ainda que na virtualidade, daquilo que temos de mais importante: a convivência!

De forma mais objetiva, ao refletirmos sobre o mercado cultural em um período de isolamento social, mais uma pergunta precisa ser colocada, pois tem sido um questionamento permanente de quem vive e sobrevive cotidianamente de arte e cultura: como pensar a monetização dos trabalhos artísticos em tempos atuais e de pós-pandemia?

O primeiro ponto que me vem sobre esse tema está relacionado ao nosso referencial para entendermos o século XXI. Não dá mais para pensar e idealizar um período pós-pandemia ainda presos a uma mentalidade e a parâmetros do século XX. Na área cultural, por exemplo, considerando o tema monetização, como pensar nos programas de sustentabilidade ou de financiamento para o setor cultural construídos nas últimas décadas? Será que isso ainda cobre a realidade atual e de pós-pandemia? Não estamos criando, neste momento, novos conceitos ou parâmetros referenciais. Ainda é muito cedo para falar nisso, mas dá para perceber que este período pandêmico potencializa o que consideramos positivo e explicita ainda mais os problemas que já vinham desde o século passado.

² Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/599773-um-festival-de-incerteza-artigo-de-edgar-morin>.

De fato, acredito também que agora é que chegamos ao século XXI. Digo isso pela evidência da necessidade de mudanças de comportamentos e de mentalidades relacionadas a vários aspectos sociais, ambientais, culturais e econômicos do cenário atual. Não podemos nos furtar de acreditar que, neste momento, precisamos nos reinventar e entender o que tudo isso significa em nossas vidas pessoais, coletivas e profissionais. Portanto, reforço a ideia de que estamos com a oportunidade de mudarmos muito. Mas qual seria o caminho? Ainda não temos respostas para isso.

Vamos retomar o raciocínio sobre a monetização dos trabalhos artísticos. No início deste isolamento, todos nós vivemos de forma compulsiva um excesso de exposição midiática, como uma forma de minimizar a estranheza diante do desconhecido – afinal, o que significava esse isolamento e quanto tempo ele duraria? Como nos estruturar para essa nova situação? Não houve tempo de preparação, foi “na tora”, mesmo para quem tinha condições mínimas de qualidade de vida para se organizar dignamente – o que não é uma realidade para a grande maioria da população deste País. Continuamos assistindo a uma overdose de de *lives* para discutir sobre tudo – e todo mundo tem algo a dizer! –, pois essa é uma forma de compartilhar com mais pessoas este momento tão singular da história mundial, em que se busca entender coletivamente o significado e as consequências

de tudo isso para as nossas vidas. Uma forma de estarmos juntos “sem estar”, de ir para a rua “sem ir”...

Nesses mais de cinco meses em que estamos entre nossas paredes, o que estamos vendo? Será que é somente a reprodução virtual de um mercado, na mesma lógica anterior, ou seja, pautado pela mentalidade do século XX? Na música, por exemplo, sem citar estilos ou perfis, de mais ou menos famosos, já podemos identificar as marcas nas laterais e margens dos vídeos, nos objetos e nas placas inseridas nos cenários e nas próprias falas dos artistas. No entanto, uma boa parte dessas apresentações artísticas virtuais também se associa às campanhas emergenciais voltadas para o próprio setor cultural e para suas áreas técnicas, que têm menos visibilidade e condições de sobrevivência no mercado atualmente.

Ao mesmo tempo, assistimos a muitos artistas com menos potencial de mídia criando oportunidades e apresentações *on-line*, a partir de condições precárias, mas pela necessidade de se manterem na ativa, ainda dentro da lógica de visibilidade como forma de permanência no mercado. Na verdade, tudo isso pode ser tão fugaz e efêmero... Será que esses trabalhos se perderão no excesso de informações disponíveis nas mídias digitais? O que vai ficar como memória?

Aquele furor amadorístico inicial começa a perder

espaço para um aprimoramento da linguagem e dos recursos tecnológicos. No teatro, as experimentações começam a ser organizadas; peças *on-line* vêm sendo encenadas ao vivo, e não como uma reprodução do palco em situações pré-gravadas. Já são criações próprias para a lógica virtual. Apesar das resistências iniciais, muitas pessoas se rederam à emoção com o “terceiro sinal” de um espetáculo virtual em nossas salas de casa.

Pagamos por esses espetáculos um valor quase simbólico. Por quanto tempo se sustentarão de forma pontual e emergencial? O que esses valores advindos do público, muitas vezes de forma espontânea, significam como recursos para a complexa cadeia produtiva do setor cultural?

E por falar em público, como cada setor cultural se relacionava antes e se relaciona agora com seu público? Qual é o papel do público como um dos pilares de sustentação do setor cultural? Essas perguntas precisam ser feitas considerando reflexões que venham das relações estabelecidas antes e durante a pandemia, e ainda de como poderão prever a sua retomada pós-pandemia. Para aqueles que já trabalhavam bem esse relacionamento com o público, agora é preciso estabelecer uma relação de fidelização, identificando a oportunidade de aproximação em busca do reconhecimento conjunto dessa nova realidade. É preciso buscar um retorno qualificado sobre a retomada da produção artística, tra-

balhando na preparação dos primeiros encontros presenciais para a reconquista de um espaço, seja ao ar livre ou em ambientes fechados, o que vai exigir uma nova relação de confiança entre artistas e público. Esse é um tema que vale um debate específico. No fundo, estamos colocando à prova o significado da relação de solidariedade e fidelidade do público para com a produção artística e, consequentemente, o quanto estão dispostos, agora, a pagar por essas experiências culturais virtuais.

Nesse aspecto, estamos retomando um tema recorrente na área cultural, que é a formação de público. Agora precisamos inserir uma nova variável: quem é esse público para a programação digital? Esse tema traz a evidência da relação entre cultura e educação, pois nos referimos a uma formação consistente e contínua de público para a cultura, o que significa a formação de hábitos culturais. Associado ao tema da formação de público, temos que discutir sobre acessibilidade nesse novo contexto da pandemia. Tratar desse tema não significa apenas demonstrar a capacidade de democratizar o acesso aos portadores de necessidades especiais (motoras, auditivas, visuais, intelectuais e/ou mentais), cumprindo exigências legais, mas é garanti-lo como direito cultural conquistado. Mais do que desempenhar um papel social e político, é importante vislumbrá-los também como público potencial para a cultura, que

precisam de determinadas atitudes e de procedimentos específicos para ter o seu acesso garantido.

Para além do setor cultural, mas incluindo-o no contexto atual, vivenciamos não só uma brutal desigualdade social, sanitária e econômica, que se escancarou para todos neste País, evidenciando a importância do papel do Estado no aprimoramento de políticas públicas estruturantes para o desenvolvimento da sociedade, um desenvolvimento que deve ter como centralidade as pessoas. As ferramentas de financiamento público que vêm sustentando o mercado desde os anos 1990 – por exemplo, as leis de incentivo à cultura e os editais públicos e privados nas mais diversas linguagens artísticas e de produção – conseguem se manter dentro da lógica atual? Os apoios coletivos, como *crowdfund*, cumprem um papel importante de mobilização em torno de causas culturais, mas isso não sustenta um mercado cultural. O Estado tem de estar presente, e sem uma postura paternalista, sendo responsável pela estruturação de um setor produtivo e, mais do que isso, um setor que garanta o significado mais profundo de uma sociedade. Portanto, é preciso questionar se não seria o momento de repensar os modelos de financiamento que foram construídos até o momento.

Não poderia deixar de citar a Lei Emergencial Aldir Blanc (Lei n.º 14.017, de 29

de junho de 2020). Como o próprio nome já indica, ela é emergencial, é um socorro para a área cultural e sabemos que há setores e, mais do que setores, há pessoas e espaços que estão no limite de suportar esse isolamento social. Já gritaram pelos quatro cantos deste mundo: “fomos os primeiros a parar e seremos os últimos a voltar”! E essa realidade tem sido dura. Os trâmites para a implantação da Lei Aldir Blanc ainda estão em fase de regulamentação³ e de organização inicial, dependendo da mobilização de estados e municípios, que estão correndo contra o tempo para dar conta de uma execução efetiva dos recursos, sempre disponibilizados com prazos exíguos e com uma burocracia nem tão simples quanto se imaginava. É uma lei emergencial para garantir o mínimo de sobrevivência para quem vive de arte e cultura, e sua importância vai além dos recursos financeiros. Foi impressionante a capacidade estratégica que possibilitou a mobilização nacional e, principalmente, do interior do País e de seus municípios em torno do setor cultural. É muito importante atentarmos para os desdobramentos futuros dessa Lei. Foi uma vitória significativa na Câmara Federal e no Senado; agora é preciso superar os entraves burocráticos e fazer dessa luta uma bandeira de longo prazo para garantir que os recursos cheguem às pontas, onde precisam estar com urgência.

Outro aspecto que deve ser considerado é um programa de formação profissional

³ Decreto Nº 10.464, de 17 de agosto de 2020, que Regulamenta a Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020, que dispõe sobre as ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas durante o estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020.

para o campo da cultura e a sua conexão com o mercado – e o que isso significa? Acredito que precisamos ter uma formação ampla, humanizada e capaz de entender o nosso entorno e, como tudo na vida, mais do que nunca, esse aprendizado tem que vir de um processo colaborativo, de uma troca de experiências e de um diálogo que possam levar esse sentido para o mercado de trabalho.

Assim, ao falarmos de formação para o setor cultural, estamos nos referindo a ações estruturantes para a profissionalização e a organização do mercado de trabalho, o que significa a formação de pessoas capacitadas para refletir sobre possíveis reestruturações de modelos a esse mercado ou sobre a sua recriação em uma situação ainda desconhecida de pós-pandemia.

No entanto, a formação em tempos de isolamento torna-se mais um dos grandes desafios do momento atual. A educação a distância (EAD) tornou-se uma realidade, e quem nunca pensou nessa possibilidade, e até mesmo tinha certo preconceito, começa a ter que transformar as suas aulas presenciais, sejam teóricas ou práticas, em aulas para a realidade virtual. E esse é mais um ponto que nos leva a discutir a desigualdade social e digital neste País. Na urgência dessa adaptação, precisamos nos perguntar: qual é a melhor metodologia para darmos conta da nossa demanda formativa virtual?

Quem possui a experiência com educação a distância para cursos livres na área da cultura pode afirmar que são duas metodologias muito diferentes, mas que podem ser complementares. Precisamos romper essas resistências, pois daqui em diante, mais do que nunca, a EAD fará parte do nosso cotidiano. No caso da minha experiência, vivenciada desde 2006, os cursos realizados em uma plataforma de EAD⁴ foram amadurecidos por uma trajetória de estudos em que o processo de aprendizagem vem da construção coletiva do conhecimento, pela aproximação realizada por meio de debates entre professores e alunos. Para que haja sinergia, é preciso muita generosidade tanto da parte de professores quanto de alunos, assim como é também no formato presencial.

Nesse sentido, aproveito mais uma vez as reflexões de Edgar Morin, que nos convoca a pensar em “[...] como confrontar, selecionar, organizar os conhecimentos de forma adequada e, ao mesmo tempo, religando-os e integrando as incertezas”⁵. Que neste momento são muitas!

Ao vivenciarmos juntos essa pandemia da COVID-19, uma experiência coletiva mundial, podemos entender o momento como uma oportunidade para refletirmos sobre a necessidade de uma lógica mais coletiva, colaborativa, menos individualista. Já sabemos que esse mundo que criamos até agora não é sustentável em nenhum as-

⁴ EAD-Inspire - Disponível em: www.inspirebr.com.br

⁵ Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/599773-um-festival-de-incerteza-artigo-de-edgar-morin> Acesso em: 2 set. 2020.

pecto da vida natural e em sociedade. Assim, a melhor forma para seguir adiante é atuarmos em colaboração, entendendo que o indivíduo se faz, e só tem sentido, dentro da coletividade. É tão simples enxergar isso atualmente! Mas foi preciso “desenhar”, com um vírus sem cor e sem cheiro, para sentirmos na pele, para nos isolar e nos obrigar a refletir sobre as nossas vidas pessoais, profissionais e coletivas.

Não podemos mais perder tudo isso do nosso horizonte, nem o quanto ele nos permite alcançar! E podemos aprender com aqueles que já fazem dessa lógica uma história de vida. Mais uma vez, recorro às reflexões de Ailton Krenak, desta vez na passagem do livro *Ideias para Adiar o Fim do Mundo*⁶, quando ele se refere aos seus ancestrais: “Muitas dessas pessoas não são indivíduos, mas “pessoas coletivas”, células que conseguem transmitir através do tempo suas visões de mundo”. (KRENAK, 2019, p. 28)

Nossas referências devem ser essas “pessoas coletivas”, que no mundo da arte e da cultura são inúmeras, são nossas memórias afetivas, marcadas pela estética e pela ética. Nesse sentido, algumas palavras de ordem, entre tantas outras emergenciais, que não são novas, são temas que já foram muito debatidos anteriormente, mas que o momento da pandemia as evidencia: intersectorialidade e generosidade – fundamentais

para manter a nossa capacidade de interligação entre áreas como cultura, saúde, educação, meio ambiente e tantas outras com aspectos estruturais comuns e de caráter universal.

Um aspecto importante a ser considerado nesse contexto do mercado atual para a cultura é a capacidade organizacional e imaginativa, a fim de buscarmos experiências que vislumbrem o planejamento para as iniciativas culturais, estruturado com flexibilidade e que seja capaz de incorporar o inusitado e as incertezas.

Ao nos debruçarmos sobre a ideia de planejamento estratégico em tempo de pandemia, alguns aspectos conceituais básicos de planejamento para a cultura são potencializados e devem ser realçados, como o desenvolvimento a partir de processos participativos e a disposição e a liberdade para lidar com mudanças significativas. A começar por uma mudança de atitude, pois vivenciar uma experiência de planejamento é um amadurecimento para instituições, espaços e grupos culturais – em momentos de crise, isso é essencial e até mesmo um diferencial. É preciso entender que planejamento é um processo de reflexão e organização, como já foi dito, é um momento em que se colocam os desejos individuais, mas que só fazem sentido quando são comuns a todos, garantindo a cooperação e a incorporação do coletivo (CUNHA, 2018)⁷.

⁶ KRENAK, Ailton. *Ideias para Adiar o Fim do Mundo*. São Paulo: Ed. Companhia da Letras, 2019.

⁷ CUNHA, Maria H. *Planejamento Estratégico de Projetos e Programas Culturais*. São Paulo: Senac São Paulo, 2018. (Série Universitária)

No mais, ainda temos que aguardar para entender as consequências e as mudanças estruturais, palpáveis, mensuráveis e, ao mesmo tempo, as existenciais e psicológicas para o mercado de trabalho em cultura no período de pós-pandemia.

São muitas as questões e são poucas as respostas para toda esta situação que vivemos agora. O mais importante é darmos conta de compartilhar as nossas dúvidas, angústias e incertezas, mantendo as trocas de experiências efetivas, de forma colaborativa e sempre com muito afeto. Acredito que esse precisa ser o nosso ideal de vida pessoal e profissional para seguirmos em frente.

-

GESTÃO: DA ARTE AO ENTRETENIMENTO

—

JOÃO
LEIVA
FILHO

O objetivo deste texto é contribuir para as discussões sobre a gestão cultural no Brasil, tendo como ponto de partida o diagnóstico realizado junto aos agentes culturais do Ceará para o webinar *Jornada de Pensamento: Viver de Arte*. Realizado pelo Governo do Estado do Ceará, por meio da Secretaria de Cultura do Estado, do Porto Dragão e do HUB Cultural do Ceará, o evento promoveu um amplo debate sobre o campo cultural no estado, tendo como um de seus quatro eixos o tema “Gestão e Modelos de Negócios para as Artes”.

Entre outras questões, a pesquisa indagou aos profissionais da área sobre as principais fragilidades do setor. As respostas incluíram vários temas relacionados à gestão cultural. Em síntese, o diagnóstico apontou problemas como a baixa remuneração, que dificulta a empregabilidade e a sustentabilidade dos artistas, o descompasso entre a formação dos profissionais e a realidade do mercado de trabalho, com a ausência de um processo de aprendizado que inclua o empreendedorismo e o conhecimento das cadeias produtivas das artes, resultando no encerramento precoce dos projetos e em uma baixa capacidade de articulação com outras áreas, como o turismo, a saúde e a educação. O texto busca identificar alguns dos fatores que podem ter contribuído para a construção desse cenário e sugerir caminhos que ajudem a mitigar os pontos críticos identificados pela pesquisa.

Ainda que o diagnóstico tenha sido produzido a partir das condições presentes no ambiente artístico e cultural do Ceará, é possível afirmar que a grande maioria dos agentes culturais do Brasil enfrenta um cenário bastante semelhante, principalmente aqueles que atuam fora da região Sudeste. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), os estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais concentram cerca de 51% do PIB do país¹ e 40% da população². Mesmo nas unidades da federação situadas no Sudeste não seria nenhuma surpresa encontrar respostas parecidas, ainda que os problemas possam se manifestar de forma menos aguda do que nas regiões de menor peso econômico e populacional, onde, por consequência, há uma maior carência de fontes públicas de financiamento para a cultura e o mercado é mais limitado. Essas mesmas bases de dados colocam o Ceará como o estado brasileiro com a oitava maior população (4,3% do total) e o décimo segundo maior PIB (2,2% do total).

A semelhança no diagnóstico geral indica que existem fatores comuns influenciando o atual ambiente artístico e cultural do país. Eles podem ser sintetizados em dois eixos principais. O primeiro está relacionado ao próprio desenvolvimento do ambiente cultural global, ao processo que levou a arte e a cultura a ganhar importância crescente como fatores de desenvolvimento social e econômico a partir de meados

¹ <https://www.ibge.gov.br/explica/pib.php>

² <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9103-estimativas-de-populacao.html?=&t=resultados>

do século passado, e que se conecta com os conceitos de direitos culturais, indústrias culturais e economia criativa. O segundo está associado ao desenvolvimento político e socioeconômico do país – incluídas aqui as particularidades do Ceará – e ao processo de formação de nossas políticas culturais.

FORMAÇÃO

A sensação manifestada por vários agentes de que tiveram uma formação deficiente, sem ênfase no empreendedorismo e com poucas informações sobre o conjunto da atividade profissional, deriva, em parte, do perfil da maioria dos cursos ligados à área artística e cultural disponíveis no país. Em sua maioria, tais cursos são voltados para a formação de artistas, o que faz todo sentido, mas trazem pouco ou nenhum conteúdo sobre o universo burocrático, administrativo e econômico no qual a produção cultural está inserida. Infelizmente, não temos estudos que mostrem com maior precisão a presença de disciplinas relacionadas à gestão nos cursos de música, artes cênicas, cinema, artes visuais, dança, entre outras. Os relatos de artistas que atuam na área, porém, apontam para a ausência de matérias com foco na gestão ou voltadas a contextualizar o setor de atuação, o dito “mercado”, com ênfase na cadeia produtiva e nas diferentes oportunidades profissionais existentes. A disciplina mais próxima desse perfil é a de produ-

ção, existente em diversos cursos universitários, mas ainda assim muito voltada ao conhecimento necessário para viabilizar projetos pontuais, a dar sustentação a iniciativas individualizadas, e não a propiciar uma formação mais ampla de gestão a partir de uma visão geral do mercado.

Na outra ponta, os cursos específicos de gestão ainda não conseguem atender uma demanda que tem se mostrado crescente. Segundo estudo da pesquisadora Gisele Jordão³ (2016), o Brasil tinha apenas oito cursos voltados à gestão e à produção cultural na entrada deste século, sendo que o mais antigo foi introduzido em 1995 pela Universidade Federal Fluminense. Ou seja, há apenas duas décadas o país começava a formar as primeiras turmas de profissionais especializados em gestão e produção cultural. Ainda que o cenário esteja mudando e que o número de cursos ativos tenha chegado a 62 em 2016, o estudo traz alguns pontos de atenção. A mortalidade dos cursos no período estudado (1995-2015) chegou a 53%. Dos 131 cursos criados, metade foi oferecida nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro. No Ceará, foram mapeados apenas três cursos, todos na capital Fortaleza. Quase 60% dos cursos ativos em 2016 eram de especialização, que não necessitam de aprovação do Ministério da Educação, enquanto 21% eram de graduação (tecnológicos ou bacharelados).

³ <http://d3n-v1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/2016/10/MapCGPCultural-final.pdf>

CONTEXTO EM TRANSFORMAÇÃO

Esse quadro reflete não apenas o baixo grau de desenvolvimento socioeconômico do Brasil, mas também o lento e pedregoso caminho de aclimatação de uma série de atividades artísticas e culturais à expansão do capitalismo (considerados aqui o crescimento populacional e a urbanização) e a uma sequência de revoluções tecnológicas que vêm mudando com velocidade o modo de vida e as formas de comunicação em nossa sociedade desde o final do século 19. Fotografia, luz elétrica, telefone, rádio, cinema, televisão e, mais recentemente, a revolução digital, com computadores, internet e smartphones, impactaram de forma sucessiva e radical o cenário das ditas belas artes, dando origem aos termos “indústria cultural” e “economia criativa”. Simplificadamente, poderíamos dizer que o primeiro sintetiza a consequência das novidades tecnológicas sobre o universo das artes até a metade do século passado, destacando alguns de seus aspectos negativos, como a padronização da produção. Ao passo que o segundo, busca dar conta dos efeitos da revolução digital que veio a seguir, mas trazendo um olhar mais positivo para a relação entre cultura e economia ao colocar a criatividade, matéria prima do trabalho artístico, como referência central para aproximar a arte do contexto econômico e tecnológico do século 21.

No meio dessa trajetória, o solavanco de duas guerras mundiais em menos de 50 anos leva à criação da ONU (1945) e à promulgação da Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948), que dá à cultura o status de um direito fundamental, de algo que deve ser acessível a todo cidadão. Ainda que definindo a cultura de forma ampla, incluindo da produção científica às artes, o texto ressalta a importância de os cidadãos poderem participar da vida artística e cultural de suas comunidades seja na condição de público, audiência, seja na condição de artista, autor. A importância da cultura para a coesão e o desenvolvimento social é reforçada com a assinatura do Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais, em 1966. Por outro lado, a percepção de sua importância econômica anda mais lentamente.

O que é considerado o primeiro estudo econômico mais sistemático sobre a produção cultural vem à tona apenas em 1966, depois da consolidação do cinema e de quase duas décadas de presença da televisão. Em *Performing Arts - The Economic Dilemma*, Baumol e Bowen ressaltam a importância da ação estatal para ajudar a precária capacidade de sustentação das artes cênicas. É significativo que o primeiro e emblemático estudo sobre a economia das artes traga em seu subtítulo uma palavra constantemente associada à sua gestão. Depois do enigmático “dilema” do título, vem logo abaixo a palavra “pro-

blema”: *The Study of Problems common to Theater, Opera, Music and Dance*. Mais uma década se passa até que seja lançada, em 1977, a primeira publicação acadêmica dedicada a estudar a produção cultural a partir de um olhar econômico (*The Journal of Cultural Economics*). E mais outra até que a UNESCO, em 1986, publique seu primeiro guia com uma sugestão metodológica de como os países poderiam medir a participação das atividades culturais na economia, o “PIB da Cultura”.

A crescente importância social e econômica que a arte e a cultura adquirem também vão mudar a forma de alguns governos ocidentais olharem para a área. As estruturas públicas associadas à cultura, até então direcionadas à gestão de equipamentos específicos, como teatros, óperas, e principalmente espaços ligados à preservação do patrimônio, como museus e sítios históricos, ganham corpo e são transformadas ou em departamentos mais encorpados ou em ministérios. O *Arts Council* britânico surge após o fim da guerra, em 1946. Referência para os intelectuais brasileiros, o Ministério da Cultura da França é criado em 1959. Na década seguinte, é a vez da Holanda e dos Estados Unidos, que, mesmo apostando em um modelo de menor participação estatal, criam uma agência governamental para as artes, o *National Endowments for the Arts*. Nos anos 1970, a iniciativa se espalha pela Europa. Países como Áustria, Itália, Espanha e Portugal buscam enfa-

tizar as ações públicas em torno da arte e da cultura por meio da criação de ministérios e secretarias, ou reorganizado e dando mais visibilidade a departamentos já existentes. A arte e a cultura viram objeto de gestão e começam a surgir as primeiras políticas públicas para a área.

POLÍTICAS CULTURAIS NO BRASIL

No Brasil, esse processo tem um desenvolvimento errático, com idas e vindas, ora seguindo mais de perto as tendências internacionais, ora se atrasando no subdesenvolvimento e na desigualdade que marcam a história do país. No plano federal, o primeiro esforço para se organizar um conjunto de ações mais orquestradas em torno da cultura surge na década de 30, durante a ditadura de Getúlio Vargas. A palavra “cultura” é incorporada ao nome de um ministério no início da década de 50 (Ministério da Educação e Cultura), mas a mudança não significou uma valorização efetiva da área.

O segundo marco vem em outro período autoritário, durante a ditadura militar, quando é oficializada a primeira Política Nacional de Cultura (1975). O ministério exclusivo vem em 1985, com a redemocratização, mas é extinto cinco anos depois e recriado em 1992. A crise econômica e as constantes mudanças administrativas que marcaram a saída da ditadura alteraram negativamente as estruturas de

gestão da área, com instituições sendo criadas, extintas ou remanejadas sem um planejamento mais claro. A estabilidade só começa na segunda metade dos anos 90, quando a inflação é controlada e a economia inicia uma fase positiva, que vai durar quase duas décadas.

O terceiro marco das políticas culturais vem no governo de Luiz Inácio Lula da Silva, com a consolidação do ministério, o lançamento de diversos programas e a aprovação em 2010 de um novo Plano Nacional de Cultura. Mas depois de um período de bonança, nova crise econômica e política atinge o país e, por consequência, a cultura. O ciclo de crescimento tem um breque em 2014, e se seguem dois anos de recessão, o *impeachment* de Dilma Rousseff, e mais três anos de crescimento pífio – na casa de 1%. O Ministério da Cultura (Minc) é extinto e recriado por Michel Temer para ser novamente extinto na gestão de Jair Bolsonaro, agora transformado em uma secretaria, primeiro ligada à pasta da Cidadania e, posteriormente, à do Turismo. Nos 16 anos que englobam as gestões de Fernando Henrique Cardoso e Lula, o Minc teve três ministros. Nos seis anos de Dilma, também três. Nos dois anos de Temer, foram quatro. E quase no mesmo período sob Bolsonaro, já tivemos cinco pessoas à frente do principal órgão gestor da cultura.

O histórico tumultuado de constituição das políticas

culturais no Brasil, com seus dois primeiros marcos associados a períodos autoritários, ainda não foi capaz de consolidar, no conjunto da sociedade, a percepção da importância social e econômica da cultura, bem como de criar uma estrutura de gestão e um corpo de conhecimentos com capacidade de atender às necessidades de desenvolvimento da área.

Mesmo no período de maior continuidade de gestão, o Minc teve um baixo potencial de articulação com os demais ministérios, não conseguindo se integrar de forma mais efetiva ao conjunto das ações federais e nem ganhar peso estratégico nas políticas públicas. Tem sido assim desde a redemocratização, e o cenário atual aponta para outro período de desmonte, sem que um novo planejamento seja apresentado. Se as gestões do PT enfatizaram o papel social da cultura, valorizando a sua diversidade e buscando democratizar o acesso à produção cultural, do ponto de vista econômico os avanços foram bem mais tímidos. Em que pesem as várias iniciativas positivas que podem ser elencadas nos últimos 25 anos, o Brasil ainda carece de indicadores básicos sobre a área cultural. Diferentemente de outros países da América do Sul, como Argentina, Chile, Uruguai e Colômbia, a cultura ainda não tem nem a sua Conta Satélite (o “PIB da cultura”) nem uma pesquisa oficial para acompanhar os níveis de acesso e exclusão da população

às atividades culturais. E a preocupação com a gestão não ganhou o impulso que seria necessário numa sociedade cada vez mais urbana, complexa e digital, em permanente transformação.

A fragilidade econômica do país, sujeita a frequentes sobressaltos, tem dificultado a resolução de problemas crônicos, como as desigualdades regionais, fazendo com que desafios enfrentados em todo o país sejam sentidos com maior intensidade em alguns estados das regiões Norte e Nordeste. No caso particular da cultura, a desigualdade regional é reforçada pela característica particular de alguns setores, que tendem a concentrar suas atividades nos grandes centros urbanos, como é o caso da produção cinematográfica e das próprias artes cênicas.

Resumido e simplificado, esse pano de fundo ajuda a explicar boa parte das carências apontadas pelos agentes culturais cearenses. A falta de um olhar mais atento para o ambiente econômico no qual a produção cultural está inserida enfraquece a área como um todo, reduzindo seu potencial de crescimento, deixando escapar possíveis parcerias e alianças estratégicas com outras áreas e propiciando menos e piores oportunidades de trabalho para o conjunto dos agentes culturais.

Tal cenário, porém, não foi determinado apenas pela falta de uma ação estatal mais efetiva. A capacidade de articulação dos agentes culturais privados, por

meio de associações e entidades de classe capazes de mobilizar o setor, desenvolver ações conjuntas e dialogar de forma mais assertiva com o poder público em torno das necessidades da área, ainda que tenha crescido nas últimas décadas, tem se mostrado insuficiente para atender os múltiplos gargalos que as atividades culturais ainda enfrentam, sobretudo em momentos de crise. Contribui para isso a própria precariedade histórica do campo cultural e a diversidade de setores que ele engloba, o que muitas vezes dificulta a criação de pautas comuns ou articuladas.

Como se não bastassem os problemas de sempre, a crise política e econômica dos últimos anos está sendo potencializada ao extremo pela pandemia da Covid-19. A epidemia global já causou mais de um milhão de mortes, colocou um freio na economia global e fechou instituições culturais mundo afora. Os impactos estão sendo sentidos em todo o campo cultural, mas parecem ser mais graves para as artes cênicas, para as quais o potencial do mercado *on-line* é mais restrito que em setores como a música e o audiovisual. E também por ser um setor mais dependente da ação estatal. Mesmo em mercados mais maduros, a repercussão da crise tem sido enorme. No Brasil, a paralisação vem desde março deste ano, e a perspectiva é de uma retomada lenta do setor, com idas e vindas, até que uma vacina ou tratamento efetivo para a doença sejam encontrados.

PERSPECTIVAS

Não há bala de prata que dê conta dos desafios que se colocam para a área cultural, particularmente para as artes cênicas. A recuperação do setor e a retomada dos níveis de atividade do final da primeira década deste século dependem de uma diversidade de ações que, juntas, ajudem a devolver energia para o conjunto da cadeia produtiva.

Do ponto de vista do financiamento, os agentes culturais poderiam dar mais atenção às fontes locais de financiamento. Identificar as necessidades e o potencial específico de cada cidade é fundamental para definição dos mecanismos mais adequados de estímulo, que podem ir de editais e leis de incentivo a programas focados neste ou naquele setor. As despesas municipais com a cultura representam hoje a principal fonte de recursos públicos para a área, principalmente para pequenas e médias cidades, onde verbas estaduais e federais são escassas. Em 2018, apenas oito das 184 cidades cearenses conseguiram captar recursos por meio da Lei Rouanet. Se comparamos o total captado (R\$ 19,2 milhões) com as despesas municipais nessas cidades (R\$ 81 milhões), fica claro que, mesmo nos municípios com maior potencial de captação, a principal fonte de recursos está nas prefeituras⁴. As exceções encontradas foram Arneiroz e Pindoretama, justamente os menores municípios (7.650 e 18.683 habitantes, respectivamente, segundo o último censo), onde o recurso municipal é

tão pequeno (R\$ 125.297 e R\$ 160.459) que a captação para um único projeto pode inverter essa tendência.

Infelizmente, não existem informações abertas sobre o montante dispendido pelos estados e pela União no nível municipal, mas é possível dizer que, em sua maioria, os recursos estaduais são investidos nas capitais, que normalmente concentram mais equipamentos públicos e têm maior população e participação no PIB. Ainda que a principal fonte de recursos para a maioria das cidades seja municipal, a mobilização por recursos estaduais e federais, sejam diretos (aportes e editais) ou indiretos (leis de incentivo), não deve ser abandonada. Pelo contrário. Todo e qualquer recurso faz diferença para a área. Em Fortaleza, por exemplo, os recursos da Lei Rouanet em 2018 somaram 29% das despesas municipais, um percentual que não pode ser desprezado. E ainda que os recursos estaduais possam estar concentrados nas capitais, eles têm uma maior probabilidade de chegar a um número mais significativo de cidades. Via de regra, quanto mais próxima a fonte de recurso, mais fácil o seu acesso.

As doações diretas de empresas e pessoas físicas precisam ser mais estimuladas. Há, hoje, um leque de recursos disponíveis para isso, do *endowment* e *crowdfunding* às tradicionais parcerias e apoios. Uma das principais fontes de recurso para

⁴ Fontes: Secretaria de Cultura e Siconfi. Valores não atualizados. No caso do Siconfi, foram usados os dados da função cultura, despesas liquidadas. Foram usados dados de 2018, pois os de 2019 do Siconfi ainda não estão disponíveis. Em 2019, doze cidades cearenses captaram recursos pela Lei Rouanet.

cultura nos Estados Unidos, as doações privadas crescem na Europa, onde a tradição de participação estatal é maior, mas ainda engatinham no Brasil, em parte devido ao baixo reconhecimento da importância das atividades culturais. A perspectiva de uma crise econômica mais longa, afetando diretamente o bolso da população, torna urgente ainda o resgate do Vale-Cultura, um mecanismo de estímulo ao consumo cultural que foi implementado de maneira precária pelo governo federal, mas que tem um bom potencial para democratizar o acesso à cultura e estimular o mercado, principalmente em um momento em que o bolso da população estará mais curto.

As artes cênicas também poderiam reforçar a atuação em rede e as ações digitais, algo que já é feito, mas que pode ser fortalecido. Um maior nível interno de articulação potencializa não só as parcerias pontuais, relacionadas a projetos específicos, mas a formação de circuitos e uma mobilização mais ampla, em torno de programas e fontes de financiamento específicas para a área. Para isso, as redes precisam estar conectadas em seus diversos níveis, do local ao nacional, podendo, assim, ser acionadas de acordo com o perfil de cada demanda. Ainda que as plataformas digitais não tenham para as artes cênicas a mesma importância estratégica que têm para a música e o audiovisual, é senso comum que elas não de-

vem ser desprezadas. Se o seu potencial de atração de recursos para o setor ainda é residual, a internet e as redes sociais já se consolidam hoje como as principais fontes de comunicação para toda a área.

Outro ponto nevrálgico está na educação. A presença da arte nas escolas é um fator decisivo para fomentar a criatividade, estimular o surgimento de novos artistas e formar público para as atividades culturais. É uma ação com capacidade de trazer múltiplos impactos para a área. O contato com as artes deveria ser possível do ensino básico ao superior, estimulando, dessa maneira, um maior reconhecimento da importância da cultura. Espaços como os CEUs (Centros Educacionais Unificados), em São Paulo, são um exemplo de um tipo de iniciativa que pode ajudar a aproximar as comunidades mais carentes da produção cultural da cidade.

Também seria estratégica uma maior aproximação com o turismo, outra área bastante afetada pela pandemia e que deve uma fatia não desprezível de seu faturamento ao campo cultural. Parte expressiva do público das atividades culturais não reside nas cidades onde elas acontecem. Isso é particularmente relevante no caso de museus, patrimônio histórico, festas populares e festivais em geral, com destaque para os de música. O fato de a Secretaria de Cultura estar hoje sob o guarda-chuva do Ministério do Turismo, porém, parece não ter gerado até o momen-

to uma maior aproximação entre as áreas.

ARTE X ENTRETENIMENTO

Para finalizar, um rápido retorno à questão da formação para tratar de um tema que simboliza, de forma anedótica, a questão da gestão cultural. A falta de uma formação profissional especializada em gestão nunca fez a roda da cultura parar. Quase sempre a função do gestor foi preenchida ou por profissionais vindos de outras áreas, ou por artistas que aprenderam na prática a desempenhar essas funções. É recorrente entre os agentes culturais a piada de que fulano ou beltrano virou produtor do grupo de teatro porque não sabia atuar, que assumiu a produção da banda pois não sabia tocar, ou que enveredou para a produção de cinema por absoluta falta de talento artístico. Também é frequente o caso de artistas que se autoproduzem não por vocação, mas por necessidade, por falta de alternativa.

Para engrossar o caldo, os profissionais ligados à produção são frequentemente descritos como um mal necessário, e por vezes desnecessário. A literatura cinematográfica e a crítica jornalística são recheadas de exemplos em que o produtor é estereotipado como a personagem destinada a limitar o talento do diretor. O produtor simbolizaria o mercado, ou uma tradição a ser superada. Um estorvo para o diretor, centro de

toda a criação, as decisões do produtor iriam na contramão da dimensão artística, orientadas apenas pelo lucro e pelo resultado financeiro dos filmes. Produtores de teatro, diretores de museus e galerias, e donos de editoras de livros também aparecem de forma semelhante, retratados como incapazes de reconhecer o potencial dessa ou daquela obra, ou como despreparados por recusarem o trabalho desse ou daquele artista, que em seguida teria sua genialidade reconhecida por outros caminhos.

Caricaturas e exageros à parte, o conflito reflete uma tensão permanente, e sob muitos aspectos bastante saudável, entre a expressão criativa fundadora do trabalho artístico e a necessidade de sustentabilidade das instituições culturais, sejam elas públicas ou privadas. E simboliza a dificuldade, bastante real e palpável, de aproximar a arte e a cultura da economia, dos processos de gestão. A mesma tensão surge nas recorrentes discussões que opõem uma produção mais artística a outra comercial, um trabalho de verdadeira expressão criativa a outro dedicado ao simples entretenimento, projetos que teriam legitimidade para receber ajuda estatal por serem experimentais e alternativos àqueles que deveriam ser impedidos de acessar recursos públicos por terem viabilidade comercial ou por contarem com artistas já consagrados.

Reconciliar os extremos, no nível individual, dos profis-

sionais, seja no coletivo, dos projetos, é fundamental. E o ideal seria que isso ocorresse sem a criação de gavetas que separassem de forma radical o artista do produtor/gestor, os trabalhos mais alternativos e de menor potencial de público daqueles de linguagem mais simples e de maior potencial comercial. Arte e entretenimento não precisam ser vistos como extremos, condenados a manter um distanciamento social para todo o sempre, destinados a lavar as mãos antes de se encontrar, a se cumprimentar com o cotovelo e a conversar com o uso de máscaras.

Os cursos mais voltados à formação artística deveriam reunir noções básicas de gestão e empreendedorismo, apresentando, ainda que de forma básica, o mercado de trabalho e o cenário econômico que espera os futuros artistas. Da mesma forma, os cursos de gestão poderiam incluir alguma formação artística, de curadoria, aproximando os futuros gestores de questões que não se resolvem com tabelas, planilhas e gráficos.

Existe um fluxo contínuo que permeia a arte e o entretenimento. Ainda que olhando os dois extremos possamos identificar com clareza contextos bastante díspares, esses polos estão conectados por meio de diversos vasos comunicantes. Essas conexões precisam ser lubrificadas e azeitadas. Não precisamos de mais muros. Precisamos permitir que conhecimento, ideias, experiências e

recursos de toda natureza possam circular de um extremo ao outro, alimentando o conjunto e criando condições para que artistas e público possam navegar nesse ambiente da forma que julgarem mais adequada.

-

GRUPO NINHO DE TEATRO

como nascem os projetos?

—

EDGEU
BARBOZA

Como partilha para o Webinário *Jornada de Pensamento - Viver de Arte*, promovido pelo Porto Dragão, escolhi escrever sobre o projeto Carpintaria da Cena - Formação Livre em Teatro e Tradição, pois este, em muitas medidas, se entrelaça às minhas falas dentro do referido evento.

Esta escolha também se deu por ser este o projeto que mais tem se desdobrado em significantes para nós do Grupo Ninho de Teatro. Ele é o desdobramento da pesquisa que iniciou com o espetáculo *Poeira* (2016), que antes de ser espetáculo foi a pesquisa *Memórias de Mestres - A Mimesis Corpórea dos Mestres da Tradição Popular do Cariri* (2014), e indo mais atrás, ele foi um experimento chamado *Tributo aos Mestres*.

Para escrever sobre este projeto, irei passar por momentos diversos da trajetória de 12 anos do grupo. Essa passagem se faz necessária para que o/a leitor/a compreenda como se dá a metodologia de criação de projetos do grupo, já que sempre buscamos criar projetos cujo objeto, de alguma forma, já seja parte de nossas práticas, tornando-se um desdobramento. Isso não se faz como regra, mas sempre buscamos conexões com o que já fazemos.

Em 2014, a Escola Porto Iracema das Artes lançou o segundo edital dos Laboratórios de Criação e Pesquisa/LAB Teatro, e foi nessa oportunidade que nós, Grupo Ninho, pensamos no proje-

to *Memórias de Mestres - A Mimesis Corpórea dos Mestres da Tradição Popular do Cariri*. Por que trabalhar com memória dos/as mestres e mestradas da tradição e a mimesis corpórea num projeto de pesquisa? Os mestres e as mestradas da tradição porque, no nosso repertório, que começa com o espetáculo *Bárbaro* (2008), nós já nos inspirávamos na tradição popular do Cariri, com suas várias manifestações, para criar cenicamente. Em *Bárbaro* aparecem os Caretas da tradição, que é uma manifestação que brinca no período de Semana Santa. Portanto, nesse momento, o grupo tem esse primeiro contato e, inspirado nos Caretas, traz a imagem de mascarados para a cena.

Em 2009, nós iniciamos o processo de pesquisa e a montagem de *Avental Todo Sujo de Ovo*, assim como do espetáculo *Charivari*. Para o processo de criação de *Avental*, nós estávamos estudando mimesis; foi a nossa primeira tentativa de trabalhar com essa técnica, só que, na época, há doze anos, nós não tínhamos um contato com o Lume Teatro. Era muito difícil, pois tratava-se de um grupo de reconhecimento nacional e internacional, de artistas pesquisadores/as com os quais a possibilidade de troca era muito distante. E a gente tinha apenas a teoria: textos que falavam sobre a mimesis - a mimesis na perspectiva do Lume, a que eles/as pesquisaram.

Fomos estudar a mimesis no processo de *Avental* e vimos

que era um tanto complexo para nós compreendermos sozinhos/as, sem ter alguém do Lume, que tinha todo um legado de pesquisa desde sempre, tendo o Luís Otávio Burnier como pesquisador que pensa essa técnica após longos estudos, inclusive no exterior.

Deixamos, então, adormecida essa possibilidade de trabalhar a mimesis como técnica dentro de *Avental Todo Sujo de Ovo*, e fomos pesquisar o cotidiano do Cariri, em busca de pessoas populares, de um dia a dia simples, de uma fala ligeira, sobretudo na cidade de Juazeiro do Norte, que tem um fluxo muito grande de romeiros e migrantes. O ano inteiro tem pessoas chegando - romeiros, feirantes, turistas - e, naquele momento, nos inspiravam esse homem e essa mulher muito populares, muito simples, que vinham do Nordeste inteiro e se encontravam em Juazeiro do Norte, muitos até ficavam morando na cidade depois.

Nos inspiramos nessas pessoas e em algumas práticas bem características do interior do Nordeste, como colocar o arroz, ainda como semente, para secar nas calçadas, sobre uma lona. Vem dessa imagem a inspiração para o cenário de *Avental*, também de um costume popular.

Então, seguimos, e no mesmo ano fomos convidados/as a montar um espetáculo chamado *Charivari*, um texto da dramaturga paraibana Lurdes Ramalho, com direção de Duílio Cunha, também

paraibano, que na época era professor efetivo do Departamento de Teatro da Universidade Regional do Cariri - URCA. Duílio já tinha uma pesquisa com elementos da cultura popular da Paraíba, tendo dirigido alguns espetáculos nos quais trazia esses elementos, sobretudo autos de Natal. Quando ele vem trabalhar com a gente, continua essa pesquisa dentro do Ninho, então passamos, mais uma vez, a nos aproximar da tradição popular do Cariri.

Nesse momento, para o *Charivari*, focamos nas figuras de Mateus e Catirina, do Reisado de Congo, e passamos a acompanhar vários Reisados, para pesquisar e estudar o corpo desses/as brincantes e como eles/as manifestavam essa corporeidade do brincante popular.

Então, a partir dos encontros de dramaturgismo com o professor e pesquisador de teatro brasileiro Diógenes Maciel, da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, sobre a cultura popular na Idade Média, a partir de Mikhail Bakhtin, que traz as questões do baixo corpóreo, da escatologia, muito presente no Medieval, todo o nosso treinamento se deu a partir do que ele chama do baixo corpóreo, ações e gestos que são ainda hoje tidos como "sujos" ou "imorais" por dada camada social. Os treinamentos foram acordando a corporeidade, a movimentação, o ritmo, a gaiatice, a energia do Mateus e da Catirina, desse corpo brincante, que é livre, solto, liberto, liber-

tino. Desse campo de pesquisa e treinamentos brota o *Charivari*.

O termo *Charivari* vem do período Medieval; era uma espécie de júri popular feito pela população com pessoas que cometiam pequenos delitos: o homem que traía a esposa ou o ladrão de galinha, por exemplo. Era feito uma espécie de tribunal popular que chamavam de *Charivari*, que era como mangação, chacota, xingamento, zombaria, que faziam com aquela pessoa que cometeu o delito, e que se aproxima um tanto do que é nosso carnaval hoje, quando a gente sai para brincar carnaval e todas as regras são quebradas, todos/as fazendo mela-mela, etc. Nos inspiramos muito nessa carnavalização na cena.

Esse é um período em que o grupo aprofunda bastante a relação com a tradição popular do Cariri, focado precisamente nos reisados e no ritmo corpóreo dos/as brincantes.

Em 2011, na Casa Ninho - nossa sede e espaço cultural -, começamos a ter relação com a sede enquanto espaço de criação, foi quando iniciamos a montagem d'*O Menino Fotógrafo*, em parceria com a Cia. Engenharia Cênica. Com esta, fomos pesquisar, mais uma vez, esse cotidiano simbólico, visual e imagético do Cariri, e também o fato histórico do Caldeirão da Santa Cruz do Deserto, a partir da experiência do Beato Zé Lourenço: uma co-

munidade que tinha práticas de bem comum, em que todos/as usufruíam de forma igualitária. “Tudo era de todos/as e nada era de ninguém”, esta era a premissa dessa comunidade.

Para a montagem d'*O Menino Fotógrafo*, a gente foi beber outra vez das histórias do Cariri, dessa especificamente, pouco conhecida. Esse espetáculo foi uma dramaturgia toda criada em sala de ensaio, a partir de improvisos. Fomos acessando muitas imagens da tradição popular: a briga de facas dos Irmãos Aniceto, altares populares com santos quebrados, velas, cera de vela, essa imagem que a gente vê muito, onde as pessoas depositam santos em alguns lugares da cidade do Juazeiro do Norte. Isso foi inspiração para a cenografia e para a criação de personagens.

O colorido do figurino do espetáculo foi inspirado nas cores da tradição popular, que tem forte presença das cores primárias: azul, vermelho e amarelo, e o figurino tem essa paleta trabalhada em nuances com outras cores. Novamente a relação com a tradição popular nos processos de criação aparece, mas n'*O Menino Fotógrafo* isso acontece por outras vias, diferente de *Bárbaro*, *Avental* e *Charivari*.

Em 2014, o grupo estava muito interessado em aprofundar os métodos e o treinamento de atores e atrizes, surge o edital do Porto, que já mencionei acima. Tendo eu interesse e

ligação muito fortes com os estudos ligados à memória - com a pesquisa a partir de oralidades, método da história oral, as muitas memórias como possibilidade de acesso à ancestralidade, aos registros do passado histórico, social, cultural, pessoal, e também como possibilidade de repensar o lugar da historiografia -, faço uma sugestão de projeto ao Laboratório de Teatro do Porto Iracema, onde nos aproximariamos dos/as mestres e mestras da tradição popular, numa relação direta com suas memórias de vida e de brincantes das artes populares.

Não era nosso objetivo, propriamente, o/a mestre/a na sua brincadeira, na sua arte, mas na sua vida, o seu legado e experiência de vida que, claro, se somava à sua experiência de artista popular. O que o/a torna um/a “mestre/a”, essa travessia de arte e vida.

E desse terreiro nasce o projeto *Memórias de Mestres - A Mimesis Corpórea dos Mestres da Tradição Popular do Cariri*, aprovado pelo Porto Iracema das Artes. Já no projeto, sugerimos a orientação do Lume Teatro, porque, no Brasil, eles/as são a maior referência na técnica da mimesis corpórea. Com Jesser de Souza e Carlos Simioni na orientação, passamos seis meses treinando corpo-voz, a partir da pedagogia e método do Lume Teatro, e fizemos também várias visitas às casas e aos terreiros dos mestres e mestras. Foi um trabalho etnográfico, antropológico,

vivencial, todo ele com a presença dos afetos.

Nas casas dos mestres e mestras, tomamos café, comemos, conversamos, rimos, sentimos a atmosfera de suas casas, o cotidiano de suas famílias, os sons do entorno, a sonoridade da própria casa, as cores das paredes... tudo isso a gente foi escutando, escutando, escutando, e guardando na memória do corpo e na memória afetiva também.

Durante a pesquisa, passamos por três etapas: a *técnica*, a *inspiração* e a *transformação*. Na sala de ensaio, fazíamos o treinamento físico e vocal, preparando o corpo para chegar à técnica da mimesis. Além de fazermos visitas aos mestres/as, conviver com eles/as, escutá-los/as e acompanhá los/as em suas brincadeiras, desse espaço brota a *inspiração*. Então, fomos percebendo como o corpo estava se expandindo, e veio a *transformação*, que foi juntar tudo o que tínhamos vivenciado e experimentado em poética cênica, num trânsito entre teatro e tradição popular, e também da técnica para a inspiração, até chegar na transformação. O afeto como pulsão foi o que deu fertilidade nessa travessia.

E como transformamos? Tem um aspecto da criação de *Poeira*, que é o da performatividade, pois a dramaturgia textual do espetáculo foi criada a partir dos registros pessoais, e nesses são reveladas personalidades de cada ator/

atriz, desde como se deu o encontro com o/a mestre/a ou de suas dificuldades e descobertas durante a escrita-pesquisa, considerando aspectos como cultura e ancestralidade e a relação que cada um/uma tinha. Tudo isso entra para o texto e gera uma dramaturgia que cruza as memórias dos/as mestres e mestras com as memórias dos/as atores e atrizes, enquanto um relato e revelação de si, por isso entram camadas performáticas, pois contamos os/as mestres/mestras, mas narramos nós mesmos ao mesmo tempo. É um atravessamento, uma ponte, um entre-mundo: atores/atrizes - mestres/mestras - teatro/tradição popular.

Para a pesquisa do espetáculo *Poeira*, trabalhamos aspectos de memória, territorialidade, pertencimento e cultura. Por quê? A partir daqui, eu lanço questões que vão aparecer no projeto da Escola Carpintaria da Cena - Formação Livre em Teatro e Tradição. Enquanto método de pensar a elaboração de projetos, é preciso ruminar e articular os contextos experimentados e vividos, pois esses fios vão revelando os porquês de nossa relação com a tradição popular e a cultura do território Cariri. Portanto, o desenho do projeto não brota do zero; ele já está ali presente no fazer cotidiano, e é preciso suspender o tempo-máquina para reconectar-se com o que já está em nossas práticas. Assim, desde *Bárbaro* (2008) que a

tradição popular está presente na poética de criação do Grupo Ninho de Teatro.

Como povo colonizado pelo europeu quando de sua erupção pelas Américas, desmantelando tudo que aqui já existia, temos ainda a vil herança em nossos corpos-pensamentos; nos mantemos ainda colonizados/as ao regime perpetrado pelos ditames da Europa. É fato que estamos num processo cada vez mais forte dos estudos decoloniais, que visam construir outras narrativas e provocar comportamentos que não partam do eurocentrismo branco. Pensando essas questões e refletindo sobre memória, territorialidade, pertencimento e cultura, nós estávamos, como grupo, naquele momento, muito interessados/as em construir nossas próprias dramaturgias.

Nós já tínhamos passado por muitos/as dramaturgos/as, alguns/algumas inclusive nem brasileiros/as eram, mas que, de certa forma, eram textos que, com exceção d'*O Menino Fotógrafo*, e d'*A Lição Maluquinha* - inspirado numa novela -, já estavam escritos, e obviamente não traziam o local, territorial, a cultura do Cariri. Foi através da dramaturgia da cena e dos/as atores/atrizes que esses aspectos ganharam corpo nos espetáculos. O texto escrito, em nossas montagens, torna-se pretexto ou mesmo o argumento disparador.

É, então, dentro da pesquisa *Memórias de Mestres* que a gente diz: vamos trabalhar esses aspectos, vamos nos reconhecer enquanto identidade cultural Cariri, enquanto pertencimento a esse território, vamos acessar essa memória, acordar essa ancestralidade, que é tão forte nos mestres e mestras, como um processo de retorno a nós mesmos, talvez, ou a quem nós, por um processo de colonização, fomos historicamente sempre negando.

Depois de 2014, quando encerra-se a pesquisa com o Porto, demos continuidade à pesquisa durante 2015, e em julho de 2016 estreamos o espetáculo *Poeira*, fruto de todas essas inquietações e redescobertas. Passamos, em média, um ano e meio depois daqueles seis meses iniciais da pesquisa com o Lume para estrear. Entre pesquisa e montagem, somam-se dois anos.

Poeira provocou um amadurecimento substancial em nós como atores e atrizes. Além da técnica, dos métodos de pesquisa, da escrita de textos e cena, nosso olhar se volta para nos reconhecermos enquanto artistas que estão ligados a um território, à cultura do Cariri. Nos apontou que precisávamos acessar ou voltar a acessar, ou buscar nossa ancestralidade, a partir das mestras e mestres, acordar e tirar a poeira dos olhos, e também nos reconhecer enquanto identidade cultural Cariri, Ceará, Nordeste, numa caminhada para descolonizar nosso fazer teatral, entendendo

que, em alguma medida essa visão eurocêntrica serviu, mas também nos negou muito.

Então, compreendemos que é o momento de criar outras dramaturgias, dar protagonismo às nossas narrativas e subjetividades e nunca mais deixar de acreditar que elas podem ser criadas por nós, a partir de nós, que estamos aqui pisando o chão, na vivência, experienciando o dia a dia desse território.

Aqui eu começo a escrever sobre o projeto da Escola Carpintaria da Cena - Formação Livre em Teatro e Tradição, mas a leitura de toda essa estrada é o que faz o/a leitor/a compreender como estruturamos, política, filosófica e pedagogicamente, a escola.

Despertados/as por toda a pesquisa que foi o *Poeira* e o quanto este ecoa ainda em nós, a partir desse atravessamento, afeto, encontro com a tradição popular, com as mestras e mestres, e essa descoberta de que nós temos uma identidade cultural, um território, um pertencimento e uma memória que está aqui, nós pensamos no projeto da Escola Carpintaria da Cena.

Como o ator e a atriz, no geral, acessa a formação?

A formação base mesmo, a formação técnica, as primeiras oficinas, no geral, a gente acessa a partir dos/as pesquisadores/as, teóricos/as, mestres/as do teatro europeu. A partir dessa percepção, começamos

a refletir pedagogicamente, inspirados/as em tudo o que foi o *Poeira*, e problematizamos mais uma vez: será se não é o momento - já que a gente passou por todo esse processo do *Poeira* - de pensar uma formação do ator e da atriz que tenha o Cariri como referência, que tenha a tradição popular como uma referência de criação vocal, corporal, de energia e presença? E com essas perguntas pensamos que juntar a linguagem do teatro com a da tradição popular provocaria no ator e atriz, pesquisador/a participante, o estabelecimento de dois mundos, a formação seria a construção coletiva de pontes gerando “entre mundos” do teatro com a tradição, sem jamais hierarquizar um ou outro.

O que seria o “entre-mundos”? É a mistura da linguagem do teatro com a tradição que vai gerar esse “entre”, que é uma descoberta da pesquisadora e do pesquisador, do ator e da atriz a partir do despertar do olhar para a percepção do quanto essas linguagens dialogam e do quanto os fundamentos do teatro estão presentes na tradição popular e vice-versa. Essa percepção deve acontecer de forma autônoma e vivencial, ou seja, não deve existir uma imposição de nenhum dos mundos, o aprendizado se faz no “entre”.

O pensamento pedagógico, filosófico, político, poético e estético da Escola Carpintaria da Cena é exatamente o que escrevo acima. Ele passa também pela

decolonialidade, pensar a formação do ator e da atriz a partir do mundo-território em que estes/as vivem, articulando um programa que esteja relacionado às suas matrizes culturais e territoriais e, com esse pertencimento, ampliar o repertório na relação com outros mundos. A escola, então, tem no Cariri cearense e sua tradição popular a referência para repensar a formação do/a ator/atriz.

A organização da escola se dá a partir de quatorze módulos, dos quais sete são de poéticas diversas de artistas, professores/as e pesquisadores/as da cena, e sete são de mestras e mestres da tradição popular de várias manifestações: Lapinha, Reisado, Maneiro-Pau, Jogo de Espadas. Nesses módulos, de 20h/a cada, os/as pesquisadores/as vão percebendo as conexões entre o que a dança do Reisado gera no corpo e que também pode ser encontrado nos treinamentos teatrais, mas por outros métodos. A energia e a presença que o Jogo de Espadas gera no corpo, por exemplo, são a energia e a presença buscadas quando realizamos um treinamento corporal na sala de ensaio, dentro dos treinos da linguagem teatral.

Então, começa o corpo a entender o “entre”, o que tem de teatro na tradição e o que tem da tradição no teatro, e a relação nunca é de desmedida; enquanto linguagem, elas se retroalimentam o tempo inteiro, sem se negar. A tradição alimenta o teatro, o teatro alimenta a

tradição. No caso, pensando as/os pesquisadoras/es dentro desse processo, estas/es vão vivenciando os 14 módulos, que acontecem no espaço da Casa Ninho e também nos terreiros dos/das mestres e mestras, como mais uma camada de aprendizagem da escola, que passa pela vivência antropológica do território.

A Escola Carpintaria da Cena é fruto dessa pesquisa, que começa em 2014, na Escola Porto Iracema das Artes, e gera o espetáculo *Poeira*. Esse projeto de escola é resultado de todas as questões até aqui postas e de toda a experiência que o grupo viveu. Observamos como um projeto - se bem definido enquanto objeto e métodos de desenvolvê-lo - pode se revelar potente e se desdobrar em variados microprojetos, ou mesmo provocar ramificações, como é o caso da escola.

O Grupo tem estabelecido essa prática quando pensa seus projetos: pensar o rio e suas margens, para construir uma terceira, tendo antes vivido as beiras. São várias veias de um rio que não para de correr, porque está sempre em transformação, nos possibilitando outras veias. A gente entra no rio para pesquisar, pega um desvio como tática para montar um espetáculo, e mais outro para criar uma escola.

Dentro do cotidiano de grupo, tudo que temos estudado e problematizado a partir da pesquisa que gerou o *Poeira* e a Escola Carpintaria da Cena tem amadurecido muito

o nosso olhar para refletir a partir de nossos espaços e nossas presenças nestes. Do chão do Cariri, olhamos para outros mundos sem negar quem somos. Ainda que sejamos sujeitos globalizados/as, conectados/as o tempo inteiro, podendo acessar virtualmente culturas diversas, e é importante saber de outras manifestações culturais e comportamentais de outros territórios, inclusive do próprio Brasil, que é imenso, mas sem negar quem nós somos, sem negar que nós estamos no Cariri, e o Cariri tem sua força, tem sua potência, tem sua cultura, tem um legado ancestral, tem uma história e uma memória que está em nós, pulsando o tempo inteiro.

São esses caminhos que nos levam a uma REVISITAÇÃO histórica, a partir de nossos modos de fazer como teatro de grupo, a partir das táticas que nos possibilitam dar contragolpes nos muitos golpes que estamos recebendo no Brasil, de forma aguda, nos últimos cinco anos. Através da partilha de todo o caminho que faz nascer o projeto de escola e por tudo que ela tem possibilitado para a sustentabilidade do grupo, se faz importante, ainda que tenhamos esse cenário, que apostemos em construir saídas cotidianas que, nesta escrita, em diálogo direto com Michel de Certeau, defendendo como táticas.

O projeto da escola foi aprovado no Edital Escolas da Cultura da Secretaria de Cultura do Estado do Ceará, que tem subsídio por três

anos, e com ele conseguimos mobilizar toda uma cadeia produtiva que envolve, em média, 130 pessoas, entre núcleos de gestão, financeiro, pedagógico, produção, comunicação, logística e os/as pesquisadores/as participantes que, em cada turma/ano, somam vinte e cinco pessoas.

Com isso, vejo como saída a criação de teias colaborativas, sejam estas internas ou externas: a interna se constrói a partir das habilidades de cada um/uma dos/as integrantes do grupo, na medida em que este/a coloca seu saber/fazer para mover o grupo, assim a teia se fortifica. De repente, temos um/uma que escreve projetos, outro/a que lida bem com sistemas e organiza as finanças, outro/a tem facilidade para falar em público, podendo representar o grupo em reuniões para parcerias, e podemos, ainda, ter um/uma que faz edição de vídeos/fotos, o que pode criar os registros do grupo, e também alguém com domínio jurídico, que pode salvaguardar o grupo em situações contratuais. Externamente, essa teia pode ser construída com o que chamamos de nossos “pa-res”, aqueles/as que, tendo uma relação com o grupo e tendo domínio técnico em algo, podem colaborar e, em troca, ter alguém do grupo como colaborador/a nos projetos de seu grupo ou espaços.

Tudo isso é mover-se como teatro de grupo de maneira tática, atentos/as ao tempo, para fazer o melhor voo na vivência e escuta de nosso território, seja em sua centralidade ou em seus entornos, como um rio que, se atentarmos, não tem apenas duas margens, mas como nos poetiza Guimarães, pode nos revelar uma terceira margem.

-

UM BREVE PASSEIO AO TEATRO E SUA SUSTENTABILIDADE NAS ÚLTIMAS DÉCADAS

a partir do
Grupo Galpão e do
Centro Cultural Galpão Cine Horto

—

CHICO
PELÚCIO

Para atender ao convite da Jornada do Pensamento, promovida pelo Porto Dragão do Mar, buscarei refletir sobre os trinta e oito anos de sobrevivência do Grupo Galpão e dos vinte e dois anos do Centro Cultural Galpão Cine Horto com o objetivo de, ao percorrer a história, chegar ao presente trazendo alguma reflexão para a difícil existência do teatro e a continuidade de suas ações.

Proponho dividir os últimos quarenta anos em quatro décadas, as quais se que se iniciam em 1980. Assim, teremos: (1) 1980 a 1990 - Anos Heroicos de Fundação do Grupo; (2) 1990 a 2000 - Leis de Incentivo e Consolidação do Grupo e Inauguração do Centro Cultural Galpão Cine Horto; (3) 2000 a 2010 - Período dos Editais e de Esperança; (4) 2010 a 2020 - Progressiva Desarticulação da Cultura

Não por coincidência, essas quatro fases dizem respeito a quatro diferentes governos pelos quais nós passamos.

1980 A 1990 - ANOS HEROICOS E A FUNDAÇÃO DO GRUPO

Jovens entre 20 e 24 anos recém-ingressados na Universidade, com sonhos nos olhos e nas palavras, alimentavam a possibilidade de um país democrático, que acabara de sair de uma ditadura militar. Um novo mundo e um país mais justo e livre estavam para ser criados. O teatro se apresentou, para esse grupo de estudantes, como uma forma de transformação da socie-

dade e como projeto de vida. Entretanto, não havia muitas escolas de teatro, não havia políticas públicas para a cultura, e as poucas oportunidades de financiamento e a ocupação das casas de espetáculos de Belo Horizonte eram destinadas aos artistas veteranos e consolidados. Além disso, o teatro que se fazia na época nos parecia distante do que pretendíamos realizar. Foi um encontro com diretores alemães do Teatro Livre de Monique, que promoveram uma oficina de teatro de rua e depois uma montagem da Alma Boa de Setsuan, de Bertold Brecht, que despertou em nós a rua como possibilidade de dar continuidade ao nosso desejo de fazer teatro. As praças como espaços democráticos e necessários de ser ocupados com arte, com teatro. Naqueles anos, a irreverência em se fazer teatro nas esquinas, nos espaços públicos e nos mercados nos seduziu definitivamente e nos acompanhou ao longo desses 39 anos. Por outro lado, era também uma forma de driblar os impedimentos de se apresentar nos teatros da cidade.

Logo nos primeiros anos de existência, abrimos um mercado de trabalho que permitia, bem ou mal, a nossa sobrevivência. Fomos surpreendidos com a possibilidade de mantermos o Grupo com os cachês de nossas apresentações. Esse fato só foi possível por dois motivos principais. Primeiro porque nossos espetáculos tinham uma linguagem popular, que se comunicava com todas as idades, e uma estrutura fácil de transporte, montagem e desmontagem. Segundo, por ser um teatro de espaços

abertos (de rua), nos possibilitava apresentá-lo nos mais diversos lugares: eventos e festas em diferentes cidades. Aqui vale citar que nosso primeiro investimento financeiro de verdade, a compra de um carro Veraneio, que transportava o elenco e todos os cenários; assim, tanto nossa mobilidade quanto o custo das nossas viagens foram facilitados aos compradores de nossos espetáculos.

Em 1986, o economista Celso Furtado assume o Ministério da Cultura, onde ficou até 1988. Ele começou a estruturar um programa de atuação do governo federal com ares de um governo mais comprometido com a arte e a cultura. Cria a primeira Lei de Incentivo à Cultura, que levou o nome do então presidente José Sarney.

Expandimos nossas viagens além de Minas Gerais, em busca de sobrevivência e de formação. Como na época existiam pouquíssimos cursos de graduação em artes cênicas, nossa formação se deu através de oficinas e convites a diretores mais experientes para dirigir as nossas peças. Essas duas características definitivamente nos acompanham até hoje, um Grupo atípico só de atores, sem um diretor fixo, que viaja aos mais inusitados lugares para se apresentar, e busca de um público que não tem acesso ao teatro. E a busca de comunicação com esse novo público nos obriga a pesquisar e aprender as linguagens populares, tais como circo, comédia del'arte, música, bonecos, assim como os estilos e os autores

que navegaram nesse universo. Com uma organização horizontal, cooperativada onde todos os atores do grupo tem direito a voto e decisão, mas também dever e responsabilidade de se envolverem tanto nas obrigações artísticas como de produção. Nos ocupávamos de tudo, do transporte e da montagem do cenário, da operação da iluminação, das negociações de contratos, da limpeza do espaço, das discussões de políticas públicas para cultura, enfim, de todas as grandes e pequenas funções da cadeia de produção do nosso trabalho.

Nossas viagens em busca de trabalho e formação nos leva, em 1986, ao Rio de Janeiro, onde conhecemos grupos italianos e o diretor Eugênio Barba, e, em 1987, a Porto Alegre, para o encontro com o Grupo Oi Nós Aqui Traveis, que tinha a provocante sede Terreira da Tribo. Essas duas viagens foram determinantes. A primeira acaba por nos levar ao Peru, em um encontro como grupos do mundo ocidental através do Teatro Antropológico do Eugênio Barba. E o Oi Nós em nos mostrar a importância de uma sede própria para o Grupo. Desse período veio o convite para uma turnê na Itália, por dois meses, onde quase todos os grupos que nos receberam tinham sua própria sede ou até mesmo o seu próprio teatro. Ao voltarmos para o Brasil, com alguns dólares no bolso, compramos nossa sede, o que mudou definitivamente a qualidade dos nossos espetáculos, resolveu nossa

situação de “sem-tetos” e influenciou na nossa consciência e organização de grupo. A sede era, afinal, um fato “concreto” e perene na existência daquele coletivo. E esse foi nosso segundo investimento financeiro.

Hoje, quando me perguntam o que fazer para a consolidação de um grupo, digo que uma sede significa permanência, vínculo com o seu bairro, descentralização do teatro, significa melhores condições para a busca da excelência artística e da organização da produção e gestão do coletivo. É importante para um grupo itinerante ter para onde voltar, ter onde receber um convidado, dizer “passa lá na nossa casa para tomar um café ou ver um ensaio”.

O final da década de 1970 e os anos de 1980 foram um período em que nasceram os grupos mais longevos pós-ditadura, como o *Oi Nós Aqui Travez*, *Imbuça*, *Fora do Sério*, *Vertigem*, *Cia dos Atores*, *Cia Armazém de Teatro*, *Parlapatões*, *Alegria Alegria*, *Tá na Rua*, entre outros. Todos nascem com o espírito de ampliar o alcance do teatro, construindo um vínculo mais forte com sua comunidade, com atuação e estruturas coletiva e cooperativadas, discutindo políticas públicas para o setor, atuando em espaços públicos e alternativos. Não foi por coincidência que nesse período aconteceu a criação do Movimento de Teatro de Grupo Brasileiro, que marcou a atuação desses artistas. Em Minas Gerais, foi criado o Movimento de Teatro de Grupo de Minas Gerais.

Aqui, fecho um resumo dos 10 primeiros anos heróicos que envolveram não só o Grupo Galpão, mas todos os coletivos e o teatro independente do Brasil.

1990 A 2000 - ERA DAS LEIS DE INCENTIVO

Em 1991, a Lei Sarney sofre um aperfeiçoamento e passa a se chamar Lei Rouanet, em referência ao então ministro da Cultura, provocando mudanças significativas no mercado de financiamento para a área. Inicialmente, essa Lei foi implantada para incentivar as empresas privadas a financiar a cultura por meio dessa isenção fiscal e, assim, permitir que o Estado, com seus baixos orçamentos, pudesse melhor atender as áreas da arte e da cultura, de incontestável interesse público, sem atrativos ao mercado privado. Nesse contexto, estamos falando de formação, pesquisa, fomento a jovens artistas, preservação de memória, arte popular, iniciativas do interior do país, longe dos olhos da grande mídia etc.

Em resumo, a Lei Rouanet é constituída de três itens: (1) O Fundo Nacional de Cultura para investimento direto do Estado; (2) O financiamento via isenção fiscal, por meio do lucro real das empresas ou 6% do imposto de renda devido das pessoas físicas; (3) O Ficart, uma carteira de financiamento retornável a juros baixos.

Entretanto, o que acontece é que o Estado, ao longo dessa década, simplesmente

se ausenta de seus compromissos constitucionais com a Cultura, lavando as mãos como um bom Pilatos. O que seria de responsabilidade do Fundo Nacional de Cultura fica completamente abandonado, entregue somente à Lei Rouanet. O problema é que a Rouanet, pelo seu funcionamento, transfere às empresas e aos seus departamentos de marketing a escolha final do que e como patrocinar. Esse exemplo do Governo Federal e seu modelo de leis de incentivo, aos poucos, como sempre acontece, foi sendo disseminado pelo interior do Brasil, levando à criação de leis similares nos estados e municípios. Assim como aconteceu na esfera nacional, na maioria dos casos, o poder público passou somente a administrar o funcionamento das tais leis de incentivo cultural.

No longo prazo, esse pensamento neoliberal foram causando uma distorção muito grande no financiamento da cultura. Como eu disse, somente as iniciativas que tinham apelo de mercado e localizadas nos grandes centros urbanos tiveram chances de conseguir seu financiamento juntos às grandes empresas. Essa situação chega à sua saturação e ao seu questionamento no início dos anos 2002, como veremos abaixo.

Apesar disso, foi uma década de diversos avanços na área cultural, especificamente nas artes cênicas. Não foi diferente para o Grupo Galpão, que contou com a sorte de ter estreado

o espetáculo *Romeu e Julieta* logo em 1992. Esse espetáculo, seguido pelo *A Rua da Amargura*, em 1994, deram um enorme retorno ao Grupo, levando-o a todo o Brasil e ao mundo ocidental. Essa visibilidade nacional e internacional proporcionou o primeiro patrocínio de manutenção de teatro no Brasil. O Banco de Crédito Real se associa ao Galpão, patrocinando salários, manutenção, montagem e circulação dos espetáculos. Essa parceria possibilitou a ampliação e a profissionalização da nossa gestão e a produção, com a contratação de bons profissionais para cada área da organização. Nos adaptamos a essa nova realidade aprendendo o vocabulário do marketing cultural, do endomarketing, do retorno institucional, das elaborações e readequações de projetos, prestações de contas, de planejamento estratégico e por aí vai. Mas uma coisa fica definitivamente evidente: o melhor cartão de visitas para um artista, para um grupo teatral, é a qualidade e a seriedade dos seus espetáculos, condição fundamental para abrir portas, conquistar reconhecimento, encontrar novas parcerias artísticas, novos patrocínios e, claro, ampliar, conquistar e fidelizar um novo público.

Foi um período em que os grandes eventos foram privilegiados pela Lei Federal e os festivais de teatro cresceram e se consolidaram (Curitiba, Porto Alegre, Recife, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador, entre outros

menores). O próprio Galpão realizou, em 1990 e 1992, o primeiro Festival Internacional de Teatro de Rua (FESTIM) para, em 1994, em parceria com a Prefeitura de Belo Horizonte, criar e realizar o Primeiro Festival Internacional de Teatro “Palco e Rua”(FIT BH), evento que entrou para o calendário cultural da cidade e acontece até os dias de hoje.

Percebemos que essa lógica neoliberal de concorrência no setor provocou um isolamento dos grupos e produtores, minimizando o diálogo entre a classe e enfraquecendo sua organização. Muitos se travestiram do que o olhar privado mais gostava, na tentativa de busca de financiamento. Os que tinham uma linguagem de pesquisa estética inovadora e conteúdos de questionamentos quase sempre ficaram fora das decisões das grandes empresas privadas.

A essa altura, percebemos a importância de estendermos nossa atuação além do próprio espetáculo, nos envolvendo mais fortemente em ações de formação, de fomento a grupos, de pesquisa e memória, ações em parceria com a educação e aos eventos existentes. Como o Grupo viajava muito, estando quase sempre ausente em BH, para estabelecer esse nosso desejo e fortalecer uma rede de relacionamento artístico com a cidade, criamos, em 1998, o Centro Cultural Galpão Cine Horto, onde disponibilizamos um teatro, um pequeno cinema, três salas de aula, e um o

CPMT (Centro de Pesquisa e Memória do Teatro), registrando e disponibilizando processos de criação, uma biblioteca e uma videoteca abertas a alunos e pesquisadores, um selo editorial e muito mais. Ali os projetos eram criados e aperfeiçoados a cada ano, buscando essa interação com artistas e público. Ao longo dos anos, tornou-se uma referência para espaços de voltados ao teatro no país.

Como já disse, o governo do então presidente Fernando Henrique Cardoso, sob o ponto de vista das políticas públicas, não fez mais do que deixar a Lei Rouanet acontecer livremente e se ausentou completamente das políticas públicas para a cultura, deixando um rastro de terra arrasada. Diga-se de passagem, a Lei Rouanet, que desde então já necessitava de reformulação, nunca foi aperfeiçoada para atender melhor aos interesses públicos. Até os dias de hoje, adormece sem que um governo tenha realizado a adaptação tão urgente que a Lei exige. Por exemplo, uma mudança fundamental que poderia permitir que essa Lei tivesse mais recurso e chegasse ao interior do país seria permitir o uso também de lucro presumido pelas empresas. As grandes empresas que trabalham com o lucro real, como permite a Lei Rouanet, tem suas sedes nas capitais especialmente em São Paulo e Rio de Janeiro. No interior, a quase totalidade das empresas trabalham com o lucro presumido.

Outro exemplo, seria permitir que a pessoa física pudesse fazer uso dos 6% previstos para dedução no momento da sua declaração do imposto de renda, como acontece com o Fundo da Infância e Juventude - FIA.

Esse quadro foi se agravando até a chegada do Governo Lula em 2002, nosso terceiro período a ser comentado.

2000 A 2010 - ERA DOS EDITAIS

Os oito anos de Lula foram marcados pela gestão do Gilberto Gil no Ministério da Cultura, iniciando uma nova fase em que o Estado se abre para uma nova atuação, no sentido de ocupar seu lugar de organizador e fomentador da arte e cultura no país. Gilberto Gil faz mais do que isso, ele expandiu o conceito de cultura e a colocou em outro patamar de reconhecimento e prioridades do governo.

Os já consolidados setores de uma cultura capitalista e hegemônica têm que abrir espaço para que a cultura popular, os modos de fazer, as minorias e as maiorias descriminalizadas, a revisão dos direitos autorais e o entendimento de um Brasil muito mais amplo viessem para a mesa de discussão, proteção e fomento. Foi também o início da organização da sociedade civil em torno do governo, com a criação das Câmaras Setoriais e do Sistema Nacional de Cultura, até hoje não finalizado. Criou-se um diálogo entre Ministério da Cultura e as

grandes empresas estatais como Petrobrás, Correios, Caixa Econômica, Banco do Brasil, Eletrobrás, com o objetivo de alinhar suas ações às diretrizes federais de políticas públicas do Ministério da Cultura. Foi possível, além disso, estabelecer parcerias entre essas empresas e órgãos do governo, como aconteceu entre a Petrobrás e a Funarte. Foi criado o programa dos Pontos de Cultura/Cultura Viva, talvez o maior e mais importante legado desse período.

O Ministério da Cultura, com um orçamento maior, lança mão dos editais (que dá nome a esse capítulo) como mecanismo preponderante no fomento e distribuição de recursos para a área. E assim como sempre acontece, essa prática muito rapidamente se estendeu para os estados e municípios.

Abriu-se o olhar para o interior do país, para a descentralização dos financiamentos através dos editais, tentou-se a democratização do acesso aos bens culturais com ingressos baratos e muita gratuidade (questão polêmica que merece ser discutida). Posteriormente, o Vale Cultura, assim como os diferentes espaços de fala e representação, passaram a ter um lugar ao sol. A discussão sobre cultura se intensificou em todo país. Assim, é justo e correto dizer que os oito anos do Governo Lula foram os melhores anos para a arte e a cultura desde a ditadura militar até os dias de hoje. Muitas conquistas e muitas possibilidades para o futuro.

Como consequência dessas “ferverias político-culturais” surgiram movimentos importantes da sociedade civil, de articulação e representação de áreas das artísticas. No caso das artes cênicas, tivemos o fortalecimento, em São Paulo, da “Arte Contra a Barbárie”. O Galpão Cine Horto provoca e organiza o primeiro e o segundo encontro do que se tornou o Redemoinho - Rede de Espaços de Compartilhamento, Criação, Pesquisa e Encontros de Teatro. No Rio de Janeiro, a APTR - Associação dos Produtores Teatrais, os Festivais de teatro mantem seu ritmo de crescimento - e por que não também citar as Câmaras Setoriais do MinC?

O cinema encontra caminhos criativos e sustentáveis para seu financiamento junto à ANCINE, a música assiste ao movimento Fora do Eixo, a indústria editorial passa por bons momentos. Enfim, assim como na economia dessa época, a arte e a cultura tem seu fugaz momento de “céu de brigadeiro”. Nem por isso a Lei Rouanet deixou de ser questionada. No final da era Gil, houve um movimento forte em direção ao aperfeiçoamento da Lei para atender melhor aos seus objetivos públicos, que não conseguiu respaldo ante a resistência de setores mais conservadores da cultura e, pasmem, der setores mais radicais da esquerda que queriam o fim da Lei Rouanet e não admitiam seu aperfeiçoamento.

O Grupo Galpão consolida sua parceria com a Petrobrás, que patrocinava de forma exclusiva a manutenção, criação e circulação dos espetáculos pelo Brasil. Levamos nossos espetáculos a lugares mais inusitados, percorremos o Rio São Francisco da nascente à foz, o Vale do Jequitinhonha, o sertão do Nordeste e interior do Sul do país. E o Centro Cultural Galpão Cine Horto (GCH) começa com a Petrobrás, que logo no início retira seu patrocínio, o que nos obrigou a buscar outros apoios. Esse fato proporcionou ao GCH uma estabilidade e uma liberdade maiores, nos permitindo aumentar significativamente os projetos e o alcance das ações. Um deles foi a criação do Centro de Pesquisa e Memória do Teatro - CPMT, que vem oferecendo um importante trabalho no registro de processos, eventos, debates, um selo editorial com várias publicações, filmes documentários, além de uma biblioteca e uma videoteca especializadas em teatro, abertas a alunos e pesquisadores.

Ao final da primeira década deste século, a Petrobrás foi diminuindo o aporte financeiro ao Galpão, a ponto de ela renunciar à exclusividade e, aos poucos, devolver o grupo ao mercado. Com a exclusividade do Galpão, aprendemos que corríamos o sério risco de perder repentinamente a Petrobrás e de fechar as portas no momento seguinte. Não haveria tempo e nem oportunidade de uma adaptação ou reajuste dos projetos caso isso aconte-

tecesse, enquanto o Galpão Cine Horto com três, às vezes quatro patrocinadores se perdesse, um deles não seria fatal como no caso do Grupo. Aprendemos, então, que nunca é bom colocar “todos os ovos num cesto só”. A diversificação de fontes de recursos, que para o GCH já era uma prática, passa a ser estratégica para o Grupo, pelo menos na teoria, porque não é fácil e nem acontece sempre ter diversas fontes de financiamento. Mas buscar essa diversificação deve ser prioridade para grupos e espaços culturais que vislumbrem um planejamento nos médio e longo prazos. Na década seguinte, o Galpão Cine Horto se abre definitivamente para atuar nas áreas transversais mais afetadas ao nosso trabalho, como educação, saúde e ações sociais como caminhos não só de ampliação de financiamentos, mas também de nos tornarmos mais essenciais a sociedade.

A partir de 2010, a chegada do Governo Dilma representa o que eu chamo neste artigo de “início do desmonte”.

2010 A 2020 - O DESMONTE

O início desse período o mundo já se constituía essencialmente urbano. Alguns poucos países ainda apresentavam uma população rural majoritária. Há muito já discutia como tornar viáveis as grandes concentrações urbanas. Pensar as cidades hoje é um tema fundamental em todas as áreas de uma sociedade. Questões como transporte, distribuição espacial dos serviços, moradia, educação e

trabalho, criação de espaços públicos de convivência estão presentes em todas as discussões de planejamento urbano. Nos estudos mais avançados a educação, a arte e a cultura passam a ser consideradas fundamentais como meio para viabilizar essa convivência harmônica nas grandes cidades. É previsto que de 2001 a 2030 será criada mais áreas urbanas no mundo do que foi criada em dois mil anos de existência da civilização e que haverá uma grande desproporção entre as áreas verdes e áreas cinzas. E mais, hoje a produção urbana já representa 75% do PIB mundial.

A Agenda 21 elegeu a Arte e a Cultura como um dos quatro pilares fundamentais para o desenvolvimento de um país. A interface entre cultura e educação há muito tempo se faz urgente e necessária não só como condição primordial na constituição de um ser humano mais tolerante, crítico, consciente, generoso e participativo, como também na busca de maior sustentabilidade com a formação de público fiel e fruitor de arte e de cultura. Afinal, é na cidade onde tudo acontece, onde o cidadão vive, trabalha, se manifesta, se faz representar, festeja, onde se gera empregos e tem seu lazer.

Aqui, gostaria de abrir um parêntese para reafirmar da importância das sedes de grupos de artes cênicas e pequenos centros culturais. Para os grupos e coletivos, ter uma sede, um espaço, é um dos fatores primordiais para sua consolidação, pois possibilita o desenvol-

vimento da sua qualidade artística, permite melhor organizar sua produção e gestão. Além de criar um vínculo permanente e concreto com a comunidade onde se localiza e aumentar o cardápio de possibilidade de ações “além do espetáculo” como forma estratégica de sobrevivência e, como já disse, de aumentar a sua relevância para a cidade.

Somado a isso, oferece oportunidade de descentralização das ações culturais e funciona, segundo as palavras de um executivo de uma grande empresa, como “agulhas de acupuntura na cidade ativando o entorno e liberando para passagem de boas energias”.

Infelizmente, mesmo no primeiro governo Dilma essas pautas e tudo que foi conquistado no governo Lula foi desaparecendo do centro das discussões. O MinC foi usado como barganha política e oferecido a Marta Suplicy já em conflito com o PT como forma de calar sua discordância. Ela por sua vez fechou o diálogo com a classe artística e conduziu o Minc para atender seus interesses políticos em São Paulo. Um exemplo claro foi a tentativa de desmontar o melhor projeto da gestão anterior: os Pontos de Cultura. Alguns recursos foram quase que integralmente para o Estado de São Paulo, seu curral eleitoral. A reformulação da Lei Rouanet, do Sistema Nacional de Cultura, das Câmaras Setoriais foram de certa forma deixados de lado por essa gestão.

Quando reeleita, a Presidenta Dilma, nos seus primeiros dias de governo, impõe a menor verba da história do MinC, fazendo um corte brutal no seu orçamento immobilizando tanto o Ministério como seus órgãos vinculados. Assim, vivemos o início de “desmonte” com um ministério “só de verbo e sem nenhuma verba”.

Com a economia mergulhada em recessão, os anos de 2015 e 2016 nos obrigaram a reestruturar e a diminuir a equipe do Grupo Galpão, cortando gastos e fazendo um esforço muito grande em busca de novos patrocínios. A crise política, a imobilização financeira do MinC e a economia em declínio revelaram o primeiro passo para uma realidade que só fez piorar. Depois do golpe, veio o curto governo Temer, que, no primeiro momento, tentou extinguir o MinC e só voltou atrás depois de uma grande mobilização da sociedade, que protestou contra o ato. Tudo em vão, pois a cultura continuou no último plano dessa gestão; após a eleição do Bolsonaro, o que estava ainda nas entrelinhas foi consolidado, com a extinção, de fato, do Ministério da Cultura, vinculando-o ao Ministério do Turismo como uma secretaria apêndice. Imediatamente, todas as empresas estatais que ainda mantinham algum programa de fomento a cultura foram obrigadas a interromper seus patrocínios e programas; assim, o Grupo Galpão perde definitivamente o patrocínio da Petrobrás. A nossa sorte foi encontrar

a Cemig, empresa de energia do Estado Minas Gerais, que se propôs a um socorro de emergência a todas as iniciativas mineiras que eram patrocinadas pela Petrobrás e que se viram, de uma hora para outra, sem mais esse aporte financeiro.

Como se não bastasse a inimaginável ignorância, o ódio e a perversidade do governo Bolsonaro em perseguir a arte e a cultura, veio a crise sanitária do Covid-19 para jogar o setor no seu limite de resiliência.

PANDEMIA

Essa inusitada realidade joga forçosamente todo o setor cultural e artístico numa total paralisação de suas atividades, sem data de retorno. Estamos sendo obrigados a nos reinventar para garantir uma sobrevivência mínima até passar a crise. A primeira atitude foi agarrar nas brechas e oportunidades que a internet oferece para nos mantermos ativos e em contato com nosso público. As iniciativas que já tinham patrocínio e previsão de realização dos projetos durante esse período trataram de transformar suas ações em retorno *on-line*. A grande maioria contou com a sensibilidade de seus parceiros em concordar com a substituição de tudo que era presencial para um formato via internet, o que foi uma salvação. Nessa busca de um novo caminho, já se pode dizer que muitas saídas criativas vieram para ficar mesmo depois da pandemia. No caso do Centro Cultural Gal-

pão Cine Horto, por exemplo, fomos obrigados a inventar os cursos de teatro e os núcleos de pesquisa em cenografia, figurino, dramaturgia e teatro para educadores em cursos *on-line*. Perde-se coisas importantes, conquistadas com as aulas presenciais, mas, por outro lado, hoje temos alunos do Brasil inteiro, e até de Portugal. Estamos dedicados em pesquisar as melhores plataformas digitais para as aulas ao vivo e suas possíveis combinações, a fim de alcançarmos os melhores resultados. Certamente vamos agregar, no futuro, essa opção em nosso cardápio de projetos.

As experimentações de espetáculos teatrais *on-line* têm obtido interessantes resultados, que apontam para uma linguagem híbrida entre teatro e audiovisual. Se feito ao vivo contém o tempo presente da interpretação do ator e pode usufruir da tecnologia do audiovisual e das possibilidades dessas plataformas digitais que permitem a inclusão do “espectador”. Estaríamos diante de uma nova linguagem que poderá levar o “teatro” a lugares inusitados e a um público muito maior?

Outro aspecto positivo deste momento é que estamos nos falando e comunicando como nunca fizemos. Há um diálogo transversal em todo Brasil, que começou no primeiro mês da pandemia e foi catapultado pela Lei Aldir Blanc, da qual tratarei em seguida. Significativamente, essas ações levaram a arte se fazer presente na vida e nas casas das pessoas confinadas. Nunca foi tão evidente a importância da

arte para a preservação da saúde das pessoas.

A Lei Aldir Blanc, no momento em que escrevo, está coberta de perguntas sem respostas, se vai ou não conseguir chegar nas pessoas, na ponta que precisa, será um paliativo temporário e emergencial. Entretanto, seus reflexos indiretos são muito positivos, a começar pela sua construção, que mobilizou o país de norte a sul. Mobilização essa que deveríamos aproveitar para o pós-pandemia. Muitos estados e cidades criaram ou reativaram movimentos da sociedade civil em diálogo com o poder público. Em Minas Gerais, por exemplo, foi criado o META-BH e o META-MG - Movimento de espaços de teatro, dança e circo. Como o recurso está previsto chegar para todos os municípios do Brasil, milhares de prefeituras que nunca tiveram qualquer política pública para o setor estão sendo obrigadas a se mobilizar e discutir a questão com a sociedade civil. Acredito e espero que muitas dessas prefeituras, a partir de agora, terão que repensar sua atuação. Outro aspecto positivo foi a revelação da urgência da implantação efetiva do Sistema Nacional de Cultura, adormecido há alguns anos.

Os aspectos acima citados deveriam ser cultivados e praticados no pós-pandemia, independentemente do governo que está ou que virá. A necessidade de ampliar este debate é corroborado pela pesquisa recém-divulgada do

Observatório da Economia Criativa - OBEC - da UFBA, e aponta como um dos principais entraves ao desenvolvimento do nosso segmento a desorganização, desarticulação e pouca representatividade do nosso setor.

Vou chegando ao final do artigo dizendo que, mesmo dentro desse caos que estamos vivendo, vejo alguma semelhança com a realidade que os novos grupos e coletivos de artes cênicas viveram no início da década de 1980. Se na época estávamos em busca de um novo público, hoje a internet nos coloca a mesma questão. Se para chegar a esse novo público precisávamos achar e dominar uma nova linguagem, hoje essa questão se coloca também como linguagem virtual e tecnologia. Se na época a invenção do teatro de rua representou a descoberta para nosso retorno financeiro, hoje estamos diante do desafio de como monetizar a nossa atuação via internet.

Talvez o único aspecto divergente seja o fato de que na época não tínhamos apoio, muito menos políticas públicas, mas convivíamos com liberdade e já sem perseguições. Hoje corremos o risco de perder a liberdade e a falta de apoio, que também não existe, foi substituída por um ataque explícito de desmonte a tudo e a todos que veem a liberdade da arte, da cultura e da educação como fundamentais para o desenvolvimento de um País.

-

LEI ROUANET – O INCENTIVO PARA CULTURA BRASILEIRA

–

HENILTON
MENEZES

O principal mecanismo de financiamento da cultura brasileira, ainda em vigor, é a Lei 8.313, promulgada em de 23 de novembro de 1991. Uma legislação já dura 30 anos, tempo incomum para esse tipo legislação no Brasil. A conhecida Lei Rouanet, mesmo sob ferrenho ataque vindo de todos os lados, atravessou várias gestões do antigo Ministério da Cultura. Sobreviveu a governos com colorações políticas distintas, depois de redemocratização do Brasil, promovida pela Constituição Cidadã de 1988.

A primeira tentativa de organização de um modelo de financiamento para a cultura brasileira, mesmo que de forma incipiente, ocorreu por conta do empenho do então senador José Sarney. Em 1972, ainda durante o governo militar, uma ditadura violenta e castradora da criatividade do povo brasileiro, foi Sarney que apresentou o que seria a primeira tentativa de criação de uma lei de incentivo à Cultura. Anos depois, foi também Sarney que criou o Ministério da Cultura, em 15 de março de 1985, separando o setor cultural do antigo Ministério da Educação e Cultura (MEC). No ano seguinte, 1986, 14 anos depois da primeira tentativa, era promulgada a Lei nº 7.505, que ficou conhecida como Lei Sarney.

A sanção da Lei nº 7.505/1986 ocorreu na gestão do economista Celso Furtado à frente do Ministério da Cultura, expoente da luta pelo desenvolvi-

mento econômico pari passu com a cultura. Para ele, “a política de desenvolvimento deveria ser posta a serviço do processo de enriquecimento cultural”.

Essa primeira experiência brasileira de uma legislação específica voltada para a cultura estabelecia uma relação entre poder público e setor privado, sob a égide da renúncia de impostos, delegando à sociedade a possibilidade de definir o destino dos financiamentos a iniciativas culturais. No entanto, a ausência de eficazes mecanismos de monitoramento e controle contribuiu para alguns extravios do erário público.

Nessa esteira liberal, calcada em denúncias de desvios de verbas, a Lei Sarney foi revogada. Na mesma época, o Ministério da Cultura foi rebaixado para o nível de secretaria, ligada diretamente à Presidência da República de Fernando Collor. Essa nova secretaria foi entregue ao diplomata Sérgio Paulo Rouanet, responsável pela concepção do Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), via Lei 8.313/1991. Ainda no âmbito do incentivo fiscal, em 1993, o presidente Itamar Franco sancionou a Lei nº 8.685, conhecida como a Lei do Audiovisual, em substituição à Lei 8.401, aprovada no governo Collor. Essas duas leis se tornaram os únicos meios de financiamento da cultura em nível federal e estavam baseadas na concessão de incentivos fiscais sobre o imposto de renda dos

contribuintes. Concordando ou não com esses modelos, é fato que qualquer menção às estratégias de política cultural em nível federal, ao longo dos últimos 30 anos, passa por essa legislação. Foram essas leis, também, que inspiraram diversas iniciativas similares em alguns estados e municípios, que criaram leis locais baseadas em impostos estaduais e municipais.

Conceder incentivo fiscal renunciando a parte da arrecadação de impostos é uma estratégia utilizada pelos governos (federal, estadual e municipal) para incentivar o desenvolvimento de alguns setores estratégicos para a economia, com a geração de emprego e renda. Além de promover o desenvolvimento, essas renúncias acabam ampliando a arrecadação de impostos, pelo movimento positivo dos setores econômicos. No âmbito do Governo Federal, a cada ano são definidos limites para os segmentos que receberão incentivo fiscal, via renúncia de impostos, que beira o total de R\$ 300 bilhões anuais. Historicamente, a cultura vem recebendo menos de 0,5%, e a cada ano essa fatia vem se tornando menor.

É perceptível que, durante todos esses anos de existência da Lei Rouanet, os valores oriundos dos incentivos fiscais concedidos pelo Governo Federal, apesar de mínimos, foram imprescindíveis para o desenvolvimento de vários dos segmentos da cultura brasileira. Teatro, música erudita e instrumental, restauração e manuten-

ção de patrimônios culturais, exposições de artes visuais, eventos e ações literárias são alguns dos segmentos que se beneficiaram – exemplos que podem ser evidenciados nos dados disponíveis sobre o mecanismo. E essa imprescindibilidade da Lei se torna mais evidente se considerarmos que nada temos que a substitua. Hoje, no Governo Federal, não temos qualquer política para o desenvolvimento da cultura brasileira. Ao contrário, o que presenciamos é a destruição das estruturas existentes. Apesar da recente promulgação da Lei 14.017 (Lei Aldir Blanc), que pretende destinar um montante de R\$ 3 bilhões ao setor, de forma emergencial, até o final de 2020 a Lei Rouanet segue como a principal fonte de financiamento perene da cultura brasileira. Desde o início de funcionamento, em 1992, a Lei Rouanet já promoveu um investimento de mais de R\$ 20 bilhões em milhares de iniciativas culturais bem sucedidas.

Importa lembrar que a Lei Rouanet criou o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), com a finalidade de captar e canalizar recursos suficientes para estimular a produção e difusão de bens culturais, preservar patrimônios materiais e imateriais, proteger o pluralismo da cultura nacional e facilitar o acesso às fontes de cultura. Esses recursos são viabilizados a partir do investimento de pessoas físicas e jurídicas que utilizam um pequeno percentual de seu imposto de renda em

ações culturais, previamente aprovados pelo Ministério da Cultura.

O Pronac foi pensado sobre um tripé de financiamento da Cultura, que o Secretário Rouanet chamava de “tríptico do financiamento cultural”: o Incentivo a Projetos Culturais (incentivo fiscal), que carrega a lógica da escolha livre por parte do investidor; o Fundo Nacional da Cultura (FNC), que deveria ser um mecanismo compensatório à lógica concentradora do incentivo; e os Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart), um tipo de financiamento reembolsável adequado para atender aos empreendimentos culturais com capacidade de geração de receitas suficientes para sua sustentabilidade.

Por razões diversas, o incentivo fiscal foi o único a se consolidar, não pela competência dos governos, mas, principalmente, pela luta de patrocinadores e patrocinados que, ano a ano, mais descobriam os benefícios trazidos por esse modelo para ambos os lados. O FNC não aconteceu de fato. O Fundo é uma abstração orçamentária, sujeita às temperaturas e aos humores de cada gestor de plantão. Tornou-se um mecanismo nanico que não deu conta de cumprir as finalidades para o qual foi criado. Em 2019, o FNC teve o menor e mais inexpressivo orçamento anual de sua história – menos de R\$ 1 milhão. O Ficart, natimorto por não carregar possibilidade de qualquer incentivo fiscal e pela sua complexidade, nunca foi

operado. Sem o tripé funcionando, o incentivo fiscal tornou-se o único, entre os mecanismos criados, que aconteceu, a ponto de ser confundido com a própria Lei. No entanto, ele não dá conta de cumprir os objetivos de todo o Programa, tornando-se alvo fácil para os críticos que não entendem a legislação ou preferem fazer de conta que ela não existe.

Provavelmente, o Pronac é o mais transparente mecanismo de incentivos fiscais do Brasil. Todos os projetos incentivados estão publicados na internet, com nomes dos beneficiários, valores aprovados e captados. Está aberta ao público a situação de cada um dos projetos beneficiados, inclusive suas prestações de contas. O processo de análise das propostas, realizado em várias instâncias, desde o crivo de peritos terceirizados, profissionais da sociedade civil que atuam no mercado, é transparente e público. Até mesmo as sessões plenárias da Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC) eram realizadas com transmissões ao vivo, pela internet, e podiam ser acompanhadas por qualquer um, em qualquer lugar. Todos os processos estão detalhados no site da Secretaria Especial da Cultura e disponíveis ao acesso, inclusive fisicamente, por qualquer cidadão brasileiro, pela Lei de Acesso à Informação.

A lista de projetos realizados é muito grande e diversa. Alguns exemplos

podem ser destacados. A manutenção de instituições culturais, como o Centro Cultural Banco do Brasil, Museu de Arte de São Paulo e Museu de Arte Moderna, Fundação Iberê Camargo, Museu Oscar Niemeyer, Museu Asas de um Sonho, Academia Brasileira de Letras, Museu do Futebol e Museu da Língua Portuguesa; as publicações de revistas culturais como Bravo, Cult, Continente Multicultural, Aplauso e Revista de História. Ainda, intervenções de preservação de bens materiais edificados, como o Theatro Municipal e Convento de Santo Antônio, no Rio de Janeiro; o Teatro São Pedro, em Porto Alegre; o Parque Nacional da Serra da Capivara, no Piauí. A realização de eventos tradicionais na área de audiovisual, responsável pela movimentação turística de dezenas de cidades brasileiras, como o Cine PE, em Recife; o Festival Guarnicê de Cinema, em São Luís; o Festival de Gramado; o Cine Ceará, em Fortaleza; o Festival de Cinema de São Paulo; o Festival de Brasília do Cinema Brasileiro. Fazem parte desse recorte também os eventos literários, de indiscutível repercussão nos lugares onde se realizam, como a Festa Literária Internacional de Paraty (Flip), a Feira do Livro de Porto Alegre, a Festa Literária Internacional de Porto de Galinhas (Fliporto), a Bienal Internacional do Livro de São Paulo. Ainda, importantes eventos de artes visuais, como a Bienal de São Paulo e a Bienal do Mercosul, em Porto

Alegre. E mais, a manutenção de escolas de formação continuada: o Clube do Choro de Brasília, a maior escola brasileira de choro; a escola de Dança e Integração Social para Criança e Adolescente (Edisca), no Ceará, que inclui jovens em situação de risco, pela dança; o Instituto Baccarelli, escola de música encravada em Heliópolis, a mais populosa favela de São Paulo; o Instituto Olga Kos, projeto que inclui crianças e adolescentes com síndrome de Down, por meio das artes visuais; o Projeto Música para Todos, escola de música em Teresina, que forma anualmente centenas de jovens profissionais. Por fim, a formação e manutenção de importantes orquestras, como a Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo (Osesp), a Orquestra Sinfônica Brasileira (Osb), a Orquestra Sinfônica de Teresina, a Orquestra Filarmônica de Minas Gerais, a Orquestra Ouro Preto, entre outras.

Quase todo o movimento teatral das cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo, com montagem e circulação pelo país de grandes produções, incluindo musicais de indiscutível qualidade, receberam o apoio da Lei Rouanet. Ações de preservação do patrimônio imaterial, como as festas juninas do Nordeste, o Festival de Parintins, no Amazonas, o Festival de Circo do Brasil, realizado em Pernambuco. Promoção de editais públicos dos grandes patrocinadores como Petrobras, Banco do Brasil, Banco do

Nordeste, Eletrobras, Natura, BR Distribuidora, este último, promovendo a possibilidade inédita de circulação de grandes espetáculos de teatro pelas 27 unidades da federação. A manutenção de grupos de arte, com trabalhos reconhecidos, como o Teatro Oficina, o Grupo Galpão, o Grupo Corpo, a Cia. Quasar de Dança, Cia. de Dança Deborah Colker. E, por que não, a promoção de grandes eventos nacionais, como o BMW Jazz Festival, o Festival Jazz & Blues, do Ceará, a Mostra Internacional de Música de Olinda (Mimo), o Encontro Cariri de Arte e Cultura, no Ceará, a Paixão de Cristo de Nova Jerusalém, em Pernambuco, o Festival de Teatro de Curitiba, Carnavais do Rio de Janeiro, de Pernambuco e da Bahia, ações geradoras de emprego e renda, que movimentam a economia brasileira de uma forma ainda não medida com a precisão que dê realce a sua importância para nosso país. Todos esses eventos foram oferecidos à sociedade gratuitamente ou com ingressos mais baixos do que seria necessário se não houvesse a possibilidade desses incentivos fiscais.

Não obstante, é claro que a Lei Rouanet pretendia ser, à época do desmonte das instituições culturais brasileiras, a panaceia do financiamento da cultura brasileira. Não foi. Houve muitos avanços, mas hoje, os movimentos culturais e a diversidade de linguagens não cabem nessa legislação. A metodologia de análise

de projetos é antiquada e custosa. O acompanhamento de projetos só tem efetividade quando feita de forma presencial, inviável nos dias de hoje. A prestação de contas, pensada numa dimensão de 1991, tornou-se inviável pelo volume de projetos realizados. Por tudo isso, é necessário e imprescindível que se pense em outro modelo, mas não criando uma nova lei, e sim aperfeiçoando a que temos e que já dura quase 30 anos.

Considerando que a Lei Rouanet está fincada em três mecanismos de financiamento distintos, é importante discutir sobre o que aconteceu com cada um deles.

INCENTIVO FISCAL A PROJETOS

O mecanismo de incentivo fiscal foi concebido para viabilizar investimentos em projetos culturais pelo contribuinte brasileiro, seja pessoa física ou jurídica. Esse investimento seria realizado com a destinação de uma pequena parte do seu imposto de renda, variável de acordo com cada contribuinte e cada projeto. No texto da Lei original, publicado em 1991, esse contribuinte não teria a possibilidade de retorno total do valor investido, tendo que dispor, em todos os casos, de recursos próprios para uma parte do investimento.

Para pessoas físicas, essa renúncia ficava entre 60% e 80%, ou seja, a cada R\$ 100,00 aportados num projeto, o investidor teria

um retorno de R\$ 60,00 a R\$ 80,00 em seu imposto de renda. Para pessoas jurídicas, a renúncia ficava entre 30% e 40%, diretamente no imposto de renda, sendo possível uma operação contábil nas despesas operacionais do investidor, o que ampliava essa renúncia para cerca de 50% a 70%. Desse modo, para cada R\$ 100,00 aportados no projeto, as pessoas jurídicas obtinham entre R\$ 50,00 e R\$ 70,00 a retornarem de seu imposto de renda. Essas regras eram regidas pelo Art. 26 da Lei, até hoje em vigor apenas para alguns segmentos culturais.

Em 1999, a Medida Provisória nº 1.871 alterou a redação do artigo 18, beneficiando algumas linguagens artísticas com a possibilidade de retorno de 100% dos valores investidos. Foram beneficiados somente alguns segmentos: artes cênicas; livros de valor artístico, literário ou humanístico; música erudita ou instrumental; circulação de exposições de artes plásticas; e doações de acervos para bibliotecas públicas e para museus. Essa alteração foi provocada, principalmente, pela promulgação da Lei nº 8.685, conhecida como Lei do Audiovisual, que permitia aos contribuintes obterem 100% de renúncia fiscal em projetos exclusivos da área do Audiovisual. Essa lei teria uma validade de 10 anos, mas foi prorrogada várias vezes e ainda está em vigor. Esse movimento acarretou, em 1999, a inversão da curva crescente de investimentos na Lei Rouanet, reduzindo sensivelmente os valores aportados.

Em 2001, a Medida Provisória nº 2.228, alterou mais uma vez o Art. 18 da Lei Rouanet, ampliando os segmentos que passariam a receber a renúncia de 100% dos recursos investidos. Foram incluídos projetos que resultassem em doações para cinematecas, produção de audiovisual de curta e média metragens, difusão de acervos audiovisuais e preservação de patrimônio material e imaterial.

Em 2008, o Art. 18 foi alterado novamente, pela Lei nº 11.646. Essa nova alteração permitiu a inclusão na renúncia de 100% dos projetos da construção de cinemas e teatros, mas somente em cidades com população abaixo de 100 mil habitantes.

Depois dessas várias alterações, estimuladas por prorrogações sucessivas da Lei do Audiovisual, diversos segmentos passaram a receber 100% de renúncia fiscal para seus investimentos. Ao tempo que isso beneficiou vários segmentos, outros tiveram seus investimentos quase reduzidos a zero – por exemplo, o segmento de música popular.

Depois dessas alterações, mesmo diante uma certa confusão por conta de constantes adendos e alterações da legislação, o incentivo fiscal foi o único mecanismo responsável pelo funcionamento da Lei Rouanet, chegando a investimentos da ordem de R\$ 20 bilhões. Nos 5 anos (2015 a 2019), o incentivo fiscal recebeu investimentos robustos, totalizando R\$ 6,3 bilhões, ou

seja, mais de duas vezes os valores que estão prometidos, emergencialmente, para a nova Lei Aldir Blanc.

FUNDO NACIONAL DA CULTURA

O Fundo Nacional da Cultura (FNC) é o segundo mecanismo do tripé de financiamento criado pela Lei Rouanet.

Em 1986, a Lei nº 7.505 criou o Fundo de Promoção Cultural. A partir de 1992, a Lei nº 8.313/1991 (Rouanet) reestabeleceu os princípios daquela Lei, ao mesmo tempo em que ratificou a existência do fundo, mudando sua denominação para Fundo Nacional da Cultura-FNC. Com o novo formato, o FNC deveria financiar projetos culturais compatíveis com as finalidades do Programa Nacional de Apoio à Cultura-Pronac, tendo como objetivos específicos, segundo o Art. 4º da Lei: estimular a distribuição regional equitativa dos recursos a serem aplicados na execução de projetos culturais e artísticos; favorecer a visão interestadual, estimulando projetos que explorem propostas culturais conjuntas, de enfoque regional; apoiar projetos dotados de conteúdo cultural que enfatizem o aperfeiçoamento profissional e artístico dos recursos humanos na área da cultura, a criatividade e a diversidade cultural brasileira; contribuir para a preservação e proteção do patrimônio cultural e histórico brasileiro; e favorecer projetos que atendam às necessidades da produção

cultural e aos interesses da coletividade, aí considerados os níveis qualitativos e quantitativos de atendimentos às demandas culturais existentes, o caráter multiplicador dos projetos através de seus aspectos socioculturais e a priorização de projetos em áreas artísticas e culturais com menos possibilidade de desenvolvimento com recursos próprios.

Segundo a Lei, o FNC, como parte do Pronac, seria utilizado, prioritariamente, em ações e regiões em que o incentivo fiscal não tivesse eficácia. Ou seja, promoveria uma distribuição regional mais equilibrada, favoreceria a visão interestadual por projetos de enfoque regional, estimularia o aperfeiçoamento profissional, financiaria a preservação do patrimônio cultural e histórico e priorizaria ações em áreas com menores possibilidades de desenvolvimento com recursos próprios.

Para cumprir essa finalidade, o Fundo deveria ter recursos suficientes para viabilizar a equalização da distribuição regional/estadual. Não foram estabelecidos, na legislação, parâmetros de distribuição desses recursos, mas essa distribuição poderia, certamente, ser feita por variáveis aceitáveis, como a distribuição demográfica das populações, o PIB e/ou renda per capita ou, ainda, o volume de imposto de renda recolhido em cada estado, considerando que essa é a base principal de receita da Lei. Considerando os níveis

de investimentos anuais pelo mecanismo dos incentivos fiscais, o FNC teria que atingir um valor de pelo menos R\$ 600 milhões anuais, de forma a viabilizar uma distribuição justa entre os estados brasileiros. E os valores destinados ao FNC anualmente estão muito longe desses valores. Em 2019, os valores executados do FNC não atingiram míseros R\$1 milhão.

FUNDOS DE INVESTIMENTO CULTURAL E ARTÍSTICO - FICART

Os Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart) são o terceiro mecanismo de financiamento criado pela Lei. Junto com o Incentivo Fiscal e o FNC, se em funcionamento, comporia o tripé do financiamento da cultura brasileira em nível federal.

Os Ficarts foram criados com objetivo de promover a captação de recursos no mercado financeiro, mediante oferecimento de quotas de fundos em condomínio administrados por instituições financeiras e fiscalizadas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM). A intenção era atender à demanda de recursos reembolsáveis, em especial voltados às atividades da cultura reconhecidamente lucrativas.

A Lei Rouanet é clara quando define, em seu Art. 9º, a destinação dos recursos do Ficart: à produção comercial de instrumentos musicais, bem como de discos, fitas, vídeos, filmes e outras formas de reprodução fonovideográficas; para a produ-

ção comercial de espetáculos teatrais, de dança, música, canto, circo e demais atividades congêneres; para a edição comercial de obras relativas às ciências, às letras e às artes, bem como de obras de referência e outras de cunho cultural; para construção, restauração, reparação ou equipamento de salas e outros ambientes destinados a atividades com objetivos culturais, de propriedade de entidades com fins lucrativos; e para outras atividades comerciais ou industriais, de interesse cultural, assim consideradas pelo Ministério da Cultura.

Caberia ainda ao antigo Ministério da Cultura a definição das regras e procedimentos para acompanhamento e fiscalização da execução dos programas financiados por esse mecanismo. Já o disciplinamento, a constituição, o funcionamento e a administração dos fundos caberiam à CVM.

O principal problema dos Ficarts foi não ter sido oferecido qualquer incentivo fiscal para sua constituição, o que promoveu ausência completa de atratividade para sua implementação. Como qualquer fundo de investimento, há riscos na operação por parte do investidor, podendo dar lucro ou prejuízo. Esses riscos são maiores diante das dificuldades óbvias de definir quais são os empreendimentos com maior ou menor potencial lucrativo no segmento cultural.

Além disso, a complexa legislação fiscal brasileira e

a sua constituição na forma de condomínio, em que é necessária a reunião de vários investidores em torno de um mesmo empreendimento, tornaram os Ficarts mecanismos natimortos.

Mesmo com a falta de interesse do mercado, a Receita Federal chegou a colocar o produto como possibilidade de investimento, fornecendo detalhes, tais como o fato gerador, os possíveis beneficiários, as alíquotas e o regime de tributação dos fundos. No entanto, a CVM não disciplinou o assunto e o MinC não se interessou por estimular o funcionamento desse mecanismo, apenas ficou aguardando, passivamente, que a iniciativa privada assumisse o protagonismo de sua criação.

Como os Ficarts não foram implementados, aquelas atividades culturais consideradas de maiores potenciais lucrativos passaram a ser atendidas também pelo incentivo fiscal, mecanismo que não apresenta qualquer limitação para atendimento de projetos mais voltados para atividades culturais de maior mercado.

LEI PARA SOCIEDADE

Há um grave equívoco na interpretação da Lei 8.313 por alguns mal-intencionados, os mesmos que emitem críticas ácidas sobre o mecanismo, mesmo desconhecendo como ele funciona. A Lei não foi criada para o artista ou o produtor cultural; não foi criada para “enriquecer os criadores de esquerda”. O Programa está

ancorado na possibilidade de oferecer acesso aos bens culturais para a sociedade brasileira. Em seu Art. 1º, onde são definidos seus objetivos, está expresso que a Lei deve “contribuir para facilitar, a todos, os meios para o livre acesso às fontes da cultura e o pleno exercício dos direitos culturais”. Claro que, como resultado disso, há o estímulo à produção cultural e, por consequência, incentivo para aqueles que são protagonistas dessa produção, independentemente de suas inclinações políticas.

Quando o Programa foi concebido, cada um dos mecanismos deveria assumir um papel específico dentro de um sistema de financiamento integrado. Isso infelizmente não aconteceu, e o tripé de financiamento passou a funcionar com “um pé só”. E esse único pé não foi (e nem será!) suficiente para que o programa funcione adequadamente.

A Lei, voltada para a sociedade, não é uma política pública de cultura, é uma simples ferramenta dessa política. O órgão gestor desse mecanismo deveria ter um papel muito mais largo do que apenas gerir projetos que entram e saem do sistema. Num passado recente, tivemos a oportunidade de ver essa gestão atuante, definindo, junto com a sociedade, políticas públicas, com a execução programas integrados. Eram intensos os diálogos com os atores que representam os segmentos culturais e a sua diversidade.

Mesmo com essas falhas estruturais, o PRONAC ainda é o principal mecanismo de financiamento da cultura brasileira disponível no País. E ressaltamos o “ainda” porque o atual governo vem destruindo todas as possibilidades de desenvolvimento desse pedaço de economia. Os atuais gestores entendem a cultura como uma ideologia danosa para a sociedade, e não como uma parte importante e imprescindível ao nosso desenvolvimento.

SOBRE ALGUNS NÚMEROS

Entre 2010 e 2019, últimos 10 anos, o investimento anual médio é de R\$ 1,27 bi, totalizando R\$ 12, 68 bi. Em 2019, foram beneficiados 3.309 projetos, totalizando investimento de R\$ 1,48 bi. No ano anterior, 2018, foram financiados 3.246 projetos, totalizando R\$ 1,29 bi. Este ano, até o final de agosto, foram investidos apenas R\$ 259 mi, beneficiando 1.261 projetos¹.

Há uma expectativa de grande redução dos investimentos feitos pela Lei em 2020, por conta, especialmente, da retração da economia promovida pela pandemia, mas também pela depreciação da imagem das atividades culturais promovida pelo atual governo.

Esses investimentos, ao longo dos últimos anos, são oriundos de cerca de 3.800 patrocinadores (pessoas jurídicas), uma base de empresas que não vem sendo alterada. Apesar de ser

possível também o investimento por pessoas físicas, historicamente investimentos oriundos de cidadãos e cidadãs não representam mais de 2% do total de aportes feitos na Lei.

É evidente que esses investimentos, oriundos apenas dos incentivos fiscais que têm como receita a arrecadação do imposto de renda das grandes empresas, aquelas que optam pelo regime tributário de lucro real, estão concentrados na região mais rica do Brasil. O Sudeste concentra a economia brasileira e, por consequência o recolhimento do imposto de renda das empresas. E essa concentração é maior em dois estados, Rio de Janeiro e São Paulo.

No Ceará, em 2019, tivemos um investimento de R\$ 22,38 mi, beneficiando 93 projetos. Capturamos 1,51% dos recursos da Lei. A arrecadação de imposto de renda no Ceará, comparativamente com o Brasil, representa apenas cerca de 1,2%, o que justifica essa pequena participação. Ou seja, teoricamente, capturamos mais, proporcionalmente, ao que recolhemos na base de imposto de renda da Receita Federal. Essas proporções são distintas em cada estado brasileiro, e a tendência é um cenário de concentração, seja relativo comparando com a base de recolhimento de imposto, ou com dados relacionados com a população ou o Produto Interno Bruto (PIB) de cada estado.

¹ consulta feita em 03/09/2020, em <http://sistemas.cultura.gov.br/comparar/salicnet/salicnet.php>

É POSSÍVEL DIMINUIR ESSA CONCENTRAÇÃO

O que deve ser feito, então, para promover a desconcentração desses recursos oriundos da Lei 8.313 e promover uma distribuição mais justa entre os estados brasileiros? Em primeiro lugar, fazer do FNC a ferramenta equalizadora, como está previsto entre suas funções. Se o Fundo fosse irrigado com as receitas inicialmente previstas, como, por exemplo, parte da arrecadação das loterias federais, o órgão gestor da Lei teria capacidade de fazer valer esse papel de promotor do equilíbrio.

Do outro lado, junto ao mecanismo de incentivo fiscal, poderia ser permitido que empresas contribuintes de impostos de renda que optam por outros tipos de regimes tributários (lucro presumido ou simples, por exemplo) pudessem optar em fazer o investimento dessa pequena parte do seu imposto. Sendo empresas locais, haveria uma tendência óbvia de realização de investimentos em projetos menores e de impactos locais. Essa abertura para pequenas empresas poderia ser feita sem alterar os volumes de recursos destinados anualmente para a Lei, mas apenas alargando sua base de investidores, envolvendo empresas pequenas, médias e grandes, localizadas em todo o País. Ainda no mecanismo do incentivo fiscal, poderia ser permitido que as pessoas físicas investissem suas parcelas no momento do acerto de contas

com a receita, por ocasião da apresentação da declaração anual de rendimentos, como já acontece com o Fundo da Infância e Adolescente (FIA). Isso, certamente, estimularia que novos contribuintes entrassem na base de investidores da cultura. Hoje, menos de 0,2% dos contribuintes que poderiam investir na cultura, via incentivo fiscal, fazem essa opção, principalmente por indisponibilidade de recursos para que permitam adiantar tais recursos aos projetos.

Paralelamente, uma proposta de alteração da Lei Rouanet mais profunda está tramitando no Congresso Nacional desde 2010. Trata-se de um Projeto de Lei encaminhado pelo Executivo que hoje é nominado como Projeto de Lei da Câmara nº 93, pois já foi aprovado na Câmara Federal e seguiu para o Senado da República. A proposta traz essas soluções acima apontadas, e institui o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura (Procultura), mas está engavetado no Senado desde novembro de 2014. Se aprovado, esse programa substituiria o atual PRONAC, instituído pela Lei 8.313, viabilizando várias das correções necessárias à obtenção de melhores resultados².

Por outro lado, um programa de financiamento à cultura brasileira não pode estar fundado apenas em incentivos fiscais oferecidos pelos governos, via leis federais, estaduais ou municipais. Em recente entrevista no programa *Sempre um Papo*, o ator e produtor Antonio

² A tramitação desse projeto pode ser acompanhada no link <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/118946>.

Fagundes realça dois problemas desse modelo: a submissão da produção ao gosto do patrocinador e ausência da importância do público³. O ator reconhece a importância do incentivo fiscal para a cultura, em especial para projetos de manutenção de grupos artísticos estáveis, funcionamento de museus, equipamentos culturais e escolas de arte, por exemplo. Mas critica que a ausência de mecanismos alternativos de financiamento, que viabilizem as produções e que permitam aos seus produtores que obtenham receitas a partir do seu público e não somente a partir de projetos que utilizam recursos público.

Possibilidade de financiamentos reembolsáveis, financiamentos colaborativos, rodadas de negócios em eventos que reúnem empreendedores e obtenção de receitas oriundas diretamente das produções, aliados a uma melhor formação de produtores e público, poderiam mudar sensivelmente esse cenário de escassez, agravado por esse momento de pandemia, que desarrumou tudo que diz respeito aos empreendimentos culturais no planeta.

-

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA

ADORNO, Theodor. *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

BOTELHO, Isaura. *Romance de formação: Funarte e política cultural*. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2000.

COELHO, Teixeira. *Dicionário crítico de política cultural*. São Paulo: Editora Iluminuras, 2004.

FURTADO, Celso. *Cultura e desenvolvimento em época de crise*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

GIL, Gilberto et al. (Org.). *Cultura pela palavra: coletânea de artigos, entrevistas e discursos dos ministros da Cultura 2003-2010*. Rio de Janeiro: Versal, 2013.

GOMES, Ana Paula de Oliveira. *A problemática dos Fundos de Investimento Cultural e Artístico (FI-CART): II Encontro Internacional de Direitos Culturais*. Disponível em http://www.direitosculturais.com.br/anais_interna.php?id=3. Acesso em 11 ago. 2020.

MENEZES, Henilton. *A Lei Rouanet muito além dos (f) atos*. São Paulo: Distribuidora Loyola, 2016.

REIS, Ana Carla Fonseca. *Marketing cultural e financiamento da cultura*. São Paulo: Editora Cengage, 2002.

REVISTA OBSERVATÓRIO ITAÚ CULTURAL/OIC. São Paulo: Itaú Cultural, n. 7, jan./mar. 2009.

RUBIM, Antônio Albino Canelas; BARBALHO, Alexandre. *Políticas Culturais no Brasil*. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2007.

TORO, José Bernardo. *A construção do público: cidadania, democracia e participação*. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2005.

³ (https://www.youtube.com/watch?v=-NoZbK_q0bKs)

**FEITO
É MELHOR
QUE
PERFEITO,
FILOSOFIA DA
QUEBRADA:
PEGA
E FAZ!**

—

**KDU
DOS
ANJOS**

Hoje o nosso papo é sobre financiamento. Sabemos que para se empoderar não basta somente tomar consciência de si, do lugar que você ocupa e compartilhar *posts* bonitinhos nas redes sociais. Precisamos de recursos, de grana para fazer a roda girar e impactar toda uma comunidade. E a gente que é de favela, de regiões historicamente à margem, precisamos estar em constante união para fazer a renda circular, com segurança, reforçando a nossa autoestima e, se possível, com independência e liberdade.

O **Centro Cultural Lá da Favelinha** surgiu em 2015 no Aglomerado da Serra, localizado na região centro-sul de Belo Horizonte (MG), terceira maior favela do Brasil e da América Latina. Viemos, então, como uma iniciativa independente, na qual os próprios moradores contribuem e fazem acontecer. Tudo começou com um aluguel de um espaço de aproximadamente 48 metros quadrados, o que não é uma sala muito grande, mas foi de lá que construímos uma biblioteca e começamos com as oficinas de rap.

Logo no primeiro evento, em um espaço que caberia cinquenta pessoas confortáveis, foram mais de mil. E aquilo veio para a gente como uma mensagem de que o **Lá da Favelinha** poderia ser mais e ir além. Percebemos que podíamos construir naquela sala um centro cultural, um ponto de encontro para a juventude. Não só para a gente se divertir, mas também para termos um

ponto de encontro e debate para nossas inúmeras demandas e causas.

Começamos dando oficinas educativas no intuito de promover inspiração e oportunidades para crianças, jovens, adultos e idosos. Muito se fala sobre empoderamento né? Acredito que falar sobre isso sem incluir a comunidade, sem refletir sobre os acessos que estão disponíveis para a periferia é falar pouco ou nada. Até porque a nossa gente é sempre destinada ao subemprego, trabalhando de caixa de supermercado, diarista, pedreiro ou traficante. Falar de empoderamento tem que ser falar de grana.

Hoje oferecemos 16 oficinas, entre elas teatro, ballet, vogue, inglês, espanhol, percussão, artesanato, comunicação, capoeira, rap, passinho, violão e aula de canto. Com isso a gente atende em média 500 pessoas por semana em tempos de não pandemia. São muitas atividades, muitas ideias boas, muita gente esforçada e talentosa fazendo acontecer. Mas ainda assim ainda tínhamos o desafio do dinheiro.

Para vencer essa etapa, fomos atrás de criar nosso próprio repertório, entre artistas, produtos e palestras, para vender, gerar lucro e subsidiar as nossas portas abertas. A primeira ideia foi criando eventos. Em 2016, percebemos que na comunidade tinha muitos dançarinos de passinho e funk que não tinham visibilidade fora dos bailes que acontecem dentro do morro. Daí

surgiu a Disputa Nervosa, uma batalha que avalia técnica, criatividade, explosão e expressão na dança.

Hoje a gente já coleciona diversos lugares de BH que a **Disputa Nervosa** já passou, entre grandes festivais a eventos sociais de resistência. E, neste ano, estamos entrando dentro das casas das pessoas por meio da Disputa Nervosa on-line, com apoio do Fundo Municipal de Cultura de Belo Horizonte, projeto avaliado em aproximadamente 90 mil reais. Para dançarinas e dançarinos que participarem, iremos distribuir 8 mil reais em prêmios.

Voltando para a nossa história, outra demanda da comunidade veio de meninas pretas que queriam ser modelo mas não se reconheciam e enxergavam como tal, devido a questões como o racismo estrutural que acaba sendo adotado pelo mercado da moda. Em resposta a isso criamos o **Favelinha Fashion Week**, em que a gente traz as pessoas para desfilarem em um beco dentro da favela chamado Passarella, todo mundo usando roupas do **Lá da Favelinha**, de acervo e bazar. Em 2019, esse evento criou proporções gigantescas, tivemos a oportunidade para fazer um desfile na Inglaterra, em Londres e Bristol, e na França, em Paris. É um movimento que mistura autoestima e renda, superenvolto em um ideal ecológico.

Pensando justamente nessa forma de fazer com consciência ambiental e social

que surgiu o **REMEXE**, outro viés da moda da Favelinha. O Remexe é uma grife que trabalha com roupa reciclada, fazendo roupa a partir de roupa, de resíduos têxteis e peças que seriam descartadas. Esse projeto gera renda para mais de dez mulheres não brancas do Aglomerado da Serra. Nesse momento de pandemia demos uma desacelerada na moda fashion e estamos nos dedicando à produção de máscaras. Só dentro do morro, distribuimos 30 mil máscaras por mês, em parceria com o Instituto Unibanco.

Outra forma para manter a roda girando e distribuir renda para o Centro Cultural foi dando palestras, expondo nossas cases de sucesso e oficinas de empreendedorismo cultural e social. O nome desse movimento é **Fika Ryka Favelinha**, e acontece tanto presencialmente como de modo remoto – depende do projeto e da demanda do contratante. Costumamos ir para as cidades fazer imersões, criando uma rede de contatos entre empreendedores, empresários e o povo. E temos contato desde bancos tradicionais até a juventude do Vale do Jequitinhonha (MG).

Depois da **Disputa Nervosa**, do **Favelinha Fashion Week**, do **REMEXE** e do **Fika Ryka Favelinha**, comecei a vender os artistas da comunidade. Primeiro vieram os MC's da Favelinha, que é um grupo de funk e rap que se encontram uma vez por semana para conversar, trocar ideia, mostrar suas músicas, debater as novidades do universo do hip-

-hop e do funk. Hoje já temos artistas consagrados que estão atingindo uma proporção nacional, como o **Big Nei** e o **Bob Nei**, dupla memorável de pai e filho, **Teffy Angel**, **Vinni Joe**, **Rap Bruto** e **DJ Nym**.

O **Favelinha Dance** é outro sucesso da nossa história. Grupo de dança e estudo das narrativas do funk, onde a gente trabalha o ritmo em comunhão com nossos corpos e vivências. Somos um grupo de 6 dançarinos e 2 produtores, rebolando, fazendo passinho e gerando muita renda para essa juventude. Fazemos apresentações em festas de 15 anos, formatura, festivais da cidade e já chegamos até no Museu de Arte Contemporânea de Paris em 2019. Essa apresentação foi no dia primeiro de dezembro, mesma data em que a Polícia Militar fez uma ação durante um baile funk em Paraisópolis (SP), onde nove pessoas foram pisoteadas. Éramos similarmente nove jovens periféricos em um país estrangeiro, dançando funk em um espaço essencialmente tradicional. Foi um momento para pensarmos o que é o funk, um movimento que eles aplaudem lá fora e aqui dentro tem sido tão demonizado e perseguido.

No campo do esporte, temos o **Favelinha Futebol Clube**, time que tenho a honra de vestir a camisa. Escolhinha de futebol e futsal que atende em média 250 jovens, meninos e meninas, de 9 a 18 anos. O intuito ainda não é o rendimento, embora tenhamos conseguido mandar algumas crianças para grandes clubes. Nosso objetivo

maior é através da prática do esporte desenvolver a cidadania, a união, o trabalho em grupo, a colaboração e a responsabilidade.

A Favelinha tem uma série de produtos que este ano vai ocupar um espaço físico, que será o **Favelinha Shopping Center**. Usualmente, vendemos pela internet, nas nossas redes sociais ou nos eventos que fazemos. O mais interessante é que, de início, as pessoas compram os produtos pensando na colaboração, de querer fazer parte e se unir ao centro cultural. Depois elas acabam ficando apaixonadas, porque a qualidade é impressionante. Boné, chinelo, moletom, casaco, mochila, pochete, adesivo, marcador de página, caneca e livro, a compra desses produtos são formas concretas das pessoas fortalecerem e colaborarem conosco.

Aconselho para qualquer projeto social apostar no financiamento coletivo, o *crowdfunding* ou a famosa vaquinha. No nosso primeiro ano, conseguimos 15 mil reais para manter o projeto de pé durante um ano, arcando com despesas como aluguel, lanche durante as oficinas e limpeza. Depois, abrimos um financiamento coletivo recorrente, que é bem parecido com uma assinatura de serviço de streaming, de modo que o valor escolhido é debitado mensalmente no cartão de crédito. Durante a pandemia, fizemos um financiamento extraordinário, a fim de diminuir os impactos da Covid-19 para os fornecedores do **Lá da Favelinha** que por alguma razão não estão trabalhando.

Outro financiamento pelo qual tenho muito carinho é o **Levante Favelinha**, ação que visava ampliar e reformar a estrutura física do **Lá da Favelinha**, o que nos rendeu aproximadamente 120 mil reais em dinheiro, além de muito material de construção. Aquele espaço de 48 metros quadrados é hoje um prédio arquitetônico e moderno dentro da favela. O que nos dá muito orgulho e satisfação em ver uma construção tão colorida, arrojada e majestosa situada dentro de uma zona de periferia.

Considero que as leis de incentivo à cultura são uma via de mão dupla. Deixo claro que não sou contrário a elas; pelo contrário, acho uma forma muito interessante e justa de promover a cultura e colocar para a favela o acesso aos bens públicos. O que me desagrada é que existem muitas pessoas e projetos que necessitam essencialmente da aprovação e funcionamento dessas leis para se manterem de pé. Não é o caso do **Lá da Favelinha**, já que conseguimos vender artistas, produtos, palestras e ainda fazemos financiamento coletivo. A autonomia é muito importante – ano que vem, por exemplo, se não conseguirmos nenhuma aprovação dessas leis, seguimos de portas abertas.

Colar com as iniciativas privadas é outra forma bacana de desenvolver um projeto. Nesse momento, além das máscaras, estamos junto ao Instituto Unibanco na produção e distribuição de

marmitas e cestas básicas. Para mim, é mais possível e simples um diálogo com a iniciativa privada, por ser menos burocrática. Então, se está em dúvida, deixo a dica de fechar com eles.

Para finalizar, deixo aqui o incentivo para as pessoas tirarem seus projetos do papel, pegar e fazer, mesmo sem muito dinheiro ou acesso à tecnologia. É sempre preciso dar o primeiro passo. Quem é de favela sabe que nós estamos acostumados a trabalhar com a gambiarra no empreendedorismo. Quando a Favelinha começou e eu não tinha a menor ideia de que íamos tomar a proporção que somos hoje, tínhamos poucos recursos, mas muito capital humano com disponibilidade e vontade para somar conosco, seja oferecendo um serviço ou querendo emprestar um equipamento como um som.

É fundamental que você registre seu processo. Desde o início, catalogue o seu trabalho, guarde o seu repertório, seja em forma de imagem, texto, vídeo e posts nas redes sociais, o que pode atingir organicamente a mídia, principalmente a local. Seus parceiros e colaboradores precisam saber o que eles estão apoiando. Este ano, por exemplo, estivemos na capa do jornal estadunidense *The New York Times* e no britânico *The Guardian*.

O **Centro Cultural Lá da Favelinha** tem CNPJ (Cadastro Nacional Da Pessoa Jurídica) há pouco menos de 1 ano, em mais de 5 anos

de atuação. É muito importante regularizar os projetos, para que assim seja possível prosperar e fazer parceiros cada vez maiores. Confesso que inicialmente eu não me preocupei com a parte jurídica, e me disponibilizei em atender às maiores necessidades da comunidade, de forma obviamente legal. Mas com o CNPJ conseguimos ir além e fazer parcerias cada vez maiores.

O conselho mais precioso que deixo é: sejam felizes. Curtam todo o processo, desde o planejamento inicial aos perrengues, que fazem e sempre vão fazer parte. O resultado é interessante, mas hoje eu vejo que é muito mais cativante o curso, o durante, que é puro sentimento e energia. Foi de passinho em passinho que a Favelinha chegou nesse tamanho. Tenho muito orgulho de falar que o **Centro Cultural Lá da Favelinha** foi criado, financiado e desenrolado a partir da experimentação, onde o principal objetivo era e é o aprendizado, a troca, o crescimento e o empoderamento do nosso povo.

Desejo uma ótima jornada nos empreendimentos de cada um que tiver acesso a esse texto! Lembrem-se de deixar o processo divertido e aproveitem cada momento de aprendizado.

Abraços

Kdu dos Anjos

-

**PATROCÍNIO
CULTURAL
E FOMENTO
PÚBLICO:
UMA VISÃO
SISTÊMICA**

—

**ELIANE
COSTA**

INTRODUÇÃO

Escrevi este texto em setembro de 2020, durante o período de isolamento social destinado ao controle da pandemia global de coronavírus. Tal “quarentena”, que já completou mais de seis meses, revolucionou todos os aspectos de nosso cotidiano, com violento impacto sobre o setor cultural, um dos mais afetados pelas medidas sanitárias de prevenção.

Teatros, cinemas, casas de shows, salas de concerto, museus, galerias de arte, circos e outros espaços culturais tiveram suas programações canceladas, manifestações tradicionais ao vivo e festivais foram adiados, estando desaconselhadas as experimentações artísticas coletivas. No momento em que concluo este texto, em outubro, já se discute a reabertura de espaços culturais, apesar dos números de contágio e de vítimas fatais seguirem altos, em especial na metrópole do Rio de Janeiro, onde resido.

Se as atividades presenciais estão vetadas, é, no entanto, mais que justo ressaltar que foi exatamente a fruição *on-line* de arte e cultura – filmes, séries, shows, concertos, peças teatrais, espetáculos de dança, exposições, saraus literários, debates e *lives* sobre os mais diversos temas – o que nos salvou nesses tempos distópicos e complexos. Porém, se o período tem sido difícil para o público em geral, ele certamente foi dramá-

tico para a grande maioria dos realizadores e agentes desse campo.

Sabemos todos que, quando o coronavírus (Covid-19) chegou ao país, já encontrou o campo da Cultura em um momento extremamente crítico. Em janeiro de 2019, ao tomar posse, o presidente Jair Bolsonaro reduziu, de imediato, o Ministério da Cultura (MinC) a uma Secretaria¹. Seu antecessor, Michel Temer, já havia igualmente tentado extinguir o MinC, incorporando suas funções ao Ministério da Educação; entretanto a decisão foi revista e a pasta se manteve no organograma.

Nos últimos cinco anos, o órgão federal de cultura já teve onze titulares, sendo o ator Mario Frias² o atual mandatário. Tal período corresponde apenas aos dois últimos governos, Temer e Bolsonaro, sendo que este último não atingiu ainda a metade de seu mandato. A fragilidade do setor, no entanto, não decorre apenas das mudanças frequentes dos responsáveis pela Cultura, mas do franco e acelerado desmonte da área no plano federal.

Por tudo isso, é muito importante saudar a realização de um evento como esta primeira edição da *Jornada de Pensamento – Viver de Arte*. Registro aqui meus aplausos à Secretaria de Cultura do Estado da Ceará, bem como ao Porto Dragão e ao HUB Cultural do Ceará, neste momento em que é tão urgente e necessário pensar e reinventar caminhos

¹ O Ministério da Cultura foi substituído pela Secretaria Especial da Cultura no então recém-criado Ministério da Cidadania. Em novembro do mesmo ano, a Secretaria foi transferida para o Ministério do Turismo, onde permanece. Em abril de 1990, o ex-presidente Fernando Collor de Mello também já havia extinguido o Ministério da Cultura (criado em março de 1985 no governo José Sarney), transformando-o em Secretaria da Cultura, diretamente vinculada à Presidência da República. Tal situação, no entanto, foi revertida pouco mais de dois anos depois, em novembro de 1992, já no governo do presidente Itamar Franco.

² No governo Temer, quatro titulares se revezaram na pasta: Marcelo Calero, Roberto Freire, João Batista de Andrade (interino) e Sergio Sá Leitão. No governo Bol- >

para o setor cultural, a economia criativa e, mais especificamente, para os que vivem das artes.

Neste texto, que se insere no Eixo II – Fomento, financiamento e captação de recursos / Webinário 1 - Financiamento e captação no campo da Cultura, focalizei, mais especialmente, *o papel que as empresas patrocinadoras desempenham nessa cena*. Penso poder contribuir trazendo minha experiência pessoal, uma vez que estive, de 2003 a 2012, à frente do patrocínio cultural da Petrobras, empresa na qual ingressei nos anos 1970 e onde trabalhei por 37 anos, até me aposentar, em maio de 2012.

Hoje sou professora e coordeno o MBA de gestão e produção cultural da FGV³, no Rio de Janeiro, atuando também como consultora, tanto na esfera dos patrocínios quanto na da gestão cultural pública, frentes que foram, ambas, bastante precarizadas nos últimos anos em quase todo o país, com honrosíssimas exceções como a que aqui presenciamos.

O PATROCÍNIO CULTURAL EM UMA VISÃO SISTÊMICA

Poder gerir os patrocínios culturais da Petrobras durante dez anos – e, mais especificamente, nos dez anos que se desenrolaram entre 2003 e 2012 – foi, sem dúvida, um privilégio. Além de ter me permitido uma visão muito ampla sobre a cultura, a produção cultural e a economia criati-

va em todas as regiões do país, e sobre seus realizadores (dos mais singelos aos mais consagrados), pude estar muito próxima do que considero um dos melhores momentos da gestão cultural pública, em toda a sua história. Foi um período de grande efervescência no campo da cultura, de muita reflexão, de muito aprendizado e de debates riquíssimos – e saudosos.

No que tange ao tema mais específico do Webinário do qual participei, foi o momento em que o MinC trouxe a proposição de que *fomentar a cultura é muito mais do que cuidar somente dos seus mecanismos de financiamento*. E de que a *gestão cultural precisava ser compreendida (e praticada) a partir de uma visão sistêmica e integrada, que articulasse diferentes políticas e mecanismos culturais, bem como os diversos agentes desse campo*: o ministério, as empresas patrocinadoras, as esferas estadual e municipal de cultura, as instituições culturais, o terceiro setor, os coletivos, os realizadores e o próprio público.

Com essa visão sistêmica, o MinC promoveu a ação de patrocínios desenvolvida pelas empresas a um status mais qualificado, estimulando, ainda, que estas evoluíssem de um estágio “de balcão”, pontual, restrito ao recebimento/análise dos projetos que postulavam seu apoio, para uma ação mais propositiva e estratégica, mais conceitual e, sobretudo, mais estruturante. E isso

< sonaro, outros seis: Henrique Pires, José Paulo Martins, Ricardo Braga, Roberto Alvim, novamente José Paulo Martins, a atriz Regina Duarte e Mario Frias, o atual titular.

³ MBA Bens Culturais: cultura, economia e gestão.

reposicionou completamente a ação das grandes patrocinadoras – em sua maioria (mas não somente) estatais.

Como fonte propulsora desse movimento, o ministério estimulou a *qualificação da gestão cultural* em todas as esferas, colocando em pauta debates sobre diversidade, cidadania, cultura digital, as transversalidades da cultura e o acesso democrático à sua fruição e produção, chamando a atenção, igualmente, para a concepção de cultura que passaria a guiar a gestão do setor.

Partindo da concepção antropológica em que *cultura é entendida como o conjunto dos saberes, dos fazeres, dos modos de ser, de pensar, de falar, de produzir, de nos comunicar*, englobando, portanto, tudo que carrega a marca da ação humana, a pasta amplia enormemente seus limites e passa a trazer para a sua esfera de atuação os novos e diversos arranjos que se apresentavam nesse campo.

Questões importantes foram trazidas ao debate, o que qualificou enormemente a gestão cultural nas empresas e no terceiro setor e, por conseguinte, seus processos, mecanismos e agentes. Entre elas, o papel da cultura como motor de desenvolvimento e a importância de se priorizar a ótica do *acesso, da diversidade e dos direitos culturais*, colocando “no radar” as comunidades indígenas, quilombolas e os realizadores culturais periféricos, a chamada “cultura das peri-

ferias”, que então emergia e se expandia nas favelas das grandes cidades.

Além de ampliar o foco da gestão cultural para incluir tais manifestações, brotadas de territórios historicamente subalternizados na cidade e na cultura – como o *passinho*, por exemplo – o MinC trouxe também para a pasta da Cultura, *os novos modos de vida da cultura digital*, ou seja, a cultura do século XXI. Da mesma forma, as discussões sobre patrimônio imaterial, lideradas pela UNESCO naquele momento, inspiraram a gestão cultural.

Grande ênfase foi dada à necessidade de fortalecimento orçamentário da pasta e, em especial, do *Fundo Nacional de Cultura* (FNC), instrumento que desde a sua origem, em 1991, no âmbito do PRONAC⁴, teve a missão de apoiar as manifestações culturais que, por sua natureza, porte ou local de realização, não se mostravam sedutoras ao patrocínio pelas empresas. Tal preocupação evidenciava a urgência de enfrentar o desafio da concentração de recursos, consequência inevitável da centralidade das chamadas “leis de incentivo” entre os mecanismos de fomento público da cultura, como se verá adiante.

O ALARGAMENTO DOS HORIZONTES DO PATROCÍNIO CULTURAL

Ao ampliar a noção de cultura e trazer para si os desafios brasileiros contemporâneos, o MinC alargou enormemente o seu campo de

⁴ O PRONAC - Programa Nacional de Apoio à Cultura foi implementado pela Lei Rouanet (Lei 8.313/1991) com três mecanismos: Renúncia fiscal (leis de incentivo), Fundo Nacional de Cultura e os FICARTS (fundos de investimento que nunca saíram do papel).

ação e as demandas a ele colocadas. Essa ampliação teve um impacto enorme na maneira como as grandes patrocinadoras passaram a compreender e a estruturar suas ações de patrocínio, buscando, ao mesmo tempo, maior sintonia e articulação com as políticas públicas para o setor.

Surgem, assim, os editais nacionais de seleção pública de projetos. Estes passam a ser adotados – de forma sistemática e anual – pelas grandes patrocinadoras estatais, para a escolha dos projetos culturais a serem apoiados, mediante prioridades e diretrizes transparentes.

O amadurecimento da prática dos editais vai, aos poucos, estruturando *políticas e programas* de patrocínio cultural mais complexos nessas empresas, enquanto a articulação centralizada de seus programas (cujos gestores se reuniam quinzenalmente na sede da Secretaria de Comunicação da Presidência da República – SECOM), evitava redundâncias e facilitava a percepção de lacunas, os segmentos que precisavam de atenção.

A gestão dos patrocínios culturais das empresas foi, dessa forma, inserida em um contexto mais amplo, em uma gestão cultural integrada e estratégica, que pudesse efetivamente contribuir para a estruturação do setor cultural e para o enfrentamento dos grandes desafios desse campo e do país.

E isso sem que as empresas abrissem mão de sua autonomia e de suas prioridades institucionais, como veremos a seguir.

OS DESAFIOS DO PATROCÍNIO CULTURAL NO ÂMBITO DE CADA EMPRESA

Antes de mais nada, é importante compreender que o patrocínio é uma das ferramentas que faz parte da Comunicação de uma empresa, ao lado da Publicidade e da Comunicação Interna, entre outras frentes. Como ferramenta de comunicação, a ação de patrocínios culturais deve, portanto, ser orientada pelos *valores* que movem cada empresa e sua marca.

O patrocínio é, essencialmente, uma associação de marcas. Ao patrocinar um projeto, a empresa associa sua marca aos valores e atributos da iniciativa apoiada. Pelo menos em tese, quando se considera uma política de patrocínios séria, conseqüente e que seja movida por um conceito, uma empresa patrocina um projeto porque ele valoriza – amplifica, faz ressoar junto a seus públicos prioritários – os valores com que a empresa deseja se apresentar a esses públicos. Ou seja, as escolhas de patrocínio de uma empresa devem refletir (e fazer ressoar) seu DNA.

É claro que as empresas têm suas especificidades. A Petrobras tem uma história muito singular: ela foi criada em 1953, a partir da luta popular pela soberania

energética do país. Então, é razoável supor que suas ações de comunicação e, em particular, suas escolhas de patrocínio, busquem refletir esse compromisso com o Brasil, com os brasileiros, com a cultura brasileira em toda a sua diversidade.

E é importante dizer que por muitos anos a Petrobras fez isso, tendo sido a maior patrocinadora de cultura do país desde os anos 1980. Foi a grande parceira do cinema brasileiro na retomada, nos anos 1990. E se tornou a grande parceira da recuperação de acervos musicais, audiovisuais, das artes visuais e cênicas, das iniciativas periféricas, dos projetos socioculturais, de formação, dos museus, dos restauros de patrimônio edificado...

É importante ter em mente que, no âmbito de cada empresa, a gestão de patrocínios se trava em um terreno de disputas: *política cultural* x gestão tributária (que almeja o máximo possível de *benefício fiscal*) x publicidade (que busca a maior *visibilidade para a marca da empresa*).

Nesse quadro, o fato de contar com um ministério atuante e inspirador reforçava enormemente o espaço e as escolhas da política cultural. Em uma empresa com a história e a natureza da Petrobras, buscávamos ressaltar seu *papel socialmente responsável*, ao mesmo tempo em que trazíamos a ideia de *reputação da marca* (para além de sua visibilidade), calcada em valo-

res que o patrocínio podia agregar – tanto valores subjetivos, como brasilidade, afeto e proximidade, quanto econômicos, no que se refere à valorização da marca da empresa.

O PROGRAMA PETROBRAS CULTURAL

O PROGRAMA PETROBRAS CULTURAL (PPC), lançado em 2003, teve seleções públicas nacionais, anuais, por 10 anos seguidos, de 2003 a 2012. Chegou a ter 16 áreas de seleção, distribuídas em eixos de Produção & Difusão, Preservação & Memória e Formação.

Além dos três eixos, o programa se estruturou em três grandes blocos, com objetivos e mecanismos específicos para um:

(1) as **Seleções públicas**, anuais e nacionais, que buscavam democratizar o acesso às verbas de patrocínio, ampliar a diversidade regional, étnica e de portes dos projetos culturais a serem apoiados, além de atingir proponentes iniciantes, além dos consagrados, em todas as regiões do país.

(2) os patrocínios de **Continuidade**, nos quais se trabalhava a associação de marcas patrocinadora-patrocinado e onde se abria espaço para o apoio continuado a iniciativas cuja natureza exigia uma permanência maior que um ano.

(3) as **Escolhas Diretas**, envolvendo projetos que, sem perder o alinhamento à política cultural, eram avaliados

como de interesse da Comunicação da empresa e que chegavam, ou eram prospectados ao longo do ano, inserindo-se em frentes de relacionamento da companhia com regiões e públicos prioritários.

O PPC transformou a ótica responsiva e pontual que até então marcava a ação da maioria dos patrocinadores para uma perspectiva mais ampla, mais propositiva e estruturante. Com diretrizes claras e forte sintonia com as prioridades apontadas pelo MinC, buscava, ainda, dar conta das várias demandas internas da Comunicação da Companhia.

No período tratado, o PPC viabilizou a realização de mais de 2,5 mil projetos de todas as regiões brasileiras, e em todos os segmentos culturais, socioculturais e artísticos (curtas e longas-metragens, música, artes cênicas, artes visuais, literatura), envolvendo produção, circulação, memória, formação, restauro (de edificações e de acervos), apoio a museus e registro de patrimônio imaterial brasileiro.

VÍCIOS E DISTORÇÕES DA CENA DO FINANCIAMENTO À CULTURA

A Lei Rouanet⁵, principal mecanismo de fomento às atividades artísticas e culturais instituiu, em 1991, o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC). Desde sua aprovação, a legislação teve como objetivos principais o estímulo à produção, a distribuição e o acesso aos produtos culturais; a

proteção e a conservação do patrimônio histórico e artístico; e a promoção da difusão da cultura brasileira e da diversidade regional.

Uma vez implantada na esfera federal, a ideia de uma legislação de incentivo à produção cultural foi, progressivamente, sendo replicada em diversos estados e municípios, que, dessa forma, passavam também a conferir benefícios fiscais no âmbito do setor cultural nas respectivas esferas.

Em seu formato original, o PRONAC previa três mecanismos: (1) o incentivo a projetos culturais por meio de Renúncia Fiscal⁶ (Mecenato); (2) o Fundo Nacional da Cultura (FNC) e (3) os Fundos de Investimento Cultural e Artístico (FICART).

Na formulação original do PRONAC, os FICART, fundos de investimento, focalizariam as iniciativas que apresentassem potencial de retorno, com participação dos investidores nos eventuais lucros. A Renúncia Fiscal atenderia os projetos capazes de atrair o apoio e os recursos financeiros das empresas patrocinadoras interessadas em dar visibilidade às suas marcas e, ao mesmo tempo, auferir o benefício fiscal associado. Enquanto o Fundo Nacional de Cultura promoveria a diversidade cultural e regional no setor através de recursos públicos diretos, do Ministério.

Dessa forma, FICART e Mecenato se voltariam aos projetos culturais de viés

⁵ Lei nº 8.313/91

⁶ Renúncia fiscal é o montante de recursos que o governo deixa de recolher sob a forma de impostos, a fim de incentivar determinado setor ou atividade.

mais mercadológico, enquanto o FNC atuaria de forma a promover a equidade no setor, sendo adequado às iniciativas que, por sua natureza, não se mostravam sedutoras às empresas.

Tal tripé, em sua origem, foi, portanto, pensado para estruturar uma política equilibrada de fomento e valorização da produção cultural e artística brasileira. A partir da coexistência e articulação entre os três diferentes mecanismos de fomento à cultura, buscava-se atender a toda uma diversidade de iniciativas culturais e artísticas.

Tal equilíbrio, no entanto, não foi atingido. Os fundos FICART jamais foram implementados. Já o FNC, que em tese viabilizaria as manifestações culturais menos midiáticas e sem apelo de marketing, bem como as demandas das regiões mais remotas do país, teve, durante muitos anos, seus recursos (cada vez mais exíguos) repassados de forma pouco transparente e sem atender ao seu propósito original de equalização do setor. Somente nas gestões de Gilberto Gil e Juca Ferreira no MinC o FNC teve recursos mobilizados por meio de editais de seleção de projetos.

A Renúncia Fiscal (diretamente associada ao patrocínio cultural incentivado) assumiu, portanto, imensa centralidade na cena do fomento à cultura, tornando impossível, como era de esperar, o equilíbrio inicialmente imaginado a partir da ação articulada do tripé.

Não é difícil compreender que, quando o fomento público é historicamente centrado apenas nas leis de incentivo, isso inevitavelmente traz desequilíbrios. Nesse sentido, embora a Lei Rouanet tenha trazido grande vitalidade ao campo da cultura –, certamente também cristalizou alguns vícios e distorções.

A primeira distorção é que a Lei Rouanet foi criada para induzir que as empresas colocassem *recursos privados* em projetos culturais. Isso de fato aconteceu, porém o dinheiro é, cada vez menos, o dinheiro das empresas. Por que? Porque trata-se de uma lei de renúncia fiscal, ou seja, o dinheiro aportado pela empresa a um projeto é abatido do imposto de renda da empresa no ano seguinte. Como a maioria das empresas opta por projetos que são 100% incentivados (isto é, projetos culturais que foram aprovados em Artigo 18 na Lei Rouanet), o dinheiro colocado pela empresa retorna a ela, integralmente, no ano seguinte, sob a forma de dedução fiscal. De forma bem objetiva, poderíamos dizer, portanto, que se trata de *dinheiro público movimentado por escolhas privadas*.

O que nos leva diretamente à segunda grande distorção: a maioria das empresas prefere patrocinar projetos que possam trazer o máximo de *visibilidade* às suas marcas. Isso é natural, é a lei do mercado. Mas, sob essa ótica, projetos menos midiáticos ou de perfil menos mercadológico, porém igualmente importantes

(seja por se desenvolverem em regiões pouco atendidas por equipamentos e ações culturais, seja por representar ações estruturantes, de formação, de memória e recuperação de acervos, por exemplo), perdem prioridade na escolha das empresas e, como já foi visto, tampouco conseguem contar com os recursos do FNC.

Então, todos os projetos – os midiáticos, os nada midiáticos e mesmo as produções comerciais que teriam outras formas de subsistir – dirigem-se todos à Renúncia Fiscal, que passou, inclusive, a ser conhecida como "A Lei Rouanet" (título que, inicialmente, identificava o tripé e não apenas esse mecanismo) e aí, é claro que as distorções, inevitavelmente ocorrem.

Além do acesso público e democrático às verbas, os já mencionados editais de seleção pública de projetos nas empresas buscaram contribuir para o enfrentamento de um dos maiores desafios do gestor cultural: a concentração regional de cerca de 80% das verbas na região Sudeste (mais precisamente nos estados do RJ e SP e mais precisamente ainda nas capitais desses dois estados). Certamente essa concentração regional (registrada também na distribuição das empresas no país) reflete outras concentrações e desigualdades que infelizmente marcam o nosso país, dotado de diversidade cultural tão grande quanto suas desigualdade social e disparidade de acesso às oportunidades.

Por mais que se tenha buscado enfrentar tal concentração regional por meio dos editais, estes não foram suficientes – diante da fragilidade do papel regulador do FNC – para mudar significativamente os percentuais dos recursos destinados a cada região.

A solução, no entanto, não deve ser demonizar a Lei Rouanet, um instrumento que é central no fomento à cultura, mas buscar atualizá-la, corrigindo os vícios e distorções que com o tempo ela cristalizou, seja restaurando alguns dos princípios fundadores, como pensado no tripé original, seja inserindo percentuais de incentivo diferenciados para projetos fora do eixo Rio-SP ou que não se mostram atraentes ao mercado – ao lado do estabelecimento de um orçamento digno para a pasta da Cultura e para o FNC.

São, sem dúvida, importantes desafios que permanecem colocados aos gestores e produtores culturais.

-

PLANEJAMENTO E MARKETING DE PROJETOS ARTÍSTICOS

criando novas
narrativas
de existência

—

LUCIANA
ADÃO

A estruturação de planejamento e marketing de projetos artísticos pode ser analisada sob diversos pontos de vista. Partirei da experiência na gestão do Programa Oi de Patrocínios Culturais Incentivados¹.

Considerado um dos mais longevos do país, atuando no fomento à cultura há 16 edições, surge em 2003 em consonância com a política pública de cultura da época de descentralização estruturada pelo então Ministério da Cultura. Valores como descentralização, identidade regional e geração de renda estavam no *core* do programa em seu início.

Importante abordar que a Oi, quando estrutura um programa em parceria com seu instituto e o mesmo o gerencia, parte de um outro princípio que não apenas a ativação e a associação da marca, mas na tradução dos seus valores e da sua atuação pública através de programas estruturantes sob o ponto de vista da arte e da cultura.

Ao longo das 16 edições, o Programa passou por diversas mudanças e atualizações, buscando sempre o diálogo e a responsabilidade repartida entre empresa, governos e sociedade civil, através dos artistas e produtores. Planejamento e marketing cultural são ferramentas utilizadas por todos e na concepção de um edital cabe analisar os valores que compõe a atuação da empresa, as políticas desenvolvidas pelo governo, os apontamentos de uma

curadoria e missão do instituto (no caso do Oi Futuro), além do acompanhamento das tendências e mudanças dos artistas. O planejamento aqui aplicado impacta no perfil dos projetos selecionados, no posicionamento da marca da companhia para o público e na afirmação das políticas públicas propostas pelo governo.

Quando falamos em planejamento e marketing no campo da cultura sob o ponto de vista de patrocínio e marca, falamos em tradução de valores para reverberação e construção de propósito e posicionamento. Posicionamento de marca é o lugar que a empresa quer ocupar no “coração e mente” do seu público-alvo.

Esse posicionamento pode ser feito através de estratégias distintas e aqui aponto dois caminhos mais comuns:

(1) patrocínio direto e desenvolvimento de projeto estritamente para visibilidade de marca;(2) patrocínio através de editais, parcerias e estruturação de fomento para construção de propósito.

Qual é a diferença para o artista/produtor nesses dois processos? Embora o objetivo final seja associar a marca àquele projeto, a um público específico, os caminhos e a estruturação do projeto têm diferença na construção.

O artista/produtor que é procurado ou que procura uma empresa para construção de proposta de marca deve pesquisar profundamente a atuação da

¹ As informações sobre o Programa Oi de Patrocínios Culturais Incentivados podem ser encontradas no sítio do Oi Futuro: <http://www.oifuturo.org.br>.

empresa, os propósitos divulgados, as ações e os projetos já realizados, a identidade visual e o *board* para estruturar um projeto que potencialize, traduza e diferencie esses valores através de uma experiência única.

Estamos presenciando uma transformação no consumo de arte, na estrutura das redes e na relação artista-espectador em pleno processo de pandemia.

O consumo de cultura se estabelece sob o paradigma da humanidade dos artistas, dos eventos e das instituições no relacionamento com seus públicos. Desnudar-se é tornar-se humano; todos partem de um mesmo ponto – no momento atual de suas casas – e trilham caminhos paralelos apresentando seus ofícios, dividindo conhecimento e estabelecendo um diálogo direto sem intermediários, dividindo o protagonismo entre o público e o artista. Estamos falando de um vínculo perene que provavelmente mudará a estruturação das experiências físicas e os desdobramentos na construção dos shows, festivais, peças, saraus, exposições e programas de fomento. Estamos falando do “artista como marca”, o próprio artista como ativo de credibilidade e propósito.

O planejamento para aplicação em um edital também passa por estudo, preparação e entendimento das premissas do programa. Na última edição do Programa Oi de Patrocínios Culturais Incentivados estabelecemos algumas diretrizes:

(1) fomentar a produção inovadora para além dos artefatos tecnológicos: processos criativos que geram um novo modo de fazer artístico; (2) promover oportunidades de cocriação e participação ativa do público; (3) estabelecer redes entre artistas e fazedores; (4) ter a acessibilidade como premissa; (5) ampliar o alcance do projeto para os mais diversos e irrestritos públicos;

Ao estabelecer as diretrizes, aquela chamada está indicando ao seu público quais são os critérios que permeiarão a seleção. Nas últimas edições, percebemos um amadurecimento na aplicação dos projetos, mas isso se deveu, em nosso caso, a ações que envolveram desde a escuta aos artistas, passando pelo atendimento presencial e virtual ao público, vídeos com conteúdos didáticos e webinários para capacitação e esclarecimentos de dúvidas

Para estabelecermos uma comunicação mais direta com os artistas e fazedores, criamos um manifesto onde são colocados todos os nossos desejos e intenções com o edital, simplificamos o regulamento e o processo de inscrição e estruturamos o FAQ com conceitos além de dúvidas.

O Oi Futuro desenvolveu um sistema próprio para cadastro dos projetos e seleção; todo o fluxo é *on-line*. O formulário de inscrição é composto por uma “página em branco” onde o artista apresenta na linguagem que for mais conveniente, sem barreiras formais de

apresentação a sua proposta. Além disso, há um campo para inserção de um vídeo de defesa para estabelecer a conexão direta entre o proponente e os avaliadores. E, finalizando, um campo para os anexos de cronograma, orçamento, anuências e informações complementares, se forem necessárias.

A avaliação dos projetos é realizada por especialistas externos e por profissionais de dez áreas da Oi e do Oi Futuro. O resultado final é uma composição da análise dos critérios objetivos, de alinhamento estratégico das áreas da companhia, da divisão territorial, da diversidade de linguagens e da disponibilidade orçamentária.

O projeto é a base para a efetivação da relação de patrocínio nos dois caminhos apontados anteriormente. Podemos voltar à definição de projeto:

Projeto.

Substantivo masculino.

1. desejo, intenção de fazer ou realizar (algo) no futuro; plano.

2. Segundo o PMBOK²: “Um projeto é um esforço temporário empreendido para criar um produto, serviço ou resultado exclusivo. Os projetos e as operações diferem, principalmente, no fato de que os projetos são temporários e exclusivos, enquanto as operações são contínuas e repetitivas.”.

Etapas de projeto:

(ver [diagrama](#), pg 122)

Um projeto com planejamento e mapeamento prévios apresenta maturidade de fluxos e processos, estabelecendo relação estruturante com os seus públicos e com os parceiros. Patrocínio é, sobretudo, uma relação de confiança.

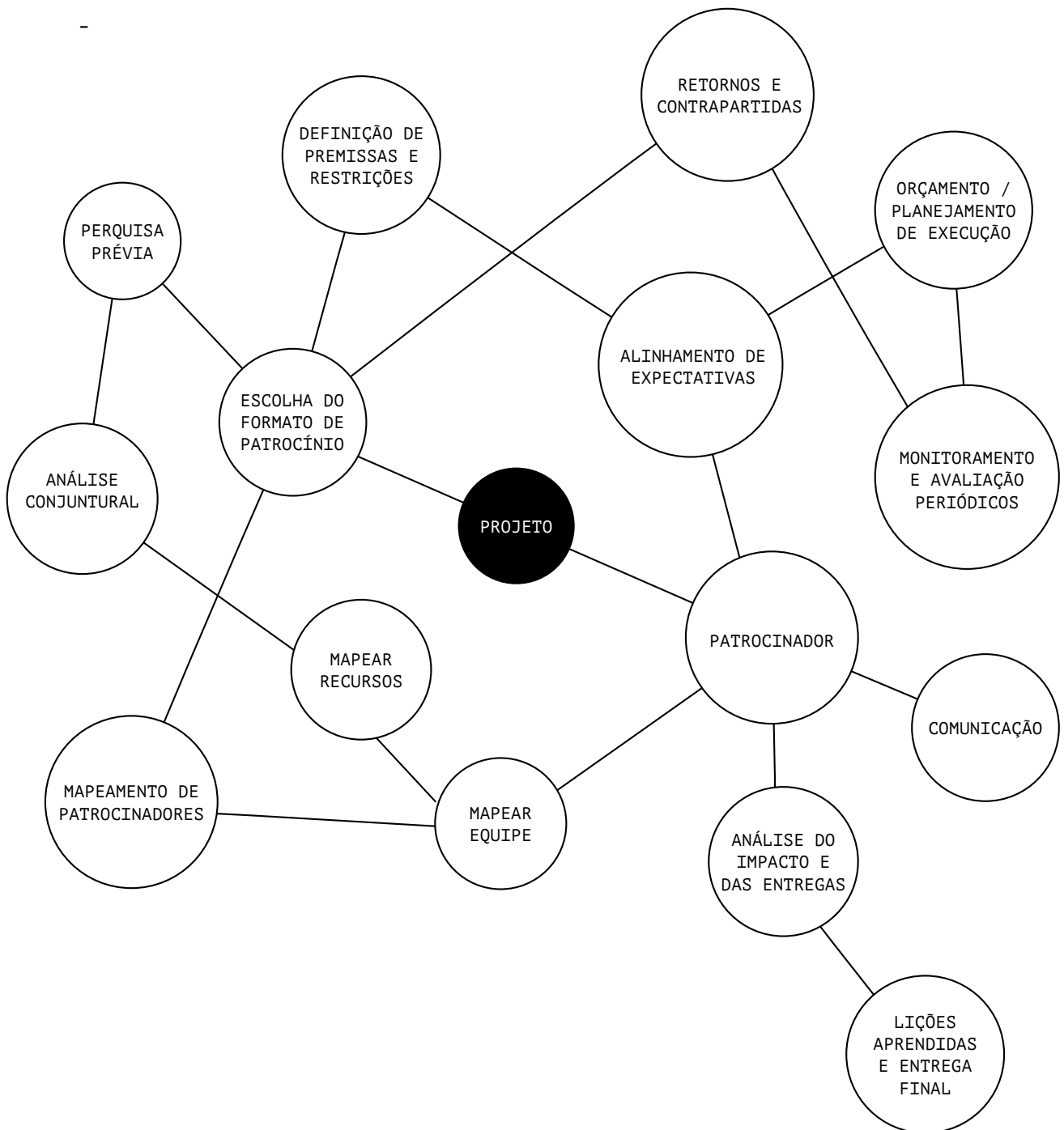
Especificamente nesse cenário de suspensão, o universo digital tornou-se estratégico e estruturante para a construção dessa relação. Voltamos a aplicar o sentido inicial das “redes sociais”, compreendidas como conexão afetiva e efetiva de pessoas. A rede rompeu fronteiras, ampliou processos e nos reapresentou à infinitude da nossa finitude, à nossa humanidade.

O desenvolvimento de uma inteligência de redes, em que um mesmo conteúdo é desdobrado em camadas distintas de acordo com o perfil da plataforma utilizada, permite ações de visibilidade e comunicação de forma prolongada e com aferição e monitoramento de impacto para ajuste de estratégia e melhoria de resultados. Permite também engajamento e formação de novos públicos.

Uma constatação desse período de pandemia é a inversão do processo de fomento com o protagonismo do público na construção de engajamento em torno de artistas, valores e ações que sinalizam uma mudança estrutural nos hábitos de consumo. *Crowdfundings*, *matchfundings*, assinaturas e mobilizações a partir de causas se tornaram uma fonte de recursos.

² PMBOK - O PMBOK® é uma espécie de enciclopédia sobre gerenciamento de projetos publicada. Sua publicação é regularmente revisada pelo PMI (Project Management Institute). Sua função é padronizar e difundir as práticas mais eficientes, testadas e comprovadas por gerentes de projetos do mundo inteiro em um só guia.

O planejamento de marketing deste século passa pelas comunicações e humanidades. Passa pelo público na centralidade, nas acessibilidades amplas e na nossa capacidade de estabelecer redes vivas, com impactos e transformações reais da sociedade, possibilitando, assim, criarmos novas narrativas de existência.



**IMPACTOS
DAS POLÍTICAS
CULTURAIS
NOS MODOS DE
PRODUÇÃO DE
AGENTES CULTURAIS
INDEPENDENTES**

-

**DANIELE
SAMPAIO**

O presente texto é parte complementar de minha participação na primeira edição do Webinário *Jornada de Pensamento: Viver de Arte*, realizado entre 12 de agosto e 07 de outubro de 2020. O evento foi uma realização do Porto Dragão, equipamento cultural da Secretaria da Cultura do Governo do Ceará, gerido pelo Instituto Dragão do Mar. Contou com a curadoria do Prof. Dr. Alexandre Barbalho, a produção da ATO Marketing Cultural, com a coordenação de produção de Monique Cardoso, e assessoria de imprensa de Máira Suspiro, da Suspiro Comunicações.

Idealizada inicialmente para o formato presencial, a jornada realizou-se integralmente de forma remota em função – mas não somente – dos impactos da pandemia da Covid-19. Aqui, me parece importante mencionar que no momento de escrita deste texto, o Brasil se aproxima da revoltante marca de 150 mil mortes – em números oficiais, sem considerar as subnotificações – decorrentes da doença. Igualmente importante me parece sublinhar que o motivo dessas vidas ceifadas não se limita ao vírus, mas muito em função do projeto necropolítico do atual governo brasileiro que se vale da pandemia para colocar em prática suas ideias de Estado mínimo e genocida. Como nos alertou Bruno Latour no início da pandemia,

“(...) os adeptos da globalização – aqueles que, em meados do século XX, in-

ventaram a ideia de escapar das restrições planetárias –, também veem nela [pandemia], infelizmente, uma grande oportunidade: de se desvencilhar ainda mais radicalmente do que resta de obstáculos a sua fuga para fora do mundo” (LATOUR, 2020).

Dada esta breve contextualização-manifesto, voltemos ao tema deste texto.

Minha participação no webinário *Jornada do Pensamento: Viver de Arte* se deu no Eixo II de FOMENTO, FINANCIAMENTO E CAPTAÇÃO DE RECURSOS, integrando a mesa de Planejamento e Marketing de Projetos Artísticos. Somaram-se ao debate a gestora cultural Luciana Adão (Oi Futuro), além de Denor Sousa e Gabriel Aragão, produtor e músico, respectivamente, do grupo de rock Selvagens à Procura de Lei.

Considerando a diversidade de vozes reunidas durante todo o evento – mais de 20 especialistas do campo teórico e prático das cadeias produtivas da Cultura –, minha opção foi partilhar o percurso enquanto produtora cultural independente sediada em um contexto de interior. O exercício que assumi foi o de procurar demonstrar como alguns dos temas que impulsionaram a realização do webinário¹ estiveram presentes ao longo da minha trajetória e se/como foi possível defrontá-los. Para que o relato não corresse o risco de ficar autorreferenciado demais,

¹ 01. Falta de captação privada e consequente dependência excessiva de editais públicos; 02. Falta de planejamento setorial e má captação de recursos; 03. Falta de formação na área de captação de recursos privados (*crowdfunding*) e de cursos de formação técnica; 04. Falta de financiamentos alternativos, de criar produtos agregados e identificar novos circuitos; 05. Faltam rodadas de negócios e escritórios regionais ativos; 06. Falta acesso a crédito.

minha proposta foi de traçar paralelos com o histórico das políticas culturais recentes no Brasil, de forma a problematizar, entre outras coisas, como a existência ou ausência de uma agenda no setor pode determinar modos de produção.

Minha entrada no setor cultural se deu no ano de 2006. O Brasil vivia aquele que foi considerado por diferentes pesquisadoras/es (RUBIM, 2008; CALABRE, 2016; entre outras/os) como um momento áureo das políticas culturais do país. A eleição do nordestino e ex-operário Luiz Inácio Lula da Silva em 2003 e a chefia da pasta da cultura pelo músico e intelectual Gilberto Gil (2003-2008) inauguraram um período de forte articulação entre o poder público e a sociedade civil, por meio da construção de uma série de ações e programas que viabilizariam a produção, difusão e fruição de bens simbólicos em todas as instâncias governamentais (SAMPAIO, 2020). Assim, por exemplo, foi exatamente em 2006 que seriam criados importantes programas de financiamento que eu viria a desfrutar como agente cultural nos anos seguintes, tais como o Fundo de Investimentos Culturais de Campinas – FICC (a nível municipal e inativo desde 2015), o Programa de Ação Cultural do Governo do Estado de São Paulo (que continuam operando em duas vertentes, edital e captação via ICMS, ainda que com uma drástica redução de recursos), e o Prêmio FUNARTE de Teatro Myriam Muniz (a nível federal e inativo/ex-

tinto desde 2016) – apenas para citar alguns casos.

Anos mais tarde, eu saberia que a minha inserção no campo tinha se dado em um momento bastante particular e contrastante às práticas anteriores. Tratava-se do segundo período de estabilidade política e econômica que o país experimentava depois do fim da ditadura civil-militar brasileira, em 1985. Esse, inclusive, foi o ano de criação do Ministério da Cultura do Brasil, cujos primeiros anos, assim como no próprio país, seriam marcados por profundas crises.

Para se ter ideia, entre 1985 e 1990 a pasta foi chefiada por quatro ministros, inviabilizando a implementação de qualquer política nacional. Para acentuar ainda essa conjuntura, em 1990, o ministério foi extinto pelo então presidente Fernando Collor de Mello, convertido em Secretaria de Cultura, vinculada e subordinada à Presidência da República.

Em 1992, no governo do Presidente Itamar Franco, o Ministério da Cultura foi recriado e teve três dirigentes em apenas dois anos. De forma que, notadamente, a pasta foi marcada, na sua primeira década de existência, por sucessivas substituições de dirigentes e por ações típicas da chamada política de evento, com ações isoladas e com caráter imediatista.

Foi somente entre 1994 e 2002, período dos dois governos do Presidente Fernando Henrique Cardoso,

que o MinC vivenciou seu primeiro período de estabilidade. Ali, introduziu-se no país a política neoliberal do Estado mínimo, com práticas análogas àquelas inauguradas por Ronald Reagan e Margaret Thatcher, nos EUA e Grã-Bretanha respectivamente, na década de 1980 – desenvolvendo-se, nestes países, novos modelos de fomento à cultura, baseados em transferências de responsabilidades e regulação por práticas de mercado (WU, 2006, *passim*). Em sintonia com este movimento, o MinC, chefiado nestes oito anos por Francisco Correa Weffort, empenhou a quase totalidade de suas ações na promoção da Lei de Incentivo – criada em 1991 pelo então Secretário de Cultura Paulo Sérgio Rouanet. Mas a despeito das fortes investidas na promoção da Lei, não foram cumpridas as proposições iniciais de corrigir as desigualdades de apoio às expressões artísticas em nível nacional. Pelo contrário: ao concentrar os recursos no eixo sul do país e por priorizar projetos vinculados aos chamados grandes nomes da indústria cultural, a principal política deste período agravou ainda mais as desigualdades regionais da área cultural no país.

Será então entre 2003 e 2010 que se observará, em direção contrária às práticas neoliberais, um empreendimento inédito da pasta para a institucionalização da cultura em nível nacional. Nesse sentido, é possível localizar no leque de

ações empreendidas naquele período, tanto propostas voltadas para corrigir as distorções de políticas já existentes – por exemplo, o debate em torno dos Direitos Autorais, a Reforma da Lei Rouanet, a ampla consulta pública através dos seminários “Cultura para Todos” e do Conselho Nacional de Cultura – quanto a proposição de novas ações públicas nos âmbitos municipal, estadual e federal, a exemplo da reestruturação administrativa e a criação de secretarias internas na busca de setorizar e facilitar a operacionalização do ministério; a criação de editais de incentivo à produção de diferentes segmentos da cultura em diferentes partes do país; a abertura de diálogo com outros ministérios; o convênio com o IBGE na busca de indicadores no setor; a institucionalização do Plano Nacional de Cultura, entre outros avanços (SAMPALIO, 2020).

Sendo assim, o contexto da minha entrada no campo era, de fato, muito especial. Como também havia uma forte demanda pela profissionalização do setor, a formação continuada tornou-se, desde então, uma prática recorrente em minha atuação. Ficava claro que não seria possível seguir de forma amadora.

A despeito disso, o primeiro trabalho que eu iria produzir era de um jovem ator chamado Eduardo Okamoto, o qual era bem menos conhecido na época. Então com 23 anos, Okamoto estreou o solo *Agora e na*

*Hora de Nossa Hora*², no qual a violência contra crianças e adolescentes em situação de rua nas grandes cidades brasileiras – a exemplo da Chacina da Candelária³ – é objeto central da obra. Para além da densidade do tema – o que, sabemos, pode restringir os circuitos do trabalho –, o espetáculo não foi concebido para palcos italianos. Requer espaços alternativos com dimensões mínimas de 10 m x 10 m. Assim, o que eu tinha em mãos, na minha primeira experiência como produtora, era um único espetáculo solo de um jovem ator pouco conhecido, que não cabia em palcos italianos e cujo tema não era exatamente “para toda a família” (SAM-PAIO, 2020).

Assim, embora a conjuntura fosse promissora, nos faltava maturidade e experiência para acessar os recursos disponíveis e para identificar quais eram os circuitos possíveis para o trabalho. De modo que, efetivamente, o que nós produzimos ao longo do nosso primeiro ano de parceria foi bastante tímido. Foi muito em função dessa frustração que decidimos, ao longo de 2007 e 2008, nos dedicar à estruturação de um planejamento estratégico. Esse processo se deu de maneira espaçada, ao longo de alguns meses, já que tanto eu quanto Okamoto tínhamos outros trabalhos paralelos. Essa condição, inclusive, integrou o grupo de questões que nos colocamos no exercício de planejamento. Ambos desejavam viver de arte e renunciar aos trabalhos paralelos.

Para visualizar a real possibilidade deste intento, uma das perguntas mais relevantes, embora primária, foi exatamente “quanto, afinal, precisamos levantar de recursos mensalmente para vivermos de arte?”. Chamo atenção para o fato de a pergunta ser elementar justamente para contrastar com a nossa incapacidade de fazê-la anteriormente, fora do contexto do planejamento, ainda que já desejássemos trabalhar exclusivamente com teatro. Nisso reside, a meu ver, um dos pontos-chave do exercício de planejar: nos ajudar a organizar as perguntas que não podemos nos furtar para consolidar modos de fazer verdadeiramente sensíveis e eficientes.

Sem sombra de dúvidas, esse foi um divisor de águas nos nossos percursos. A possibilidade de reconhecer onde estávamos – tanto do ponto de vista histórico quanto em relação às nossas breves trajetórias – nos abriu a possibilidade de escolher para onde queríamos ir. Mais: se antes o discurso que prevalecia era o da falta (falta de espaço para ensaio, de tempo para se dedicar ao trabalho, de acesso aos programas de financiamento etc.), o planejamento nos faria reconhecer os recursos de que dispúnhamos. Assim, perceberíamos que, além do espetáculo, tínhamos um livro publicado⁴ e que poderia gerar ações consequências – tais como uma palestra e uma demonstração técnica. Que a pesquisa empreendida por Okamoto nos anos de criação do espetáculo *Agora*

² O espetáculo *Agora e na Hora de Nossa Hora* conta com as seguintes funções e profissionais em sua ficha técnica:
Dramaturgia e Atuação: Eduardo Okamoto;
Direção: Verônica Fabrini;
Assistência de Direção: Alice Possani;
Pesquisa e Execução Musical de Paula Ferrão;
Música: “Bachianas Brasileiras nº 5”, de Heitor Villa Lobos;
Treinamento de Ator: Lume Teatro;
Iluminação: Marcelo Lazzaratto;
Fotografia: João Roberto Simione;
Orientação: Suzi Frankl Sperber e Renato Ferracini;
Produção: Daniele Sampaio.

³ A Chacina da Candelária refere-se a um fato histórico ocorrido na madrugada de 23 de julho de 1993 no Brasil, quando oito crianças e adolescentes em situação de rua foram brutalmente assassinados por policiais militares en-

e na *Hora de Nossa Hora* poderia desdobrar em ao menos duas oficinas práticas. De modo que sairíamos do processo com 6 ações concretas e que poderiam ser realizadas tanto de forma isolada quanto articulada.

Em suma, isso nos possibilitou diversificar nossas interlocuções e ampliar substancialmente o número de apresentações/atividades realizadas por mês. Se a meta que nos colocamos no planejamento era de 12 sessões ao ano, o saldo ao final de 2009 superou o marco de 100 apresentações. Sempre que menciono esse dado, me lembro que é importante estarmos atentas/os ao tamanho de nossa ambição e sua correlação direta com a nossa capacidade de organização.

Tudo isso para dizer que entre 2009 e 2012 vivemos o sonho de viver exclusivamente de arte no Brasil. E por que acredito que isso foi possível? Porque, como procurei detalhar anteriormente, éramos agentes culturais atuantes em um Estado interessado e engajado na área cultural. Um Estado que tinha uma política para o setor, responsável diretamente por uma agenda que promovia uma série de ações e programas que possibilitava a produção, circulação e fruição de bens simbólicos em todas as instâncias governamentais e por agentes situadas/os em diferentes realidades. Claro que existiu trabalho, estudo, disciplina de nossa parte. Mas não acredito que teríamos vivido experiência análoga se não fosse em um

contexto de Estado presente. Assim, por exemplo, a passagem de Ana de Holanda no Ministério entre 2011 e 2012 já refletiria os primeiros retrocessos que viríamos a enfrentar de forma cada vez mais dramática dali em diante.

Curiosamente, foi em 2012 que eu e Okamoto nos envolveríamos em experiências no âmbito da formação e que seriam novamente definitivas para a configuração de nosso arranjo laboral. O ator se concursaria como docente no Departamento de Artes Cênicas da Unicamp e experimentaria, então, outra condição para se viver de arte. Aqui, me parece importante ressaltar que tratava-se de um contexto de afirmação da ciência, da universidade pública, da ampliação das vagas de docentes e discentes, do debate de cotas etc. Ou seja, em uma conjuntura progressista e, lamentavelmente, absolutamente contrária ao que enfrentamos hoje.

De outro lado, eu iniciaria uma jornada como pesquisadora das políticas culturais na condição de bolsista na Fundação Casa Rui Barbosa (RJ), sob a orientação da respeitada pesquisadora brasileira Lia Calabre. O estudo se desenvolveu ao longo de dois anos e me abriu a perspectiva de leituras e ações mais maduras e estratégicas em relação ao setor onde eu estava inserida. A marca da descontinuidade do campo da cultura no Brasil me deixaria em estado de alerta. A condição de agente cultural

< quanto dormiam em frente à Igreja da Candelária – situada no coração financeiro da cidade do Rio de Janeiro. Com ampla repercussão na imprensa, o fato recebeu repúdio da nação e da comunidade internacional. No espetáculo *Agora e na Hora de Nossa Hora*, a chacina é apresentada não somente como matéria histórica: os fatos do passado. Para Okamoto, as forças que a geraram revelam um comportamento geral da sociedade brasileira com os meninos de rua – a história como modelo revelador de uma conduta social.

⁴ No primeiro edital lançado no Fundo de Investimentos Culturais de Campinas, em 2006, o ator Eduardo Okamoto foi contemplado para publicar em livro a sua dissertação de mestrado.

em um país com aquele histórico que me fora revelado, deixava claro que era preciso criar novas bases sólidas para a manutenção de nosso trabalho. Assim, por exemplo, os movimentos de ameaça à democracia presentes na reeleição de Dilma Rousseff, em 2014, teriam sido interpretados por nós como um forte indício de nova ruptura na nossa área.

Foi então que retomamos um dos pontos presentes naquele primeiro planejamento, relacionado à sala de ensaio. Como acontece com a grande maioria de artistas independentes no Brasil, os ensaios dos nossos trabalhos eram realizados em espaços domésticos (como sala, cozinha, quintal) e, algumas vezes, em sedes de grupos parceiros que gentilmente disponibilizavam suas salas.

A estabilidade financeira conferida pelo concurso de Okamoto na universidade nos garantiu condições para nos defrontarmos com a questão do espaço próprio. Mas se no início o desejo era de uma pequena sala de ensaio, ali, em meados de 2014, nossa imaginação operava em instâncias mais ousadas. Convidamos um jovem arquiteto chamado Alan Chu a criar conosco um objeto arquitetônico que pudesse traduzir algumas das premissas do nosso trabalho. O que significa estar no interior e (e não “mas”) conectada/o com o mundo? Como revelar essa porosidade que tanto nos define? De que maneira um espaço pode agir favora-

velmente para a consolidação de um centro de pensamento, criação, produção e gestão? Como construir um espaço onde a beleza e a simplicidade coexistam?

Essas foram algumas das questões que inspiraram a construção do estúdio da SIM! Cultura, o qual se valeu da combinação de materiais bastante simples para a sua concepção: madeira pinho, cimento queimado e policarbonato. Para além sala de aula ou ensaios cênicos, o estúdio contém escritório, banheiro, copa, quarto de hóspede conversível a camarim ou escritório auxiliar e depósito de materiais. Em sua parte frontal e traseira, o estúdio possui 09 portas de 6m de altura, sendo que todas se abrem⁵. Há, neste movimento, uma relação direta com o desejo de se permanecer na condição de interior (aqui em sentidos múltiplos) e simultaneamente abertos e atentos ao mundo⁶.

O resultado da obra nos inspirou a dar outro passo. Depois de uma tutoria no Centro de Pesquisa e Formação do SESC São Paulo com três renomadas gestoras brasileiras (Maria Helena Cunha, Marta Porto e Rona Henning), criamos, em 2015, o Programa de Cursos da SIM! Cultura. O projeto expressa nosso profundo interesse na formação continuada nas áreas da criação, produção e gestão cultural. Para tanto, convida-se anualmente profissionais e pesquisadores de referência para ocupar o espaço da maneira que quiserem.

⁵ Para ver fotos, acesse: <http://www.simcultura.art.br>.

⁶ O trabalho realizado por Alan Chu foi noticiado em revistas e sites especializados no Brasil e no mundo: Chile, Itália, Rússia, EUA, Reino Unido, China, México, França etc. Nesse sentido, vale menção especial às matérias nos sites *Deezen* e *ArchDaily*. Mais em: <http://www.chu.arq.br>.

Ou seja, trata-se de uma curadoria-laboratorial, uma curadoria-aposta, abrindo a possibilidade para que tais agentes também possam se experienciar durante sua passagem aqui.

Ao longo das suas seis edições, o Programa de Cursos recebeu convidadas/os nacionais e internacionais – Argentina, Chile, China, Colômbia, Itália e Japão. Embora a iniciativa tenha como um de seus intentos a qualificação de agentes culturais locais, surpreendentemente, desde sua primeira edição, o programa recebe inscrições de diferentes estados brasileiros. Na edição de 2020, por exemplo, foram 10 estados brasileiros representados.

Aqui, o que me parece relevante compartilhar é que, uma vez que a criação do programa se deu já em um contexto de completo desmonte das políticas culturais, o projeto nunca contou com nenhum tipo de patrocínio ou subsídio, seja público ou privado. Isso, claro, foi uma escolha. Optamos por realizá-lo de forma totalmente independente, de forma a nos blindarmos das discontinuidades das políticas culturais já escassas. Se por um lado o fato de contarmos com um recurso para subsidiar as inscrições poderia parecer sedutor, já que isentaria suas/seus participantes, de outro, a impossibilidade de prever quando seríamos contemplados em outro edital poderia colocar o projeto em xeque ainda em seu início. Desse

modo, sua realização se dá exclusivamente via investimento de suas/seus participantes. Para que pessoas com diferentes realidades socioeconômicas possam participar das atividades, anunciamos os cursos um ano antes de sua realização e recebemos o pagamento via depósito ou cartão de crédito em até 10 parcelas. A consolidação dessa prática nos dá, em seis edições, a inexistência de histórico de inadimplência. Além disso, a partir da 3ª edição, reformulamos os valores dos cursos de modo a concedermos bolsas parciais e integrais – sendo no mínimo 70% de afirmativas.

Espero que este relato possa iluminar alguns pontos que julgo fundamentais para uma retomada mais estratégica de nossas políticas culturais nos anos que virão (porque eles virão e estaremos lá para torná-los melhores). Primeiro, sobre como as políticas culturais, ou sua ausência, determinam nossos modos de produção e mesmo o alcance de nossa imaginação sobre aquilo que desejamos e intentamos realizar. Não existe arte de vanguarda sem Estado. Do mesmo modo que não existe população fruidora de arte sem instrução, ou seja, sem Estado. Ou entendemos a correlação direta entre cultura, educação e desenvolvimento, ou, a meu ver, seguiremos dispendendo energia para ações temporárias.

Depois, sobre a importância de aprendermos a lição histórica que nossa época nos

dá. Se é verdade que faço parte do grupo que acredita aos primeiros dez anos do século XXI como o período áureo de nossas políticas culturais, também é verdade que aquelas/es que estiveram a frente deste processo (refiro-me aos cargos institucionais de decisão) falharam ao não empreender seus esforços de forma articulada com o Poder Legislativo. Se assim o tivessem feito, não estaríamos – mais uma vez – diante de nada que é o horizonte da maciça maioria de agentes culturais país afora. Nisso reside a prática de políticas de Estado e não de governo, que foram, lamentavelmente a marca de nossa experiência até agora. É preciso, definitivamente, rompermos com isso.

Por fim, não creio em nenhuma transformação profunda e estrutural sem que haja, simultaneamente, a qualificação e profissionalização do nosso setor. Há que se ter quadros qualificados nos postos de gestão e não apenas no sentido técnico, mas também humano, ambiental, social, artístico etc. E não somente: é preciso qualificar os agentes culturais como um todo para que estas e estes também se reconheçam como agentes responsáveis pelo desenvolvimento do país. Desenvolvimento aqui em sentido ampliado, como nos convida o relatório *Repensar as políticas culturais: criatividade para o desenvolvimento* (UNESCO, 2018) – o qual sugiro veemente a leitura.

Para além disso, e numa perspectiva mais imediatista, o legado que a Lei Aldir Blanc nos deixará com a consolidação de uma estrutura convidativa à retomada do Sistema Nacional de Cultura pode nos dar chances de ações imediatas no âmbito da municipalidade. No curto prazo, este é o território onde acredito que teremos – já temos – condições de interferir diretamente e independentemente do Estado da Arte do âmbito federal. Daí a importância tática de nossa atuação nas eleições municipais que se aproximam.

Para concluir, quero dizer que apesar dos tempos serem tão adversos e complexos, é preciso ter esperança. Aprendei com Seu Mateus Aleluia que o cinza pode ser um início em cor. E aprendo com a história que tudo é transitório, embora devamos estar atentas/os aos aprendizados que ela nos dá. Por isso, confio, não há razão para desistirmos. O amanhã será maior. E podemos, desde já, agir sobre ele – a começar de onde estamos.

-

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL, Ministério da Cultura. Discurso de Posse do Ministro Gilberto Gil, 2003. Disponível em <http://hdl.handle.net/20.500.11997/6330>. Acesso em: 05/10/2020.

CALABRE, Lia (org). Políticas culturais e os desafios setoriais: a área dos equipamentos culturais. In: EAD Gestão de Grupos e Espaços Culturais, Belo Horizonte, 2016.

LATOURE, Bruno. Imaginar gestos que barrem o retorno da produção pré-crise. Tradução por Déborah Danowski e Eduardo Viveiros de Castro. São Paulo: N-1 edições, 2020. Disponível em <https://www.n-1edicoes.org/textos/28>. Acesso em: 05/10/2020.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas culturais do Governo Lula / Gil: Desafios e enfrentamentos. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas e BAYARDO, Rubens (Orgs.) Políticas culturais na Ibero-América. Salvador: Edufba, 2008, p.51-74.

RUBIM, Antonio Albino Canelas; ROCHA, Renata (Org). Políticas Culturais. Salvador: EDUFBA, 2012.

SAMPAIO, Daniele. Agentes Invisíveis e Modos de Produção nos primeiros anos do Workcenter of Jerzy Grotowski. Belo Horizonte: Editora Javali, 2020.

UNESCO. Repensar as políticas culturais: criatividade para o desenvolvimento. Unesco, 2018. Disponível em <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000266025>. Acesso em: 24/06/2020.

WU, Chin-tao. Privatização da cultura: a intervenção corporativa na arte desde os anos 1980. São Paulo: Boitempo, 2006.

**VIVER
DE ARTE,
QUAL
O SEU
VALOR?**

-

KATIA LATTUFE

Meu nome é Kátia Lattufe e sou uma profissional da Indústria Criativa, além de ser uma estudiosa e apaixonada pelo Desenvolvimento Humano. Nasci em Cachoeiro do Itapemirim, no Espírito Santo, em 1 de julho de 1963, portanto atualmente tenho 57 anos de idade.

Faço parte de uma geração de artistas que teve como inspiração aqueles que iniciaram o movimento de contracultura (os *baby boomers*) em todo o mundo, revolucionando as nossas expressões culturais, as relações sociais e familiares, entre tantas mudanças nesse período da humanidade.

Foi um grande salto de consciência humana, ensinando ao mundo e a nós mesmos formas sensíveis de enxergar o outro em sua diversidade. Começamos a aprender novos caminhos e experiências sobre nosso próprio mundo subjetivo e sensível.

Com mais de 40 anos de experiência na indústria criativa, iniciei minha carreira como atriz em 1979 no teatro amador e realizei meu primeiro trabalho como atriz profissional em 1982. Troquei o palco pela vida de produtora teatral e administradora de teatros e centros culturais em meados dos anos 1980; no final dos anos 1990, passei a me dedicar exclusivamente à gestão e venda de ingressos, em uma época que isso ainda não era um negócio à parte, e sim uma atividade de responsabilidade dos produtores.

Fui fundadora da *Ticket.on* (1997), gerente comercial da *Ticketmaster Brasil* (2000 a 2004), sócia e uma das fundadoras da *Ingresso Rápido* (2004 a 2018) e hoje Diretora Executiva da *Sympla* (desde janeiro de 2019). Todas essas empresas são especializadas em gestão, distribuição e venda de ingressos para os mais diversos segmentos da cultura.

Sempre VIVI de Arte, em todos seus significados.

Saí de casa aos 19 anos para ser atriz e viver em comunidade juntamente com outros artistas. Nossa vida era dedicada 100% ao teatro e suas expressões.

Depois que meu filho nasceu (1986), com a pressão da sobrevivência e um maior talento para “ser produtora” – porque era desta forma que me pagavam pelo meu trabalho –, me transformei em produtora de teatro. Digamos que eu era uma “artista que sabia fazer contas”, e por isso me especializei em gestão e administração de venda de ingressos.

Aprendi o que significa o VALOR do ingresso – objetivo e subjetivo.

O mundo mudou completamente com a chegada da internet, e através de diversos trabalhos de evolução e maturidade pessoal, pude integrar Arte e sobrevivência, vislumbrando a construção de uma nova carreira, transformando venda de ingressos em negócio no Brasil.

Aqui, o aprendizado foi integrar nossas ideologias, angústias e prazeres artísticos internos e subjetivos com o movimento externo do mundo, que nos cria a pressão pela sobrevivência.

Entender nossas crenças como artistas brasileiros: muitas vezes não aprendemos como sobreviver de nossa arte, com as exigências que o mundo nos faz para vivermos com dignidade através de nosso trabalho.

Acompanhei de perto a transformação do valor de uma bilheteria de teatro – que era a maior receita arrecadada por uma produção e sustentava a companhia em toda sua temporada (todo nosso modelo de negócio era baseado na previsão de arrecadação de bilheteria) –, para uma desvalorização total dessa mesma bilheteria, que hoje representa muito pouco para sustentação dos espetáculos. Tal sustentação, hoje, é suprida através de patrocínios e incentivos ou mesmo por projetos paralelos, e com isso vemos a desvalorização do valor do ingresso.

Quem, quando adolescente, começa a definir sua carreira profissional para Arte, não enfrentou a resistência de sua família e de pessoas mais próximas, as quais repetiram o jargão: “arte não dá dinheiro. Você vai viver de quê?”. Ainda escutamos isso no mundo de hoje, em 2020!

Então, vamos começar por compreender a palavra VIVER.

Recorri ao dicionário (que hoje é o Google) para saber

como definimos em nossa língua esta palavra tão ampla.

Trago aqui somente alguns exemplos para vocês.

Verbo Intransitivo - Ter vida, estar com vida

Verbo transitivo direto e intransitivo - aproveitar (a vida) no que ela tem de melhor *“este é um artista que sabe viver”*

Verbo transitivo indireto - ter como alimento; alimentar-se, nutrir-se *“este artista vive de arte”*

Verbo transitivo indireto e pronominal - obter a subsistência *“vivemos do trabalho de artista”*

Verbo transitivo indireto - dedicar-se, entregar-se incondicionalmente *“viver para arte”*

Então, convido a todos a responder comigo as perguntas: qual o valor do ingresso? Ele trará a sustentabilidade necessária aos artistas envolvidos? Ou os artistas precisarão dividir seu tempo entre a arte que escolheram como propósito de suas vidas e outra profissão para receber um salário a fim de pagar contas? Com que qualidade de vida esse artista desenvolverá sua arte, tendo seu tempo dividido dessa forma?

O artista precisará se dedicar à sua formação inicial e se aprimorar constantemente.

Um artista plástico precisará se dedicar, além da formação acadêmica, a

aprender, aprofundar e/ou desenvolver as técnicas necessárias para expressão da sua arte.

Um artista cênico precisará, além da formação acadêmica, necessita de manter seu instrumento, que é seu corpo, preparado para os mais diversos papéis em trabalhos de corpo, voz, entendimento psicológico para construção dos personagens, além de se manter atualizado em assuntos sociais e econômicos, sobretudo os que se referem à comunidade em que vive, a fim de estabelecer empatia, afetar e transformar seu público, pois essa é uma das funções da arte.

Um músico ou cantor(a) precisará, além da formação acadêmica, estar constantemente se aprimorando, seja tocando seu instrumento ou aprimorando suas técnicas vocais.

Por outro lado, o campo de trabalho, para o artista, é muito restrito a contratos longos de trabalho, com salário constante, então ele também terá que aprender a viver com o improvável, com o instável, e receber uma educação financeira completamente diferente daquela dita “normal” pela nossa educação tradicional. Também terá que acompanhar os movimentos de mudanças do mundo e transformar sua expressão artística constantemente, mantendo, assim, a comunicação com seu público na correta linguagem para se fazer compreender. Atualmente, essas mudanças acontecem com muita velocidade. Como acompanhar as

novas ferramentas de comunicação sem perder profundidade e consistência?

Por isso, muitas vezes, por uma crença que nossa cultura estabeleceu, muitos artistas talentosos desistem deste caminho; outros sucumbem nessa escalada por não se prepararem adequadamente para lidar com um mercado de trabalho dito “fora dos padrões normais” (quem definiu os padrões normais?).

Para um equilíbrio na sustentação do artista em sua sobrevivência, será necessário olhar para os dois lados desta moeda: o artista e o público que valorizará sua arte e pagará por ela.

Sobre formação de público, é preciso ter entendimento do ambiente de educação no Brasil. Muitas vezes, a falta de reconhecimento do valor da arte nas escolas é visível; muitas delas mantêm uma perspectiva educacional que se preocupa mais em “formar vencedores e/ou sobreviventes”. Creio que esse é um dos pontos responsáveis pela dificuldade que temos hoje, no Brasil, em “formar plateias”.

Aqui temos um ponto muito importante em nossa conversa. Incluir a ARTE na educação é fundamental se quisermos construir um país cujo valor da arte será entendido. A criança que aprende o valor da arte em sua formação humana será um adulto que incluirá as expressões artísticas em sua vida e saberá reconhecer e pagar o correto valor pelo trabalho do artista em todas as suas expressões.

Por outro lado, o artista tem uma dificuldade em ver seu talento, criação e construção na elaboração de sua expressão artística como um “produto” para que possa ser comercializado e, dessa forma, gerar sua sustentabilidade no real tamanho. Algumas vezes, esse valor é calculado tanto de forma superestimada quanto subestimada.

O valor da Arte é subjetivo.

Este processo não é simples, porém necessário, e envolve muitas variáveis que não iremos desenvolver neste momento.

Integrando a Educação com a Arte, teremos tanto um público que dará o correto valor ao “consumir” cultura quanto escolas para preparação do artista, e assim ele aprenderá a utilizar seu talento com a competência técnica que dará sustentação na finalização de seu trabalho.

Eu não sou especialista em políticas públicas de educação e cultura, mas acredito que esse também é um tema muito importante nessa equação. Quando iniciei minha carreira, tínhamos um Ministério de Educação e Cultura. Depois, passamos a ter ministérios separados; cada área ganhou seu orçamento próprio. Hoje a cultura não é sequer um ministério, e a educação vem perdendo seus investimentos. Esse é outro tópico que merece um desenvolvimento de análise e discussão pelos especialistas, além de ações urgentes, a

fim de não comprometer toda uma geração em formação neste momento no Brasil.

Trabalho com venda de ingressos. Vejo a dificuldade que o artista tem em definir o valor do ingresso.

O preço cobrado hoje pelo ingresso no Brasil está muito longe de ser sustentável aos artistas e espaços culturais envolvidos na entrega do trabalho.

Um borderô de teatro médio, por exemplo, dificilmente consegue “fechar a conta”. É fundamental o apoio de verbas públicas e/ou de patrocínios das empresas privadas.

Pergunto novamente: qual é o valor do ingresso? Qual é o valor da sua arte? Valor aqui em todos os seus contextos trazidos no início desta minha fala.

Vamos fazer um exercício simples, considerando um espetáculo de teatro que terá a duração de 1h30.

Quando compro um ingresso por R\$ 50,00, quer dizer que aquele espetáculo vale este preço para mim.

Acompanhem meu pensamento. Sem considerar todo o investimento que os artistas fazem em suas formações educacionais e profissionais, considerando somente o espetáculo em si:

Quanto tempo o autor levou para escrever o texto?

Quantos meses de ensaio foram necessários a todos os envolvidos, muitas vezes sem nenhuma remuneração?

Quanto custou realizar cenários e figurinos desenhados pelos criativos?

Quanto investimento técnico em luz, som e demais itens serão necessários?

Quantas pessoas estão envolvidas para que aquele espetáculo aconteça?

Qual é o custo para construção e manutenção do equipamento cultural, oferecendo um mínimo de conforto e segurança ao público e condições técnicas de realização do espetáculo?

Quanto vale o momento de contato consigo mesmo que o público experimentará nesta 1h30 e que o levará a sentimentos, emoções, diversão, reflexão... Enfim, toda a amplitude de emoções e sensações que o universo humano é capaz de experimentar. E em alguns casos saímos do teatro levando conosco um aprendizado que estará além do cognitivo. Esta é uma das responsabilidades do artista: afetar as pessoas.

E quantas vezes você escuta aquele “consegue para mim uma cortesia” daquela pessoa que acabou de gastar R\$ 30,00 no estacionamento ou R\$ 100,00 no bar da esquina. Ele não faz a mesma pergunta para o amigo que trabalha em uma loja: consegue para mim uma camisa de cortesia?

Longe de mim desvalorizar os demais serviços; o objetivo aqui é trazer luz para o preço do ingresso, para o **valor da arte**.

Trazendo valor para a arte, valorizamos o artista que a criou e o incluímos cada vez mais em nossa economia, para que ele viva uma vida digna através de seu trabalho e realize a tarefa fundamental da arte: ser parte estrutural na construção de uma sociedade sensível às diversas realidades humanas individuais e sociais.

-

**ESTRADAS VICINAIS,
CAMINHOS PARA
A FORMAÇÃO
DE REDE
DE AGENTES
CULTURAIS
NO INTERIOR
DA BAHIA**

—

**FELIPE
DE
ASSIS**

QUILÔMETRO ZERO

A ignição para essa reflexão se deu quando chegou o convite para participar do Seminário *Jornada de Pensamento: Viver de Arte*. Tal qual uma placa de trânsito, o chamado sinalizava a necessidade de reduzir a velocidade e pensar na experiência do Programa de Intercâmbio Artístico-Cultural em Festivais, realizado pelo Festival Internacional de Artes Cênicas da Bahia (FIAC Bahia) e a Fundação Cultural do Estado da Bahia (FUNCEB), na 12ª Edição do Festival em 2019.

Os caminhos propostos pelo Seminário desenharam trilhas em três formatos para abordar a Circulação e a Formação de Redes Artísticas em contextos institucionais, que identifique e sinalizo aqui como: texto ou “pista escorregadia” pelo qual conduzo cuidadosamente as palavras nestas linhas; vídeo¹ ou “cruzamento” focado no relato da experiência; e debate² que podemos considerar uma “pista de mão dupla”, quando dividi a tela e as reflexões com Rosana Cunha (Circuito SESC de Artes - SP), Rodrigo Savazoni (Instituto Procomum - SP), mediados pelo professor Dr. Alexandre Barbalho – pessoas que admiro e com as quais aprendo.

Pelo retrovisor, vejo que esses materiais me deram a oportunidade de compartilhar o percurso de uma jornada transformadora que gerou Os Catorze – grupo formado por agentes culturais do interior do estado da Bahia e

que participaram do Programa de Intercâmbio Artístico-Cultural em Festivais e, a partir dessa experiência, criaram uma rede de trabalho e cooperação.

O Programa de Intercâmbio Artístico-cultural em Festivais sempre se destinou à promoção de deslocamentos entre interior e capital, cruzamentos entre agentes culturais, conexões entre pessoas no território demarcado e instalado pela realização do FIAC Bahia em Salvador. Nesse contexto, brota a paisagem na qual se articulam produção, criação, difusão e formação em artes cênicas.

Em suas diversas edições, o Programa de Intercâmbio intencionou ser um catalisador; para tanto, colocou em relação agentes culturais do interior do estado, participantes do festival e agentes públicos do setor cultural com objetivo de promover trocas, gerar vínculos entre os/as participantes e – por que não? – fomentar projetos futuros. Tarefa desafiadora para um estado com as dimensões da Bahia.

Nesse território composto por 417 municípios, dividido em 6 macroterritórios – equivalente ao tamanho da França! –, para agir com rapidez e dar resposta às urgências que emergem de realidades socioculturais distintas, geralmente são escolhidas as “rodovias” (BRs e Bas), ou seja, vias nas quais é possível circular em alta velocidade. Contudo, em anos anteriores, já havíamos experimen-

¹ Vídeo integral no canal do Porto Dragão no YouTube. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=S-1_PvtDOHg&feature=youtu.beWebin%C3%A1rio+1. Acesso em: 5 out. 2020.

² Debate no dia 30 de setembro de 2020, realizado pela plataforma Zoom e aberto aos/as inscritos/as no Seminário.

tado esses caminhos tradicionais e percebemos que, se por um lado seguir por essas estradas/ modelos ganhávamos em agilidade, era também por essa rota que repetíamos padrões e passávamos apressadamente pelas experiências do caminho. Neste caso, as relações interpessoais entre os/as participantes.

Por isso, desta vez, queríamos experimentar as vias vicinais, aquelas estradas secundárias, muitas vezes de terra, pelas quais se conectam povoados e municípios. Queríamos criar tempo para viajar mais lentamente e assim ver os detalhes da paisagem, aproveitando a prosa que se desenvolve entre os/as viajantes no caminho.

CUIDADO: PROJEÇÃO DE CASCALHO

Desde sua criação, em 2008, o FIAC Bahia é um festival implicado com as questões culturais do seu estado. Ainda que tenha como cidade-sede Salvador, nasceu com a Bahia no sobrenome e, em duas edições, alargou seu alcance territorial para além da capital, realizando, em 2008, programação em Feira de Santana e Camaçari e, em 2014, Madre de Deus.

Ao longo desses anos, o Festival também recebeu agentes culturais e/ou estudantes do interior do estado. Portanto, em 2019, após onze anos de realização do festival, já tínhamos experiência em realizar intercâmbios e colocar em contato estudantes, artistas, produtores/as e téc-

nicos/as com o objetivo de promover encontros e estimular a criação de redes no festival.

Embora as experiências dos anos anteriores tenham produzido relatos positivos, os depoimentos também nos advertiam sobre os “cascalhos” deixados na pista, ou, dito de outra maneira, chamavam nossa atenção para aspectos a serem aprimorados no programa:

- Criar meios de conhecer melhor os/as agentes culturais do interior do estado;
- Visibilizar a trajetória e potencialidade desses/as participantes;
- Ampliar a representatividade do interior na programação;
- Realizar ações específicas para esse público durante o festival;
- Criar espaços e atividades que promovam sentimentos de vínculo e pertencimento do grupo;
- Erar uma rede que permaneça para além do período do evento;
- Visibilizar os resultados do encontro;
- Criar uma agenda de atividades estimulante para e com a participação dos/as convidados/as do interior do estado.

Sabíamos da necessidade de agir nesses pontos, mas nunca havia tempo. Todos os anos, o projeto só recebia

sinal verde para ser realizado com aproximadamente um mês de antecedência da execução do festival. Espremidos entre as diferentes tarefas para realizar o evento e a divulgação, seleção e execução do Programa de Intercâmbio, ano após ano, terminávamos seguindo por uma rodovia que, apesar de não ser ideal, sabíamos que funcionava.

Essa “via expressa” estabelecia uma relação de mão única, diretiva, hierárquica entre o evento e os/as agentes culturais. Ou seja, o modelo que havia sido pavimentado correspondia que os/as agentes do interior deveriam ir para a capital conhecer as últimas novidades, aprender como deveria ser feito e voltar para suas cidades e reproduzir o que viram. Contudo, essa não nos parecia ser mais uma opção. Não podíamos seguir nessa estrada com os faróis altos, alheios aos sinais, reproduzindo relações de desigualdade entre capital e interior, centro e periferia, norte e sul global... Eu já havia passado por esse mesmo caminho.

Ainda quando cursava direção teatral na UFBA, trabalhei como coordenador cultural da Aliança Francesa de Salvador de 2002 a 2007, e esse emprego me levou a participar de formações na França. Em um desses treinamentos, eu e meus colegas, denominados de recrutas locais, vindos da América do Sul, África, Ásia e Europa do Leste (da dita “periferia do mundo”), ouvimos dos/as especialis-

tas e agentes culturais locais os modelos de organização e políticas culturais da França – país reconhecido pelo seu pioneirismo, valorização e implementação de ações no campo da cultura. Neste reduzido mapa-múndi, em nenhuma ocasião éramos estimulados a compartilhar nossas experiências ou soluções criadas em contextos frequentemente adversos no que diz respeito ao trabalho no campo da cultura. A organização desse programa de intercâmbio internacional visava à reprodução de um modelo eurocêntrico, no qual está bem delineado quem deveria ensinar e quem deveria aprender. Evidentemente que a situação era percebida, discutida e questionada pelo grupo em treinamento. E, certa vez, por ocasião da avaliação, ao final do curso, perguntei: em que momento iremos contar nossa história e compartilhar nossas soluções para manter a atividade cultural nos nossos contextos? Sorriso amarelo, silêncio no grupo e pose para foto. Subia a placa “proibido ultrapassar”. Hora de fazer a bagagem de volta. Durante todo o trajeto de retorno, os sinais cruzavam na minha cabeça: centro-periferia, capital-interior, metrópole-colônia... Na mala eu trouxe o nó na garganta e a pergunta: como não reproduzir essa lógica colonial? Mas, como se diz na Bahia, o “sistema é bruto”, e ao longo das edições do FIAC Bahia, estávamos reproduzindo uma relação verticalizada, pegando a pista expressa, ou seja, tomamos

o atalho, o caminho mais rápido, reproduzindo o modelo que eu tinha questionado anos atrás.

PARADA OBRIGATÓRIA

Cientes que estávamos na contramão, guiando em alta velocidade por uma pista escorregadia e espalhando cascalho, perguntávamos: como sair da rotatória e reverter o sentido? Como criar caminho(s) de mão dupla? Ao refletir sobre os sucessivos anos de realização do Programa de Intercâmbio, a resposta que nos pareceu mais provável era modificar o tempo entre as etapas – confirmação, seleção, organização e realização – do Programa.

Então, em 2019, resolvemos romper com esse ciclo e estabelecer uma relação mais horizontal, dialógica e participativa no Programa. Mas o que mudou em 2019 que nos permitiu reformular o projeto? Sem dúvida, a tomada de consciência, fruto do amadurecimento de anos de experiência com formação e mediação cultural em artes cênicas desenvolvidas pela 70ito Projetos & Produções, produtora que realiza o FIAC Bahia³. Além disso, a confirmação de contratos de projetos anuais permitiu-nos investir em equipe. A chegada à empresa do artista e produtor de eventos Luiz Antônio Senna Jr. abriu espaço e novas rotas, propiciou desenvolvermos ações estratégicas para o festival, como a reformulação do Programa de Intercâmbio Artístico-

-cultural em Festivais FIAC Bahia e FUNCEB e da implementação do Programa de Estágio em parceria com estudantes do Centro Estadual de Educação Profissional Formação e Eventos Isaias Alves (CEEPIA)⁴.

Desse modo, com uma antecedência de cinco meses em relação ao festival, convencidos de que com tempo e planejamento poderíamos modificar a relação hierárquica que, até então, era reproduzida no encontro entre o festival e os/as agentes culturais, era hora de procurar a FUNCEB, nossa parceira de viagem, para reformular o projeto.

Era o momento favorável de pegar os caminhos internos, as estradas de chão e transformar a realidade. Tínhamos pessoal e o tempo necessário para estabelecer novas rotas e conhecer melhor nossos/as colegas do interior do estado, construir estradas alternativas, desviar das pistas hegemônicas e elaborar um roteiro/programação que fizesse sentido para nossa comunidade. Seriam as estradas vicinais as vias expressas para a mudança.

ANTES DE PARTIR: PARCERIAS, PLANOS, ROTAS E DESTINO

Antes de seguir adiante precisávamos conversar com nossas parceiras, apresentar a questão, falar do novo plano e mostrar onde estávamos querendo chegar. Deste modo, em maio, solicitamos uma reunião com Gabriela Sanddyego, coordenadora de

³ Os projetos desenvolvidos pela produtora podem ser encontrados no site da 70ito Projetos & Produções. Disponível em: www.70ito.com.br. Acesso em: 5 out. 2020.

⁴ Durante o estágio, os estudantes passaram por treinamento e participaram das atividades de produção do FIAC Bahia 2019. Disponível em <https://fiacbahia.com.br/atividades/programa-de-estagio-ceepia-e-fiac-bahia/>. Acesso em: 5 out. 2020.

Teatro da FUNCEB. Ainda que espantada pela antecedência, Gabriela aceitou se reunir e ouvir nossa proposta. Nas primeiras conversas com a coordenação de Teatro, relatamos que, embora o programa trouxesse benefícios para o Festival, a FUNCEB e os/as participantes, percebíamos que poderíamos avançar e alcançar resultados mais consistentes se trabalhássemos com maior antecedência.

Argumentávamos que com tempo construiríamos um processo que aprimorasse a seleção dos/as participantes; gerasse o perfil de inscritos e interessados no programa; favorecesse o protagonismo dos/as participantes; enfatizasse e visibilizasse a trajetória e o perfil dos/as trabalhadores da cultura que atuam no interior do estado; gerasse um espaço de conhecimento mútuo e criasse um sentimento de pertencimento e vínculo no grupo que o mantivesse unido após o evento.

Em um primeiro momento, embora compartilhasse o desejo de aprimorar o programa, Gabriela demonstrou preocupação em relação aos prazos e tarefas que estávamos desenhando nesse novo plano – com frequência, o ritmo das tramitações internas dos processos em órgãos públicos contrasta com a pressa da sociedade civil. Após alguns encontros e a superação de parte dos obstáculos do projeto inicial, a proposta foi ajustada e ampliou seu alcance ao integrar a participação das Coordenações de Dança e Circo da Fundação.

Reformulado, o projeto que antes acontecia durante o tempo de realização do FIAC Bahia, entre cinco e seis dias, agora passava a ter quatro meses de atividades (de agosto a novembro) e estava organizado nas etapas de seleção, atividades virtuais e presenciais.

Para a etapa de seleção, a 70ito Projetos & Produções/ FIAC Bahia redesenhou o formulário de inscrição, a fim de que esse documento gerasse um perfil acurado dos/as inscritos/as e realizou a seleção dos/as participantes em parceria com a equipe da FUNCEB. Por conhecerem com profundidade a realidade e os contextos de cada macrorregião, as contribuições de Gabriela Sanddyego, coordenadora de Teatro, Janahina Cavalcante, coordenadora de Dança, e Vika Mennezes, coordenadora de Circo, foram fundamentais nessa etapa do processo.

A etapa virtual consistia em um conjunto de atividades realizadas nos municípios dos/as participantes e compartilhadas através de um grupo fechado de Facebook conduzido pela equipe da 70ito com a participação das Coordenadoras da FUNCEB. A etapa presencial foram as atividades realizadas durante a 12ª Edição do FIAC Bahia, como veremos com mais detalhes a seguir.

PONTE MÓVEL: ETAPA - AÇÕES VIRTUAIS

O grupo fechado do Facebook reuniu os/as 14 selecionados/as, 07 suplentes, representantes das Coorde-

nações de Teatro, Dança e Circo da FUNCEB, e membros da equipe do FIAC Bahia 2019. Através dessa plataforma ou ponte móvel, solução viária que permite tanto a mobilidade terrestre quanto a circulação aquática, foram criados pontos de contato entre as experiências de naturezas distintas dos/as participantes.

Entre agosto e novembro foram trabalhadas as oito unidades temáticas: (1) apresentação e cronograma; (2) Quem sou eu!⁵; (3) *Lives*: dúvidas sobre o programa; (4) De Onde Venho?; (5) Como faço; (6) Por Onde Caminho; (7) Sangue no Olho; (8) Atividade de Retorno, que tiveram como objetivo conhecer os/as participantes do Programa e criar envolvimento. Cada unidade propunha atividades e resultou em conjunto de vídeos, *Lives*, enquetes, mapas, *podcasts*, *links* e fotos compartilhados pelos/as integrantes do grupo, um tráfego intenso de informações.

Arrumando as malas: durante a Unidade 6, antes da viagem para a vivência no Festival, realizamos uma enquete na qual os/as selecionados/as que postaram no grupo 06 palavras-chave apontando seus interesses principais para a etapa presencial no FIAC Bahia 2019. Assim, identificamos os eixos para a construção da atividade do Programa de Intercâmbio: “Como construir redes? Oportunidades no interior da Bahia”⁶. Nessa ocasião, agentes culturais do interior do estado e agentes culturais da Secretaria de Cultura do

Estado da Bahia (SECULT) trabalharam sob coordenação da artista e produtora cultural Cynthia Margareth em torno dos temas apontados na enquete: gestão e produção cultural – elaboração de projetos e captação de recursos; difusão – mostras, festivais, circuitos e espaços culturais; formação – mediação cultural, qualificação e profissionalização em artes cênicas; e criação – processos artísticos. Em resumo, os tópicos multiplicaram as pistas, os/as participantes queriam rodar o mundo!

FAIXA CONTÍNUA: ETAPA - AÇÕES PRESENCIAIS

Os/as 14 selecionados/as desembarcaram em Salvador e permaneceram durante o período do festival de 22 a 27 de outubro. Ficaram hospedados/as no Pousado das Artes e foram assessorados/as pela equipe da Coordenação de Teatro da FUNCEB. Durante sua estadia acompanharam as atividades do Festival – espetáculos, oficinas, debates, seminários e festa. Segundo Luiz Antônio Senna Jr., “esta vivência que abriu portas para a reflexões quanto a diversidade cultural e as possibilidades de criação, a urgência por formação, a validade da rede já construída para alcançar outros voos e conquistas” (RELATÓRIO, 2019).

Ainda neste período, os/as participantes puderam estreitar o diálogo com representantes da FUNCEB, artistas e grupos da capital e do interior do estado,

⁵ Ao final desta unidade foram produzidos 24 vídeos. Este material gerou o mapa cultural “Da Bahia para o Mundo”, o qual foi sendo alimentado com o material produzido na sequência das unidades. Disponível em: <https://uploads.knightlab.com/storymapjs/14589f1b81d-c9ac68b64bba-877573c1e/da-bahia-para-o-mundo/index.html>. Acesso em 05 de outubro de 2020.

⁶ Esta ação integrou o “VI Seminário Internacional de Curadoria e Mediação em Artes Cênicas” realizado no FIAC Bahia. Imagens disponíveis em: <https://www.flickr.com/photos/fiacbahia/albums/72157711596919228>. Acesso em: 5 out.2020.

grupos nacionais e internacionais que estavam na programação do FIAC Bahia. O trânsito pelas atividades do Festival criou também um fluxo de diálogo com a equipe do evento (da coordenação aos/às estagiários/as).

Ainda no âmbito das atividades presenciais durante o FIAC Bahia, destacamos o encontro entre os participantes do Programa de intercâmbio com o português Hugo Cruz, diretor artístico do MEXE – Encontro Internacional de Arte e Comunidade. Essa atividade abasteceu a discussão sobre as “Práticas Artísticas Comunitárias em Portugal e no Brasil”. Ao contrário da experiência que relatei acima em um universo multicultural, nesse caso, no encontro entre as realidades europeia e brasileira, os/as participantes se interessaram mutuamente em discutir as semelhanças e diferenças da realidade de produção cultural nos dois países.

O Festival chegava ao fim, e após muitos quilômetros de viagem paramos no acostamento para apreciar a aproximação do caminhão carregado de inquietações dos/as agentes culturais. Hora de dar passagem e, juntos/as, sentar e conversar no canteiro.

DÊ A PREFERÊNCIA: ENCONTRO DE AVALIAÇÃO

Ainda durante o festival, sob a proteção do gazebo no pátio do Goethe Institut, foi feita uma nova avaliação sobre o Programa. Era o momento no qual iríamos aferir o quanto a modificação no programa havia

alterado os resultados. Iríamos saber o quanto tínhamos alcançado os nossos objetivos de torna-lo mais participativo, horizontal e adequado às necessidades de nossa comunidade no interior do estado. Estiveram no encontro os/as 14 selecionados/as e as equipes da Coordenação da FUNCEB (Gabriela Sanddyego, Guilherme Hunder e Rafaela Queiroz) e do FIAC Bahia / 70ito Projetos & Produções (Felipe de Assis, Rita Aquino, Luiz Antônio Sena Jr. e Diogo Lins). Do Relatório do Programa, destacamos as seguintes impressões dos/as participantes:

- (1) O grupo virtual favoreceu o fortalecimento de laços entre os/as participantes;
- (2) as atividades do grupo do Facebook, pouco a pouco, tornaram-se incompatíveis com a rotina dos/as participantes, dificultando a entrega das últimas unidades;
- (3) a acolhida da equipe da FUNCEB, foi um destaque;
- (4) durante a realização do evento, foram poucos os encontros com a equipe-eixo do FIAC Bahia, de modo sentiu-se falta de discutir questões relativas a meios de produção, práticas de mediação e percursos de curadoria para um evento de grande porte;
- (5) a possibilidade de acompanhar a

realização de ações de acessibilidade (tradução em Libras e audiodescrição), mediação (junto a diferentes perfis de público) e formação (oficinas e seminário), abriu uma janela interesses para os/as participantes; (6) em meio a vivência do FIAC Bahia, durante a etapa presencial, o grupo do Facebook ficou parado; (7) persiste o desejo dos/as participantes de apresentar algum trabalho artístico no festival; (8) o grupo declarou que a rede construída ao longo do processo se revelou tão potente que ao final da etapa presencial, eles/as já planejaram um encontro posterior (março de 2020). (RELATÓRIO, 2019)

RETORNO A 14M

Festival terminado, abraços apertados, convites e promessas de visitas entre os/as participantes. Entretanto, restava uma tarefa final: como parte do Programa, havia o compromisso de que, ao retornar para suas cidades de origem, cada um/a dos/as selecionados/as deveria realizar uma ação que ecoasse a vivência no FIAC Bahia em sua comunidade. Metade dos/as participantes realizaram a tarefa explorando os formatos de oficina, roda de conversa e intervenção artística.

O resultado causou, inicialmente, certa frustração, imaginamos estar se repetindo o mesmo roteiro que havíamos vivenciado em anos anteriores, ou seja, uma vez terminado o festival as tarefas do cotidiano e a distância dos acontecimentos novamente iria dissolver o grupo.

Nossa aparente decepção não durou nem quinze dias. Dia 11 de novembro, recebemos o convite para participar de um evento que estava sendo planejado pelo grupo em março de 2020. Era um encontro de **Os Catorze - Fortalecendo Redes Culturais no Interior da Bahia**. A reunião do grupo deveria ocorrer em Ibicoara, na Chapada Diamantina. Entre 12 e 15 de março, ao pé da cachoeira, organizadores e convidados/as compartilhariam suas soluções e propostas de política cultural. Era muito gratificante ver que todo o esforço dos/as envolvidos/as havia gerado uma articulação potente que permanecia unida. Mas pairava uma dúvida de como seria financiado esse encontro. Janeiro chegou com uma nova comunicação do grupo. Dessa vez, se tratava de uma campanha de financiamento coletivo. Os Catorze haviam iniciado a captação de recurso através de um *crowdfunding*! Era a confirmação de que o processo não somente havia gerado resultados de continuidade como o grupo estava se lançando em desafios para realizar seus eventos. Infelizmente, o encontro foi frustrado pela Covid-19, e imaginamos que

frente a essa desarticulação generalizada o grupo de dissolveria. Mas fomos novamente surpreendido por Os Catorze. Ao longo de 2019, o grupo se manteve a atividade no espaço virtual promovendo *lives*⁷ na sua página no Instagram. Com essa disposição Os Catorze vão desbravar muitos caminhos!

CRUZAMENTO DE VIAS

O que chamou a atenção nesse processo foi verificar que o aumento do tempo de convívio, ainda que de modo virtual, favoreceu a sentimento de pertencimento e vínculo do grupo. Assim como o interesse de ampliar o contato com a coordenação do festival para conhecer os processos de realização do evento. Embora o saldo final tenha sinalizado a necessidade de continuar aperfeiçoando o trabalho, saímos dessa experiência mais satisfeitos e a rede de cooperação entre agentes culturais do estado se formou com a consciência de que podiam se articular e realizar juntos/as.

Institucionalmente, reconhecemos a dificuldade de percorrer caminhos alternativos que demandam recursos como tempo, equipe e disposição... Mas, para nós da 70ito Projetos & Produções / FIAC Bahia que desenvolvemos projetos que trazem a singularidade local em comunicação com o mundo, acreditamos ser fundamental operar mudanças nas vias tradicionais, achar brechas, fissuras, construir novas placas e

sinalizações. Assim, a partir das encruzilhadas, abriremos caminhos em múltiplas direções.

-

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

70ito Projetos e Produções. **Relatório Programa de Intercâmbio Artístico-Cultural em Festivais | FIAC Bahia + FUNCEB 2019**. Salvador, 2019.

Intercâmbio Artístico-Cultural em Festivais. **IN: SITE FIAC BAHIA 2019**. Salvador: FIAC Bahia, 2019. Disponível em: <https://fiacbahia.com.br/atividades/intercambio-artistico-cultural-em-festivais-2/>. Acesso: 05 de outubro 2020.

Programa de Estágio - CEEPIA e FIAC Bahia. **IN: SITE FIAC BAHIA 2019**. Salvador: FIAC Bahia, 2019. Disponível em: <https://fiacbahia.com.br/atividades/programa-de-estagio-ceepia-e-fiac-bahia/>. Acesso: 05 de outubro 2020.

⁷ Disponível na página do Instagram do grupo: https://www.instagram.com/os_catorze/?hl=pt-br. Acesso em: 5 out. 2020.

REDE

—

JACK
ELESBÃO

Não tenho receita. Quando se trata de redes, penso eu, não existe um caminho definitivo para compô-la. Não tenho uma elaboração teórica sobre o assunto. Conheço um caminho, pois foi o caminho que trilhei. O que tenho para falar não é fruto de um estudo acurado, mas o resultado de um conjunto de vivências

A primeira vez que me apresentei, eu fui levada. A minha cor, o meu ritmo, toda a cultura que a minha pele significa foi instrumentalizada. O idealizador do espetáculo não era negro. A plateia também não era. Quando eu penso em rede, penso nisso: ideia, elaboração, execução e plateia. Quem disse que não temos capacidade de promover espetáculos? Quem disse que não estamos interessados em espetáculos estrelados por negros, bem como idealizados e produzidos por negros?

Na construção de uma rede, me parece, nada é mais importante do que se interessar pelas pessoas para quem direcionamos a nossa arte. Se o nosso público é negro, é preciso partir de uma perspectiva negra. Sendo eu negra, me direcionando para os mesmos, tendo a minha fala direcionada para pessoas negras, provavelmente, as pessoas brancas não vão se identificar. Elas partem de outra perspectiva. Elas são privilegiadas; não foram excluídas em momento algum durante a formação de nosso país. Então, se falo de uma perspectiva de quem foi marginalizado durante séculos,

de quem foi excluído dos padrões culturais, certamente elas (as pessoas brancas) não vão compreender muita coisa; e se falo que não vamos mais aceitar a exclusão, elas vão se incomodar.

Quando realmente nos interessamos pelo nosso público e falamos a esse público com reverência à sua história, honrando a verdade de sua história, fazemos não só um belo espetáculo, mas criamos um lugar de resistência, subvertemos a lógica vigente, que é opressora e excludente.

Demorei para entender a importância do público-alvo. Hoje percebo o quanto é importante a gente direcionar o nosso trabalho para pessoas que possam trocar experiências a partir de quem somos. É importante a gente direcionar o nosso trabalho, mas não podemos romantizar os processos nos quais a produção cultural nos envolve. Existe exclusão, não sejamos ingênuos. Pior, existe instrumentalização. Há muita gente interessada na nossa cultura, na nossa arte, mas não interessado em nós. Daí a importância da rede: ideia, elaboração, execução e plateia.

Seguindo o passo, assumindo o nosso público-alvo, temos que a nossa maior revolução profissional, sem sombra de dúvidas, é trabalhar com pessoas negras em espaços que pensam e refletem a nossa visão da história enquanto povo preto em diáspora. Quando a gente consegue se reconhecer e se identificar nos nossos pares, conseguimos promover

microrrevoluções criativas e autênticas. As barreiras são muito grandes. O próprio mercado coloca a gente em posições unitárias nos ambientes, nos festivais, nos encontros. Sempre somos recorte. Isso foi estruturado para desestabilizar a continuidade de nossas heranças do fazer arte, uma vez que não temos força sozinhos, e eles sempre nos querem sozinhos, para nos enfraquecer e assim nos utilizar, pois nós somos o que legítima, hoje em dia, muitos espaços, muitos festivais.

Se temos em conta quem é nosso público, bem como nossos colaboradores, podemos chegar a um terceiro ponto: por que somos postos geralmente como mais um grupo de minoria? De modo algum somos minoria. O povo negro não é minoria nesse país. Pelo contrário, nós somos maioria. Somos parte integrante do desenvolvimento dessa nação. Estivemos ativos, mesmo quando cativos, na construção desse país. Não se pode pensar o Brasil sem levar em conta sua negritude. Mas por que que somos vistos como minoria? Simples, temos uma rede fragilizada, não nos apresentamos como nós somos, mas como eles acham que somos. Existe uma imagem do negro na cultura, mas que não foi construída pelo negro, pois fomos postos à margem de nossa própria identidade cultural. Assim, só quando a gente parar para perceber a nossa realidade com um olhar bem atento é que vamos ver o lugar que ocupamos hoje; então vai ficar claro, o porquê de não estarmos colocados como maioria. Não interessa aos

brancos que sejamos protagonistas de coisa alguma, pois se somos protagonistas, se fizermos uma cultura a partir de um olhar dos excluídos, facilmente faremos notar quem foi que nos excluiu. Mais do que isso, se montamos um espetáculo de empoderamento, dizendo que não vamos mais aceitar os padrões que nos foram impostos, fatalmente eles vão perder poder. A grande virada é a gente se colocar como a maioria que somos, desenvolvendo, pois, outras tecnologias de comunicação e interesses dentro do mercado da arte. Nenhuma rede vai efetivamente funcionar se nos colocarmos como minoria.

Nós viemos de um processo de isolamento; não muito tempo atrás, reconhecer uma pessoa negra dava vergonha. A gente não se reconhecia; o tempo todo buscávamos outros referenciais e, quando nos olhávamos, não nos víamos. Hoje nós nos reconhecemos, nos vemos em todos os lugares. É possível, hoje, através do que acreditamos e defendemos como no nosso mundo, a gente conseguir se sustentar, não precisamos ceder ao capricho alheio, colocar o que somos a margem em nome do sustento cotidiano. Sim, existe esse ponto de equilíbrio, essa zona que eu estou falando chama-se lugar de sustentabilidade.

Sustentabilidade é a meta de toda rede. Se não há sustentabilidade, a rede cede. Não foram poucas vezes que tentei empreender sem sucesso. Não é simples alcançar a sustentabilidade, mas é

possível. Outra vez eu repito: sem receita, mas o que funcionou pra mim foi trabalhar para pessoas negras junto com outras pessoas negras. Aprendi que é possível a gente criar os nossos espaços sem pedir permissão a herdeiros da arte.

Neste ponto, vale dizer: é urgente que a gente conheça nossos contratantes. Eu fui de uma época em que não sabíamos quem nos contratava, sempre recebíamos o cachê. Agora somos produtores e gestores, precisamos conhecer quem são as pessoas que nos pagam, onde está o dinheiro, com quem iremos falar. Temos que falar com quem está no comando, precisamos nos acreditar enquanto produtores. Já sabemos fazer. A experiência que temos de vida, nas nossas comunidades, no desenvolver cotidiano de nossos assuntos, seja de trabalhos, na família, relações, isso nos dá uma bagagem imensurável. Nós conseguimos transformar tudo que produzimos em arte. Porque a nossa história vem disso. Nós transbordamos criatividade e competência, só precisamos acreditar. Precisamos estar perto de pessoas que levistem o nosso trabalho. Não precisamos mais engrandecer o trabalho de pessoas brancas. Nós somos usados em um trabalho que fala sobre nós para legitimar o trabalho deles, para eles ganharem. Precisamos rever isso.

Levando isso em consideração, é possível nos distanciar dessas amarras sem medo. Temos que partir da

convicção de que a gente pode criar as nossas redes e a que gente pode se fortalecer enquanto povo, se fortalecer enquanto cultura, se fortalecer na subjetividade. Eles venderam para nós que somos minorias, por isso achamos que uma rede preta não se sustentará, mas não somos essa minoria que nos pintam. Há público, há profissionais competentes. Damos conta.

A maior cilada na qual podemos cair é criar uma rede para minorias. Pense: se fizermos uma rede para pretos e acharmos que somos minorias, vamos acabar nos digladiando por nossa sustentabilidade. Faremos isso porque partiremos de um ponto de vista restrito. De algum modo, nenhuma rede pode ser implementada se mentalmente estamos escravizados; é preciso uma liberdade criativa, uma libertação dos padrões que nos aprisiona tanto do ponto de vista artístico (com inovações) quanto do ponto de vista de gestão e produção. Se uma rede precisa saber objetivamente quem é seu público-alvo, precisa discernir bem quem são os seus colaboradores, precisa ser mais que uma utopia, sendo, pois sustentável. Acima de tudo, pelo que pude vivenciar, ela precisa ser atravessada por uma transformação de mentalidade.

Já me deparei muitas vezes não acreditando na minha competência enquanto produtora, gestora, idealizadora. Não acreditava nem nas minhas ideias. Eu precisei

estar perto de outras pessoas pretas que passavam pela mesma situação, pois não se confiavam, embora todos nós fôssemos muito talentosos e competentes, mas foi a partir da partilha de dúvidas, medos, vivências, aprendizados, curiosidades, que hoje estou muito mais fortalecida, confiante no meu trabalho, tudo isso veio a partir dessa vivência dentro de uma rede.

De tudo isso, acredito que as pessoas pretas precisam reavaliar sua trajetória, seus pares. Precisam rever seus interesses dentro a arte. Precisam criar seus espaços, que embora pareçam pequenos, não é. Nesses espaços, o que a gente montar interessa, sempre irá interessar. Precisamos criar e ficar com nossas criações em nossas mãos. Atentos e atentas, pois os primeiros roubos que vivenciamos na arte é da nossa identidade, e esse roubo se esvai a nossa rede. Então, cuidado, ou terá sempre um branco na ideia, na elaboração, na execução e na plateia. Pensemos, pois, no que queremos fazer, para quem queremos fazer, quem queremos trazer conosco e qual a nossa proposta.

-

**CIRCULAÇÃO
ARTÍSTICA,
PRODUÇÃO
CULTURAL
E FINANCIAMENTO
DE FESTIVAIS**

-

**GIZA
DIÓGENES**

INTRODUÇÃO

O texto se propõe a fazer uma discussão e relatar, com base em experiências de circulação, bem como em análise documental e estatística de financiamentos públicos, o movimento de fruição dos produtos culturais, visando contribuir para o entendimento dessa ação como difusora de diferentes culturas em variados territórios. Traz, pois, a experiência de criação de uma rede de festivais que, embora informal, tem grande potencial e mostra como é possível, através de estratégias, que vão desde o ajuste de calendário de eventos até o processo curatorial, estabelecer uma conexão que envolve uma ampla e clara comunicação entre diferentes festivais na busca de soluções para um problema comum – a falta de recursos – contribuindo para a sobrevivência desses festivais, ao mesmo tempo em que possibilita a circulação de grupos artísticos.

Esse movimento ao qual nos referimos diz respeito ao deslocamento de um produto artístico (show musical, espetáculo de teatro, dança ou circo, uma exposição) partindo do seu território de origem ou atuação para cidades vizinhas, outras regiões ou outros países. Para entender como circulação, levamos em conta que há um deslocamento de curto, médio ou longo prazo e um retorno. Diferentemente do êxodo, quando um artista sai, sem previsão de retorno, de seu território de atuação para outro eixo na busca de oportu-

nidades que promovam seu trabalho a nível nacional e internacional.

Nesse entendimento, não levamos em conta a quantidade de locais visitados durante o percurso, dado que tanto podem partir de seu local de origem até outro e retornar quanto podem fazer uma rota com diferentes paradas e, então, retornar ao local de partida. Trataremos circulação como movimento contínuo, um fluxo, um curso que leva o artista de um ponto a outro.

Circular é um movimento necessário para quem quer promover sua arte, seu produto para além do seu território. Num sentido de arte como mercadoria lembramos aqui a figura do “galego” (vendedor ambulante) ou caixeiro-viajante, que viaja grandes distâncias para vender suas mercadorias. Não que eles não tenham uma clientela em suas cidades, mas estão buscando outros clientes, outros mercados, outras rotas comerciais que inclusive podem aumentar seu catálogo de produtos com aquisição de outras mercadorias adquiridas em uma região e vendidas em outras.

Assim também são os artistas, que certamente valorizam seus territórios de origem ou atuação onde têm seu público cativo, além de estarem totalmente confortáveis conciliando seus fazeres artísticos com outras atividades como trabalhos, estudo e família. Mas chega o momento em que sentem a necessidade de serem vistos

por outras plateias, conhecerem outras culturas, trocarem experiências com outros artistas, fazerem conexões e estabelecerem contatos na busca de fazer fruir seus produtos.

Salvo algumas exceções, podemos dizer que todo artista quer ver sua arte *estampada* nas vitrines do mundo. Seja por uma força criativa que dá significado às suas existências e/ou por busca de ganhos financeiros, é interessante que aquilo que se produz tenha um amplo alcance, que seja apresentado ao maior número de pessoas possível, que seja reconhecido, aplaudido, criticado, enfim, que seja visto.

Na perspectiva de alcançar o maior público possível, esse desejo vai de encontro a algumas ações de políticas públicas como os editais, que têm em suas linhas de atuação categorias de circulação de espetáculos que permitem aos artistas circular em territórios municipais, estaduais, nacionais e, em alguns casos mais raros, internacional.

É claro que nem sempre é possível contar com esse tipo de apoio, pois quando existem são insuficientes para atender à demanda. Além disso, são sazonais e, a depender da situação político-econômica do país, deixam de existir. Outro aspecto a se considerar é que são restritivos, pois têm em sua condição a obrigatoriedade de circular a nível municipal, estadual ou nacional.

Nesse ponto fazemos uma crítica às políticas públicas de circulação, ou à falta delas, principalmente quando falamos numa circulação para além dos territórios de atuação. Não sentimos, por parte dos governos, um interesse em disseminar a cultura do país nem dentro do território nacional, e menos ainda fora dele, mesmo que fossem nos países vizinhos como os da América do Sul.

Muitas companhias só conseguem sair de seus territórios e realizar uma circulação fora do estado ou do país através de algum festival nacional ou internacional, editais de ocupação de espaços (principalmente no sudeste) ou contratação em algum equipamento cultural (mais comum em São Paulo, em espaços culturais como o SESC).

DONA ZEFINHA: DO CEARÁ PARA O MUNDO

O grupo ceno-musical Dona Zefinha de Itapipoca – estado do Ceará – que tem, em sua gênese, três irmãos, fez sua primeira circulação nos anos 1990, quando ainda eram crianças e adolescentes. Inquietos e criativos, descobriram na arte da palhaçaria, aliada à música, um meio de se divertir e – por que não – ganhar dinheiro.

Após apresentarem seus espetáculos em escolas, clubes, eventos culturais do município de origem (Itapipoca-CE), decidiram estabelecer rotas e algumas visitas nas cidades vizinhas;

o grupo, até então composto por três garotos, fechavam pautas pagas em alguns clubes, passavam uma semana divulgando o evento em escolas e nos dias da apresentação, faziam um reforço na divulgação com carro de som, que era o Fusca da família com um autofalante sobre o carro anunciando o evento. Nesse momento, os pais participavam dessa circulação e gerenciavam os recursos. A cada semana, o grupo se apresentava numa cidade próxima; assim, pode-se dizer, tiveram sua primeira experiência de circulação em 14 municípios da região do Vale do Curu e Vale do Acaráu.

De lá pra cá, já atuaram em 120 cidades cearenses, 22 estados brasileiros, além de 13 países (Ásia, Europa, América do Sul, América do Norte e África). São 25 anos de estrada e diferentes experiências de circulação que foram desde iniciativas sem financiamento a circulações realizadas através de editais e também participações em festivais.

De experiência fica o aprendizado que, de toda forma, é possível fazer uma circulação, a depender do tamanho e do alcance da ação pretendida. Algumas vezes de um jeito mais fácil, com bons retornos financeiros, além de contatos importantes; outras vezes, mais difícil, com retorno mais pessoal, pois foi possível apresentar o trabalho para outros públicos, conhecer novos lugares, ter contato com outras culturas que podem contribuir na construção de outros trabalhos artísticos.

É importante destacar que é o movimento (entre cidades vizinhas, da cidade para capital, de um estado para outro e de um país para outro) que propicia encontros e conexões que estabelecem uma rede de contatos e rotas possíveis. E a partir de um ponto (uma participação em um festival, por exemplo) se traça uma rota no percurso ou no perímetro, ou seja, até chegar a esse ponto (porto seguro ou contratação garantida) ir fazendo paradas em locais onde se possa ter um apoio e explorar as possibilidades de venda do trabalho, que pode ser contratação em espaços culturais, participação em festivais, bilheteria ou rodada de chapéu.

A IMPORTÂNCIA DA CIRCULAÇÃO E OS IMPACTOS NA CARREIRA ARTÍSTICA

A Dona Zefinha, sendo um grupo que trabalha com diferentes linguagens (música, teatro, dança, circo, cultura popular, audiovisual), com obras que atendem a todo público – famílias, crianças, jovens, adultos e idosos –, bem como tendo um leque de produtos que se encaixa em diferentes prateleiras, tem uma capacidade maior de participação em festivais, contratações por espaços culturais, ser contemplado por editais de variadas linguagens. Aqui, mais uma vez remetemos à lembrança do nosso “galego”, com sua diversidade de produtos que vai do batom à panela, atendendo a todos os públicos.

Além do repertório de espetáculos, ao longo do tempo foram sendo produzidos diversos produtos, fruto do trabalho em grupo como: cinco álbuns e um livro de dramaturgia. Nessa mala mam-bembe foram sendo colocadas, também, outras produções originadas da criatividade dos integrantes, como instrumentos musicais, figurinos, oficinas, palestras), além de uma diversidade de produtos disponíveis nas plataformas virtuais, como músicas, clipes, entrevistas, shows, performances.

A importância de uma rede de contatos e a participação em festivais possibilitou inúmeras conexões que romperam fronteiras levando a bandeira do Ceará a outros estados e países. Conexões estabelecidas na Feira da Música possibilitou uma passagem pela Alemanha; o Festival Internacional de Circo do Ceará levou-os à Argentina; a Bienal Internacional de Dança do Ceará levou o grupo a Cabo Verde; o Festival Tangolomango propiciou uma viagem à Colômbia. Além de diversos festivais nacionais que possibilitaram a circulação por outros estados brasileiros.

A volância contribui também na formação e crescimento pessoal dos integrantes do Grupo Dona Zefinha, que, em sua grande maioria, são autodidatas na arte, e as experiências vividas com as turnês em contato com outras culturas, novos territórios, intercâmbios com outros artistas são oportunas, pois voltam para suas

casas afetados com as novas informações e possibilidades do fazer artístico; trazem na bagagem visões renovadas, incorporando nas obras futuras elementos performativos, sonoros, cênicos, capturados no devir do vai e vem, ampliando o universo imagético e criativo.

A AUSÊNCIA DE UMA POLÍTICA PÚBLICA PARA EXPORTAÇÃO DA CULTURA E OS DESAFIOS DE VIVER DE ARTE

A circulação promove o encontro da oferta e da demanda, sem que necessariamente essa demanda seja pelo tipo de consumo da lógica de mercado que envolve a compra de uma mercadoria ou serviço. Da mesma forma essa oferta, aqui representada por produtos culturais (apresentações de música, teatro, circo, dança e outros) não é fruto de uma pesquisa de mercado que aponta a necessidade de atender determinado gosto demandado, mas fruto da livre manifestação artística a partir de pesquisas e estudos estéticos.

Não obedecendo a essa lógica de mercado, é preciso que o Estado, mais que todos, compreenda que precisa financiar essa cultura que não se vende em escala comercial, mas é amplamente produzida, faz parte do repertório de gosto e promove a melhoria do acesso impactando no desenvolvimento pessoal das pessoas. Porém, não é bem assim que o poder público se posiciona, ou, pelo menos, não a contento – em se tratando de políticas que promovam a

circulação, estas inexistem ou são insuficientes.

A falta de atenção quando se fala em um programa de exportação da cultura é sentida por artistas de diferentes linguagens. Ações de cooperação entre o Brasil e outros países, principalmente nossos vizinhos que compõem a América Latina, não existem ou são pouco divulgadas. Talvez esta fosse uma ação significativa na busca de uma centralidade cultural na América Latina, visando fortalecer essas culturas em vez de buscar referências na cultura da Europa ou dos Estados Unidos.

Pela falta de financiamento, a circulação se torna desafiadora, e fazê-la com recursos próprios requer investimento por vezes maior que o retorno financeiro. Ter a autonomia de um transporte, por exemplo, ajuda muito, mas em território nacional é desgastante e requer muito tempo e envolvimento, um dos motivos que desestimula tal iniciativa. Além das questões logísticas que envolvem a circulação, tem as de natureza pessoal, relacionadas às vidas dos integrantes. Como alguns artistas não vivem apenas de arte, ou seja, alguns têm outras ocupações profissionais, uma circulação muito longa pode não ser possível para todos os integrantes do grupo. A disponibilidade do grupo para encarar a circulação é outro aspecto importante na discussão sobre *viver de arte*, pois é um dos desafios vivenciados, principalmente por aqueles grupos mais numerosos.

Por isso, apesar de ser de grande importância tanto do ponto de vista do artista que circula quanto de uma política pública no atendimento social, quando alcança as pessoas nas localidades onde elas moram, criando o hábito de consumo cultural, a circulação enfrenta desafios que a impede de cumprir seu papel de difusora da criação artística. Tais impedimentos são percebidos desde aspectos pessoais¹ à falta de investimento e a inexistência de uma política de exportação que dê visibilidade, principalmente internacional, a exemplo do setor do turismo.

FORMAÇÃO DE REDES

Pensar em uma rede imediatamente nos leva a imaginar conexões entre coisas ou pessoas que interagem entre si de forma colaborativa para alcançar determinado objetivo. É a busca pelos objetivos que levam as pessoas a trabalhar em grupos, formar redes de articulação e buscar soluções para diferentes desafios.

De acordo com Marteleto, (citado por FERREIRA, 2018, p. 68), “[...] os indivíduos dotados de recursos e capacidades propositivas, organizam suas ações nos próprios espaços políticos em função de socializações e mobilizações suscitadas pelo próprio desenvolvimento das redes”.

À frente da gestão de recursos para realização de projetos culturais, os produtores se deparam diariamente

¹ Esses aspectos dizem respeito a outras atividades ou profissões que artistas têm, pois, em alguns casos, eles não vivem apenas de arte. Questões como estudo, família, trabalho.

com cenários de tomadas de decisões que necessitam ser analisadas de diferentes ângulos visando sempre a eficiência na utilização dos escassos recursos.

As redes nascem dessa necessidade de se conectar com outros agentes somando conhecimento, práticas e recursos para alcançar o resultado desejado; nesse sentido, cada participante é como um jogador, não encarado como oponente, mas como um participante que analisa os cenários para tomar as melhores decisões de forma a alcançar benefícios mútuos.

A ESCASSEZ DE RECURSOS SOB O OLHAR DOS PRODUTORES CULTURAIS

Para relatar essa experiência não institucional na formação e utilização de uma rede entre festivais, equipamentos culturais e demais projetos ligados à arte é preciso contextualizar o momento e a forma como surgiu essa iniciativa.

A escassez de recursos tem feito com que as empresas e seus gestores repensem seus projetos a partir do orçamento, ou seja, do valor que podem conseguir captar com base nos anos anteriores. Tal fato já interfere diretamente na curadoria, que “deve” trabalhar muito próxima da produção e da gestão financeira para seleção daquilo que é “possível” ser executado. Nesse ponto, o planejamento dos projetos já deveria ter uma postura inclinada à participação e à colaboração

para uso eficaz dos recursos, incluindo os diferentes agentes capazes de integrar e manter uma rede.

Ouvimos e constatamos relatos de projetos que, ao longo de mais de 20 anos de existência, tiveram suas captações reduzidas em maior ou menor grau tanto na esfera federal como estadual e em outros casos ficaram algumas edições sem captar nenhum valor. Fato atribuído, em parte, às fragilidades das políticas públicas que traz instabilidades para o pleno desenvolvimento das atividades culturais.

Em termos de captação via Lei de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet, n.º 8.313/1991), basta acessar a plataforma VERSALIC, Portal de Visualização do Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura, escolher o projeto que lhe interessa e obter essa informação analisando seu histórico de captação. A título de conhecimento, informações como essa, fornecida no VERSALIC, onde é possível saber, por exemplo, quanto foi solicitado para o projeto, o valor aprovado e o montante captado, não são facilmente obtidas na esfera estadual. A Secretaria da Cultura do Ceará não disponibiliza esses dados detalhadamente, apesar de ter uma plataforma chamada Incentiva Ceará², que poderia abrigar esses dados com planilhas e gráficos que auxiliariam nas pesquisas e produções de conteúdos, além de promover a transparência.

² O Portal Incentiva Ceará surge como uma ferramenta estratégica para integrar empresas incentivadoras, proponentes e o poder público na busca pelo fortalecimento do campo cultural e valorização da diversidade. Uma plataforma criada para fazer conexões e tornar as políticas de incentivo e financiamento à cultura democrática e plural. <http://rede.cultura.ce.gov.br/incentivaceara/>

Para Gadelha (2014, p. 48), abordando as políticas culturais e financiamento à cultura no Ceará, mesmo os novos instrumentos de democratização dos acessos são insuficientes para responder à escassez de recursos, e percebe deficiências crônicas no sistema de financiamento que geram instabilidade e disputas em correlação de forças com diferentes posições e pesos.

A escassez de recursos para a cultura em suas diversas dimensões existe e se agrava ainda mais, causando insatisfação e certa revolta aos produtores, quando temos que concorrer com o próprio estado atuando como captador para realizar as atividades de seus projetos e equipamentos culturais. Durand (2013), analisando *os traços das leis de incentivo*, aponta como sétimo traço “a possibilidade de o próprio governo criador do incentivo poder beneficiar-se dele. [...] percebe-se aí o grande perigo que o sucesso dessas leis introduz: o de os governos quererem transferir para os incentivos às despesas correntes como sua programação ou manutenção de Centros Culturais”. Mais um dado facilmente comprovado através do *Versalic*³, onde podemos encontrar, por exemplo, o Instituto Dragão do Mar, o Cineteatro São Luiz, instituições situadas em Fortaleza-CE, ligadas ao estado, captando recursos via Lei de Incentivo à Cultura Federal para projetos que vão de eventos culturais à programação de seus equipamentos.

No caso do Mecenaz, as limitações passam, ainda, por um teto limitado (Valor do Edital) e problemas de ordem estrutural da Lei nº 13.811, de 16 de agosto de 2006) para a qual os gestores e produtores pedem uma mudança urgente, pois, dentre outros pontos, da forma como hoje funciona, impossibilita algumas empresas que têm capacidade para fazer um aporte significativo de poder fazê-lo, e as de menor aporte não recolhem ICMS suficiente para um aporte significativo dentro da cota de 2% (valor da dedução). Além disso, a escassez pode ser claramente vista sob a ótica da relação demanda x oferta, sendo a demanda a quantidade de projetos aprovados e a oferta os recursos que o Estado renuncia para investimento no campo cultural.

A ESCASSEZ SOB A ÓTICA DA DEMANDA X OFERTA (MECENAS)

Analisemos o Edital Mecenaz do Ceará, principal mecanismo de fomento de projetos do Estado, com base na relação Quantidade de Projetos Inscritos X Aprovados X Captados. (ver *tabela 1*, pg 173)

Verifica-se, com os dados demonstrados na Tabela 1, que, numa primeira análise, há uma diferença expressiva entre as quantidades de projetos inscritos e os aprovados. Mas não vamos entrar nessa questão, pois está relacionada aos critérios de avaliação, enquadramento ou alinhamento das propostas com as políticas

³ Portal de visualização do sistema de apoio às leis de incentivo à cultura <http://versalic.cultura.gov.br/#/projetos?limit=12&offset=0&UF=CE&ano_projeto=18&sort=ano_projeto:-desc/>. Acesso em: 06/07/2020.

que regem o Edital Mecenaz, passando ainda por uma série de documentos que podem acabar por desabilitar algumas propostas. Porém, uma vez aprovados, apenas um percentual (que vem caindo nas últimas três edições) conseguem captar, ficando muitos projetos impossibilitados de se realizar por falta de financiamento.

(ver [tabela 2](#), pg 173)

Apesar do aumento de 30,9% no volume de recursos destinados aos projetos culturais via Mecenaz entre o IX e XI edital, observa-se também um aumento de 52% na quantidade de projetos aprovados. Sob esse aspecto, a escassez é visível, e a oferta não acompanha a demanda na mesma proporção; como consequência, a captação ultrapassou o teto estabelecido. Porém, em 2018, uma limitação no valor de aporte da maior empresa incentivadora no Ceará resultou numa captação muito inferior aos anos anteriores, o que demonstra uma forte dependência de uma única empresa que compromete a viabilidade dos projetos.

Nos dois primeiros anos analisados (2016 e 2017) percebemos que o teto não só foi usado satisfatoriamente como foi ultrapassado. Esse fato corrobora com estudos apresentados pela *Revista Eptic*, vol. 19 (2) – “O financiamento à cultura no Brasil: o caso do Ceará nos governos Cid Gomes (2007-2014)” – analisando o teto da renúncia fiscal (2007 -2014) onde os pesquisadores Barbalho, Lima e

Franco (2017, p. 23) concluíram que “[...] a renúncia total disponibilizada foi utilizada satisfatoriamente (90,50%), o que comprova que os gastos tributários efetivados foram aproximados do projetado, não ocorrendo subutilização do teto definido”.

No entanto, no último ano (2018), a utilização da renúncia ficou muito abaixo do teto – algo em torno de 54%. Esse foi um ano em que a Enel (antiga COELCE) fez cortes significativos nos valores dos projetos apoiados; em outros casos, sequer foram selecionados. Fato apontado também pelos estudos da *Revista Épic*, em que cita “Uma única empresa tomada individualmente, a COELCE, ficou com mais da metade do valor total autorizado para incentivo fiscal à cultura (55,97%).” (BARBALHO, LIMA; FRANCO, 2017, p. 25). Essa concentração é prejudicial aos projetos que ficam vulneráveis à saúde financeira das empresas.

Parece claro que vivemos uma escassez de recursos, mas, por outro lado, como estamos utilizando o pouco que temos? Existe um diálogo e colaboração entre os projetos de linguagens afins que possibilite, de maneira mais efetiva e em curto prazo, diminuir custos e possibilitar a sobrevivência dos projetos com dificuldades financeiras?

A resposta não é simples e existem muitos pontos de vistas a serem considerados. Quanto à escassez, por exemplo, levando em consi-

deração a demanda, os investimentos para a cultura tanto para atender artistas e festivais como para beneficiar projetos socioculturais e os equipamentos são insuficientes, e fica evidenciado quando produtores concorrem com o próprio governo na busca de recursos para os projetos.

O ORÇAMENTO DOS FESTIVAIS

Num esforço conjunto, 41 festivais cearenses de diferentes linguagens iniciaram, no início de 2020, uma rede para discutir pautas de interesse da coletividade nas esferas municipal, estadual e federal, tanto no contexto emergencial de pandemia da Covid-19 e de toda a crise que causou no setor cultural como num contexto mais futurista de curto e médio prazo, através de articulação, planejamento, coleta de indicadores e elaboração de planos de ação que possibilitem o fortalecimento de políticas públicas que atendam aos festivais.

Em um primeiro momento, foram levantados dados gerais sobre esses festivais, tais como edições realizadas, abrangência, público, empregos diretos e indiretos, e média de orçamentos dos últimos três anos. A pesquisa⁴ foi aplicada por meio de formulário eletrônico e praticamente todos os festivais da rede responderam.

Nesse levantamento, por meio do qual foi perguntado qual o orçamento do projeto com base nos valores com

que vem se realizando nos últimos 3 anos, foram obtidas respostas sintetizadas no gráfico abaixo.

(ver **gráfico 1**, pg, 173)

Além de classificar em faixas foi possível realizar um somatório dos valores dos orçamentos dos projetos que somaram o montante de R\$ 21.718.720,00. Se pegarmos esse valor e dividir pelos 41 festivais, temos uma média de R\$ 529.724,87. Essa média engloba as duas primeiras faixas de orçamento, que representam 73% dos projetos.

É um valor que para alguns projetos é insuficiente, para outros é exatamente o que precisam e para outros é mais do que necessitam. Então, como seria possível colaborar com os festivais com orçamentos menores sem causar nenhum prejuízo e ainda ser possível conseguir algum benefício? A solução pode estar na criação de redes colaborativas.

REDES ARTÍSTICAS COMO PRÁTICAS COLABORATIVAS

Os festivais cearenses em redes

Apesar de sabermos da existência e até participar de redes entre festivais, sentimos a necessidade de investigar e identificar dentro de uma das redes que integramos que, aliás, foi recém-criada (2020) e tem como nome provisório *Festivais do Ceará*, a existência de outras redes ou coletivos de festivais de arte, qual seria a abrangência

⁴ A "Pesquisa para Construção de Indicadores de Impactos dos Festivais Culturais do Ceará" (2020, em fase de conclusão) foi uma construção coletiva de um formato de formulário que gera-se uma visão panorâmica sobre os festivais e mostras realizados em território cearense. Ainda sem uma leitura completa dos dados, a pesquisa foi dividida em dois blocos de análise de indicadores: perfil e identificação dos festivais e da produção artística do estado e impactos socioeconômicos. https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLS-dhnPi71myN-reK5NWMh1bXF-D9CDQGW91z-dweka8hEnS9_RJQ/viewform?usp=sf_link

(internacional, nacional, regional, estadual ou municipal), quantos festivais participam dessas redes, o grau de organização (formal e informal), qual o principal benefício que a rede oferece para o festival e ainda se haviam conseguido algum benefício com a rede estadual (cearense).

Foi aplicado um formulário (*on-line*) com 12 perguntas, o qual foi respondido por 12 representantes de festivais de diferentes linguagens e apontou os seguintes indicadores: todos participam ao menos de uma rede; a maioria integra redes tanto formais como informais com abrangência estadual e nacional; as redes têm em média 40 participantes. Sobre o principal benefício que a rede traz para seus festivais, de acordo com as opções listadas, as respostas foram:

- 33,3% “Articulação política/garantia de política públicas”.
- 33,3% “Provocar reflexões sobre a importância da linguagem do festival dentro da cultura e garantir sua inserção ou fortalecimento dentro das políticas públicas”.
- 13,3% “Articulação com Instituições Internacionais para promover o intercâmbio de artistas”.
- 6,7% apresentaram outra opção.
- 13,3% “Redução de custos compartilhando despesas com outros festivais”.

Perguntados se a rede estadual da qual fazem parte tinha promovido algum benefício para seus festivais, 35,7% responderam que sim; desses, 50% responderam que o benefício foi a redução de custos através do compartilhamento de despesas.

Pela experiência que tínhamos em conectar nosso festival com equipamentos culturais, projetos sociais e outros festivais, tentando sempre fazer mais, apesar dos poucos recursos, buscávamos, com a pesquisa, identificar outros festivais que assim como o nosso tivesse, no âmbito estadual, vivenciado uma experiência de colaboração que pudesse ter resultado em algum benefício financeiro, já que a escassez de recursos é uma realidade enfrentada pelos festivais.

Focamos no nível estadual, pois, se queremos contribuir para a construção de um Hub cultural, talvez fosse interessante descobrir quem são esses agentes, como, de que forma e com quem estão se articulando e que resultados estão alcançando.

A pesquisa mostrou que os festivais cearenses integram diferentes tipos de redes, mas a partir de agora vamos falar do tipo de rede a que se refere nossa experiência “não institucional”, para a qual fomos convidados a fazer essa escrita.

Fizemos toda essa análise inicial sobre escassez investigando os investimentos destinados aos projetos culturais do Ceará e fazendo um recorte dos festi-

vais de arte sob a ótica de seus orçamentos nos últimos três anos para contextualizar como nasceu a rede que criamos e integramos.

COMO SURTIU A REDE

A rede, que ainda não se entendia com tal propósito, faz parte desses 50% que responderam ter conseguido como benefício, integrando a rede estadual, o compartilhamento de despesas.

Surgiu por iniciativa do Festival Internacional de Circo do Ceará que, percebendo a necessidade de estabelecer parcerias entre potenciais agentes culturais para otimizar suas ações, buscou uma comunicação entre esses agentes para estabelecer trocas vantajosas entre as partes negociantes. Aliás, comunicação é algo que nos falta enquanto gestores. Parece-me que trabalhamos de forma isolada, temerosos e inseguros como se não quiséssemos que os “concorrentes” soubessem de quanto dispomos e quem nos patrocinou para não estimular uma disputa por uma fatia do tão pequeno bolo.

Antes da comunicação, foi necessário fazer uma análise de reconhecimentos desses agentes identificando potencialidades, fraquezas e interesses comuns que pudessem ser analisados e explorados. Assim, acabamos por nos perceber como jogadores analisando possíveis cenários, a depender da reação do outro participante.

Numa analogia a um cenário de jogo, nós, os agentes culturais, somos os jogadores, e a esse respeito encontrei uma teoria que se assemelha ao nosso exercício diário de tomada de decisões. Na Teoria dos Jogos abordada no livro *Sistemas Colaborativos* (FUKS et al., 2011) tem-se que:

Um exemplo clássico da Teoria dos Jogos é o Dilema do Prisioneiro. Esse jogo é classificado como jogo se soma não zero, pois o ganho de um jogador não implica que os outros percam. O Dilema do prisioneiro foi formalizado e adaptado ao cenário de prisioneiros pelo matemático A. W. Tucker.

O matemático desenvolveu uma matriz de ganhos em que são observadas quatro situações que dependem das ações de cada prisioneiro e cada decisão tomada traz uma consequência. Em resumo, existe uma melhor opção desde que ambos os envolvidos estejam dispostos a colaborar.

Assim, conhecendo os parceiros, prevendo suas decisões, analisando os cenários possíveis e juntando forças, foi possível planejar e executar uma série de ações com diferentes agentes cujo objetivo era minimizar custos através da colaboração e, assim, conseguir realizar o festival com uma programação maior que a proposta, realizando muito mais ações que trouxeram

resultados para o festival e para os parceiros.

Essa é uma iniciativa perfeitamente viável, mas que requer um mínimo de conhecimento de gestão cultural, algo que talvez esteja faltando desde a elaboração das políticas públicas para a cultura, o acompanhamento de seu desempenho e efetividade e por fim faltando aos executores dessas políticas (gestores e produtores) pela pouca existência de formação profissional para o campo da Cultura. Cunha (2009, p. 92) diz que:

É preciso compreender que a formação profissional vem na perspectiva de qualificar as discussões públicas a respeito da cultura; desenvolver a capacidade de gerenciar organizações culturais; ampliar e profissionalizar o mercado de trabalho; criar perspectivas do fortalecimento do setor como categoria profissional; aprofundar o relacionamento entre diversos setores como a educação, o social, o ambiental e o turístico; democratizar o direito à produção e circulação cultural; proporcionar condições minimamente igualitárias de concorrência no mercado de trabalho.

COMO FOI SE TECENDO A REDE

Pelas pontas

Essa rede existe desde 2015, quando realizamos a segunda edição do Festival Internacional de Circo do Ceará. Naquele momento, ainda não nos entendíamos com rede. Estávamos estudando estratégias de fazer a permanência dos artistas nacionais – e principalmente os internacionais –, que vinham de tão longe para participar do festival, valer a pena também no sentido financeiro.

Os artistas nacionais e internacionais permanecem à disposição do festival por até 15 dias e com média de três ou quatro apresentações (uma em cada cidade). É muito tempo para uma pequena quantidade de apresentações, mas para garantir o ineditismo das noites de *variétés*, não repetimos atrações. Então, pensamos em como colaborar com os artistas fechando uma quantidade razoável de apresentações para um melhor aproveitamento do tempo sem ter que arcar com esse custo sozinhos.

Aqui entram as técnicas de negociação do tipo *ganha-ganha*, de modo a satisfazer ambas as partes. Tínhamos um conflito: o artista quer vir, mas é muito tempo para fazer tão poucas apresentações; por outro lado, queremos que ele fique, mas não temos como oferecer mais apresentações dentro do formato do festival e nem fica viável financeiramente. Como solucionar?

Nas negociações com os artistas, sempre exploramos a relação preço x quantidade na busca de um valor de cachê que caiba dentro do nosso orçamento. Para barganhar, aumentamos as quantidades de apresentações para baixar o preço unitário (valor do cachê) e fechar um pacote atrativo para ambas as partes negociantes. Foi então que começamos uma articulação com equipamentos culturais, prefeituras e ONGs, e oferecemos a estes uma diversidade de atrações (espetáculos e números) de nível nacional e internacional.

A oferta foi bem recebida por parte dos equipamentos, que dificilmente traria atrações internacionais com custos de passagens aéreas com valores tão altos. Pareceu um bom negócio para eles, assim como para o festival, que conseguia fechar com os artistas um pacote de apresentações por preços melhores, e também era vantajoso para os artistas, que, em vez de fazer três ou quatro apresentações, chegam a fazer até 10 em diferentes festivais e espaços.

Trabalhamos com o Centro Cultural Banco do Nordeste, Rede Cuca, Centro Cultural Bom Jardim, Dragão do Mar, Beach Park e prefeituras. Todos esses equipamentos e instituições têm suas burocracias internas; para não fragilizar a negociação com os artistas e nem os expor a riscos, assumimos os pagamentos dos grupos internacionais, bem como assinamos os contratos, representando-os. Eles recebiam seus

cachês no tempo determinado pelo contrato com o festival, o que significa dizer que mais rapidamente os pagamentos eram feitos por esses equipamentos. Assumimos o risco da demora nos pagamentos e às vezes sofriamos até “calote”.

Dessa forma, a colaboração era tanto com os artistas quanto com os equipamentos culturais ou instituições, em uma relação de troca e cooperação. Teve início a rede, que, conforme demonstrarei mais adiante através de *layout* e fluxo de ações, agregou outros agentes como os Festivais.

OS FESTIVAIS: UM NOVO ALIADO A REDE

Temos percebido os festivais como um dos principais meios de promoção da circulação de produtos culturais (espetáculos de teatro e dança, shows musicais, apresentações circenses) beneficiando ao mesmo tempo público e artista. É também um agente importante na estruturação de redes artísticas fazendo conexão com outros agentes (instituições, espaços e projetos culturais, festivais e mostras de diferentes linguagens).

Percebemos também que essa rede é um movimento propositivo dos festivais para com os demais agentes, pois, geralmente, são estes que procuram os outros e propõem parcerias como programação artística e formação.

Entre festivais, essa conexão que poderia resul-

tar numa rede ainda é pouco explorada, mesmo quando são da mesma linguagem. Além da questão do calendário (datas de realização dos eventos durante o ano), que pode distanciar os festivais, há uma falta de diálogo entre seus realizadores que possibilite pensar ações conjuntas que possam ser detalhadas e estruturadas já dentro do planejamento de cada festival.

Parece-nos uma luta individual, algo como “cada um por si”, levando algumas vezes a perceber uma aproximação de datas mais como uma ameaça do que uma oportunidade. Veem-se muitas vezes como concorrentes, em vez de identificar potenciais parcerias. Ainda mais quando vemos um hibridismo entre as linguagens que possibilita um grupo de dança participar de um festival de circo, assim como um grupo de circo participar de um festival de teatro, ou seja, é possível partilhar programação e o melhor, dividir despesas. Até porque tem toda uma questão de escassez de recursos de um modo geral e diferentes montantes de recursos entre os festivais (uns com mais, outros com menos) que poderia ser amenizada através de redes entre festivais.

Talvez, uma estruturação no calendário de festivais que possibilitasse um agrupamento de festivais de mesma linguagem em determinado período pudesse ser pensada para focar ações e parcerias, inclusive internacionais, por eixo de linguagem

desde a formação culminando com mostras artísticas. Isto necessitaria de uma política de financiamento para festivais, numa perspectiva séria e comprometida para garantir um calendário fixo, o que não vemos acontecer aqui no Ceará. A incerteza da captação e o precário sistema de repasse de recursos captados interferem na manutenção do calendário de eventos que, em alguns casos, mudam para uma data onde posam ter o mínimo de recurso para iniciar a execução.

O dilema de manter a data ou fazer quando tiver um recurso mínimo

Pela incapacidade da operacionalização dos repasses dos recursos para os projetos, tivemos que mudar o calendário original do festival, que passou a ser realizado em novembro. Mesmo assim, o novo calendário não garantia um repasse de CEFIC satisfatório compatível com as despesas do cronograma.

Porém, o novo calendário – no Ceará – trouxe novos aliados. Verificamos, por exemplo, que em novembro acontecia a Mostra SESC Cariri de Artes (Região do Cariri), Festival dos Inhamuns de Artes Cênicas (Tauá e Arneiroz), Festival Popular de Teatro de Fortaleza (capital), Mostra Dragão do Mar de Artes (Canoa Quebrada) e Mestres do Mundo que em 2019 aconteceu no início de dezembro em Sobral.

Aqui entra um ponto interessante dessa experiência.

Percebemos que a rede, no que se refere à articulação com os festivais, tinha como estratégia o calendário.

Grefe (2000, p. 168), abordando o tema Redes e Distritos, diz que:

[...] expressões como *clusters*, distritos, polos de competitividade embelezam hoje as pesquisas relativas as atividades artisticamente criativas. A ideia subjacente é simples: as empresas ganham situando-se próximas umas das outras aumentando sua capacidade de inovação e seu grau de sobrevivência e convém, portanto, que as ações públicas favoreçam o surgimento de tais agrupamentos.

No caso da nossa rede, esse agrupamento não é distrital, mas entre cinco festivais com datas de realização próximas preenchendo o mês inteiro de programação cultural. Porém, devido às fragilidades no processo de financiamento dos festivais, pode ser um risco estruturar uma rede somente com base no calendário, fato esse que dificulta também uma política de articulação entre cultura e turismo na divulgação e venda de turismo cultural.

É fato que ao menos dois dos festivais que participam da rede já ajustam as datas para ficarem próximas do *Festival de Circo* que podem lhes suprir de algum

tipo de programação que sozinhos teriam dificuldade ou mesmo seriam impossibilitados de ofertar aos seus públicos. Assim percebemos que a rede fica vulnerável, pois depende do comportamento dos agentes que, por sua vez, depende de uma estrutura de financiamento instável.

Imaginando um cenário de financiamentos de festivais que garantisse a realização mínima de suas atividades poderia existir um *hub* em torno dos festivais?

Grefe (2020) cita o exemplo da rede *Renaissance*, mostrando os objetivos e limites da rede que, em um primeiro tempo, foi organizada em torno da figura do hub ou de um agrupamento dos principais museus de uma dada região. “Foi então proposto um agrupamento com geometria variável, com quatro ou cinco em torno de um museu líder do hub, que sendo beneficiado por um ajuda, pudesse servir como centro de excelência e centro de recursos para outros museus.” (GREFFE, 2000, p. 170).

Porém, sendo grande parte dos festivais de natureza particular, tal escolha do festival que centraria recursos poderia se tornar um problema e objeto de disputas, o que poderia fragilizar a rede. Uma saída poderia ser um equipamento cultural de governança do estado ser o *hub*, que daria suporte aos festivais de linguagens dentro de um calendário que preenchesse o ano inteiro ou temporadas de festivais.

De maneira inexplorada em sua total extensão, temos a Mostra SESC Cariri como uma possível matriz de distribuição para uma rede de festivais. Nas duas últimas edições, reunimos três festivais que articularam com a organização da Mostra grupos artísticos que tínhamos interesse em trazer aos nossos festivais e a ação foi totalmente possível.

E, assim, a rede se estabelece e se ramifica, tendo uma matriz maior que alimenta outros pontos receptores; estes por sua vez, suprem outros agentes da cadeia.

A DISTRIBUIÇÃO DA REDE

A Mostra SESC é o maior dentre os eventos citados em todos os aspectos (orçamento, quantidade de dias, quantidade de atrações, cidades), então vimos nela um canal para trazer os artistas que pretendíamos para mais próximo da gente. Assim, quando a mostra abria inscrições, a gente entrava em contato com os grupos que tínhamos interesse e, quando eles não estavam inscritos ou nem mesmo sabendo, a gente sugeria que se inscrevessem na mostra, pois caso fossem selecionados seria mais fácil trazê-los para o Festival de Circo e para outros festivais em que compartilhamos programação.

A estratégia funcionou e juntamente com o Festival Popular de Teatro de Fortaleza e o Festival dos Inhamuns, passamos a “aproveitar” artistas, grupos e companhias que estavam na

Mostra SESC em nossos festivais. Então chegou ao ponto em foi preciso negociar diretamente com o SESC para solicitar deles uma alteração nas datas de retornos dos grupos pretendidos para que atendessem aos nossos calendários. Vencidas as burocracias com o SESC, a parceria estava feita com direito à inclusão de logomarca da instituição no material gráfico. Agora, os três festivais (Circo, Inhamuns e o Popular de Teatro) tinham um festival “central” de grande porte com condições de compartilhar atrações nacionais e até internacionais, sem custos de passagem aérea, restando aos demais festivais dividir as despesas pelo transporte terrestre dos grupos de Juazeiro a Fortaleza. Dessa maneira, a Mostra SESC funciona, de certa forma e ainda de modo inconsciente e informal, como um “polo distribuidor”, uma espécie de *hub* que alimenta outros festivais, inclusive o Festival de Circo. Por sua vez, o Festival de Circo se ramifica e compartilha com o Festival dos Inhamuns, a Mostra de Palhaçaria Feminina, a Mostra Dragão do Mar de Artes e outros festivais ou projetos que tenham interesse em receber programação com custo mínimo.

CONCLUSÃO

Apesar das dificuldades enfrentadas pelos gestores culturais, o campo da cultura é fértil, e os investimentos – apesar de não atenderem à demanda cres-

cente de novos projetos, novas ideias que chegam com ramificações de linguagens para diferentes perfis de público – existem e somam uma quantia de alguns milhões de reais.

É preciso, é estratégico, é econômico, é viável e gratificante colaborar. Estabelecer laços, criar redes para além de objetivos financeiros é ser de fato um gestor de recursos no sentido de tudo o que tem valor para uma empresa: seu capital, sua equipe, seus produtos, seus bens e acréscimo suas intenções.

A vida é um jogo. Não dá para pensar diferente. A toda hora temos que tomar decisões, e para isso temos que nos munir de informações, de conhecimento, o qual se traduzirá em ações que impactará nas nossas vidas e de outras pessoas.

É um objetivo nosso compartilhar e dar suporte às atividades dos projetos menores. Não dividimos os custos de passagem aérea com o Festival dos Inhamuns – que vem passando por muita dificuldade – nem com a Mostra Dragão do Mar de Artes, ficando para estes um cachê, já negociado, dentro do pacote comprado pelo Festival de Circo e os custos logísticos como transportados, hospedagem e alimentação. Espalhar arte por onde for possível para que o máximo de pessoas tenha acesso é uma missão para além do Festival.

É um trabalho dobrado para produção, que além de dar

conta de quase 100 atividades só dentro da programação do Festival de Circo, ainda cuida da agenda dos grupos enquanto estão se apresentando em diferentes espaços, mas também é gratificante reverter a escassez em abundância. Juntar forças para realizar mais e para mais pessoas. Intenções que nos ajuda a pensar: para que lado queremos caminhar? O que queremos construir?

-

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL/Secretaria Especial de Cultura. Lei de Incentivo à Cultura. Disponível em: <<http://leideincentivoacultura.cultura.gov.br/como-funciona>>. Acesso em: 06/07/2020.

BRASIL/Secretaria Especial da Cultura. Versalic. Disponível em: <http://versalic.cultura.gov.br/#/projetos?limit=12&offset=0&UF=CE&ano_projeto=18&sort=ano_projeto:desc/>. Acesso em: 06/07/2020.

BARBALHO, Alexandre; LIMA, Maria Ivete de; FRANCO Jacqueline. Financiamento à cultura no Brasil: o caso do Ceará nos governos Cid Gomes (2007-2014). Revista Eptic. Vol. 19 - nº 2 (maio-ago 2017). Aracaju-Sergipe. ISSN 1518-2487

CUNHA, Maria Helena. Formação e informação para o acesso à cultura. In: MAMEDE, M. Amélia; GADELHA, Raquel (orgs.). Economia Criativa: uma nova perspectiva. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2009.

DURAND, José Carlos. Política Cultural e Economia da Cultura. Cotia-SP: Ateliê Editorial; São Paulo: Edições SESC, 2013.

FERREIRA, V.B. A prática colaborativa: tradição e contemporaneidade. In: E-science e políticas públicas para ciência, tecnologia e inovação no Brasil [online]. Salvador: EDUFBA, 2018, pp. 57-75. ISBN: 978-85-232-1865-2. <https://doi.org/10.7476/9788523218652.0005>.

FUKS, Hugo (et al.). Teorias e modelos de colaboração. In: FUKS, Hugo; PIMENTEL, Mariano. Sistemas colaborativos. Rio de Janeiro: Campus Ed., 2011.

GADELHA, Rachel. O Campo da produção cultural no Ceará: conformação, configurações e paradoxos. Dissertação de Mestrado. UECE/CESA – Mestrado acadêmico em Políticas Públicas e Sociedade. Fortaleza-Ce, 2014.

GREFFE, Xavier. A Economia Artisticamente Criativa. Tradução de Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras; Itaú Cultural, 2015.

SECULT-CE. Edital Mece-
nas do Ceará. Disponível em: <http://editais.cultura.ce.gov.br/edital-mecenas-do-ceara/> Acesso em: 15/07/2020.

SECULT-CE. Sistema Estadual da Cultura – SIEC. Disponível em: <https://www.secult.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/43/2018/10/decreto-do-siec-1.pdf/> Acesso em: 15/07/2020.

SECULT-CE/. Incentiva Ceará. Lei Estadual. Disponível em: <https://www.secult.ce.gov.br/index.php/legislacao/decreto-siec/> Acesso em: 06/07/2020.

[tabela 1]

QUANTIDADE DE PROJETOS SUBMETIDOS AO EDITAL MECENAS DO CEARÁ – INSCRITOS, APROVADOS E CAPTADOS – período 2016 a 2018.

ANO	EDITAL	INSCRITOS	APROVADOS	CAPTADOS	% CAPTADOS
2016	IX	336	215	116	53,9
2017	X	380	256	110	42,9
2018	XI	406	327	69	21,1

Fonte: Tabela elaborada pela autora. Dados extraídos do site da Secretaria de Cultura do Estado do Ceará – SECULT-CE, e consulta realizada junto a Coordenadoria de Economia da Cultura – COEC.

[tabela 2]

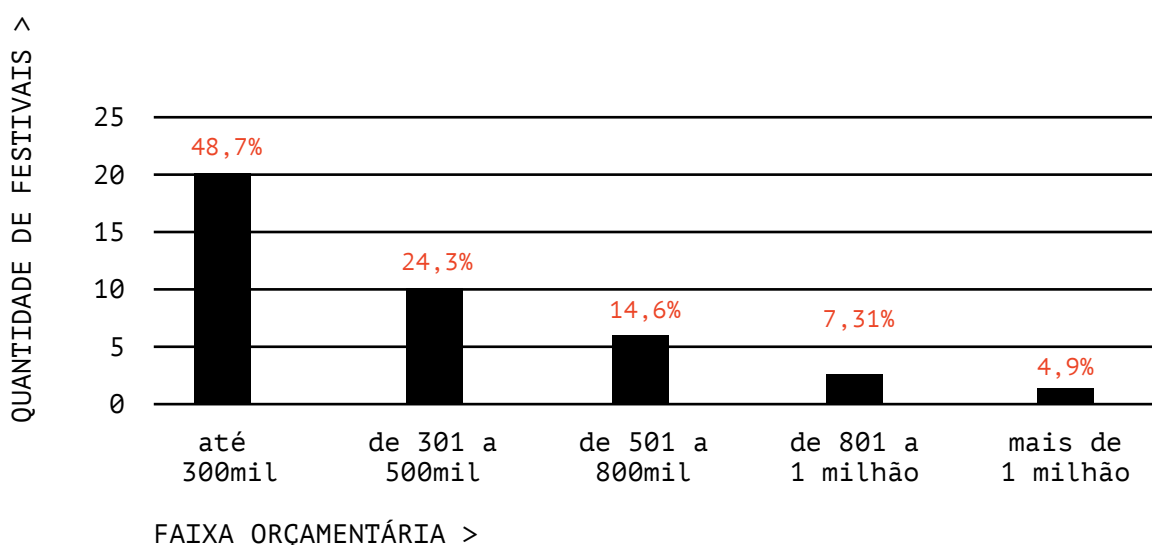
VALORES DOS EDITAIS MECENAS – período – 2016 a 2018

ANO	EDITAL	VALOR EDITAL (R\$)	APROVADOS	CAPTADOS	CAPTADOS (R\$)
2016	IX	R\$ 20.400.000,00	215	116	21.006.075,00
2017	X	R\$ 20.400.000,00	256	110	21.767.500,00
2018	XI	R\$ 26.700.000,00	327	69	14.452.000,00

Fonte: Tabela elaborada pela autora. Dados extraídos do site da Secretaria de Cultura do Estado do Ceará – SECULT-CE, e consulta realizada junto a Coordenadoria de Economia da Cultura – COEC.

[gráfico 1]

FAIXAS ORÇAMENTÁRIAS DE 41 FESTIVAIS DE ARTES DO CEARÁ TENDO COMO REFERÊNCIA A CAPTAÇÃO DOS ÚLTIMOS 3 ANOS – 2017 a 2019



Fonte: Gráfico elaborado pela autora com base em formulário disponibilizado pelo organizador da pesquisa.

**A REINVENÇÃO
COMO ÉTICA
DE SI:
CIRCULAR E
CONSTRUIR
REDES
NA REGIÃO
NORTE**

—

FRANCIS MADSON

A circulação de grupos de artes no Brasil é fruto de artesãos habilidosos, o que envolve artistas, linguagens, gestores, serviços diretos e indiretos, instituições, estados, cidades e público. Apesar da rede complexa de colaboradores e instituições, a tarefa de articulá-los atravessa um árduo diálogo entre política, economia e geografia.

Neste ensaio, convido-os à reflexão sobre circulação de artes cênicas, especificamente a linguagem teatral, em dois modelos: o institucional (privados e públicos) e o não institucional (grupos, coletivos e artistas independentes), pois ambos são fermentados no desejo de deslocar objetos estéticos diversos e implementar redes de maneira formal e/ou informal. Porém, é preciso evidenciar três fatores que afetam diretamente os dois modelos de circulação, são eles, as políticas culturais, a relação Estado-Cultura-Economia e o aspecto geográfico brasileiro.

No Brasil, construímos políticas culturais específicas, entre elas, os editais das esferas federal, estadual e municipal, prevendo de forma sazonal a possibilidade de grupos e artistas circularem com subsídios e autonomia. Estes editais são a forma mais democrática de mediação e distribuição de recursos públicos para realização de ações culturais.

As circulações garantidas por editais tornaram-se possíveis a partir de políticas públicas de gover-

nos, como o do Partido dos Trabalhadores (PT) durante as gestões de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2011) e Dilma Rousseff (2011-2016), que trouxeram para a gestão do Ministério da Cultura profissionais como Gilberto Gil e Juca Ferreira.

A relação entre Estado, Cultura e Economia tomam um largo espaço de debate público por vias teóricas e práticas no exercício de provar ao Estado a importância da cultura na Economia de quaisquer países. O Estado opera timidamente no setor da cultura, apesar de a Constituição de 1988, no Artigo 215, ratificar que “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”. Portanto, se o próprio Estado não assume os valores culturais de um país com a magnitude que o Brasil apresenta, é impossível ultrapassarmos as barreiras, apesar dos 2,64% de participação no PIB nacional, em média.

As questões geográficas intervêm na criação de políticas culturais que possam dar conta das necessidades do Brasil e de suas singularidades de contextos, artistas e culturas. Essas políticas culturais andam de mãos dadas com o Índice de Desenvolvimento Humano de um país: o Brasil está posicionado em 84º lugar no *ranking* mundial. Qualquer política pública construída em diálogo com a socieda-

de será sempre atravessada pela realidade dos “Brasis” e de suas complexidades, que, às vezes, inviabilizaram a implementação equidistante de recursos, educação, renda, saúde e desenvolvimento, fruto da dimensão continental do território brasileiro.

Para falarmos de circulação e construção de redes de forma institucional e não institucional, fez-se necessário construir este preâmbulo a partir da compreensão de que medidas, tais como políticas públicas, economia e geografia, atravessam as ações culturais nos modelos institucionalizados e não institucionalizados, no público e no privado.

As instituições (públicas ou privadas) são criadas para regular determinadas ações, neste caso, ações culturais para coletivos e/ou comunidades. Partindo desse conceito genérico da função social das instituições, a dinamicidade da cultura entra em processo curatorial de equipes técnicas (ética e estética) para a criação e gestão de bens culturais voltados à sociedade.

Assim sendo, as instituições visam, com base em mecanismos técnicos e teóricos, submeter a sociedade aos campos simbólicos instaurados pelo seu corpo técnico. É uma perspectiva indissociável do conjunto de gestores da instituição e a própria instituição.

Portanto, a tensão entre regular/emancipar ocorre em redes institucionais e não institucionais e ambas operam no campo técnico (atravessado pelo estético-ético), realizando ações culturais de residências, criação, circulação, resistência, fórum de debates públicos, elegendo vereadores, conectando o local ao global e etc. Há diferença, entretanto, no acesso ao recurso financeiro, pois, enquanto as instituições públicas e privadas dispõem de recursos para desenvolvimento dos processos, os coletivos e artistas não institucionalizados se organizam a partir de demandas que se interligam às esferas de poder, inevitavelmente, através de políticas públicas funcionais e sazonais, como Editais ou Lei de Fomento (Lei Rouanet).

A necessidade de construir redes é tarefa primordial para manutenção das atividades culturais e o diálogo entre artistas e coletivos e a sociedade. Pensar em redes é assumir o *input* e *output* dos parceiros e de suas infinitas qualidades de conexão com os coletivos e suas ações culturais. Em outras palavras, é uma forma de pensar em articulações rizomáticas que atuam em conjunto, solitárias e/ou em pares, que aparecem e desaparecem com fluidez; é natureza não hierárquica, não linear.

O que fomenta e mantém as redes é um certo desejo, um interesse em comunicação e trocas de experiências es-

téticas, éticas, econômicas e políticas. Neste caso, a circulação em redes é uma elaboração que, geralmente, os grupos e artistas praticam com frequência durante a realização de suas ações culturais. É uma prática que está atrelada ao pensamento gestor-produtor-artista, fazendo parte da formação técnica dos artistas.

Obviamente, instituições que realizam processos de circulação em nível local, regional e nacional também subvertem as próprias instituições subsidiadas nas elaborações de circulações nacional.

Tomemos como exemplo o “Programa Palco Giratório”, realizado pelo Serviço Social do Comércio (SESC). O corpo técnico do departamento nacional desta instituição mantém diálogos com a classe artística através dos departamentos regionais. Os departamentos vão se retroalimentando a partir de fóruns, debates, encontros, oficinas, convites e palestras, assim, o SESC cumpre uma função fundamental na região Norte.

A diferença entre os modelos institucionais e não institucionais é o acesso a recursos para elaboração e manutenção de redes, porque, sem um orçamento previsto, é impossível romper os limites impostos (falta de políticas públicas, acesso à informação, geográficos, formação e etc.) e roteirizar uma ação de circulação em território nacional para além das principais cidades (geralmente, as capitais) para quaisquer grupos e/ou coletivos.

Para construir redes ativas são necessárias reinvenções contínuas, que exigem a articulação administrativa, financeira e estética dos artistas e coletivos. Não é uma tarefa fácil e sem modelo. Por exemplo, há grupos que operam suas ações culturais e atividades exclusivamente em suas sedes; há, ainda, outros grupos que elaboram suas produções com pequenas circulações na cidade, construindo uma relação íntima com a comunidade.

São infinitos os exemplos para composição de grupo, mas todos perpassam pela tríade administrativa, financeira e estética-ética, porque são elas os conectivos estruturais para interligação de grupos e artistas, interna e externamente. Cada grupo e artista desenvolve suas habilidades com mais força em determinada área e são estes pontos que podem estimular a troca entre pares, construindo uma rede de ensino-aprendizagem a partir de experiência e da criação.

Circular e construir redes são modos de reinvenção do grupo e do artista. É uma ética interna que afeta toda a rede de artistas, colaboradores e público, com efeitos significativos no campo social, político e econômico. Atualmente, a diferenciação entre essa natureza das instituições e a das não instituições têm limites tênues, principalmente quando a ação cultural é manter circulações e manutenção de redes de artista, seja ela, no âmbito público e privado, porque os grupos e artistas também

atuam e são pequenas instituições com personalidade jurídica (MEI, SIMPLES), com organograma e fluxograma e suas metas e objetivos. Talvez, a diferença seja de micro a macro, mas a potência de articulação é tão expressiva quanto a da instituição pública/privada. Às vezes, as redes não institucionalizadas apresentam-se mais porosas e democráticas, porque a gestão dos recursos financeiros e humanos é realizada pelo grupo/artista, os quais entendem a ação cultural como um ato social de relação. É uma responsabilidade emancipatória que autoriza e legitima a rede e a si mesmo (grupo ou pessoa), ainda que o recurso para circular seja proveniente de editais, apoio ou patrocínios (Lei de fomento).

Gostaria de trazer à reflexão a perspectiva do artista do Norte em circulação e construção de redes de artistas e coletivos, levando em consideração a tríade (geografia, economia e políticas públicas). Trago a questão, porque é de suma importância refletir um Brasil potente em diversidades de bens simbólicos, no entanto suas possibilidades de circulação e construção de redes são ceifadas por falta de políticas públicas, não apenas para a cultura, mas também para todos os setores da sociedade.

Dentre várias questões que poderíamos adentrar, pinçarei o “custo amazônico” para refletir sobre as implicações que a questão geográfica impõe aos coleti-

vos em relação ao custo de circulação e manutenção de redes, sejam elas institucionais ou não institucionais na região. Além disso, ressalto a falta de políticas públicas e suas coesas implantações nos estados e municípios da região.

O impacto do custo amazônico é debatido há, pelo menos, duas décadas de forma continuada na região e nos fóruns de cultura dentro e fora no Ministério da Cultura. Aos poucos, o custo foi entendido por profissionais, artistas e gestores da cultura de todo o país, o que modificou, apesar de timidamente, algumas cláusulas nos editais de instituições públicas ou privadas, promovendo cotas, notas e pontuações específicas para projeto destinados para a região ou próprio do Norte.

Entretanto, apesar de políticas públicas inclusivas, a participação tímida de artistas e coletivos costuma ser debatida em vários simpósios, palestras e rodas de conversas formais ou informais em todo o território nacional. As implicações na baixa participação se dão por causa de informação (acesso e divulgação), formação e cotas de recursos que não dialogam com as tabelas de serviços nacionais de grupos e, ano após ano, não conseguem dar conta das necessidades que o “custo amazônico” nos impõe arduamente.

Por exemplo, atualmente para um grupo, coletivo e/ou artista sair de Porto

Velho (RO) para Boa Vista (RR) ele deverá se deslocar para Brasília (DF) e realizar conexão para a capital de Roraima. Quando pontuamos em debates que o “custo amazônico” é um problema complexo de vários setores, é justamente para alertar que a circulação de bens culturais e construção de redes que acionem toda economia ao redor da cultura exige investimentos em vários setores da sociedade. À medida que o “custo amazônico” reduzir, poderemos pensar de forma digna e honesta projetos amplos de circulação intermunicipal e inter-regional.

É válido ressaltar que dezenas de grupos da região Norte já elaboraram e executaram projetos de circulação pela região e fora dela. Um exemplo é o Projeto SESC AMAZÔNIA DAS ARTES, que tem edições anuais e que seleciona propostas dos 7 estados da região Norte, e inclui ainda Piauí, Maranhão e Mato Grosso; todos os selecionados circulam entre os 10 estados.

Há, também, projetos de circulação de companhias, artistas e grupos da região Norte realizados de forma autônoma, entre elas, a Companhia Cacos (Manaus), Indios.com (Manaus), CDA (Companhia de Dança do Amazonas), Inbust (Pará), O Imaginário (RO), Espatódea (AM), Panorando (AM), Roda na Praça (AM), Ateliê 23 (AM), Grupo Arte e Fato (AM), Cia. Fiasco (RO), Soufflé de Bodó Company (Manaus), artistas independentes como Francis-

co Rider (Manaus), Francis Baiardi (Manaus), Rafael Barros (RO), entre outros. São projetos de coletivos e artistas que são sempre subsidiados pelas esferas municipais, estaduais ou federais para a sua execução; com isso, a rede de conexão é reativada constantemente entre as regiões através da circulação desses artistas visionários e de seus projetos.

Destaco a Soufflé de Bodó Company (Amazonas) como grupo de teatro que se elabora em perspectivas de parceria e ações autônomas na construção, circulação e manutenção de redes de contatos entre a região Norte e o Brasil através de projetos como SESC - 52 (2015), Circulação de Guerilha (2016), Kombi - Soufflé (2016, 2017), Palco Giratório (2019), Sesc Amazônia das Artes (2019, não executado em decorrência crise sanitária ocasionada pela COVID-19), ComaTeatro (2020) e Jandira Theater MOVE (2020).

O projeto SESC - 52 é uma correalização entre a Soufflé de Bodó Co. e o SESC/RO (2015) como projeto de circulação do espetáculo “Dragão de Macaparana” nos 52 municípios do Estado de Rondônia com orçamento de 150.000,00 reais e dois meses de itinerância. Por si só, um trabalho árduo de planejamento (pré-produção, produção e execução) com doses de reinvenção diária e, às vezes, coragem. Um projeto dessa envergadura é histórico, pois, talvez, nenhum outro grupo de tea-

tro do Brasil tenha realizado apresentações em todas as cidades de um Estado e isso, para a realidade do Norte, é sem precedentes.

Após essa experiência, o grupo, dedicou-se a refletir sobre o que envolvia um projeto de circulação a partir das necessidades de produção. Qual seria o padrão de produção que o grupo necessitaria para realização plena do espetáculo? A partir dessa pergunta macro, outras perguntas apareceram e, junto com elas, algumas respostas.

A Soufflé de Bodó Co. desenvolveu no plano político-administrativo do grupo a separação de recurso para uma circulação batizada de “Circulação de Guerrilha”, que consiste em traçar uma linha (percurso) entre duas cidades, geralmente capitais da região, e os municípios entre essas cidades. Ao escolher o percurso, é realizada a escolha do espetáculo que se realizará para apresentação nessas cidades. A produção é realizada de forma instantânea e em diálogo com professores, agitadores, secretários de cada cidade. O escopo do projeto é simples e de fácil execução, pois o desejo de realizar circulação estava latente.

A Circulação de Guerrilha já foi realizada duas vezes, entre Manaus e Boa Vista com apresentações em várias cidades nesse percurso, também entre Porto Velho e Ariquemes em Roraima. E, aos poucos, a política de pensar em circular

e resistir à inércia do plano político de Estado no Norte nos ajudou a pensar em projetos a médio e curto prazos, que consistem em criar um espetáculo num ano e, no ano seguinte, entrar em circulação com este espetáculo pela cidade, estado ou região.

Os frutos dessa estratégia fizeram a companhia construir circulações autônomas e parceiras como Palco Giratório (SESC) e KOMBI - Soufflé (ManausCult); além de projetos como COMATEATRO, projeto de circulação do espetáculo “Vestido Queimado” em formato pocket-delivery pela cidade de Manaus, o qual nasceu durante a pandemia do COVID-19 no ano de 2020. A inédita iniciativa da Soufflé de Bodó Co. é a construção do “Jandira Theater Move”, um teatro contêiner para circulação em bairros e praças da cidade de Manaus durante um ano e, após isso, pousar na sede do grupo no ramal de Jandira na cidade de Iranduba (AM), cidade do interior do Amazonas, às margens do Rio Solimões.

Apesar das iniciativas dos grupos, artistas e coletivos da região, nós vivenciamos uma crise que se apresenta atualíssima, mas é construída fortemente há séculos, construídos pelo pensamento ocidental, e que cresce à medida que o Brasil se desenvolve como nação forjada no pensamento oitocentista da natureza, na qual o bioma precisa ser ornamentado em “ordem e progresso” com a natureza à serviço do homem. Ou seja, os artistas, os coletivos e a sociedade

do Norte vivenciam precários serviços públicos e privados para manutenção da qualidade de vida e, também, para desenhar uma sociedade democrática, participativa e inclusiva. É uma questão brasileira, mas o que em outros lugares parece um desvio, um hiato no processo democrático, aqui parece plano.

É comum entre todos os coletivos aqui mencionados que ações culturais voltadas para circulação e construção de rede não institucionalizadas sejam frutos de uma ética que surge através da reflexão do contexto na qual cada grupo vivências suas demandas. Eles acreditam fielmente na manutenção das atividades através da ampliação de rede e do pleno diálogo democrático, inclusivo e participativo, o que se realiza por meio de festivais, mostras, fóruns presenciais ou não, quer sejam essas atividades geridas por grupos, quer por instituições.

Por Francis Madson
Manaus - Amazonas - Brasil

-

embarque na

JORNADA DE **pensamento.**

VIVER DE ARTE

EDIÇÃO #01
AGO/OUT 2020

acesse os vídeos das
palestras no YouTube:



<https://www.youtube.com/c/PortoDragão>

GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ

CAMILO SOBREIRA DE SANTANA
Governador do Estado do Ceará

MARIA IZOLDA CELA DE ARRUDA COELHO
Vice-Governadora do Estado do Ceará

FABIANO DOS SANTOS PIÚBA
Secretário da Cultura

LUISA CELA DE ARRUDA COELHO
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 e Criação

LENILDO GOMES
Diretor de Articulação Institucional

CENTRO CULTURAL PORTO DRAGÃO E HUB CULTURAL DO CEARÁ

JOÃO WILSON DAMASCENO
Superintendente

HELENA BARBOSA
Gerente Executiva do Centro Cultural Porto Dragão

IVAN FERRARO
Gerente Executivo do Hub Cultural do Ceará

LÉO PORTO
Coordenação de Produção Centro Cultural Porto Dragão

FABIANO VERÍSSIMO
Produção Hub Cultural do Ceará

WELLINGTON GADELHA
Produção Centro Cultural Porto Dragão

ELLÍCIA MARIA
Assistente de Produção Centro Cultural Porto Dragão

MAÍRA SUSPIRO
Coordenação de Comunicação

LELLA MIRANDA
Coordenação Administrativo-Financeiro

CARLIANE ARAGÃO
Assistente Administrativa

NATÉRCIA ALVES
Técnico de Sonorização

FÁBIO SILVA
Técnico de iluminação

DAYSE EMMELY
Recepção

RAIMUNDO NONATO
Zeladoria

WEBINÁRIO 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

MONIQUE CARDOSO e IVINA PASSOS
Produção Ato Marketing

LÉO PORTO
Operação De Transmissões

MAÍRA SUSPIRO e RHAIZA OLIVEIRA
Comunicação

ESAU BARBOSA e GABRIEL GOERSCH
Vinheta e Animação

SABRINA ALBUQUERQUE
Design Gráfico

ISABEL PAZ
Administrativo

ALJANIELLE AMORIM, JORGE VIANA e MAIANE MESQUITA
Intérpretes de libras

© Instituto Dragão do Mar, 2021
Todos os direitos reservados

JOICE NUNES
Revisão

JULIA VALIENGO
Capa, Projeto Gráfico e Diagramação

FABIANO VERÍSSIMO
Produção Executiva

SÉFORA DE MENEZES OLIVEIRA
Bibliotecária - CRB3 1197

V857

Viver de Arte: reflexões sobre arte, cultura e economia no Brasil contemporâneo [recurso eletrônico] / Joice Nunes (rev.); Julia Valiengo (diag.). - Fortaleza: IDM, 2021.
186p. : 1.600 Kb ; PDF

ISBN: 978-65-993753-7-8

1. Arte - estudo e pesquisa. 2. Cultura - estudo e pesquisa. 3. Políticas públicas - cultura e arte. 4. Gestão cultural. 5. Mercado cultural. 6. Produções artísticas. I. Título. II. Nunes, Joice. III. Valiengo, Julia.

CDD 707.981

