

# Pablo Capilé

Articulador do Circuito Fora do Eixo

**“O principal avanço do Circuito Fora do Eixo é ter conseguido deixar a perspectiva de coletivos de música para se assumir como coletivos de tecnologia social.”**

Entrevista realizada por Sergio Cohn no dia 28 de maio de 2010, em São Paulo.

Pablo Capilé

Pablo Capilé é produtor cultural, idealizador e co-fundador do Espaço Cubo, em Cuiabá, um dos coletivos que formaram o Circuito Fora do Eixo, em 2005. Concebeu tecnologias de gestão sócio-cultural, como o cubo card (moeda complementar que se pauta em princípios da economia solidária). Passou a militar nacionalmente para articular coletivos que pudessem gerar um circuito independente de bandas e grupos artísticos.

Produziu diversos festivais independentes de rock em Cuiabá e passou a agir politicamente com o Cubo por meio dos conselhos municipais, fóruns de cultura e secretarias. Começava então a ganhar corpo um movimento coletivo. “Em 2005, esses sistemas começam a se organizar e o Brasil inteiro começa a perceber que talvez, até para ser egoísta, era preciso trabalhar coletivamente, não dava mais para estar fora daquela história.” Nasce assim o Circuito Fora do Eixo e a Associação Brasileira dos Festivais Independentes (Abrafin).

Capilé também é produtor da banda Macaco Bong, que teve o CD eleito como o melhor de 2008 pela revista *Rolling Stone*. Para ele, o próprio conceito de sucesso na música está sendo reformulado. “O Macaco Bong não vai vender milhões, vai vender 5 mil cópias – o que, para ele, é sucesso.” O cenário da música mudou. Capilé duvida que haverá espaço novamente para sucessos únicos como Roberto Carlos. “Existem nichos e cada um já possui as suas expectativas.”

## **Vocês criaram uma moeda própria para gerar uma nova circulação de cultura. Ela se chamou cubo. Por quê?**

Em 2001 e 2002, em Cuiabá, a gente começou dentro da universidade, na Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT), com um evento chamado Encontro de Comunicação Social (Ecos). A gente linkou os centros acadêmicos das universidades de comunicação. O Ecos foi um sucesso, mas os alunos ainda estavam muito viciados naquele modelo de movimento estudantil dos anos 80. Organizamos, então, um festival chamado Calango. No Calango, na época, a gente até levou ingenuamente o Tadeu Valério, executivo da Paradox Music, porque a gente achava que os rumos da música do país passavam pelas grandes gravadoras. A única coisa que absorvemos do que ele falou foi que não adiantava nada ter um festival se a gente não organizasse ações periódicas e permanentes ao longo do ano. O movimento cultural local ia continuar cover ou muito ruim; só ia produzir alguma coisa autoral na época do festival, sem outros ambientes para dar suporte no restante do ano. E a gente resolve montar um coletivo em 2002. A gente queria um nome composto, que pudesse não ser um nome tradicional, e veio a ideia do Cubo Mágico. Dali, outras coisas foram derivadas: Cubo Estúdio de Ensaio, Cubo Comunicação, Cubo Estúdio de Gravação. Quando criamos a nossa moeda, o nome foi cubo card.

### **Qual foi a necessidade que levou à criação do cubo card?**

Nem tínhamos muito envolvimento com o movimento estudantil, nosso envolvimento maior era com música e com audiovisual. Mas víamos a universidade como uma plataforma de difusão. Depois de sair do movimento estudantil, percebemos a música como o segmento que podia ecoar mais as propostas que queríamos para uma cidade como Cuiabá. São 500 mil habitantes e é a única cidade do Centro-Oeste que tem 300 anos. Entramos na música com dois objetivos principais: construir um mercado e debater a política pública com as pessoas desse mercado. No primeiro ano, a gente tinha o Estúdio Cubo de Ensaio. Foi quando as bandas quiseram começar a tocar e a gravar. Em cima de dificuldades, começamos a criar oportunidades. Depois, as bandas começaram a tocar na Cubo Eventos. Começou a aumentar o número de bandas, porque aquele público que ia assistir às bandas também queria montar bandas. Para divulgar melhor essas bandas, a gente montou a Cubo Comunicação para se relacionar com os parceiros locais – jornal, TV e rádio – e, segundo, para criar as nossas próprias interfaces. No final de 2003, a galera não estava muito disposta a discutir política pública porque, como a maioria não era remunerada, não conseguia enxergar que aquilo era um mercado. Começou um boato na cidade de que o Cubo Mágico estava crescendo e explorando os artistas que se apresentavam, porque a gente já tinha um estúdio de ensaio, de gravação, e os artistas não estavam recebendo pelos shows. Mas a gente ainda estava trabalhando com a troca solidária, com o que virou depois a Central Única das Favelas, estávamos com o movimento hip-hop. Na época, a galera tinha feito até gato de luz e de água para a gente conseguir pagar as contas. Era muito difícil viabilizar as coisas. As bandas começaram a falar que a gente não estava pagando e não queriam ir mais para fórum de cultura, não queriam discutir mais política pública nem participar das oficinas, das palestras. A gente precisava criar uma alternativa que estabelecesse um equilíbrio. Em espécie, a gente não ia conseguir pagar, mas poderia estabelecer uma troca solidária. A banda começou a receber o card em troca dos shows que fazia. Ela recebia 300 cards e podia ter um estúdio de ensaio, um estúdio de gravação, uma assessoria de imprensa. Com isso, as bandas começaram a perceber que não estavam mais gastando dinheiro com determinadas coisas, porque poderiam usar o card. Começaram a entender mais a lógica do que a gente estava fazendo e voltaram a militar no debate de política pública. A partir daí, foi um processo de consolidação.

### **Como esse processo evoluiu para a criação do Circuito Fora do Eixo?**

Em 2002, construímos essas plataformas. Em 2003, surgiu o card, que passa a

ser distribuído dentro dessas plataformas. Em 2004, a gente quebra e começa a buscar outros parceiros para o sistema de crédito, começam a entrar mais pessoas dentro dessa lógica. Foi o nosso *subprime*: a gente tinha 150 mil cards na rua, sem condição de pagar esses cards. Tivemos que trazer a iniciativa privada para perto e aumentar o número de pessoas. Em 2005, a gente se estabilizou. Com o Festival Calango e com essa estabilização, percebemos que tínhamos criado em Cuiabá um ambiente favorável para dialogar com outros movimentos do país. Convidamos produtores do Brasil inteiro e apresentamos o case do Cubo Mágico. Vários deles se interessaram e surgiram ali dois movimentos fortes: a Associação Brasileira dos Festivais Independentes (Abrafin) e o Circuito Fora do Eixo. Este último era movimento social, sem natureza jurídica clara, mas que já estava muito mais disposto a debater comportamento do que propriamente a cadeia produtiva da música. Era uma forma de a gente tentar visualizar como aquela moeda complementar poderia interferir no comportamento do agente produtivo. Buscamos, em vez de produtoras, coletivos que quisessem debater com esse movimento social. O Circuito Fora do Eixo trabalhava para organizar o terceiro setor, já entendendo que, a partir do movimento ligado à música, a gente poderia entender melhor o sentido antropológico de cultura, que não fosse só mercado, mas que fosse comportamental. O circuito surge no meio disso. Já tinham várias iniciativas acontecendo pelo Brasil. Na gênese disso, em meados dos anos 90, você tem dois movimentos na música brasileira: o primeiro de alguns agentes que já estavam atuando e que começam a pensar que aquele modelo industrial ia cair. Ao mesmo tempo, pequenos produtores começam a perceber mais rápido o que está acontecendo em outros lugares. Até ali, o cara de Goiânia não sabia o que acontecia no Acre; a passagem era cara, o interurbano era caro, a carta demorava. O que se tornou *indie* era antes a cena pop. A partir do momento que vem a internet, esses produtores começam a dialogar e o movimento adquire maturidade. No começo dos anos 90, por exemplo, o Abril Pro Rock, trouxe o mangue beat junto. O mangue beat potencializa o Abril, e o Abril potencializa o mangue beat. O gênero mostra um panorama em que é possível surgir coisas fora do eixo Rio-São Paulo. De 1994 até 2005, essa história toda foi se fortalecendo. Os festivais trocavam no varejo, os pequenos empreendedores trocavam no varejo e, em 2005, veio uma consciência da necessidade de começar a se organizar coletivamente. A partir dali, a música aperta a tecla “F5” e retoma um debate político, que não era mais aquele engajamento, de certa forma até panfletário. Era como mudar o foco do que é arte engajada, de deixar de ser “caminhando, cantando e seguindo a canção” para ser “caminhando, cantando e carregando caixa”. Em 2005, esses sistemas começam a se organizar, e

o Brasil inteiro começa a perceber que talvez, até para ser egoísta, tinha-se que trabalhar coletivamente, não dava mais para estar fora daquela história. É no fim de 2005 que, numa mesma reunião, surgem a Associação Brasileira dos Festivais Independentes e o Circuito Fora do Eixo – um complementar ao outro.

### **Nesses cinco anos do Fora do Eixo, qual o balanço do trabalho, do crescimento e da consolidação?**

O principal ponto de avanço é a gente ter conseguido definitivamente sair da perspectiva de ser coletivos de música para a perspectiva de coletivos de tecnologia social. A galera conseguiu deixar de entender cultura como única e exclusivamente linguagem artística. O que a gente tenta estabelecer é uma transformação comportamental, em que cada um dos agentes desses coletivos pode ser construtor de um alicerce para uma série de linguagens, mas não necessariamente dentro da arte. Ele pode estar em um coletivo em Itaberito (MG), construindo uma liga de futebol amador, conectando música às escolas, pensando saúde pública em outra perspectiva. Se a princípio a gente era uma gurizada de 17 a 20 anos querendo trabalhar exclusivamente com música, em cinco anos a gente criou um lastro suficiente de conteúdo que permitiu entender que aquilo era muito maior do que música ou de que determinadas linguagens artísticas. Em 2006, a gente colocou 200 bandas para circular. Em 2009, 2,5 mil. Começamos com cinco coletivos em 2006, contra 50 em 2009. Foram 13 festivais em 2006, e 83 em 2009. O Grito Rock era um festival que, até 2006, acontecia só em Cuiabá e em 2009 passou a ser organizado em 85 cidades. A gente tinha três web rádios e três webTVs em 2006, hoje são 74 web rádios, 112 web TVs, 95 blogs, 46 zines. A gente conseguiu criar uma estrutura de comunicação para dar suporte a essa história toda. A gente trabalhava única e exclusivamente com música. Hoje, a gente já consegue ter, nos mesmos coletivos, audiovisual, literatura, teatro – festivais de cada uma dessas plataformas. A gente começou com um embrião, a moeda complementar, em Cuiabá e hoje a gente já tem sete moedas complementares. O Fora do Eixo Card faz com que cada um dos agentes, integrados ao sistema de crédito possa utilizar do seu crédito em qualquer um dos lugares do Brasil. Estamos ainda no processo de construção.

### **Onde vocês pretendem chegar? Na política formal?**

A gente pretende criar um ambiente favorável para daqui 30 anos. Podemos tentar criar uma plataforma em que a cultura consiga ganhar espaço prioritário na agenda dos debates municipais, estaduais e federal.

### **Fale um pouco das questões de vocês, da chegada a São Paulo, o encontro Fora do Eixo em Buenos Aires...**

Em um primeiro momento, a gente entendia que o conceito “fora do eixo” era geográfico. Depois, que era “fora do eixo” tradicional de produção. Isso porque, muitas vezes, aqui no eixo Rio-São Paulo, havia mais gente excluída do que a própria galera daquele “fora do eixo” geográfico. O diálogo com o poder público é muito mais difícil no Rio e em São Paulo, é menos intenso do que em outras cidades. Isso acaba formando estruturas interessantes. O distanciamento histórico do eixo de debate ou do eixo econômico fez com que a região Norte, por exemplo, seja muito politizada. A galera do Centro-Oeste também se preparou bastante. A gente percebia que não adiantava trabalhar com um ponto só. Teria que tentar estruturar um ponto que conseguisse articular outros pontos ali dentro. Não adianta nada a gente ter um ponto aqui, se não tiver um diálogo com a Casa da Cultura Digital, com o Auditório do Ibirapuera, com a Eletrocooperativa, com uma série de outras iniciativas. Porque cada bairro paulistano é do tamanho de uma cidade como Cuiabá. Não podemos utilizar as mesmas estratégias. A mesma coisa vale para o Rio de Janeiro ou para Buenos Aires. Buenos Aires é um país, praticamente. Queremos fortalecer nosso escritório em São Paulo. A mesma coisa para Belo Horizonte, Recife, Belém, Curitiba, Porto Alegre. O nosso empreendimento são as cidades de 500 mil a 700 mil habitantes, em que você consegue ter um foco de trabalho do Circuito Fora do Eixo para atingir boa parte dos habitantes.

### **Há um temor em relação a uma centralização dessa rede? O crescimento traz uma tensão também por gerar muitas críticas. Como vocês lidam com isso?**

A gente entende que a experiência local dessas tensões nos deixou calejadados para esse enfrentamento nacional que tem acontecido. O ciclo de tensão é muito parecido com o que acontece na sua cidade, quando você está começando. Quando você vem com algo novo, ele gera um tipo de reação. Essa reação é respondida por esse novo, que está muito disposto a respondê-la, e até se move em torno disso. É nosso banco de estímulos. Muitas vezes, quando você não tem dinheiro, há algumas coisas que te movem. Esse processo de fiscalização por parte dos que estão de fora move muito esse banco de estímulos. É muito mais falta de entendimento do que propriamente vontade de ir para um campo de tensão. A reação do coletivo é muito bacana, porque começa a se ver coletivamente, precisa defender a história. No segundo momento, ele se estabiliza. O setor cultural brasileiro ainda é muito desorgani-

zado, não age em bloco, tem uma dificuldade até de criar uma oposição nas coisas que são situação. Quando a gente era o futuro, as pessoas eram extremamente entusiastas desse futuro, até porque os lugares delas estavam estabelecidos. A partir do momento que a gente começou a virar um pouco mais o presente, gerou-se uma tensão um pouco maior, porque você ocupa um espaço que alguém estava ocupando. Dificilmente as pessoas que perdem o espaço saem sem esperar. As críticas vão vir, e elas nos fortalecem como rede porque ativam o debate interno.

### **Quais são as críticas?**

As críticas se referem a politizar muito o debate. O setor cultural é pouco politizado. Existe preconceito em relação à questão política. Tudo que é política, a galera entende como politicagem. Oitenta por cento do setor cultural ainda está em um debate purista da arte pela arte. Existe a dificuldade de entender a importância de linkar o criativo com a ação estruturante, lastreado por um pacto do primeiro, do segundo e do terceiro setor. Isso desce de forma violenta para essa maioria mais puritana, tanto para a galera que vem da década de 80, trabalhando em uma perspectiva de estruturar só a parte inventiva e criativa, quanto para quem ainda sonha com outro modelo que não tenha essa compactuação nos setores. As principais críticas vêm em torno disso. E precisamos entrar nos conselhos de participação social, temos que construir a Rede Música Brasil, por exemplo. Na grande maioria das cidades, o poder público teria todo o interesse – ainda mais na forma com que as secretarias de cultura atuam – em que o artista continue trabalhando única e exclusivamente com a arte dele. Se ele se politiza, a pressão aumenta. Isso estabelece outro parâmetro. No Ministério da Cultura é outra estrutura. Você pega uma galera escolhida a dedo que veio sendo formada dentro desse debate. Agora, nas secretarias estaduais e municipais do Brasil, não existe um interesse pela politização do artista.

### **O que é e como funciona a Abrafin?**

A Associação Brasileira de Festivais Independentes funciona para defender os interesses dos festivais. Num primeiro momento, como não existiam outras entidades, a Abrafin acabava tendo que abarcar uma série de outras iniciativas. Quando o MinC quis investir naquela fábrica de vinil, que foi passada depois para a Deck Disc, foi buscar a Abrafin. Há cinco anos, começou esse movimento de novas organizações que estavam surgindo e a Abrafin teve um papel muito importante para organizar esses cenários. Os festivais, na grande maioria das vezes, são muito maiores do que a própria cena. Aparecem muito

mais para o poder público e para a iniciativa privada. O próprio Ministério da Cultura teve muita dificuldade de enxergar o Circuito Fora do Eixo, mesmo sendo uma ação extremamente mais significativa no processo estruturante do que a Abrafin. Ela foi muito importante até para legitimar o Fora de Eixo nesse sentido, porque todo mundo via primeiro os grandes eventos. Depois, com o tempo, a Abrafin começou a fazer aquilo que era o seu expertise inicial: dar conta de estruturar os festivais, fazer com que eles atuassem em bloco, melhorar a estrutura, criar um circuito para a música brasileira. Até a década de 80, você tinha uma rádio ligada em rede – a música que tocava naquela rádio tocava no Brasil inteiro. A Abrafin conseguiu fazer com que um artista – como um Cidadão Instigado, um Macaco Bong, um Vanguard ou um Móveis Coloniais de Acaju – tocasse para cinco mil pessoas em Cuiabá, coisa que dificilmente faria há 20 anos. A Abrafin conseguiu criar um circuito que, de certa forma, substitui a rádio nesse novo parâmetro da música. A grande vitória da Abrafin é conseguir mostrar que existe um circuito. Hoje, você consegue fazer show no Brasil inteiro com os festivais.

### **Como você vê a questão da sobrevivência do artista hoje?**

A gente está no início do caminho. Há muito debate sobre cachê, remuneração. Muita gente acha que os festivais são a linha de chegada, sendo que, na verdade, essa estrutura toda é ponto de partida. O tempo de criar a sustentabilidade de uma empresa tradicional em uma cidade pequena é de três a cinco anos. A gente já conseguiu aumentar o número de cidades onde esses artistas podem se apresentar. Uma banda hoje, no Brasil – sem ser Jota Quest, Skank ou Ivete Sangalo – consegue fazer 90 shows em um ano – parte deles em festivais. Essa banda faz oito, nove shows em festivais. Neles, não recebe cachê, mas muitos compradores vão estar ali, para levá-la a outros shows. A banda começa a formar público e a aumentar a remuneração. Uma banda como a nossa, Macaco Bong, de Cuiabá, faz 90 shows por ano, movimenta, só de cachê, R\$ 150 mil em um ano. É uma banda com três integrantes, ou seja, são R\$ 50 mil por integrante em um ano, dá cerca de R\$ 3 mil por mês. São poucas bandas que conseguem tirar isso, mas a gente espera que, com o tempo, esses números aumentem substancialmente.

### **Mas ao criar essa estrutura, não existe o risco de um conjunto de bandas mais ligado à centralidade do movimento ocupar o espaço de protagonista dentro do circuito?**

Com certeza absoluta. Uma das razões para o surgimento do Fora do

Eixo foi para não deixar a Abrafin se transformar em uma panela. No começo, a grande maioria dos festivais da Abrafin vinha do segundo setor. Quem trouxe essa ideia de terceiro setor foi o Circuito Fora do Eixo. O primeiro momento da Abrafin era voltado aos grandes festivais, os festivais organizados por empresas, que não necessariamente tinham essa perspectiva de dialogar com o terceiro setor, ou de ser mais democrático, de pensar no macro da música brasileira. O Circuito Fora do Eixo demorou dois anos para virar a referência dentro da Abrafin. Hoje, a grande maioria dos festivais da Abrafin são do Fora do Eixo, mas, nos primeiros dois anos, nós éramos os politizados, que só entendiam de estrutura e que queriam abrir demais aquela lógica toda. A gente começou, dentro da Abrafin, a abrir as planilhas dos nossos festivais e colocá-las para ser baixadas na internet; mostrar como funcionavam as nossas curadorias. Isso gerou um impacto lá dentro que fez com que festivais que eram do segundo setor entendessem que era obrigatório abrirem o DNA. No primeiro momento, a gente queria que a Abrafin não reproduzisse o modelo do rádio. A gente começou a deixar muito aberto tudo o que acontecia ali dentro: as bandas que tocaram, o número de vezes que cada uma dessas bandas tocou, em quais festivais, publicando como funcionava a curadoria de cada um deles.

A grande maioria das bandas que não tocam nos festivais são as que não entendem a lógica de que festival é uma grande mostra. É miopia pensar em festival como sustentabilidade financeira direta. Os festivais são zonas autônomas temporárias. Eles vêm e aproveitam aquele levante – ou não aproveitam. Não é dali que você vai tirar R\$ 1 mil, R\$ 1,5 mil. Dali você vai tirar 300, 400 pessoas de público. A banda que mais toca no festival, por ano, toca em seis. Se em seis festivais tiver um cachê de R\$ 500 a R\$ 800, que é o que cada festival vai ter condição de pagar, com 50, 100 pessoas de público na sua cidade, você vai ter lá R\$ 3 mil, R\$ 3,5 mil num ano – o que não é nada. Agora, se você facilita para ir, compra passagens antecipadas, se planeja em cima desse calendário, negocia os horários que vai tocar, as condições desse show, você consegue conquistar 200, 300, 400 pessoas de público, que é o que vai fazer você sobreviver. O Móveis Coloniais de Acaju vai para Cuiabá e a gente não paga absolutamente nada, nem hospedagem, nem alimentação. Eles ficam com a bilheteria e vão embora. E é sempre sucesso total para eles: gastam R\$ 2,5 mil de passagem, tiram R\$ 7 mil de bilheteria. Hoje, as bandas utilizam esses festivais para formar seu público. Ao mesmo tempo, as bandas que mais tocam são as que mais têm clareza de que o mercado mudou.

### **Existe amadurecimento da reflexão crítica e da qualidade do cenário independente?**

Nunca tivemos tanta banda ruim e também nunca tivemos tanta banda boa. São dez mil artistas querendo se apresentar e existem três mil vagas anuais para colocá-los. Então, sete mil ficam de fora desses espaços. Como temos quatro anos, esse filtro estético está se aperfeiçoando. Hoje você tem um festival como o Calango, ou como o Goiânia Noise, que apresenta 70 bandas. Algumas delas não vão conseguir dar continuidade, porque não foram tão legais, mas o festival serve para isso, para buscar uma alternativa de tentar lançar alguém, uma aposta. Muitas vezes, bandas que estão ali, localmente, dando suporte para um coletivo local, vão para circulação. Só que você tem três pilares nessa história: o público, o jornalista e o produtor. O público é mais importante, ele define se o produtor vai chamar a banda na próxima vez. Depois vem o jornalista e, por fim, o produtor. Esses três estão apurando cada vez mais esse filtro. O problema é quando usam o discurso de estética da maneira mais preconceituosa do mundo. Como se Hermeto Paschoal fosse mais do que o Cólera. Um possui um recorte específico, o Hermeto possui outro, assim como o Arthur Maia e o Ney Hugo do Macaco Bong. Mas todos são bastante interessantes esteticamente. E a gente tomou porrada para caralho quando começou a circular bandas de Roraima, do Amapá e do Acre, que, no começo, eram ruins. Elas iam para os festivais e os jornalistas desciam o cacete. E a gente falava desde o começo que havia cota política, sim. Se a gente não tivesse, não teria uma banda tão boa do Amapá agora como Mini Box Lunar. As primeiras bandas do Amapá não eram tão boas, mas a gente sabia que estava num processo de formação de um cenário, que nunca ia se estimular se não tivesse visto o que acontecia fora. Se o Mr. Jungle não tivesse saído de Roraima, com o rock metal-farofa deles, não ia ter o Some-ro, que é uma banda muito bacana que veio depois. Se o Stereovitrola, uma banda bem mais ou menos há quatro anos, não tivesse ido para Cuiabá e, depois, montado o coletivo Palafita, o Mini Box Lunar não existiria. Então, é um processo de estruturação complicado. É premeditado e preconceituoso colocar que é um cenário que não tem uma preocupação estética ou que tem muita banda ruim. O artista ruim articulado pode rodar um ano, mas depois a galera esquece, todo mundo vai detonar. A grande maioria dos artistas que moram em São Paulo estão acostumados com os cachês que o Sesc, o Baixo Augusta ou o próprio mercado paga e acham que o resto do Brasil é amador porque não consegue pagar o que o Sesc paga, em vez de entenderem que existem mil Brasis dentro desse Brasil que ele visualiza.

### **Como você vê a construção de novos ídolos e sucessos? Há necessidade dos *hits*?**

O *hit* está vivo. A banda Fantasmão, o Calypso, o tecnobrega, o Black Drawing Chalks. Não existe possibilidade de estourar como Roberto Carlos estourou. Isso não vai mais acontecer. A internet pulveriza. É um processo que, em vez de dez ganhando um milhão, são mil ganhando mil. Só que esses mil ganhando mil têm que cada vez mais se contentar com R\$ 400, R\$ 600. A internet que existe no Brasil é meia-boca. Quando você tiver uma internet melhor do que a que existe, o nível de descentralização desse público e de fragmentação desses *hits* vai ser absurdamente muito maior. A gente vive num país em que o Amapá não tem banda larga, em que Roraima não tem banda larga, em que a internet no Nordeste é muito ruim. Muitas vezes, o próprio Nordeste ainda está concentrado nos artistas do Nordeste. No nosso recorte agora tem os emos – Cine, Restart, NX Zero –, mas que estão reproduzindo aquela lógica do jabá. Da mesma forma, você tem o mercado do axé muito forte construído na Bahia, que continua lançando os seus artistas. Dentro desse nosso mercado, do qual o Lucas Santana faz parte, estão estilos que pegaram o fim de feira das grandes gravadoras e conseguiram se estruturar fortemente, para ter recurso. Os caras captam esses recursos com shows e reinvestem esses recursos em promoção. E agora que a indústria quer ganhar no show também, o artista prefere montar a sua produtora e, em cima dela, negociar os seus direitos, trabalhar os shows, lançar os seus próprios CDs.

### **O André Midani comentou que sucesso rápido vai continuar existindo, mas carreiras duradoras é muito mais difícil. O que você acha?**

Já acho o contrário. Acho que o sucesso não tem mais, e, sim, a carreira. O modelo de carreira vai ser mais equilibrado. O cara que está lançando um CD por ano é aquele que forma público pouco a pouco, que não tem mais a pressão de estourar. Ele faz o disco dentro de todas as convicções que ele acredita. Não precisa se encaixar dentro de um parâmetro específico. É possível ter uma carreira mais próxima daquilo que o artista acredita, sem ter uns parâmetros mais violentos aos quais tenha que se adaptar. O sucesso que o Midani coloca deve ser o sucesso da grande banda da última semana. Ele acha que é esse sucesso rápido e momentâneo. Eu já acredito que há escalas de sucesso. O sucesso está atrelado à expectativa de cada um para a sua carreira. Vi Rômulo Fróes dizer: “Toco para 300, 400 pessoas e eu sonhava com isso. Estou muito bem sucedido dentro do que eu acredito”. O Macaco Bong é a mesma coisa. Não vai vender milhões, vai vender cinco mil cópias, o que é sucesso para a banda. Os parâmetros são outros hoje.

Existem nichos e cada um já possui as suas expectativas para aquilo. As carreiras estão muito mais sólidas, inclusive. A Virada Cultural de São Paulo, por exemplo, é um dos lugares onde artistas fora da mídia estão se reposicionando.

### **Qual sua reflexão sobre os festivais da Europa, dos Estados Unidos e, principalmente, dos Brics – Brasil, Rússia, Índia e China?**

A gente está agora auxiliando na construção de um fórum do Grupo Global de Empreendedores Musicais, na Inglaterra. No mundo, hoje, o único país que consegue ter uma rede que envolve o país inteiro é o Brasil. Não tem uma rede como essa na Austrália, na China, na Índia. Mesmo nos Estados Unidos, que liga o inventivo e o criativo com ações estruturantes de política pública. A gente entende que o próximo passo é dialogar com Europa e com Estados Unidos para potencializar o nosso mercado e com a China e com os países da África e da Ásia para trocar tecnologia. Hoje, a gente já consegue perceber que um circuito como esse, na África, tem um ambiente favorável para acontecer, porque tem problemas comuns aos nossos. Aqui, no Brasil, a gente consegue fazer com que uma banda saia de Fortaleza e chegue até o Acre tocando 22 dias, fazendo 22 shows. Nos Estados Unidos, na Europa, isso é possível também. Só que as estradas do Brasil são 30 vezes piores do que as desses países. É uma vitória muito maior. A gente vai ter que focar pelos próximos anos nos países da América do Sul. Dentro do nosso planejamento, para os próximos quatro anos, a gente quer ter pelo menos 140 coletivos, dos quais pelo menos 50 sejam de fora do Brasil. Os próximos anos ainda serão de estruturação, de diálogo com o poder público, de captação de mais recursos. O Ministério da Cultura investiu R\$ 5 milhões nos últimos oito anos. É necessário encontrar alternativas para investir mais. Pouco a pouco, a gente vai começar a construir coletivos nesses países, e esses coletivos vão trazer diagnósticos para se saber como atuar por lá.

### **Para encerrar, qual a música que você tem vontade de sentar, fechar os olhos e ouvir?**

*Construção*, do Chico Buarque. Costumo brincar que *Construção* é um disco bastante atual, reflete o que está sendo construído nesse momento. Penso que existe um momento histórico na música, no início dos anos 70, que reflete mais o que estamos fazendo agora do que o que acontecia naquele momento, na perspectiva inventiva e criativa de mobilização.

# Cláudio Prado

Coordenador do Lab. Brasileiro de Cultura Digital

**“O impossível é original. Produzir o que nunca foi feito é fazer uma explosão de energia, é provocar a condição da magia acontecer com hora marcada.”**

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 16 de maio de 2010, em São Paulo.

Cláudio Prado

Se evocar o movimento hippie parece coisa do passado, Cláudio Prado não se incomoda com o anacronismo. Prado se tornou produtor cultural ao acaso, em meio a imersões lisérgicas de todo tipo. Foi no Festival da Ilha de Wight, na Inglaterra, que tudo começou, ao lado dos tropicalistas e de outros jovens que viviam o exílio na Europa. “Tomei meu orange sunshine, ácido californiano de fina estirpe e, ali, baixou em mim a consciência de que tinha que juntar a turma e botá-la no palco.” Por “turma”, entende-se Gilberto Gil, Caetano Veloso, Gal Costa e outros artistas.

No improviso, o grupo fez o show produzido por Cláudio Prado em pleno festival. Foi uma festa encerrada sob os refrões de *Aquele Abraço*. Até a revista *Rolling Stone* se curvou aos brasileiros com uma boa crítica à época. E tudo aquilo mudou a sua vida. “Inventei uma porta para entrar, porque foi a primeira vez que subi no palco, toquei, cantei, produzi, fiz acontecer um puta negócio daquele, do nada.”

Pouco tempo depois, Prado ajudou a idealizar o Festival de Glastonbury que, de tão libertário, contava com aeroporto para UFOs e apoio do exército. Para ele, que também produziu shows de Mutantes e Novos Baianos, é na intuição que reside o universo criativo, capaz de fazer a arte acontecer. “Produzir é provocar uma explosão de energia”, decreta. Fundou e dirigiu diversas produtoras e duas ONGs, Salve a Amazônia e Pró-Rio 92. É um agitador político e cultural, entusiasta das novas possibilidades do ciberespaço e um dos criadores da Casa de Cultura Digital, em São Paulo.

**Fale um pouquinho da bandeira do Brasil que servia de colcha na sua casa.**

Onde você foi achar essa? Foi assim: em 1966, eu estava chegando em Londres e arrumei um bico para ser guia turístico da Copa do Mundo. Era uma agência mequetrefe, que pegou um grupo de umas 40 pessoas do Brasil, que vinha para a Copa, e entregou na minha mão todos os ingressos, os *vouchers* de comida e os *vouchers* de hotel desse povo. A agência se desmilinguiu; eu fiquei com aquele treco todo na mão, e a agência desapareceu, não falei mais com ninguém da agência. O Brasil perdeu, saiu nas quartas, ou nas oitavas, não é? A bandeira sobrou desse grupo e a gente só andava com ela. Mas, na verdade, só para dar um detalhe, além da bandeira, foi a primeira vez que eu ganhei uma grana, porque eu fiquei com ingressos para a final, o hotel, os *vouchers* de comida. Os brasileiros foram embora, então vendi o pacote.

**Como você conheceu a turma dos tropicalistas, que chegaram exilados a Londres em 1969?**

Eu era amigo do Rubens Barbosa, que depois foi embaixador em Londres. Ele era o primeiro-secretário da embaixada. Um dia, fui à casa dele, e estava o Nelson Motta, que eu não conhecia, e o Nelson Motta estava indo para ver o Caetano Veloso. Eu falei: “Quero ir também”. E ele me levou. Foi engraçado, porque o Guilherme Araújo encasquetou que eu era da polícia. Eu estava vindo da casa do Rubens Barbosa, da embaixada, com o Nelson, e o Guilherme: “Quem é esse cara?”. O Nelson deve ter dito: “Não sei, ele estava lá”. E aí o Guilherme encasquetou que eu era da polícia, e que eu estava lá espionando o que eles estariam fazendo. Foi assim que os conheci. Mas foi logo que eles chegaram, eles ainda estavam em Chelsea, em um bairro de gente fina, depois se mudaram para Notting Hill Gate.

### **E essa amizade surgiu imediatamente? Como foi?**

Foi muito rápido e muito contagioso. Naquela época eu estava começando a desbundar, o meu renascimento londrino. Eu estava começando a descobrir os porões, o *underground*. Eu já estava lá há algum tempo, fui me relacionando com eles, mas esse mergulho no mundo *underground*, que depois nos levou a começar a plugar isso nos festivais e descobrir porões onde estavam acontecendo coisas, foi o elo. O Gilberto Gil mergulhava mais. O Caetano tinha uma relação com droga também estranha; ele morre de medo, nunca tomou nada, tinha uma certa distância. E eu já estava ligado nas fontes de LSD ideológico. O LSD era revolucionário, era uma compreensão política do estado alterado de consciência, uma revolução política mesmo, no sentido de mudar o mundo. Eu participava de dois movimentos, os dois únicos que participei na vida, de ser filiado. Um era Keep Drugs Illegal, que era a turma que brigava para não legalizar as drogas, porque, se legalizadas, perderiam o sentido político. O outro não era um movimento, era um grupo cujo projeto era botar LSD nas caixas d'água da Scotland Yard, a polícia inglesa. Ali era mais lúdico, um script de filme. Se a Scotland Yard em peso comesse a viajar de ácido, que porra que ia acontecer? O LSD foi uma coisa essencial nesse momento, para o movimento hippie, para a nossa relação lá. O Gil viajava.

### **Fale do Festival da Ilha de Wight.**

O primeiro festival que eu fui foi o de Bath. Os festivais eram uma extensão dos porões e eram neles que aconteciam as bandas. Essa coisa do *underground* é curiosa, porque eram porões mesmo, debaixo da terra. Começaram a acontecer os festivais, que eram a junção de um monte de porões ao ar livre, em que as pessoas ficavam acampadas. Mas o sentido dos festivais era de território liberado, o

lugar onde você conquistava o direito de ficar pelado, viajar, tomar ácido, fumar, onde não tinha polícia. Nos anos 60, por mais que o liberalismo inglês admitisse um monte de coisa, isso não estava acontecendo lá. Existia uma tendência holandesa em relação a isso. Estava começando na Inglaterra a surgir lugares onde fosse possível comprar um baseado no balcão. Os festivais na Inglaterra eram territórios liberados por três, quatro dias. Era um autogoverno, a política do êxtase.

### **Era literalmente uma zona autônoma temporária.**

Literalmente. E muito antes disso ter sido colocado desse jeito. Era uma conquista política de poder viver, um jeito de se relacionar baseado no tesão. Tinha um livro sobre isso, aliás, que eu roubava para distribuir, dar de presente.

### **Mas a Ilha de Wight foi considerada o primeiro grande festival hippie da Inglaterra ou talvez o último grande festival do mundo no movimento, certo?**

Eu fui no segundo festival, em 1970. Não estive no primeiro. O Festival da Ilha de Wight, na verdade, foi o maior festival de todos, no sentido de festival mesmo, que aconteceu mais de uma vez. Woodstock foi uma explosão, mas uma explosão única – estão querendo refazer agora. Mas aquilo ali implode com a própria estrutura do Woodstock, do que eles mesmos fizeram. Aquilo foi maior do que eles, de tudo que circundou o Woodstock.

### **Por quê?**

Porque ninguém esperava aquele milhão de pessoas. Aquilo era para ser um concerto, e virou uma manifestação política fodida, louca, completamente inesperada. O Festival da Ilha de Wight era um festival do sistema, das gravadoras. O mundo do rock é enorme, botavam no festival os grandes nomes. Nesse que a gente foi, o que eu fazia na época? Eu fazia vaquinha com as pessoas, juntava a grana de todo mundo, alugava a van, arrumava comida, comprava o fumo, LSD. Arrumava tudo, juntava todo mundo e ia para o festival. No festival de Bath, o primeiro que eu fui, as barracas eram do exército, enormes, da cavalaria, cabiam umas 12, 15 pessoas. Era um mastro de circo e uma barraca enorme, com uns quatro metros de diâmetro; uma casa.

### **Verde-oliva?**

Não. Eram cinzas claras. Roubamos duas barracas dessas, gigantescas, enfiamos no porta-malas do carro e levamos embora, para usarmos nos festivais. E no Festival da Ilha de Wight, levamos essas duas barracas. A fatídica bandeira

ra do Brasil tremulava lá em cima. A gente juntou um bando de coisas.

### **A gente quem?**

Um bando. Gil, Caetano, Antonio Bivar, um monte de gente. Guilherme não quis ir. Zé Vicente estava lá.

### **Rogério Sganzerla e Júlio Bressane também?**

Não, eles chegaram depois. Eles foram lá em Glastonbury, que é uma outra história. Glastonbury nasceu na Ilha de Wight. E tinha um bando de músicos, uns amigos nossos, ingleses, que acabaram indo juntos. Tinha a Martine, que era uma modelo argentina, uma mulher fantástica. Eram umas 30 pessoas. Ah, a Gal Costa foi, com os meninos de *A Bolha*, que era a banda que a acompanhava, que estavam na Europa com ela.

### **Entre eles, o Arnaldo Brandão.**

O Arnaldo Brandão era um deles. Acabou dizendo que o festival mudou a vida dele. E nesse festival, com esse bando de gente, eu arrumei tudo. Logo que chegamos, fui para o alto do morro, olhando para aquele mar de gente, 500 mil pessoas. Tomei o meu Orange Sunshine, que era o ácido californiano, de fina estirpe. E ácido ideológico não era um ácido comercial. De repente, baixou em mim a consciência profunda de que eu tinha que descer, juntar a turma toda e botá-la no palco do Festival da Ilha de Wight. Eles tinham que tocar lá. Isso não me criou nenhuma ansiedade, nenhuma dúvida. Continuei curtindo a terra, respirando as plantas. Fui na direção das barracas, onde a gente estava montado. Cheguei lá, o pessoal estava se juntando para fazer um som. Peguei um gravador cassete, enorme, que era tecnologia de pontíssima na época, e pus para gravar. Eu tinha uma tumbadora, que eu brincava de batar, e a gente tocou lá durante uma hora: Gil, Caetano, Gal, todo mundo. Eu estava de sunga vermelha. Obviamente, pus o gravador lá para gravar o som que eu queria levar para o palco, para a turma topar botar aqueles caras no palco. Não combinei o jogo com ninguém. Fui para o palco com o gravador debaixo do braço, de sunga. Eu tinha estado atrás do palco, uma vez, em outro festival. Mas não tinha nenhum conhecimento prático de produção, de como que as coisas funcionavam. E essa história é uma loucura. Eu me imagino depois de ter virado produtor, o que aconteceria se alguém aparecesse, de cueca ou não, tentando botar um cara que eu não sei quem é no palco que já está montado. Mas eu tinha que chegar no palco, o que era uma encrenca, porque tinha que ter uns crachás. Nos últimos passos que eu dava, eu tinha a tomografia do pensamento daquele cara pronto, e eu passava. Foi um pouco isso

que aconteceu. Eu não consigo traduzir em palavras muito bem. Tentei várias vezes, mas eu não sei o que é. É poder mesmo instalado, uma coisa de absoluta consciência. Eu seria capaz, naquele minuto, de falar sobre qualquer assunto. Eu não estava dominado, mas estava dominando completamente aquela condição de estar alterado de consciência, com aquele objetivo que eu tinha. Fui entrando, passei de cueca, gravador embaixo do braço. Aliás, eu acho que, se eu tivesse me vestido, feito alguma concessão, se tivesse um átomo de dúvida sobre o que eu estava fazendo, essa coisa não passava. Se eu estava vestido ou não, não era o que interessava ali. Chegou no último portão próximo ao palco – onde o Jimi Hendrix estaria, do outro lado da cerca – eu saquei que não ia passar. Aí eu fiquei lá parado, olhando, vendo as pessoas, quando aparece um cara, que eu não sei quem é, e falei para ele: “Por favor, leva para mim esse gravador, toca isso aqui para aquele cara lá”. O cara era o Rick Far, o apresentador. Eu fiquei ouvindo o que estava acontecendo no palco. Tinha uma discussão por detrás, uma discussão política profunda, que é uma discussão clássica do mundo da contracultura, que era o *business*, o momento máximo do *business*, aquela muralha que tinha em volta, inclusive a cobrança de ingresso. A coisa política do território liberado estava acontecendo do outro lado de disso tudo. Quer dizer, uma quantidade brutal de gente foi lá ficar acampado o tempo todo e não para ver o festival. Não pagou ingresso, porque para acampar não precisava pagar. A gente entrou na brecha dessa discussão política, dos caras topando botar gente no palco, para mostrar que eles eram liberais.

### **O Antonio Bivar diz que você também usou como argumentação o fato de que eram exilados políticos.**

Sim. Eu falava: “Esse povo aqui não pode cantar no Brasil”. Foi uma das coisas que eu usei. Daqui a pouco, estou conversando com ele atrás do palco, e marquei de a gente tocar no dia seguinte. Não sei reproduzir essa conversa, não consigo lembrar dela direito, mas sei que eu marquei. Ele perguntou: “Quantos vocês são?”. Eu falei: “Uns 30”. Ele falou: “Você está louco?”. E me deu um papel autorizando entrar com 15. Mas eu descobri que tinham duas portas, então botei os 30 – 15 por cada porta – com o mesmo papel, brasileira-mente, “hackeando” a lógica inglesa e a confiança que os ingleses têm de que 15 é sempre 15. Para nós, não era. Enfim, botei todos lá dentro. A história daí para frente foi enlouquecendo cada vez mais. Saí de lá com a mesma certeza, só que ninguém sabia disso, cada um estava na sua viagem. Eu tinha combinado de levar 15, mas na minha cabeça já eram 30. Tinha que botar todos em um palco e não tinha nada preparado para palco, não tinha instrumento, nin-

guém estava pensando nisso. Todo mundo tinha ido para assistir ao festival. No meio do caminho, descobri um cara com um tamborzão enorme. Falei: “Cara, tu me empresta esse tambor? Eu preciso de um tambor para tocar no palco amanhã”. O cara, espantado, falou: “Não, tudo bem. Eu empresto, mas vou junto”. Então, botei mais um. Esse cara deve estar contando essa história até hoje, de que foi assistir ao festival, tinha um tambor africano com uma pele de boi desse tamanho, e acabou no palco do Festival da Ilha de Wight, depois que um louco de sunga, com um gravador debaixo do braço, o convenceu (*risos*). E marquei com ele: “Então, amanhã, a tal hora, na boca do palco. Você me espera lá com o tambor, que a gente vai”.

**Mas vocês elaboraram? Vocês passaram um dia pensando nisso, depois? Porque teve uma série de performances no palco, não foi só uma jam session.**

Não, a performance era a seguinte: tinha uma amiga nossa, uma escultora belga, que tinha levado uma roupa para 12 ou 13 pessoas. Era uma espécie de plástico vermelho, enrugadinho. Hoje, esse tipo de roupa com essa textura já existe muito, mas naquela época, não. Você ficava só com o rosto de fora, vestia, descia, enfiava os dois braços, e emendava em uma outra pessoa. Então, eram 12 ou 13 pessoas com a mesma roupa vermelha, um bicho que andava assim. Só que eu combinei com as pessoas que fossem peladas dentro dessa roupa, porque, num determinado momento, elas sairiam da roupa e dançariam peladas no palco. Mas isso tudo aconteceu sem plano nenhum, de sentar e “vamos ver o que a gente vai fazer”. Foi completamente porra louca.

**O que aconteceu no palco? Como foi o show?**

Um amigo nosso, um inglês, do Rock Wait, que era uma banda totalmente doida, tocava flauta, se pintou de prateado, e foi junto nesse trololó com Gil, Caetano, Gal, os meninos. Péricles Cavalcanti estava também. Ele fazia parte da corte, do grupinho do Caetano. Gil cantou as coisas dele, Caetano cantou as coisas dele, cantaram uma coisa de Beatles. Foi uma coisa acústica, extremamente bonita. Foi Gil e Caetano em um momento de explosão. Eu botei a bandeira brasileira na frente do palco, pisei na bandeira, fiz discurso político, na beira do palco. Sentei naquele tamborzão africano e dei as minhas batidas. A revista *Rolling Stone* disse que foi a única coisa acústica que valeu a pena no Festival da Ilha de Wight. Ninguém sabia direito quem éramos. Foi uma *jam session* como a que se faz, de repente, em um boteco.

Só que no palco do Festival da Ilha de Wight.

**Quais foram as músicas? *Aquele Abraço* foi a última, não é?**

Foi. Mas não me lembro direito do repertório. A gente precisava descobrir o que eles cantaram. Eu me lembro de *Aquele Abraço*, com certeza.

**Como foi a repercussão disso, do público e em geral?**

Foi uma repercussão legal. As pessoas curtiram, foi bem interessante. A revista *Rolling Stone* escreveu essa crítica sobre o festival inteiro, apontando isso como uma surpresa, que a acústica valeu pelo festival todo. Agora, para mim, foi uma coisa maluca, que mudou a minha vida de forma brutal. Ganhei um crachá que me dava livre acesso ao festival inteiro e, com isso, entendi, de dentro para fora, esse festival. Quer dizer, eu entendo produção cultural a partir desse momento, de ter olhado para aquilo, a partir dessa entrada no palco. Eu inventei uma porta para entrar, porque foi a primeira vez que eu subi no palco, toquei, cantei, produzi, fiz acontecer um puta de um negócio, daquele tamanho, do nada. Ou seja, passei a entender como produzir ali, por uma porta que não existia, na fronteira do possível e do impossível. O momento mágico que pode acontecer está latente dentro de circunstâncias que precisam ser analisadas. Não é o produzir dentro de uma realidade econômica, ligado à bilheteria, mas ao momento. Ali, no caso, era um momento político, uma compreensão que, obviamente, olhando hoje, enxergo de outro jeito, mas era uma coisa política, emergente.

**Por que hoje você enxerga de outro jeito?**

Eu levei muitos e muitos anos para conseguir equilibrar esse poder, digamos assim, de fazer o impossível acontecer dentro de uma realidade qualquer. Porque se eu for contar essa história para uma pessoa que não tem acesso a cruzar essa informação, essa história é de mentiroso, ninguém faz isso. Chegar no maior show do mundo com um bando de caras que ninguém sabe quem é, de cueca, e botá-los no palco? Essa história não existe. Isso bagunçou a minha realidade.

**E isso ainda gerou outros momentos, como o Festival de Glastonbury?**

Isso. Essa outra história que sai de Wight é importante. Eu, com aquele crachá dourado, podendo circular por ali em Wight, comecei a me inteirar um pouco mais sobre aquele movimento político, que estava contra o movimento econômico das gravadoras. Fui ao epicentro de uma puta discussão: a briga entre a música e o poder econômico, com a manifestação hippie como trilha sonora da liberdade, trilha sonora de uma nova forma de olhar

para o mundo e de viver. Com isso, comecei a encontrar algumas pessoas, uma turminha que queria fazer um festival *free*, de graça. Um festival que fosse inteiramente dedicado a essa energia da música, catalisadora de um movimento político muito claramente voltado para uma grande mudança de valores do planeta. Digo sempre que, para mim, rock é a trilha sonora daquele momento. Aliás, se hoje você perguntar para as pessoas o que é rock, ninguém dá a definição. Eu digo: rock é a trilha sonora de um momento, em torno do qual aconteceu uma grande mudança.

**O André Midani disse que para nós que o rock também dependeu muito da inovação tecnológica da guitarra. Se não houvesse a superação de um instrumento, você não construiria um novo momento.**

É, eu vejo assim também. Mas, lá na Inglaterra, comecei cruzar com gente, encontrar pessoas que estavam nessa onda, nessa *vibe* de construir um festival que fosse inteirinho baseado nisso, que não tivesse poder financeiro, poder de grana na história. Poucos dias depois, a gente reencontrou algumas pessoas no concerto dos Rolling Stones, em Hyde Park, em Londres. Foi ali que nasceu o Festival de Glastonbury, que ainda existe até hoje, um puta de um festival. Esse foi um festival doido, de A a Z. Tinha um aeroporto preparado para descer UFO, porque um bando de gente tinha absoluta certeza que os UFOs iam baixar ali, durante o festival. Foi um festival que levou nove meses para ser organizado. Achamos uma fazenda de um maluco de Glastonbury. Nove meses de gestação, de gente se encontrando, saindo do nada para o festival, que teve um palco de pirâmide prateada, uma loucura. Foram umas 20 mil pessoas. A gente conseguiu envolver o exército e fazer o festival inteiramente de graça mesmo, tinha comida de graça para as pessoas. O microfone dizia: “Não comprem ácido, não comprem fumo. Tem de graça na cantina. Tragam uma coisa e troquem lá”. A minha função era meio curinga, não tinha uma específica. Chegou uma hora em que se criou um problema sério. Porque o palco era uma pirâmide prateada, e ficavam uns caras lá sentados, fazendo suas meditações, delirando, tomando ácido no palco. Quando chegaram os caras para montar o som, os loucos do palco tinham que sair. E não queriam sair, afinal de contas, era um festival *free*, não tinha que sair de lugar nenhum. Aí deram para mim a missão de tirá-los. Combinei com eles que a gente ia fazer um outro palco, que seria realmente *free*. Juntei aquele bando de gente, a fina flor da maluquice, e fizemos um outro palco com restos de coisas que tinha. Arrumamos equipamento de som, construímos um bastidor, arranjei um sofá velho, uma sala velha, e fizemos um palquinho. Era baixo, na frente tinha uma fogueira; quando acabasse o palco grande, esse

outro abria, com microfone aberto. Quem quisesse tocar, tocava, fazia o que quisesse no palco. Quando estou terminando o palco, eles enrolaram aqueles baseados enormes, gigantescos, e então entra um oficial do exército inglês, com uma papeleta na mão, fardado, perguntando: “*Is this stage B?* (Aqui é o palco B?)”. Eu pensei: “Bom, deve ser o palco B”. “*Can I install the telephone?* (Posso instalar o telefone?)”. Só lembrando que era telefone de manivela, com fio instalado até o palco A. O exército estava lá fazendo treinamento para evacuar em uma situação de emergência. Como é que botam 20 mil pessoas, morando no meio do mato, com telefone, com comunicação, com banheiro e com água? Eles estavam lá, fazendo não sei o quê. Só que metade das pessoas, literalmente, estavam nuas. Lembro que tinha um coronel de monóculo, andando de cima para baixo, achando tudo maravilhoso, e a loucura correndo solta. Foi o que inspirou o Gil naquela música: “Quem não dormiu no *sleeping bag* nem sequer sonhou” [*O sonho acabou, 1972*]. E a turma brasileira estava com as duas barracas roubadas, só que o exército descobriu e tirou. Foi nesse festival que estavam Julinho Bressane, Glauber Rocha, Jards Macalé, Sganzerla. Eles fizeram, inclusive, um filme em super-8, trocando de mão, um para o outro, que Macalé diz que está com a Dedé, a Dedé diz que está com Macalé, e não se sabe onde está. Mas seria legal achar isso aí. A câmera ficou rodando ali, do Glauber para o Julinho. Esse festival foi a coisa mais maluca que eu já vi na minha vida. A sensação pessoal que eu tive, e que muita gente teve, foi de ter saído de um filme 3D para um em preto e branco. Lá fora era outra realidade. O cara que virou o cabeça da coisa era neto do Churchill. Não lembro exatamente o nome; era um escritor. Eu me lembro que ele tinha conseguido uma receita médica para poder tomar tintura de maconha, porque ele dizia que sem isso não conseguia escrever. Essa era a conquista pessoal dele. E esse festival agora virou a coisa mais comercial do mundo, mas nasceu assim, no festival da Ilha de Wight, e explodiu.

**E o ônibus de *Os Mutantes*?**

O Serginho tinha um buggy pintado com a bandeira americana, e andava com a cartola para cima e para baixo. Uns malucos que estavam acampados lá, comendo comida macrobiótica, iam lá para assistir. A gente começou a ir atrás para liberar o lugar, essa praça. Tinha que falar com o delegado, com o prefeito. Fizemos tudo, produção inteira. As autoridades vinham no acampamento. O delegado era um cara linha-dura. Mas eu e todo mundo fomos autorizados a fazer o negócio, levamos então o ônibus para essa praça. Nessa época, eu tinha uma latinha de LSD azul e enfiava na goela junto com um monte de gente – totalmente porra louca! Aliás, foi o primeiro dia

que o Serginho Dias tomou alguma coisa na vida, acho que foi o primeiro e último. O Arnaldo era mais tranquilo, mas o Serginho era jogo duro. Eu sei que no dia, no show, eles tocaram sete horas seguidas, sem parar. Tocaram tudo que sabiam, Beatles... Foi uma loucura, uma viagem de ácido inteira, os caras tocando em cima do ônibus. E o que tem de extraordinário nesse show foi a carta que o prefeito escreveu: “Eu sou só o prefeito de uma cidade pequena, vocês são artistas. Só quem tem pacto com Deus pode trazer tanto amor e alegria para uma cidade como essa”. Agradecendo a um bando de malucos, movidos a LSD, em plenos anos 70, no Brasil.

### **E como era o prefeito?**

Era um tiozinho, boa gente, que olhou para aquilo, ouviu aquela coisa da alegria, aquele bando de jovens querendo mudar o mundo, e se encantou com aquele negócio. A carta está na matéria do Bondino.

### **E os Novos Baianos?**

Os Novos Baianos são outra história. Fizeram um disco pela Som Livre, o *Acabou Chorare*, que estourou, aí brigaram com a Som Livre. Aí eles fizeram um acordo com a Continental. Eu estava conversando, na época, com a Continental para trazer o Yes [*banda com várias formações liderada pelo vocalista Jon Anderson*] para o Brasil, porque a Continental distribuía a Warner. O baterista do Yes, Alan White, era amigo nosso, a gente saía para as baladas juntos em Londres. Ele pirava ouvindo música brasileira na casa do Gil. Era um garotão da batera. O Yes estava no auge. O cara dizia para mim: “Eu durmo com um papelzinho com o nome escrito da cidade em que eu estou, que tenho que ler quando acordo, senão eu não sei. Passo o ano todo tocando, aí um belo dia alguém fala: ‘Ó, semana que vem tem estúdio’. É uma loucura, uma máquina de triturar. Eu não aguento mais essa história”. Por telefone, falei para ele: “Então, vocês vêm para cá fazer um disco chamado *Brazil*. Passam uma semana, fazem um show aqui. Aqui vocês se inspiram, vão fazer um disco fenomenal”. Eu o tinha visto enlouquecido com a caixa de som ouvindo o Jorge Ben. Aliás, eu pus *Taj Mahal* para ele ouvir no telefone. O show não deu em nada, mas marcaram data, em São Lourenço. Mas depois melou, não aconteceu, e no dia marcado tinha um monte de hippie doidão lá em São Lourenço. Fizeram um festival no lugar onde ia ser o show do Yes. Foi uma doideira braba. Um dia alguém me liga e fala: “Olha, os Novos Baianos estão aqui, e acabaram de assinar com a gente. Quero fazer uma excursão com eles pelo Norte. Você não quer tomar conta disso?”. Os Novos Baianos precisavam de dois quilos

de fumo para ficar tranquilos. Quando tinha um quilo e meio, já ficavam nervosos. Andar, nessa época, com dois quilos de fumo, atravessando o Brasil, pegando avião, descendo, era uma encrenca, tendo que desmontar, remontar caixa de som. Minha passagem com os Novos Baianos durou muito pouco tempo. Depois também não deu certo na Continental. Foi um momento de uma tentativa de algo que não rolou. O projeto que eu queria mesmo ter feito com eles era uma excursão aos Estados Unidos, jogando futebol, porque era a época que eles estavam querendo botar o futebol para acontecer lá.

### **Era a época de Pelé no Cosmos.**

O Pelé indo para o Cosmos ou já tinha ido. Não sei. Mas a minha ideia era fazer uma coisa universitária: pegar o time dos Novos Baianos, mais aqueles jogadores que iam em Jacarepaguá jogar com eles, e incrementar o time com alguns veteranos brasileiros, de nome, como o Jairzinho. E fazer um *college tour* nos Estados Unidos, de música e futebol nas universidades. Mas não consegui. Tudo o que eu tentei fazer com intermediário não rolou. A intermediação, para mim, virou uma ideia para fazer camiseta. Ainda vou estampar uma assim: “Foda-se o plano B”. O plano B é uma cagada monstruosa para quem mexe com criatividade e criação.

### **Como é produzir o instante? Qual a fronteira agora com a cultura digital?**

A internet é isso: é o impossível acontecendo do nada, e absolutamente não planejado por ninguém. Entendi que eu tinha que separar a minha intuição da minha vontade. O impulso instintivo, o impulso da minha intuição, está sempre certo, tenho convicção disso. Eu aposto grana, o que for, no meu impulso intuitivo. E hoje eu aprendi a separar isso da minha vontade. Isso é meu processo pessoal. Pegar uma ideia e correr atrás, para mim, é uma insanidade. Vejo um monte de gente fazendo isso, mas eu não vou nessa. Isso é perder tempo, porque o que faz acontecer uma ideia é a conjuntura, e a conjuntura, na verdade, estimula a ideia de uma forma impressionante, te dá uma condição às vezes muito maior do que aquela que você imaginava. Se você for atrás das tuas vontades, das suas ideias, você está ferrado. Na hora que não tiver porra nenhuma para fazer, enquanto tiver gente dizendo: “Tu é louco”, deixa falar. A outra vertente disso é que uma coisa dessas, para dar certo, precisa que você esteja envolvido de tesão, de vontade. O contágio desse tesão é que traz o público. Naquele momento que acontece, essa coisa tem que ser mágica para cada uma das pessoas que está envolvida. Essa magia irradiando é o momento da coisa original, da coisa do impossível. O im-

possível é original, uma coisa que nunca foi feita exatamente daquele jeito. Então, esta condição de uma coisa que nunca foi feita tem uma explosão de energia. Produzir é provocar essa explosão de energia, é provocar esta condição da magia acontecer com hora marcada. E isso, na verdade, é simples, é só você não querer interferir.

**Como diz o Chacal: “Só o impossível acontece; o possível apenas se repete”.**

É isso aí. Pronto. Matou.

**Você vive hoje o ciberespaço com o mesmo tesão dos anos 60 e 70?**

Tem uma molecada que vive falando: “Ah, os anos 60 eram maravilhosos!” É uma nostalgia dos anos 60 que é uma coisa romântica. Eu vivo falando para eles: “Os anos 60 eram uma merda, não tinha nada, não tinha condição nenhuma de fazer nada, era difícil, era ruim, era pesado, era bravo, a gente tinha que tirar, espremer pedra para tirar água, era muito complicado”. Hoje é o paraíso, nós temos que acabar de desconstruir a ideia da gravadora, acabar de desconstruir a ideia da Globo, mas já estamos avançadíssimos nisso. Quando a gente falava “a Globo é uma merda!” nos anos 60, era Dom Quixote com o Moinho de Vento – o que adiantava? Era inexorável. Agora você assiste a Globo e ao YouTube, você escolhe, mas você tem onde ver coisas que você não sabia que existiam. A internet é a coisa mais porra louca que tem. O maior desbunde do mundo é a internet. A internet acaba com a telefonia, com a televisão. Você imagina que porrada que é isto em última instância? É a coisa mais subversiva, mais louca, é isso que dá a expectativa do delírio. Eu nunca disse que a internet resolve todos os problemas, eu estou dizendo que a internet abre horizontes, possibilidades. Você vê coisas, estimula os outros, vê coisas acontecendo. Este é o desbunde, vejo ele todos os dias. Gente com sonhos. E não tinha gente com sonhos até pouco tempo.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/claudio-prado/>

# David Linhares

Produtor cultural e diretor da Bienal Internacional de Dança do Ceará

**“A dança contemporânea foi a primeira linguagem que me chamou a atenção para a vontade de falar o que eu sentia sem passar obrigatoriamente pela palavra.”**

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron no dia 28 de junho de 2010, em São Paulo.

David Linhares

David Linhares construiu um núcleo de formação de bailarinos e coreógrafos no Nordeste ao criar e consolidar a Bienal Internacional de Dança do Ceará. Com 14 anos de vida e sete edições, a bienal prioriza ações voltadas para a pesquisa, para a experimentação e para o intercâmbio entre continentes para compor sua programação artística e de formação. “Quando cheguei em Fortaleza, existiam duas companhias de dança contemporânea. E, agora, a gente acabou de ir para a África com 96 artistas cearenses, de 16 ou 17 companhias.”

David Linhares começou a estudar dança na Ensaio Teatro e Dança, de Brasília (DF), com Graziela Figueroa e Ademar Dornelles (Ballet Stagium). Morou na França e se ambientou nos movimentos artísticos europeus. Assim, conheceu em profundidade a dança contemporânea e a geração que surgia com Allain Buffard e Rachid Ouramdane. Entre 1990 e 2001, atuou como produtor cultural da Aliança Francesa de Fortaleza, sendo responsável pela produção do show do grupo Mano Negra e da Semana Amado, levando ao Ceará os escritores Jorge Amado e Zélia Gattai.

A falta de mão-de-obra especializada em cargos estratégicos faz com que Linhares tenha que se desdobrar na organização. “Não tenho profissão: faço de tudo”. Mas a própria bienal tem promovido a formação de novos profissionais na área. “As primeiras companhias internacionais não vinham pelo valor artístico, mas para formar pessoas que saibam fazer luz, colocar linóleo, trabalhar com cenografia.” Gosta de lembrar que a dança no Ceará se desenvolveu muito. Cita os novos coreógrafos, um fórum estadual de dança, o curso técnico e de graduação como conquistas de todo esse movimento.

## **Como foi sua trajetória profissional até chegar na Bienal de Dança do Ceará?**

A dança contemporânea foi a primeira linguagem que me chamou a atenção para a vontade que eu tinha de falar coisas que eu sentia, que eu vivia, que eu via no meu dia a dia, no meu cotidiano e que estas coisas não precisavam obrigatoriamente passar pela palavra. Eu fui primeiro bailarino, tendo vivido desde os 12 anos com a minha irmã. Depois eu fui acrobata, ator, bailarino. Aliás, bailarino e ator é obrigado a fazer tudo no Brasil. A gente tem que abrir a bilheteria, vender o bilhete, ir para a porta, receber o bilhete, ir para trás do palco, engomar a sua roupa, preparar seu figurino, se vestir, entrar em cima do palco, dançar, sair, abrir a porta para o pessoal sair de novo (*risos*). Perto dos meus 18 anos, eu estava em Brasília e fazia dança. O coreógrafo Ademar Dornelles, com quem eu trabalhei, queria que eu fosse bailarino do Ballet Stagium para

trabalhar com Marika Gidali e Décio Otero, em São Paulo. Nos meus 18 anos eu tinha trabalhado em Brasília. Quando vi a realidade da dança, saí correndo e disse que não era o que eu queria. Abandonei a dança e fui morar na Europa.

### Por quê?

Imagine a situação. Em uma audição no Ballet Stagium, um bailarino desesperado para passar no teste sobe para fazer um *grand ecart* e sai dali em uma maca, dentro de uma ambulância. Quebrei o braço, fiquei como indigente em um hospital, não tinha dinheiro para sobreviver. Não era o que eu sonhava. O Stagium, que hoje é uma companhia de dança contemporânea, estava no começo naquela época. O Ademar Dornelles tinha saído do Ballet Stagium e ido para Brasília. Trabalhou lá na escola Ensaio, Teatro e Dança, junto com a Graziela Figueroa. Havia toda uma efervescência em Brasília, era o começo aqui de uma dança contemporânea que já existia na Europa. Vale lembrar que, nos anos 80, foi Carolyn Carlson quem levou a dança contemporânea para a Europa e lá encontrou Pina Bausch. São elas que iniciam esse movimento, essa revolução na dança. E tudo é muito recente na dança contemporânea. Mas eu, com esse azar de ter me machucado em São Paulo, disse: “Não é isso que eu quero”. Meu pai não sabia mais o que fazer e me perguntou para onde eu queria ir. Respondi que era para a França. Fui para Paris, comecei a estudar francês e, ao mesmo tempo, acompanhei o que estava acontecendo artisticamente lá, com Allain Buffard, Rachid Ouramdane e toda uma geração que nascia em Paris. Voltei para o Ceará convidado pela Aliança Francesa para ser produtor cultural. Comecei a trabalhar não com dança, mas com música, teatro, artes plásticas. Levei Mano Negra [*banda formada por Mano Chao, Antoine e Santiago Casariego*], e fiz a Semana Amado [*evento que levou ao Ceará os escritores Jorge Amado e Zélia Gattai; incluiu a apresentação do espetáculo Capitães de Areia, da Cia. da Arte Andanças*].

### Você já tinha experiência de produção cultural. E como chegou no projeto da bienal?

A Bienal de Dança do Ceará foi um projeto criado em 1997, no final da gestão do então secretário de Cultura Paulo Linhares, meu irmão. Nós não tínhamos nada na área de dança. No Ceará, naquela época, foi criado o Centro Cultural Dragão do Mar, um pólo de arte e de cultura, sobretudo cinema – mas não havia projeto para a dança. Meu irmão me convidou para fazer um e foi assim que propus a Bienal de Dança do Ceará. Começamos timidamente trabalhando com o clássico. Convidei quatro coreógrafos contemporâneos do

Ballet do Theatro Municipal do Rio de Janeiro.

### Qual é a ideia central da criação da bienal?

É criar um campo onde exista troca e colaboração entre as pessoas. Um espaço para promover e mostrar o que é feito no Ceará. O mais importante é que estamos fazendo um trabalho para nós, cearenses. Quando cheguei em Fortaleza, existiam duas companhias de dança contemporânea. E, agora, a gente acabou de ir para a África com 96 artistas cearenses, de 16 ou 17 companhias, para se apresentarem em outro espaço. É uma coisa que eu vi muito no Festival de Inverno de Ouro Preto: como você recebe, vive, divide e se encontra. O encontro é o mais importante. Trazer pessoas da Europa e de outros lugares do Brasil para o Ceará.

### O encontro pessoal, o intercâmbio por meio de workshops, esse tipo de coisa?

Intercâmbio e encontros pessoais. Uma coisa que eu prezo muito, por exemplo, é o *off* da bienal, que é de 23h às 3h da manhã. As pessoas se embriagam, trepam, se amam, se encontram. É o lugar mais maravilhoso. Trago Boris Charmatz, por exemplo, a maior celebridade do mundo, e ele se esfrega na parede com a menina que está limpando o bar. Ao mesmo tempo, discute com o coreógrafo. É a festa, a celebração. Nos ateliês pela manhã, nos *workshops* à tarde, nas apresentações à noite, em tudo existe uma tensão. E ele não produz os mesmos efeitos do encontro à noite, quando você enxerga as pessoas de outra forma. Acho que ali são os momentos ricos da bienal, nos quais não existem só convidados oficiais, a gente abre para todas as pessoas, para músicos, para atores. Aliás, foi assim que nasceu a Bienal De Par Em Par – que acontece nos anos pares, enquanto a outra é feita nos anos ímpares. Na Bienal De Par Em Par é onde a gente acaba e destroi essas fronteiras todas que existem. Chamamos então de Encontro Terceira Margem, trazemos as outras linguagens para dialogar com a dança. E, hoje, fazemos trabalhos em videodança, com a moçada do audiovisual, do teatro, para ver o que a gente pode fazer junto.

### Como é fazer produção de dança? Tensionamento de linóleo, a preparação dos espaços de dança, de aquecimento, de saída de palco?

A gente não pode comparar esse cenário nosso com o que acontece na Europa. Como diretor da Bienal de Dança, eu faço tudo isso: linóleo, fita crepe, bilheteria. O linóleo, por exemplo, que é o tapete usado no palco para que se tenha um solo mais uniforme, normalmente é colocado por

um técnico especializado. No Ceará, é um bailarino que faz isso, ele faz o curso técnico. No Ceará, nós não temos jornalistas, críticos de dança, nem colocadores de linóleo. Ninguém tem apenas uma profissão. Eu faço um pouco de tudo. O meu produtor cultural é bailarino, ensina na periferia, no Dragão do Mar, nos bares periféricos, como professor de dança. Quando o cara do linóleo está doente, é ele que coloca o linóleo. Na bienal, nós temos um colocador de linóleo, mas, nas outras companhias, são os artistas que colocam. Quando a bienal começou em Fortaleza, nós não tínhamos, por exemplo, no Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, nenhum cara especializado em luz para dança.

### **E como lidar com isso?**

Você forma os técnicos. As primeiras companhias internacionais que foram convidadas não vinham só pelo saber artístico. Eu trazia porque estávamos formando as equipes dos teatros para fazer luz, para colocar linóleo, para trabalhar com cenografia, tudo isso. Tinha um trabalho de formação que a gente tinha que ter. Imagine, não existia jornalista especializado para escrever sobre o que estávamos fazendo. No jornal, publicavam o *release* que a gente entregasse. A gente teve que começar investir também na formação de profissionais para o *Diário do Nordeste*, para *O Povo*. Os caras eram convidados para ver o espetáculo de dança, E, hoje, a galera está aí escrevendo na revista *OlharCE [publicação especializada da bienal]*. Temos também um curso técnico em dança. Fizemos um fórum de dança para discussão de políticas públicas em dança para o Ceará.

### **Até programa de televisão vocês fizeram?**

Temos um programa de televisão que está sendo exibido pela TV O Povo, em videodança. Foi um trabalho super importante que a gente começou a desenvolver com o grupo Alpendre – Casa de Arte, Pesquisa e Produção. Tenho um carinho enorme. A gente quer trabalhar junto com o pessoal do audiovisual, começar a pensar também nessa coisa do vídeo, que é utilizado como um suporte para a dança, em como a gente pode trabalhar essa zona fronteira entre o vídeo e a dança, o que o enquadramento traz para a dança. São discussões para o bailarino desenvolver um olhar por meio de uma câmera. A gente está trabalhando com o Dança em Foco [*festival internacional de vídeo e dança, com direção e curadoria de Paulo Caldas e Eduardo Bonito*]. Fizemos também o Fórum Latinoamericano de Videodança [*encontro realizado em Fortaleza, em*

*outubro de 2009*], trazendo os festivais mais representativos da América do Sul. Mas o que eu queria dizer era sobre essa característica nossa, dos brasileiros, de fazer de tudo um pouco.

### **Fale sobre isso, então. Como vocês foram formando profissionais? Hoje, após sete bienais, os profissionais já estão estabelecidos?**

Hoje, por exemplo, o Walter Façanha, que é diretor-técnico do Dragão do Mar, sabe tudo de música e é um cara apaixonado por dança. É ele que está fazendo a luz de todas as companhias de dança e não deixa a desejar em relação ao que é feito por qualquer gringo que vem para cá. Já no Teatro José de Alencar é mais difícil; aquelas pessoas trabalham lá há 30 anos. O secretário de Cultura entra e é obrigado a trabalhar com aquele pessoal que não tem qualificação, que está ali porque passou no concurso. É muito complicado. Foi mais fácil a gente trabalhar com o Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, formando técnicos em dança. Hoje, quase todos os técnicos trabalham dentro do Dragão do Mar, com as companhias de dança criando. Mesmo os técnicos que estão abaixo do Walter Façanha já estão trabalhando com os artistas, criando para os artistas, tanto em luz, como em vídeo. Era difícil trazer esses grandes cabeções da França que trabalham luz, por exemplo, e colocá-los ao lado de um Walter Façanha. Era inadmissível quando cheguei. No começo, eu ia para a França e dizia para o Allain Buffard que o importante de ele vir para Fortaleza era para mostrar o processo de criação dele, de como trabalhar com o cara da luz, do que fazer com o som. Porque não é só apertar o play e passar um CD. Existe toda uma colocação de caixas de som. É preciso um conhecimento técnico para fazer som para a dança. Em luz, a mesma coisa.

### **Como é o processo da dança em relação às lesões, à preparação, ao cuidado que as pessoas têm que ter, inclusive, nas próprias apresentações da bienal?**

A Bienal de Dança acontece durante dez dias, são cerca de 75 espetáculos. Quase quatro espetáculos por dia. É impossível que eu controle todos os riscos que a gente pode ter. O que eu faço? Em relação à alimentação, há um cuidado para que as pessoas comam no hotel. No Ceará, você não pode tomar caipirinha, porque você vai sair com diarreia, vai ficar doente, porque muitas vezes não sabemos a procedência da água que vai fazer o gelo, por exemplo. Então, eu exijo que a alimentação seja toda feita dentro do hotel. Peço principalmente para o pessoal internacional comer no hotel, beber água mineral no hotel. Quando eu trouxe a bailarina e coreógrafa francesa Maguy Marin, ela ficou tremendo todinha por causa de uma infecção intes-

tinal. Era minha principal bailarina! O que fazer? Ela precisava dançar, mas não tinha como isso acontecer. Quanto a machucados: a Universidade Paris 8 convidou Isabelle Ginot, que fala sobre como trabalhar o corpo e os tipos de terapias que podem ser usados. Ela trabalha com o método Feldenkrais, que é uma das técnicas mais utilizadas atualmente. É encantador, você trabalha mentalizando uma parte do seu corpo e, na realidade, a outra parte, que você não dialogou, é a que está sendo trabalhada. Isso é provado. Na realidade, as partes do cérebro que se acendem são exatamente as outras, as que você não está trabalhando. Isso é a técnica de Feldenkrais. Daí começamos a trabalhar e a falar um pouquinho do pré-movimento. O mais moderno na dança é esse movimento de você “pré-ver”; é o que a torna mais eficaz, mais belo. Você transmite para o público uma emoção maior, porque há maior fluidez. Quer dizer, hoje, trabalha-se esse pré-movimento. Não o movimento em si, mas o que se imagina que vai fazer. O bailarino imagina: “Vou fechar meus olhos aqui e fazer três piruetas, fazer um grand ecart. Para isso, vou ter que levantar a minha perna, o meu pé, fazer uma ponta...”. Tudo isso fica mais eficiente quando mentalizado antecipadamente.

### **Como as companhias guardam, preparam e transportam os figurinos na dança?**

Depende da companhia. Nós trabalhamos, por exemplo, com o Ballet de Lorraine e só eles mexem nos seus figurinos. Nem a camareira do Teatro José de Alencar – que também não é especializada –, tem o direito de tocar na roupa deles. Já chega aqui lavada e tudo. Acompanham a lavagem, o trabalho de engomar a roupa deles, porque pode acontecer alguma coisa, e, se acontecer algo, eles não têm duas roupas. Ninguém pode deixar na mão de uma camareira. Mas nós não nos ocupamos disso. Deixamos mesmo a critério das companhias.

### **Como é a parte de som?**

Temos a maior dificuldade com som. Normalmente, o Teatro José de Alencar tem condições de oferecer 20% do que a companhia mais simples exige – nacional ou internacional. Apenas 20% do equipamento funciona: não existe lâmpada, não sei quantos mil refletores não funcionam. Peça a ficha técnica do Teatro José de Alencar e você vai ver a realidade. Das cadeiras de 860 lugares, 60 estão furadas. O diretor técnico de som recebeu um aparelho novo agora, mas ele não sabe usar. Só acende o *on* e bota lá os microfones. Os outros recursos que existem não são utilizados. São problemas seríssimos. O pessoal chega da Europa com tudo programado. A gente trou-

xe para a abertura da Rita Quaglia, no Teatro José de Alencar, um programa de computador que já faz com que tudo funcione. Era tudo pré-registrado. Na hora não funcionou, o computador não reconheceu. Era o equipamento que tinham exigido e não funcionou. O diretor técnico da companhia não sabia o que fazer. Quer dizer, o cara sai do país dele com tudo programado e é incapaz de fazer a história manualmente se acontecer uma pane.

### **Para quem faz rotineiramente uma bienal, como é essa parte de gerenciamento de conflitos, de harmonizar, de resolver problemas?**

Trabalho há 12 anos com a mesma equipe, os mesmos produtores. Como eu disse anteriormente, valorizo demais a relação com as pessoas, mesmo com os jornalistas. Acaba que todo mundo faz parte da bienal. Todos os anos, eles sabem que a partir do final de julho tem essa grande festa. São três meses de festa. Os dez dias da bienal são um pouco como o carnaval: quando acabam os dez dias, o pessoal dorme outros 15 para poder começar tudo de novo. No começo era complicado. Perguntava: “Cadê a fita de linóleo?”. Aí falavam: “Ah, pedi para o Davi, que pediu para o Rafael, que pediu para o Carlos”. Ninguém sabia da fita de linóleo. Na bienal, é proibido repassar ordem. Cada pessoa é responsável pelo que lhe foi pedido, tem que responder por aquilo. Normalmente, não podem culpar os outros; precisam sempre falar comigo. Por isso, tenho que estar presente quase em todas as coisas, desde a grana que a Petrobras depositou no banco, e que tem que ser desbloqueada, até a fita de linóleo. Tenho que estar presente para que não exista essa coisa de um estar dando ordem para o outro, criando conflitos. Normalmente, guardo para mim toda essa responsabilidade. É meio barra pesada. É uma coisa que a minha diretora artística, Andrea Bardawil, questiona muito. Existe um certo paternalismo. Agora consigo passar responsabilidades para diretores artísticos, diretores de publicação; mas quando é abaixo deles, já é mais complicado.

### **O que mudou no cenário da dança, no Ceará, desde que vocês começaram a trabalhar?**

Hoje temos umas 40 companhias no estado. Quinze já são independentes, sobrevivem da dança. A cada bienal conseguimos um grande passo. Primeiro, o Fórum de Dança [*criado em 2003*]; segundo, o curso técnico em dança [*organizado desde 2005 pelo Centro Dragão do Mar*]; terceiro, a graduação [*lançada na Universidade Federal do Ceará em 2010*]. Em toda bienal, temos uma vitória. Hoje somos a linguagem mais bem organizada. O cinema está com dificuldades enormes; o Ceará chegou em um patamar super importante, mas houve

um retrocesso. Na dança, somos os mais bem organizados. No ano passado, quando o secretário de Cultura não deu dinheiro para a Bienal de Dança, os artistas, sem que eu pedisse, foram para a porta da Secretaria de Cultura e impediram o secretário de entrar na sala dele. Fizeram um cordão em torno da Secretaria de Cultura e exigiram dinheiro para a dança. Quer dizer, a bienal é dos artistas do Ceará, é pensada por articuladores, por pessoas da dança popular, do tango, do sapateado, do projeto Dançando nas Escolas [*parceria entre as Secretarias Municipais de Cultura e de Educação e Associação dos Bailarinos, Coreógrafos e Professores de Dança do Ceará*]. Os artistas receberam uma ajuda mínima, mas ajudaram a pensar quais foram as dificuldades da última edição, como melhorar, como trabalhar com os jornalistas. Eles também têm acesso a todo o nosso orçamento, decidem sobre ele: onde investir, como interiorizar, como fazer para a gente ir para a África, quais são os passos que a gente tem que dar.

### **Qual a relação com o teatro do Ceará?**

No Ceará, a dança é mais próxima das artes plásticas e do audiovisual do que com o teatro. Trabalhamos com o grupo Alpendre, com a Vila das Artes, com o audiovisual. Temos um programa de televisão em videodança. Hoje, o que se utiliza em palco de dança é vídeo, esculturas dos artistas plásticos. O teatro foi um pouco abandonado. Nesse ano, estamos chamando pessoas que trabalham com dramaturgia para atuar com a dança, com a gente. Mas não é fácil. O teatro no Ceará passa por dificuldades. Para ter idéia, o Festival Nordeste de Teatro é realizado em Guaramiranga, uma cidade a 120 quilômetros de Fortaleza. A capital do Ceará não tem um festival de teatro.

### **Relembre um episódio da bienal envolvendo uma companhia do Ceará que você avalia como um orgulho. Sobre tudo em relação a essa formação da dança no estado.**

Eu posso dar o exemplo do Fauller. Eu convidei o Rachid Ouramdane, do Association Fin Novembre, que era o cara que trabalhava muito com o estudo da identidade, para fazer um trabalho em Fortaleza. Aliás, foi um dos trabalhos mais criticados quando não tínhamos jornalistas especializados em dança no Ceará. Foi um momento bem difícil da bienal, recebemos críticas sobre essas relações que estabelecemos com os países europeus, como se fossem “relações colonizadoras”. Enfim, convidamos o Rachid e ele escolheu três coreógrafos para montar um trabalho que se chamava *Cover* [*com a participação de Carlos Antonio dos Santos, Wagner Schwartz e Fauller*]. Foi uma

grande produção franco-brasileira. Um dos artistas era o Fauller, que tem um dos trabalhos mais bonitos que o Ceará já produziu até hoje. É uma referência na dança no Ceará e no Brasil, que se chama De-vir. O Fauller formou a primeira companhia cearense com visibilidade nacional e internacional. Foi convidado para o Move Berlim, já fez todos os festivais brasileiros e outros na Europa. Eu poderia citar várias coisas também. Temos Andrea Bardawil agora com *O Tempo da Delicadeza*. Ele foi premiada no edital Klauss Vianna, da Funarte, participou do projeto do Itaú Cultural. Enfim, temos várias companhias bem sucedidas. E só terminando esse raciocínio, acho interessante uma coisa quando estou no Rio ou em São Paulo. Eu sinto que existe uma presença mais forte daquilo que vem de fora. Lá no Ceará, eu sinto menos isso. É claro que eu trouxe muita coisa de fora, mas a gente vê uma relação mais bem resolvida, de como eu digeri tudo isso que me ensinaram.

### **E a formação de público para a dança?**

Na bienal, temos um público de 20 mil pessoas por edição. Tudo é de graça. Não sei se é por isso que o público é tão grande, mas acho que é o único festival no Brasil em que tudo é de graça. Tudo, tudo. A bienal gera uma expectativa muito grande, desde o começo do ano. Tudo lota. Temos hoje problemas sérios, porque existem espetáculos que são para dez pessoas, para uma pessoa, e dão confusões enormes. Essa expectativa se estende para essa celebração que acontece no entorno. Não vejo essa convivência, essa celebração, esse glamour em outros festivais. Na França, depois que um festival acaba, todo mundo vai para casa, é aquele bode, aquela coisa deprimente. Com a gente, são 24 horas durante 10 dias.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/david-linhares/>

# Décio Coutinho

Gestor cultural do Sebrae-Goiás

**“Empreendedorismo tem que ser entendido como uma atitude de transformação positiva, de comportamento, de ousadia, de criatividade e inovação.”**

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 14 de junho de 2010, em São Paulo.

Décio Coutinho

Estimular iniciativas de empreendedorismo cultural, respaldado pela estrutura do Sebrae, é a missão assumida por Décio Coutinho, administrador com formação em economia criativa na Fundação Barcelona Media, na Espanha. Entre seus desafios, está o de alinhar cultura com produção econômica. “A cultura pode trabalhar junto com a economia, agregando valor a um produto não-cultural, por meio do design, da identificação de origem.”

Para isso, acredita, é preciso valorizar os signos locais dentro de uma perspectiva produtiva global. “As pessoas veem um prato, mas não entendem que há toda uma história por trás dele, secular, familiar.” Hoje ele é gestor do Sebrae em Goiás, onde fomenta a relação do turismo com a cultura e também se insere nas redes de produção alternativa. “A gente participou da criação da Associação Brasileira de Festivais Independentes (Abrafin). Estive também no dia da fundação do Sistema Fora do Eixo, que hoje é um dos coletivos mais interessantes do país.”

Apesar de a cultura ser um elemento novo para o Sebrae, a instituição tem investido como pode na formação de novos gestores e produtores – um processo lento. “Ensinar a vender uma calça jeans ou um tomate é diferente de ensinar a trabalhar com arte”, ele diz. Mas, quando se consegue, gera-se um círculo virtuoso. “No momento que uma cidade cria um cineclube, a outra quer saber o que é.” Entre 2008 e 2009, Décio foi coordenador nacional de cultura na gestão nacional do Sebrae.

## **Como você vê a relação entre cultura e turismo?**

As pessoas falam: “O turismo não existe sem a cultura”. Mas ninguém pensa pelo outro lado. A cultura é muitas vezes vista como um adereço do turismo e, infelizmente, essa é a visão que predomina. Há um entendimento de que existe turismo sem cultura. Certa vez ouvi de um grande líder empresarial de Goiás que o turismo de eventos não tinha nenhum viés cultural e nenhuma relação com a cultura. “Turismo de negócio é negócio, não tem cultura”. Essa é a visão que predomina. Já para mim, não é possível pensar qualquer ação de turismo, seja qual for o setor ou segmento, sem ter cultura. O nosso entendimento, no Sebrae, é de que tem que haver ação de turismo com cultura, mas tem que haver ação de cultura específica, que não dependa do turismo. Mas muita gente ainda não entende.

## **O que é o Sebrae, o que ele faz? E qual a experiência do Sebrae na área cultural?**

O Sebrae apoia as pequenas empresas, empreendimentos de autônomos,

pequenas iniciativas que respondem por 98% do que acontece no país. Não há como pensar o Sebrae não atuando em cultura dentro dessa abordagem da economia. A maioria das pessoas que produzem cultura também são autônomas, independentes. São artistas e bandas, na sua grande maioria, informais. Esse é o trabalho que a gente faz: juntamos pessoas a grupos, a coletivos, que trabalham de forma independente, com o objetivo de atuar juntos, somando esforços. Em Goiás, temos uma atuação mais estruturada desde 2001. Antes, eram atendimentos pontuais. Um artista que chegava querendo saber sobre apoio, patrocínio, com alguma dúvida em relação à produção. A partir de 2001, começamos a ter um sistema mais organizado com o projeto chamado Cara Brasileira, no qual se discutia de forma sistêmica a brasilidade nos negócios do país inteiro. Quer dizer, a cultura como um viés de culturalização de uma economia não-cultural. Como eu posso agregar valores brasileiros a uma cadeia padrão, com *commodities* e tudo mais? A discussão começou nesse sentido. Partimos, depois, para um segundo momento: trabalhar a economia da cultura, ou seja, a arte e cultura como eixo central. Essas abordagens são eixos estratégicos, e entendemos que a cultura pode trabalhar junto com a economia, agregando valor cultural a um produto não-cultural, por meio do design, da identificação de origem, de uma série de ferramentas e da cultura em si mesmo – a música, o cinema, o teatro.

### **Uma das políticas do Sebrae mais tradicionais na área cultural são as oficinas de artesanato. Como são elas?**

O artesanato tem uma tradição. Se você for pensar em quais setores o Sebrae atua de uma forma mais intensa, com uma abordagem mais forte, tradicional, são o turismo, o artesanato e a moda. A cultura em si entrou bem depois. No sistema Sebrae como um todo, entende-se que a cultura tenha uns cinco ou seis anos. Já o artesanato e o turismo estão há mais tempo. Em relação ao artesanato, existem diversas formas de atuação com a criação de saberes, com as oficinas com mestres griôs [*artesãos de ascendência africana*], nas quais se transmitem esse saber, para que ele seja comunicado, percebido, entendido, preservado e também replicado. Além, claro, de ser uma forma de acessar mercado para esses produtos de artesanato, sejam eles tradicionais ou contemporâneos. O Sebrae trabalha com esse viés da informação, da formação desses artesãos e não-artesãos e o acesso ao mercado.

### **O que é acessar mercado?**

Acessar mercado para o artesão é permitir que o seu produto chegue à pes-

soa que teria interesse em comprar, ou, mesmo sem ter interesse, mas que você possa provocar um estímulo. É uma forma de você levar um grupo de artesãos para uma feira, para uma rodada de negócios, para um diálogo com outros grupos de artesãos e fazer trocas. Eles possuem diversas formas de acesso, seja por meio de um modelo de economia solidária, comércio justo ou da economia tradicional mesmo.

### **É uma forma de pensar a cadeia produtiva, certo? E isso também significa tratar com o mercado internacional, já que é um produto profundamente ligado ao turismo cultural? Como vocês trabalham isso com os artesãos?**

Existem formas de você prospectar mercado, seja ele nacional ou internacional. É preciso entender que tipo de artesanato interessa a cada mercado, e a partir disso negociar, inclusive as produções já existentes. Por exemplo, é inviável vender artesanato de fibras naturais, palha, no mercado oriental, na China, na Índia, porque lá isso é muito forte. Mas outros tipos de artesanato brasileiro possuem entrada. É preciso conhecer o mercado para saber que tipo de material ou produção será bem recebido. Temos que fazer pesquisa para entender o mercado exterior e também uma pesquisa interna para saber o que temos para oferecer. Só então podemos fazer isso se encontrar. O Sebrae faz essa ponte entre a demanda e a oferta.

### **Como incentivar o empreendedorismo e um modelo de negócio a um artesão sem criar um artesanato pasteurizado e padronizado?**

É um desafio imenso. No momento que você fala em mercado, você fala em produção em escala. Um comprador encontra um artesão ou um grupo de artesãos e diz que quer comprar mil unidades de determinada peça, o artesão vai dizer que tem capacidade de produzir 20. Isso gera um tipo de conflito. No Sebrae, nós criamos sistemas de associações, cooperativas e coletivos, nos quais essa pessoa que faz 20 peças agregue pessoas da comunidade que possam trabalhar com uma quantidade um pouco maior, mas sempre trazendo o seu toque pessoal, porque o artesanato subentende isso, que cada um tenha um toque pessoal. E o comprador precisa estar informado sobre isso, precisa saber que existe essa característica. Cria-se, portanto, um modelo coletivo de produção, de transmissão de conhecimento, possibilitando uma entrega maior. Nem sempre dá certo, pois é complexo. Além disso, a gente deixa claro que ele não precisa produzir em escala, é uma opção, ele pode continuar fazendo as 20 peças em vez de fazer mil. Ele vai tratar aquele artesanato de uma forma que possa contar a história dele, que possa agregar valor, narrar o processo da colheita do barro, como é feito,

qual é a tradição que está imbuída naquela produção. Assim você agrega valor a um produto “normal”. As pessoas às vezes veem um prato, mas não entendem que aquele prato é uma tradição secular, que as pessoas cantam fazendo o prato, que existe uma origem familiar, que existe um momento certo de fazer, que existe toda uma história por trás. O momento de você trabalhar o artesanato – e isso vale para a música e para o cinema – é saber contar a história daquilo que está sendo apresentado. E no momento que você trabalha com *commodity*, isso fica praticamente inviável – até porque não tem muita história para contar. O ideal é a gente conseguir trabalhar essa história valorizando aquele produto com a singularidade que ele tem.

### **Como trabalhar hoje com as certificações ambientais e de patrimônio imaterial?**

É bastante complexo porque o artesanato depende de muita matéria natural – sementes, barro, argila – e tudo isso é possível ser pensado em um processo de manejo, de preparar aquilo para ser produzido. No momento que a pessoa derruba todo tipo de árvore para fazer uma viola de cocho, acaba com a árvore, acaba com a viola de cocho, acaba com tudo. É um processo de entender que aquele material que subsidia, que alimenta o artesanato, tem que ser também tratado de forma consciente. Para isso, existem formas de manejo e de coleta apropriados. Você vai criar uma forma com que a própria natureza consiga se manter, para que não acabe com aquele produto. Isso depende de uma questão de conscientização, de formação.

### **Os antropólogos falam que quando se começa a vender cocares indígenas em escala, matam-se muito mais araras. Como fazer para manter a escala e a preservação?**

É preciso pensar a questão do manejo. A produção deve levar em conta uma forma de preservar e de garantir que os elementos sempre estarão presentes para novas unidades. No caso das penas de arara, por exemplo, temos visto a criação de animais em cativeiro, legalizada pelo Ibama. Outros estão substituindo o material. Tem gente usando até pena de galinha. Hoje você vê uma tradição indígena feita com miçangas compradas na Rua 25 de Março. É plástico, é industrializado, mas se você for nas aldeias indígenas, encontrará muito isso. Talvez seja a antiga semente sendo substituída pela miçanga. A tradição do saber, da forma, da cultura, dos traços sendo preservados com a miçanga. É um processo que você não tem como impedir, é dinâmico. Então, além do manejo, pode-se preservar o fazer com a substituição de materiais.

### **O que é empreendedorismo cultural?**

Empreendedorismo está muito ligado à atitude. Empreendedor é aquela pessoa que inova, que transforma um ambiente em uma coisa diferente e positiva, sem necessariamente pensar no resultado econômico financeiro. Você pode ter um funcionário empreendedor, um professor empreendedor, um aluno empreendedor. O professor empreendedor é aquele que faz dinâmica, que estuda e traz materiais para a sala de aula. Um aluno empreendedor é aquele que se dedica além do encomendado, que busca novos elementos, que traz perguntas. O empreendedorismo não está ligado só ao lado empresarial, do lucro financeiro, pode ser também social, ligado a ONGs, a empresas, a associações, a cooperativas, a coletivos. Existe um certo mal-estar quando se trata a questão da cultura e do empreendedorismo. Um compositor é empreendedor, porque ele está criando, está tirando da inspiração dele, transformando e materializando coisas que antes não existiam. No momento que você junta um grupo de pessoas e transforma aquilo em uma orquestra, ou que você pega uma molecada que está na garagem montando uma banda de rock, e essa banda consegue acessar um festival, um público, mesmo que seja um público de poucas pessoas, é uma banda empreendedora. Ela achou um canal, um caminho para, como eles falam, virar o negócio deles. Empreendedorismo tem que ser entendido como uma atitude de transformação positiva, de comportamento, de ousadia, de criatividade e de inovação. O empreendedorismo cultural é gente trazendo para a cultura esse tipo de atitude.

### **Como ensinar às organizações e aos pequenos empreendedores o modelo de prestação de contas na área de cultura?**

Existem exceções, mas geralmente não há um diálogo fácil com a matemática, com os números, com a prestação de contas. Aí existem várias alternativas. Pode-se criar um canal de diálogo com a pessoa e mostrar como se faz isso. Ou você pode orientar a pessoa a se juntar a alguém que tenha esse conhecimento. Não necessariamente o artista precisa saber prestar contas, ele precisa é ter alguém por perto que faça isso. E isso é parte do processo criativo. No momento que se concebe qualquer tipo de arte, o artista precisa entender que isso vai passar por um processo burocrático de captação ou de prestação de contas. Mas ele pode somente fazer arte autoral, pode decidir não divulgar ou vender, aí não depende desse processo. É uma decisão dele.

### **Como formar produtores culturais? Como formar essa pessoa que possa ser gestora de cultura? O Sebrae pensa nisso?**

Sim. Inclusive temos diversas capacitações como produção, prestação de

contas, marketing cultural, gestão de espaços culturais. Existe uma série de conteúdos voltados para a área da cultura. Sempre procuramos fazer isso em parceria, porque dentro do Sistema S, o Sebrae não tem a atuação mais forte na cultura. O Sesc e o Sesi já possuem uma tradição na área. Para o Sebrae, trabalhar com cultura é algo novo. Estamos em um processo de aprendizado, de atendimento e de apreendimento do que é cultura, e de que forma contribuir com isso. Quando trabalhamos um curso de gestão cultural ou de marketing voltado para cultura, procuramos fazer parcerias com pessoas que já fazem isso há um bom tempo. Com isso, a gente capacita os nossos próprios técnicos para trabalhar com esse tipo de conteúdo.

### **Como fazer um planejamento estratégico na área de cultura?**

#### **Como transmitir isso?**

Não é muito diferente do planejamento estratégico tradicional. O que difere são os elementos que alimentam esse planejamento. A gente geralmente tem feito esses planejamentos sempre trabalhando com o coletivo, em grupos, pensando no processo de planejamento, a missão, os pontos fortes, os pontos fracos, as qualidades. A partir dele, fazemos um plano de ação com as prioridades. Se você tem um coletivo de cultura, de uma região específica, você junta as pessoas que fazem cultura nesse território e discute as situações, o que tem de bom e as dificuldades.

### **Como estabelecer coletivos? Como fazer com que as pessoas trabalhem juntas?**

Isso é muito legal. As redes formam um conceito que está bem na pauta atualmente. Redes inteligentes, redes de sabedoria, redes de afinidades, redes de conexão. A prática que a gente tem tido é de pegar essas pessoas que já fazem coisas a partir de algum tipo de afinidade e trabalhar com essa convergência de forma inteligente. E como gerar isso? Através do conhecimento e da experiência. Por exemplo, Goiânia hoje é um dos principais produtores de rock independente do Brasil. São 700 bandas, mas cada uma no seu canto. No momento que você junta essas bandas em uma sala e começa a dialogar, percebe que o problema de todo mundo é quase o mesmo, as qualidades também são muitas e convergentes. Existem similaridades, singularidades e especificidades que podem ser trabalhadas juntas. No momento que você cria esse ambiente de encontro, você gera troca e evolução. A gente participou da criação da Associação Brasileira de Festivais Independentes (Abrafin). Estive também no dia da fundação do Sistema Fora do Eixo, que hoje é um dos coletivos mais

interessantes do país. Tive o prazer de presenciar o encontro dos 40 festivais de rock, o encontro dos 27 coletivos do Fora do Eixo, e ver como essas redes se estruturaram, como se formaram e como estão hoje. Agora já existe o Fora do Eixo Goiás, que é o pessoal que está fora de Goiânia: são 11 cidades do interior que se uniram em coletivos. São observatórios de diálogo e de encontro muito interessantes. O desafio é conseguir fazer o encontro dessas pessoas, e fazer com que elas se engajem. Às vezes as pessoas não se encontram, não têm esse tipo de diálogo e não percebem esse tipo de convergência.

### **E como replicar as estruturas de rede no Brasil?**

É seguir, entender o que já existe e adaptar. O modelo do Fora do Eixo é uma rede de referência, a Abrafin também, e posso falar com mais propriedade, porque participei da sua criação. Estamos transmitindo esse modelo da música para o cinema. Nos reunimos com cineclubes do Brasil inteiro e com as ABDs (Associação Brasileira de Documentaristas). Fizemos dois encontros tentando entender de que forma os modelos do Fora do Eixo e da Abrafin poderiam ser adaptados para que as ABDs e os cineclubes criassem esse tipo de rede de engajamento, de movimento, que já existe nos outros coletivos. No próximo encontro vamos colocar todos para dialogar. Vão mostrar as experiências dos coletivos, seus métodos, conceitos. O Fora do Eixo trabalha muito com a questão da economia solidária, das moedas culturais, dos bancos sociais. A Abrafin já tem um viés de festival mais comercial e voltado para a geração de negócios, de mercado. São dois coletivos super bem sucedidos e que têm valores diferentes, apesar de muitos integrantes do Fora do Eixo serem da Abrafin e vice-versa. Mas eles têm seus valores bem claros.

### **E as moedas culturais, o que você acha disso?**

Fantástico. Há o cubo card, de Cuiabá [*criada pelo Espaço Cubo, organização cultural mato-grossense*]; a patativa, no Ceará [*moeda cultural solidária lançada na Feira de Música de Fortaleza*]; o pequi card, em Goiás. E estou lançando o gol card. São moedas que existem no Brasil inteiro. Mais do que propiciarem a troca, que é o grande lance, elas possibilitam que você tenha o número que gerou aquele “evento”. Por exemplo, se no Festival Calango, de Cuiabá, ou no Goiânia Noise, ou na Feira da Música, de Fortaleza, você circulou 10 mil cubo cards, 10 mil patativas ou 10 mil pequi cards, você sabe que rolou R\$ 10 mil em trocas ali. Há como medir o “PIB” daquele evento. Por meio de pesquisas tradicionais é mais difícil fazer isso. O próprio IBGE e IPEA lutam para conseguir uma metodologia para isso. Se você pegar 100% do movimento daquele even-

to e analisar por uma moeda, você sabe quanto aquele evento gerou. Além do valor de troca, do valor da cooperação, de trabalhar junto, você tem uma forma de medir, de mensurar. Isso é muito legal e inédito.

### **E o câmbio?**

É 1 por 1. O que facilita é que, no momento que o cara da padaria, que fornece o lanche para o festival, aceita a sua moeda para trocar por “x” pães, você começa a gerar um comprometimento e envolvimento da padaria, do açougue, do hotel, do restaurante com o seu evento. Até com os seus valores. Passa a ser uma coisa não só comercial, de troca, de lucro, mas também de envolvimento e de engajamento com uma causa.

### **O Sebrae tem um trabalho histórico com capacitação. Quando vocês entram na área de cultura, têm que trabalhar com inovação, com essa interface entre cultura e tecnologia. Como é isso?**

A gente está aprendendo. Não é fácil, porque você ensinar a vender uma calça jeans ou um tomate é diferente de trabalhar com arte. O que existe hoje é uma série de mecanismos, ferramentas, suportes, associações, sindicatos, voltados para essa economia tradicional. A gente ainda está aprendendo a trabalhar com essa economia da inovação, do conhecimento, da atenção – não importa o nome. Têm alguns estados, como Acre, Ceará, Goiás, Rio de Janeiro, que estão inovando, aprendendo e trocando. E, muitas vezes, o que funciona em um estado não funciona em outro. Como o sistema Sebrae é único no país, a gente está trabalhando cada um com o seu “modelo de desenvolvimento”, de capacitação, voltado para sua realidade regional. Nesse ponto, existe um eixo norteador. A parte do fazer, do detalhe da inovação, da capacitação, tem sido construída com os atores locais.

### **A indústria está preparada para que a cultura chegue a um outro patamar? O Brasil está conseguindo pensar essa questão?**

Ainda não. A gente está longe disso, e o que vem acontecendo é meio que por necessidade. Acho que ainda não há um entendimento dentro do próprio Ministério da Cultura, do governo do Brasil e dos governos estaduais e municipais, da indústria criativa, dos territórios criativos, das cidades criativas, como eixo central de desenvolvimento. A gente percebe que quando têm falas nesse sentido – que são raras – são vazias. Temos muito ainda por caminhar nesse sentido. O que a gente está tentando fazer é trabalhar com esse conceito de território criativo: entender o que existe de talento naquele local, e que

forma de geração de mecanismo você pode fazer para que esse talento se multiplique, cresça e inove. Alguns mecanismos você faz para que esse talento se mantenha, trazendo pessoas de fora para agregar valor e para provocar essa inovação: incubadoras culturais, residências criativas. No momento em que você estabelece uma residência criativa onde você traz artistas do Brasil e do mundo para ficarem naquele lugar durante 20 ou 30 dias, às vezes meses, esse tipo de troca faz com que o talento local saia e emerja. No momento que você cria espaços, ferramentas, incubadoras, residências, você faz com que aquele território consiga se entender, você consegue mapear e visualizar aqueles talentos. Talentos que são completamente invisíveis, que as pessoas não sabem nem que existem. Quando você dá visibilidade, vem alguém de fora e fala: “Pô, o que você faz é legal”. E a própria pessoa começa a se entender como um produtor, como um talento, e começa a se valorizar.

### **Essa horizontalização da dinâmica cultural, que é muito mais flexível, não provoca um certo medo nas organizações tradicionais, como se elas fossem perder o controle das trocas de informação e de valor?**

Medo não, pavor. Há empresários com pavor desse descontrole. Acho que esse tipo de comportamento não tem como resistir por muito tempo, porque é um movimento que não tem como segurar. Esse tipo de comportamento cultural, de rede social, de trocas é incontrolável. Se ele for proibido de acessar a rede dentro da empresa, ele vai acessar no celular, na hora do almoço, vai achar uma alternativa. Por um certo tempo você consegue segurar, mas tem uma hora que aquilo explode. Esse tipo de explosão pode ser mais rápida, mais lenta, dependendo da catálise que provoca. No momento em que uma cidade cria um cineclube, outra quer saber o que é. No momento em que uma cidade lança um Ponto de Cultura, a outra quer saber qual a função daquilo. Esse tipo de espaço, seja físico ou virtual, gera catálise e efervescência, faz com que as coisas se rompam. Esses modelos de empresas convencionais, fechadas, quadradas, brancas e elitistas, tendem a sofrer muito com esse processo. Com o tempo, elas não resistem. Ou mudam, ou mudam.

### **E a migração cultural? No Brasil sempre se teve a ideia de que todos os grandes talentos vinham para as capitais, e isso está se revertendo. Existe uma tentativa de promover a permanência dos talentos nos seus espaços originais?**

Tentamos provocar a diversidade. Quanto mais opções houver dentro de um espaço territorial, mais rico ele será e mais possibilidades de desenvolvi-

mento existirão. O fato de um habitante de uma determinada cidade ter diversidade de escolha para o consumo de cultura acaba criando um processo educativo. A pessoa pode escolher entre violão popular, hip hop, música sacra. É um processo de formação de público. A grande dificuldade é primeiro mapear e entender o que existe no local. No interior do Brasil, verdadeiros tesouros estão guardados dentro de arcas que precisam ser abertas e mostradas. É preciso trazer experiências de fora, interagindo com as locais. Com o máximo de diversidade possível, as pessoas que moram, residem e vivem lá vão ter melhor condição de optar por aquilo com que se identificam mais. No momento em que você cria um ambiente que possibilita o aprendizado, as pessoas despontam nacionalmente. Você gera mudança no local com muito pouco dinheiro, mas com engajamento e mobilização das pessoas. Um exemplo que aconteceu agora em Goiás: vinte garotos de um curso de desenho animado constituíram coletivos e um deles acabou de ser premiado em um edital nacional, concorrendo com mais de 100 coletivos do país inteiro. São garotos que até 60 dias atrás não sabiam desenhar e que hoje estão fazendo *storyboard*. São talentos que existiam mas que não tinham desabrochado. No momento em que você cria um ambiente de aprendizado, essas pessoas despontam nacionalmente.

### **Existe diferença entre economia criativa e economia da cultura?**

Existe. A economia criativa é um conceito mais amplo do que a da cultura. A economia da cultura é muito ligada à produção, criação artística, identidade e patrimônio. E a criativa possui um viés de tecnologia, podendo ampliar esse conceito para moda, software, games, uma série de outros elementos que tradicionalmente não têm essência cultural. Entendo a economia da cultura como toda essa produção, onde o insumo principal é a questão da identidade, do patrimônio, do talento. E a economia criativa seria mais ampla, tendo dentro dela a economia da cultura. Procuramos trabalhar esse conceito maior.

# Diva Pacheco

Atriz e uma das fundadoras da Paixão de Cristo de Nova Jerusalém

**“A maioria do público de A Paixão de Cristo é de católicos e evangélicos. Eles assistem por fé. Se Maria chora, eles choram; se Jesus chora, eles choram.”**

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron no dia 28 de junho de 2010, em São Paulo.

Diva Pacheco

O que começou há meio século como uma “brincadeira” familiar, transformou-se ao longo das décadas em um dos maiores eventos de celebração da Semana Santa no país: a montagem da *Paixão de Cristo* em Nova Jerusalém, distrito da cidade de Brejo da Madre de Deus, em Pernambuco. Por trás do longo sucesso da experiência está Diva Pacheco, atriz, figurinista e artista plástica que, ao lado do marido Plínio Pacheco, se empenha na produção do evento.

Os pais de Diva foram parar na vila da Fazenda Nova depois que a mãe dela visitou uma estância mineral na região, em busca de águas medicinais – o lugar era famoso por isso. Apaixonada por teatro, a mãe brincava de dramatizar *A Paixão de Cristo* e, aos poucos, os turistas se aglomeravam para assistir. Ano a ano, a coisa crescia, a princípio com atores locais. Surgia Nova Jerusalém, uma cidade para encenar a morte de Jesus. Mas, desde que Fábio Assunção virou Jesus e Silvia Pfeiffer, Nossa Senhora, atores globais passaram a fazer fila à espera de uma oportunidade de atuação.

Como fenômeno que atraiu 80 mil pessoas na edição de 2010, as montagens demandam espaço maior. Diva e Plínio criaram a cidade-teatro, uma área com 100 mil metros quadrados e tida como o maior teatro ao ar livre do mundo. A peça já virou tradição, aliás, tomada como patrimônio cultural pelo governo pernambucano. Para Diva, montar a mesma peça a cada temporada “é como ter um filho que não envelhece; Nova Jerusalém sempre fica mais nova”.

## **A *Paixão de Cristo* de Nova Jerusalém tem 60 anos. Como foi que isso aconteceu?**

Começamos em 1951, fazíamos *Paixão de Cristo* de brincadeira, só na família. Minha mãe era doente por teatro. Fazia espetáculo de tudo que é santo, de pastoril até papai noel. A vila era muito pequena, não tinha nada. Papai era dono de vários hotéis, aí inventava essas festas, nas quais entravam muitos turistas. Ah, e tinha a água mineral da fonte Fazenda Nova, que curava. Hoje não cura mais porque está poluída.

## **Curava mesmo?**

Curava fígado, estômago. Tinha uma lama que você passava no rosto e deixava a pele maravilhosa. Minha mãe era de Pannels, papai de Quipapá, na Zona da Mata. Uma vez minha mãe foi passear e descobriu a Fazenda Nova. Os homens iam para o sertão, levando queijo, carne-de-sol para vender, e paravam em Fazenda Nova. Tomavam dessa água, davam aos animais, comiam e dormiam lá para depois seguirem viagem. Aí por causa dessa água, começou a aparecer gente para fazer tratamento, como aconteceu com a minha mãe.

Era uma água quente, tinha essa lama que parecia um creme, você botava no rosto e, quando secava, tomava um banho, lavava com a própria água. Ficou famosa e começou a trazer turista. Mamãe já era viciada em teatro desde os 13 anos. Estudou em um colégio de freiras francesas em Maceió, onde aprendeu teatro. Ela botava os filhos todos para trabalhar, mas só quem gostava de teatro era eu e meu irmão Luiz Mendonça. Mas todo mundo tinha que trabalhar. Em 1951, meu cunhado mandou para minha irmã uma revista que falava sobre um espetáculo em Oberammergau, na Alemanha. Daí veio a ideia de fazer *A Paixão de Cristo*. Meu irmão, Luiz Mendonça, trabalhava em Gravatá e escreveu o texto para montarmos o primeiro espetáculo naquele ano. Eu fazia dois personagens: o demônio do Horto das Oliveiras e uma menina de Jerusalém. Meu irmão foi o Cristo e minha irmã, Nossa Senhora. A cunhada foi Madalena, o outro irmão, Pilatos. Quer dizer, o elenco, com umas 20 pessoas, era formado pela família. Aproveitamos aquelas casas antigas da Vila de Fazenda Nova e fizemos a primeira *Paixão de Cristo*.

#### **Era apenas sua família? Como a comunidade se envolvia? O padre participava?**

Participava. Ninguém sabia o texto, porque era muito grande. O padre ficava dizendo o texto. Meu pai odiava. Aí mamãe dizia: “Esse ano você vai ser Caifás”. E ele: “Não vou ser nada”. Ela e o meu irmão eram os diretores. Meu pai teve que fazer o Caifás (*risos*). Ele falava assim: “Vai dizendo o texto, Sebastiana, que eu respondo”, e isso em cena! Ele não sabia uma palavra. Aí ela dizia: “Isso e isso”, e ele repetia na sequência. Mas a sorte é que não tinha microfone, não tinha luz. Nesse tempo foi que o meu marido Plínio Pacheco apareceu. Nós namorávamos. Ele trouxe da Aeronáutica um gerador bem pequenininho, que a gente botava nas costas de quatro soldados romanos. Chegava na cena, acendia o gerador; terminava a cena, desligava. E, assim, fazíamos o espetáculo no início. Depois, foi crescendo, ficando bonito. Uma vez, aconteceu uma coisa muito engraçada: o túmulo de Jesus era no chão. Eles cavaram um buraco e botaram o meu irmão lá dentro. O sangue era feito com açúcar, clara de ovos e anilina vermelha. Quando botaram o Cristo morto lá, todo mundo chorou, os figurantes choraram. De repente, meu irmão se levantou correndo: “Me acudam, que eu estou sendo mordido por formiga!” E saiu correndo, todo mordido por aqueles formigões. Ficou todo encaroçado (*risos*).

#### **Como o espetáculo começou a crescer? Foi quando começou a aparecer o público de Recife?**

De Recife, de Caruaru, do interior. O cenário e o figurino, nós que fazíamos.

Sabe de quê? De papel, de cimento. Emendávamos tudo com cola de goma e pintávamos. Meu irmão trabalhava na Secretaria da Fazenda, era coletor estadual, e chamava as pessoas para ajudar. Todos tiravam férias na mesma época, perto da Semana Santa. Um pintava o cenário, o outro cortava o papel, o outro fazia o figurino – cada um tinha uma coisa para fazer. Todo mundo ficava hospedado na casa de papai, mas todos trabalhavam, e com boa vontade. Plínio trouxe um ônibus de jornalistas para assistirem ao espetáculo. Aí estourou. Ficou lindo porque a imprensa fazia muita propaganda e mais gente começou a vir. Nessa época, nós já tínhamos quatro hotéis em Fazenda Nova.

#### **E como vocês tiveram a ideia de montar a Nova Jerusalém?**

Plínio, meu marido, quando percebeu a lotação da Fazenda Nova, disse para o meu pai: “Seu Epaminondas, vou construir uma cidade”. Conseguimos uma verba do governo para comprar o terreno. Vendi minhas jóias de família, vendi tudo para começar Nova Jerusalém. Compramos um jipe 51, uns telefones velhos da Aeronáutica para nos comunicarmos de um cenário para outro. Eu cozinhava, fazia o figurino, lavava roupa do espetáculo, fazia tudo que precisava. Plínio, eu e os meninos pequenos. Era só trabalho. E assim passamos cinco anos. Aí fomos fazer cinema para ganhar dinheiro e construir Nova Jerusalém.

#### **Como vocês fizeram cinema?**

Lá, na Fazenda Nova, se fazia muito cinema. Fizemos 12 filmes e ganhamos por isso. Eu fazia o figurino, Plínio fazia direção de produção e o dinheiro era todo para a construção de Nova Jerusalém.

#### **Acabaram por construir uma verdadeira cidade.**

Sim. Lá existe tudo o que você sonhar. Só não tem médico de plantão e hospital, mas o resto tem tudo. Tem hotel quatro estrelas com piscina, lojinha de conveniência, água, luz, tudo. As pessoas de Fazenda Nova sobrevivem da Feira de Sulanca em Caruaru e em Santa Cruz do Capibaribe. Por sinal, fiz uma novela, e Miguel Falabella botou o meu nome de Sulanca [*A Lua me Disse, da TV Globo, dirigida por Leandro Néri, André Felipe Binder e Rogério Gomes, em 2005*]. Essa é vocação do povo por lá. A gente costura vestidos lindíssimos. Os vestidos costurados vão para os shoppings, mas com outra etiqueta. E é de Sulanca. A comunidade vive disso. E, quando chega a Semana Santa, a cidade para. No colégio se hospedam os soldados, em outro, a cavalaria. A maior parte é figurante. A segurança é toda de lá. Tudo é de lá. Só três atores vão para

Nova Jerusalém fazer os papéis principais. O resto é tudo de Pernambuco.

### **Quantas pessoas foram na última Páscoa?**

80 mil pessoas. A maioria do público vem para pagar promessa. Vem gente até de Belém de ônibus, com a passagenzinha contada.

### **E quem escolhe os atores convidados para fazer os papéis principais?**

Vai se escolhendo aos poucos. Claro que tem que escolher com cuidado, porque tem que ser ator que traga público. Todos eles têm uma novela para ensaiar ou gravar.

### **Quanto é o ingresso?**

De R\$ 25 a R\$ 60. A Sexta-feira Santa é o dia que tem mais público. Você cobra mais caro na sexta para evitar muito público, mas não adianta. Eles vão mais na sexta-feira porque é dia da penitência. E como agora está tudo moderno, eles levam um isopor com a comida e só compram lá o refrigerante. Já trazem as cadeirinhas, armam a mesa, lancham ali mesmo. Às 4h, abrem-se os portões, aí todo mundo entra para conhecer o teatro. Na quarta, quinta e sexta, ninguém sai de Fazenda Nova. Eles já ficam hospedados para conhecer o teatro durante o dia com mais calma. A maioria é de católicos e evangélicos. Vão pela fé mesmo. Se Maria chora, eles choram. Se Jesus chora, eles choram. Eles se emocionam. A pessoa que é católica vê e chora de morrer quando Jesus leva uma chicotada. Na hora da ressurreição, eles ficam loucos. Não vão nem para a igreja, vão para lá. Os jovens ficam nos bares, na rua. Do lado de fora da Nova Jerusalém, existe um show para pegar o público que vai saindo. Se 80 mil pessoas saírem de uma vez só, é difícil. Enquanto uns estão se arrumando, um cantor lá fora se apresenta. Eles se distraem, mas não faz tanto sucesso.

### **Vocês são católicos?**

Sou católica desde que nasci. Meu pai era daqueles chatos que saía correndo quando via um bispo, saía andando ajoelhado, pedia a benção. Todos os filhos pediam a benção. Agora, eu não criei os meus filhos assim, não. Eles não quiseram, não aceitaram. Mas sou católica.

### **Quando o espetáculo começou a fazer sucesso, apareceram pessoas querendo copiar?**

Todos! Em Gravatá, Arcoverde, Triunfo, Recife.

### **Centenas de Paixões de Cristo?**

No agreste e no sertão todo. Eles preparam o figurino, copiam o nosso. Só que eles são pobres, os “bichim”. As prefeituras dão bem pouco dinheiro. Mas eles preparam o espetáculo e acho isso importante, porque, quando nós começamos, também não tínhamos nada. Tenho um retrato de meu irmão, que fazia Pilatos, vestindo a saia da minha cunhada como um manto – uma saia de bolinha. Já pensou Pilatos com um manto de bolinha? Uma vez trouxeram um ator muito bom de Recife para fazer Herodes. Todos ficavam hospedado na casa de mamãe. Era um hotel, uma casa enorme. E o ator foi para a rua, se embebedou e ninguém notou. A mãe de minha cunhada ficava em um corredor próximo desse ator. Aí aparece o ator embriagado, sem roupa, às 3h da tarde. Mamãe disse: “Esse não vai fazer Herodes. Arranja um carro e manda embora”. Aí papai disse: “E quem vai fazer Herodes?”. Você. Papai: “Eu? Mas eu nunca vi o texto de Herodes”. E fez, cumpriu o dever dele. No outro dia, arranjaram outro Herodes. Mas tem muita coisa engraçada no espetáculo. Outra vez, meu filho sugeriu comprar uma pólvora em Campina Grande para fazer os efeitos especiais. Lá, era a metade do preço. No espetáculo, soltamos muita pólvora na hora da morte, quando Jesus morre aos pés de Nossa Senhora. Compramos a tal pólvora e, quando o túmulo do Cristo foi aberto, ela estourou na cara de um soldado. Quebrou até o capacete. Na hora da ressurreição de Cristo, entraram com uma maca para carregar o soldado. Mas o espetáculo é tão grandioso, tão bonito, que ninguém viu a maca, ninguém notou que o soldado tinha se queimado todo.

### **É tudo dublado nas encenações?**

É tudo dublado porque ninguém ouve. Já usamos microfone sem fio, já usamos todos os efeitos, mas não dá para o público ouvir, precisa ser dublado. Agora, você não pode perder uma palavrinha, porque, se perder, estraga todo mundo que está contracenando com você. Precisa ser tudo certinho, o texto tem que estar na ponta da língua, não pode haver erro.

### **Como foi construir uma cidade-teatro de 100 mil metros quadrados?**

Cada ano fazia um pedaço. Quando fomos morar lá, eu e os quatro filhos dormíamos em um arruado e fazíamos refeição em outro defronte. Onde eu fazia refeição só existia uma sala, um banheiro, uma cozinha pequena que o Plínio fez para colocar uma pessoa que tomaria conta de Nova Jerusalém. Mas como não tinha dinheiro para pagar aluguel de casa – nem tinha casa, porque ele vendeu tudo para investir em Nova Jerusalém –, fomos morar lá.

E ali eu recebia embaixador e governador. Chegava o governador Nilo Coelho e dizia: “Vim jantar aqui”. Aí falava: “Valha-me Deus!”. Mas ele gostava de xerém, sopa, charque. Um dia eu estava fazendo a mulher de Herodes, bem engraçada, sorrindo, quando vi o fogo na palhoça. Aí eu dizia: “Está tocando fogo!”, e ninguém olhava para mim. Eu disse ao contrarregista: “Corra que está morrendo todo mundo, lá na palhoça do peixe”. Ninguém ligava, só queriam ouvir a voz de Herodes. Tive que sair de cena. Pegou fogo mesmo. Mas tudo começou assim, no sacrifício. Plínio conseguiu reconstruir uma escola, que deu para hospedar os atores, e alugava um prédio para colocar a imprensa. Tínhamos também um coral, que cantava no final do espetáculo, era lindíssimo. Mas depois que começamos a dublar, não se precisou mais de coral.

**E sobre a produção mesmo do espetáculo, como que é isso? Conte um pouco a maneira de montar.**

Todos recebem. O meu filho Robinson Pacheco consegue verba e patrocinadores com o governo estadual. O governo ajuda muito, porque a gente depende de tudo: tem que ter estrada, luz, estrutura. De Caruaru a Fazenda Nova hoje existe estrada, mas não havia nada, era toda de barro. O doutor Nilo Coelho que fez. A estrada é conservada, toda demarcada, para o povo poder passar certinho, porque é muito público, muito ônibus, muito carro. É uma loucura tão grande que você tem vontade de sair correndo para não ver tanta gente que chega.

**Quem teve a ideia de chamar ator da Globo para atuar ali?**

Em 1968, nós fizemos *A Compadecida*, em *Brejo da Madre Deus* [filme dirigido por George Jonas com roteiro de Ariano Suassuna]. Plínio ficou muito amigo de Armando Bógus, Antonio Fagundes e Ary Toledo. Quando uma parte de Herodes estava pronta, Plínio levou todos os atores para assistir. Aí Antonio Fagundes – é muito amigo nosso – disse assim: “Meu Deus! Será que um dia eu subo nesse palco?” Armando Bógus disse para Antonio Fagundes: “Claro que vamos subir!” E isso ficou na cabeça dele. Então, começamos a experimentar para ver se dava certo. Porque quando o José Pimentel saiu, o espetáculo estava já arriando. Plínio foi com Robinson ao Rio de Janeiro e falou com o Antonio Fagundes. Arranjamos Fábio Assunção – por sinal, foi um Cristo lindo – Silvia Pfeifer fez Nossa Senhora, e Pilatos foi Jackson Antunes. Aí foram os três. Todo mundo veio para ver Fábio Assunção de perto. Enlouqueceram. Deu tudo certo. A partir daí, todo ano levamos três.

**Tiveram 15 mil pessoas na estréia dos atores globais. Como você avalia esses atores de televisão fazendo esses personagens tão tradicionais?**

Gosto. Eles têm uma reação muito boa. Eles incorporam o assunto, se juntam aos atores de lá. Todos se respeitam, se gostam, parecem amigos antigos. Não tem essa história de “aquele é da Globo, esse não”. Mas também temos o cuidado de escolher pessoas que se dão bem com todo mundo. Esse ano foi o Mauro Mendonça. No coquetel depois do espetáculo, ele ficou na cadeirinha, esperando os beijinhos das moças, com uma garrafa de vinho. Eu ria, ele parecia um pajé sentado, e todo mundo: “Vamos tirar uma foto?”. Ele: “Pois não, minha filha”. Mas tudo é muito organizado. Em janeiro, as cenas principais são gravadas. Depois, são adaptadas ao teatro para poder entrar na história toda. Todos já vão com os contratos prontos, com DVD, fotografia, com tudo feito. Tem que funcionar tudo direito, porque senão vira bagunça.

**E os figurinos? Como são conservados?**

São usados por muitos anos, só são remodelados. O clima de Fazenda Nova é seco, então, não estraga a roupa. Se fosse úmido como em Recife, mofava tudo. Minha filha Xuruca Pacheco é estilista e ficou responsável pelo guarda-roupa desde que eu saí.

**Como vocês fazem a crucificação? Como é pendurar o ator naquela altura?**

Você está querendo saber demais! (*risos*). Daqui a pouco você quer saber o segredo de Judas. Existe uma argola de ferro nas costas, no calção do Cristo. Aí tem um armador de rede na cruz. Amarra o armador de rede nessa argola. Os dois pulsos são amarrados. Botam os dois pregos – de isopor, imitando de verdade – na mão, o sangue e bate. No joelho, nos pés, faz a mesma coisa. Todos os atores que interpretaram Cristo já disseram que, do meio para o final, passam mal, já não vão vendo muita coisa. Ficam tontos. A argola que vai na mão prende a circulação. Todos dizem a mesma coisa. Agora, o Judas, é pior.

**Por quê?**

Porque o Judas é um calção todo de lona, todo entrelaçado com armadura de rede nas costas. Quando ele morre, aquilo roda, como se fosse enforcado. Embaixo existe uma porção de colchões. Ele cai lá de cima de uma vez. Teve um ano que o ator caiu e quase morreu, porque caiu fora do colchão.

**Mas todos treinam para isso, não é?**

Muito! Tem que treinar. O ensaio começa às 7h e termina de madrugada.

da. Jesus e Judas são os que mais treinam. E tem a consciência de Judas, que também vai para lá.

### **É outro ator que faz a consciência dele?**

Isso. Existe Judas e um outro ator vestido de Judas que é a consciência dele, discutindo o que ele fez com Jesus. Porque Judas era o maior amigo de Jesus. Judas tomava conta de todo o dinheiro dos apóstolos, era riquíssimo e doou tudo para a igreja para ficar junto de Jesus. Ele não tinha necessidade daquilo. Mas ele sente remorso. Quando ele falha, a consciência fala: “Se eu não tivesse feito, estava melhor”. Judas fica pensando: “Como é que eu fiz isso? Vendi por tão pouco um homem desses”. Isso complica também o público, porque o público termina tendo pena dele. Há uma palavra belíssima de Judas que Plínio escreveu. Judas diz assim quando vai morrer: “O desencanto entrou no meu coração”. Vendeu Jesus por tão pouco dinheiro e era o maior amigo dele. Jesus tinha a maior confiança nele.

### **De todos esses personagens, o Judas é o mais difícil de fazer?**

Eu acho. Mas Caifás, Anás e Pilatos também são. Pilatos é lindo!

### **Por quê? Qual a estrutura desses personagens?**

Anás é sogro de Caifás, são os dois que compram Jesus. Pilatos não tem coragem de soltar Jesus. Ao invés dele, Barrabás fica livre por decisão do povo. Herodes era falso, não queria entrar em briga. Ficou o pobre do Pilatos lavando as mãos. A cena de Pilatos é belíssima, quando entra em uma briga com os cavalos. Você enlouquece! É linda, linda, linda! Pilatos começa a falar, a discutir com Anás e Caifás, os dois querendo que prendessem e matassem Jesus. Pilatos corre com medo, porque procurava e não encontrava defeito em Jesus. Caifás, o maior sacerdote, era muito vaidoso. Andava com a roupa cheia de sininho pendurado para, quando passasse na rua, todo mundo visse ele passando. Ele queria de qualquer maneira matar Jesus para mostrar que tinha poder. Já Anás, não. Era fraco, velho, mas apoiava tudo o que o genro fazia. Então, Caifás é um dos mais importantes do espetáculo. A ceia é uma coisa linda também. Todo mundo chora na cena. Na cena de Herodes, quando as mulheres chegam quase todas nuas, os homens correm para ver. Nem olham para o pobre do Herodes, olham mais para as mulheres. E é cada mulher bonita! O sermão é outra parte linda. Acontece o milagre do cego e a benção das crianças rezando o Pai Nosso.

### **Os grupos de teatro geralmente montam peças diferentes, vocês montam sempre a mesma. O que muda de um ano para o outro?**

É o mesmo texto, escrito em 1967. Mas todo ano melhora o cenário, a roupa, alguma coisa. Porque tudo é caro. Ali, não pode ser nada falso. Pedra é pedra. Começamos sem som. Testamos o gerador, como falei, mas não resolveu. Aí botamos umas caixas de som que resolveram, mas ficou feio, atrapalhava a visão. Agora existe uma torre de som moderna. Nada falta. Todo mundo que assiste ao espetáculo sai satisfeito. Sou eu elogiando aqui, mas, se fosse ruim, eu também diria.

### **Para terminar, o que é o teatro para a senhora?**

Minha vida. Fui eu quem fiz com Plínio, dei a vida toda, passei a vida toda nele. É como se fosse um filho que não envelhece, que se renova a cada ano. Porque filho mesmo vai envelhecendo, a mãe vai envelhecendo, e a Nova Jerusalém parece que vai ficando mais nova. A cada ano você coloca uma novidade. É um filho bom, que não envelhece.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/diva-pacheco/>

**“O produtor cultural hoje precisa pensar na sustentabilidade caminhando junto com o evento. Fazer com responsabilidade: o que fazer com o lixo, como contratar pessoas e gerar renda local.”**

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron no dia 09 de junho de 2010, em São Paulo.

Desde 1987, Flora dirige a Gege Produções Artísticas, empresa do marido, cantor e compositor Gilberto Gil. A Gege é uma produtora, uma gravadora e também uma editora que detém os direitos autorais das composições do ex-ministro. A empresa produz shows de Gil e de outros músicos. Flora se formou em produção cultural, em suas próprias palavras, pela “universidade da vida”, em um tempo em que sequer havia curso formal na área. Começou cuidando do direito autoral de Gil e passou a organizar quase tudo no cotidiano de sua carreira.

Mesmo diante da crise no mercado de discos, Flora diz que não precisa fazer concessões para garantir os trabalhos do marido. “Ninguém opina, nem eu nem ninguém, na obra que ele faz”. Mas ela sabe que essa não é a regra geral. “Todo mundo quer opinar: o produtor, o presidente da gravadora, o diretor de marketing, o diretor artístico; mas lá em casa, não.” Flora lembra que Gil se impregnou do espírito da cultura digital desde a composição de *Pela Internet*. Como produtora, ela ressalta que gosta de poder procurar novos modelos de financiamento para poder oferecer gratuitamente a obra. Para ela, uma empresa pode pagar aquela música, por exemplo.

Entre as principais realizações da Gege estão a organização e produção de diversas turnês nacionais e internacionais de Gilberto Gil, a co-produção dos filmes *Tempo Rei* (1996), *Pierre Verger – Mensageiros entre dois mundos* (1999), *Filhos de Gandhi* (2000), *Viva São João* (2002), *Kaya* (2002) e o longa metragem de ficção *Eu, Tu, Eles* (2000), dirigido por Andrucha Waddington, em parceria com a Conspiração Filmes. Desde 1999, a Gege produz e organiza o Camarote Expresso 2222 no carnaval baiano. Flora também atua desde 1996 na criação de sites para artistas como Gil, Caetano Veloso, Adriana Calcanhotto, Titãs, Jorge Mautner, Jorge Ben Jor, Ary Barroso, Cazuza, Vinícius de Moraes, entre outros. Casada no civil com Gilberto Gil desde 1988, teve com ele os filhos Bem, Isabela e José.

### **Como você começou a trabalhar com produção cultural?**

No início dos anos 80, quando o Daniel Rodrigues era o empresário do Gil, comecei a trabalhar no escritório de produção no Rio com a parte de direito autoral. Primeiro, só tomava conta da edição de direito autoral, que é o que eu gosto de fazer verdadeiramente. As composições de Gil estavam espalhadas pelas editoras do Brasil. Antigamente, você assinava contrato de cessão de direito autoral pelas edições. Havia muitas músicas espalhadas, mas principalmente na editora do Guilherme Araújo – o antigo empresário dele que tomou conta também de Caetano, Gal e Bethânia. Era comum assinar contratos de

edição com os empresários também, fora as multinacionais e as gravadoras. Vi que o Daniel Rodrigues tinha acabado de abrir uma editora - a Gege Edições. Eu falei: “Poxa, Daniel, em vez de a gente só editar as músicas do Gil de agora, vamos tentar recolher músicas que o Gil possui espalhadas por aí”. Foi uma luta na justiça de uns seis ou sete anos talvez, mas conseguimos as obras de volta por meio do “direito de reexibição” – que é o direito de não querer mais, você pode ter cedido a obra para alguém, mas pode ter o direito de não querer mais. As obras todas do Gil hoje estão dentro da Gege Edições, que fica dentro da Gege Produções, o escritório de produção cultural. Aliás, a empresa Gege é gravadora, editora e produtora dos shows. No começo da carreira, Gil ficou por alguns anos na gravadora Polygram, que hoje é a Universal. Em seguida, foi para a Warner, na qual permaneceu até três anos atrás. E aí a gente também quis ser gravadora. Hoje, a gravadora existe e se chama Geléia Geral. O disco do Jorge Mautner, que também edita na Gege Edições, saiu pelo selo Geléia Geral e é distribuído pela Warner. Temos uma parceria. Para não ficar complicado para quem não é desse meio, explico melhor: o disco precisa ser produzido e distribuído. Antigamente, quando se vendia muito disco – os artistas vendiam um, dois milhões de cópias – era a gravadora que produzia o vinil ou o CD, distribuía para as lojas e editava as músicas. A editora era um pequeno departamento das grandes gravadoras. Hoje em dia isso se inverteu: são editoras grandes com um departamento que é a gravadora, porque o disco não vende mais como antes, pela pirataria, pelo alto custo. O consumidor não quer pagar R\$ 40 em um CD. Você vai ao centro da cidade no Rio, a São Paulo ou a Salvador, você compra disco a R\$ 5. A internet também veio com uma força muito grande para facilitar o acesso a determinado disco na sua casa. São milhares de razões para não ter mais tanto disco. Mas, como eu estava falando, as gravadoras gravavam um disco e distribuía para as lojas. Alguns artistas da nova geração – acho que a partir de Marisa Monte, Carlinhos Brown, Arnaldo Antunes – começaram a ser donos do fonograma, ou seja, o disco é deles. A propriedade é do artista, o disco sai pelo selo dele e aí só a distribuição é feita pela gravadora. Então, hoje a gravadora faz um papel maior de distribuir o CD ou o DVD para as lojas. As gravadoras hoje distribuem e editam algumas coisas. O Gil, por exemplo, possui gravadora, produtora de shows e a editora, tudo no mesmo escritório. A gravadora multinacional entra é na distribuição física do CD.

### **Em 1987, você assumiu a produção artística dos shows. Como foi essa mudança?**

Eu fui morar em Salvador. O Gil, na época, tinha entrado para a política, era vereador por Salvador. Abri um escritório de produção lá e comecei a fazer shows. Mas não só shows do Gil, também de Caetano, Gal, Titãs, Paralamas do Sucesso, principalmente na Concha Acústica, no Teatro Castro Alves. A gente produzia os shows.

### **São mundos diferentes, o do direito autoral e o da produção de shows?**

O direito autoral é um trabalho muito mais de formiguinha, de buscar, de ter uma relação com as editoras, com a associação das editoras musicais, como a Associação Brasileira dos Editores de Música (Abem). É um trabalho de recolher o mundo. É um trabalho que você vai recebendo o resultado em longo prazo. A produção não, ela é mais ativa. Para fazer um show, você precisa do artista, do local, da comunicação e do dinheiro.

### **Desde os primeiros shows, o que você foi aprendendo? Quais são as regras para produzir?**

Eu sou geminiana, gosto de comunicação, adoro divulgar. Quando a gente fecha um show, eu penso: “Como vai ser a mídia?”. O que eu mais me preocupo é com a mídia. Salvador é uma praça atípica. Lá, a comunicação até hoje é via outdoor. Salvador usa pouco a televisão e o rádio. A pessoa que quer saber o que está acontecendo na cidade gosta de andar e de ver as placas. Há mais de 20 anos é a mesma coisa. Mas, claro, o tipo de comunicação depende dos projetos. A produção de shows é assim: você precisa ter o artista e o dinheiro para pagar o cachê. No meu caso, ser casada com um artista é um pouquinho diferente, pois estou nos dois lados: produzo e também sou produzida por alguém. Acabo vendo o outro lado das produções. Quando ligam para o escritório para comprar os shows do Gil, é como se eu tivesse ligando para comprar o show. Então, às vezes aprendo com os produtores que ligam para comprar o show do Gil. Voltando à história da produção e da divulgação, quando chegou ao Rio o mobiliário urbano, eu fiquei encantada. Aqui em São Paulo não sei se existe, mas no Rio, hoje em dia, o mobiliário urbano é a maneira mais rápida de você divulgar um evento.

### **Como é isso?**

O mobiliário urbano é um *clear channel* que fica nos pontos de ônibus rotativos, aquelas placas rotativas. Existe muito na França, mas lá é redondo. Em

São Paulo talvez não tenha por causa da Lei Cidade Limpa [*Decreto nº 47.950, de 5 de dezembro de 2006, que busca eliminar a poluição visual em São Paulo*]. São Paulo é a praça mais cara para comunicação, porque aqui é preciso usar jornal e televisão, que são os meios mais caros. Anunciar nos jornais *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo* é caro. De qualquer forma, a comunicação precisa responder a um projeto. No caso da produção de um show, vale lembrar que antigamente não havia lei de incentivo, era recurso próprio ou era patrocínio local. Era muito mais doméstico. Havia pequenos patrocínios: a companhia aérea que te dava um desconto; o hotel, porque o artista ficava hospedado lá. Às vezes até o patrocínio de um restaurante, a partir de uma permuta: os artistas comiam no restaurante, então a gente não precisava dar a diária de alimentação. Isso há 25 anos. Depois é que veio essa história toda do patrocínio e das leis de incentivo. Tudo ficou mais caro e a produção ficou mais caprichada. Já que existe o patrocínio, você pode fazer uma entrega de comunicação bacana, além de uma boa qualidade de som e de luz. Você pode até captar aquele evento que você está fazendo para registro e transformar em um DVD para comercializar depois.

### **Pensando em shows de Salvador, qual a diferença de produzir espetáculos em lugares físicos e shows em trios elétricos, como o caso do Expresso 2222?**

O Expresso sempre foi de graça. Não dependo de bilheteria. É uma delícia não depender de bilheteria, porque não há tensão. Lá em Salvador existe um lugar onde produzi muitos shows, a Concha Acústica, lá cabem seis mil pessoas. Um lugar lindo, *open air*, os artistas que vão à Bahia normalmente fazem shows ali, é um anexo do Teatro Castro Alves. Ali eu dependia de bilheteria. No trio elétrico, eu sou obrigada a ter patrocinador, porque não tenho um real de volta, não vendo. É mais complicado, mas é gostoso. É muito mais gostoso você fazer um projeto sem pensar em cobrar, sem depender de bilheteria.

### **Como é a parte de camarim no trio elétrico? Como é montado?**

Eu construí um trio, então eu comprei um cavalinho Volvo, a cabine com o motor onde dirige. A carroceria toda a gente fez em Salvador, lá existem fábricas de trios elétricos. A gente fez o trio lá, com o camarim como se fosse um camarim de qualquer lugar, de qualquer teatro. Camarim, ar refrigerado, frigobar, espelho, cama, tudo.

### **Às vezes um show dá errado e culpam a produção executiva pelo fracasso. Você vivenciou muitas histórias assim?**

Fiz há pouco um evento para 300 mil pessoas no Rio, o São João Carioca. De

graça, que é o que eu mais gosto de fazer. Deu muito certo. Fiz uma parceria com a TV Globo. Mas poderia ter dado muito errado se chovesse, por exemplo. No Rio, ninguém iria com chuva. O show foi das 14h à meia-noite, uma megafesta junina. Eram Gil, Zeca Pagodinho, Gal, Alcione, Mart'nália, Preta, Vanessa da Mata. Dia ensolarado, com quadrilha, festa junina, pamonha, pipoca – tudo dando certo. Se chovesse, daria tudo errado. Eu só cobri o palco, deixei tudo pronto para uma chuva, para proteger o equipamento. Outra coisa que pode dar errado é a comunicação. Você precisa ter um dinheiro grande para fazer a comunicação de um projeto. Não há como não comunicar, e isso é caro, é preciso ter orçamento. Por isso que é bom ter patrocínio. É fácil conseguir? Não, é difícil! Então, no que a gente pode melhorar? Lei de incentivo: federal, estadual ou municipal, depende da empresa. Um projeto caro eu aprovo nas três leis para poder ter um leque de opção para a empresa decidir. Se a empresa se interessar, se o projeto for sedutor e seduzir aquela empresa, eu tenho que ter a outra sedução pela facilidade das leis de incentivo.

### **Como você lida com celebridades que querem entrar no show, como é a relação com os “vips”?**

É tranquilo, são todos bem vindos. Há dois anos que a gente não faz mais o trio elétrico, mas nos dez anos que a gente fez, o Gil convidava os amigos para tocarem com ele. Alguns iam para o camarote e diziam: “Ah, eu quero dar uma canja!”. E, então, subiam no trio e cantavam. Gil sempre gostou muito de festa. Falava assim: “Chama o Lulu, o Jorge, o Caetano”. O Bono a gente levou para a Bahia, ele jantou em casa, depois foi para o camarote, cantou na varanda. Existe isso. Acho engraçado esse termo “vips”. Muitos pedem: “Quero ir e levar minha família, meus amigos, minha mulher”. Quando você tem boa vontade e bom senso, dá para atender a todo mundo, desde que não extrapole, que ninguém abuse. Só não gosto muito do abuso. E existe gente que é abusada, que pede mais do que deveria. Se você vai pedir convites para assistir a um show, é indelicado você falar: “Quero oito”. Você deve falar que quer ir com mais uma ou duas pessoas. A minha família é enorme, mas eu não peço dez convites para ir a um show. Peço três e compro alguns. Mas algumas pessoas não pensam assim. Se um amigo seu é dono de uma padaria, você não chega lá e ganha pão, leite, manteiga. Você compra, seu amigo da padaria sobrevive daquilo. Show é a mesma coisa, a pessoa está ali pela bilheteria, não pode abrir a bilheteria para dar para todos.

### **Como é produzir audiovisual, cinema?**

Fiz muito pouco, só algumas produções com a Conspiração Filmes, com o

Andrucha Waddington e com o Lula Buarque. Fizemos o *Eu, Tu, Eles*, aquele filme com a Regina Casé, que o Andrucha dirigiu há dez anos – a Gege foi co-produtora do filme. Em audiovisual, fiz mais DVDs. A gente fez um DVD na França, do Gil e seus convidados. Os DVDs da carreira do Gil a gente fez em parceria com a Conspiração e com a Warner – a Gege também faz a co-produção, mas o que eu gosto mesmo é de produzir show, mais do que audiovisual.

### **Por que produzir em outros países, no Japão, na Europa, nos Estados Unidos?**

Existem os produtores em cada cidade, em cada região. Na Europa, a gente tem um produtor local que toma conta da Itália, outro da Alemanha e da Áustria, outro da França. O Gil participa de festivais na Europa há muitos anos, então eles já estão acostumados. No verão, quando esses artistas fazem shows, normalmente a produção dos festivais já está pronta. São festivais que abrigam de três a cinco artistas por noite, então você usa aquela estrutura de palco que já está montada, de uma comunicação que já está feita. São conhecidos como festivais de verão na Europa. Aquela produção não é da Gege, é uma produção europeia, daquele produtor local. Nós entramos com nosso equipamento, com nossa equipe – de som, de luz – e nossa produção se resume muito ao interno, ao Gil, não é uma produção para quem está comprando o ingresso, a gente não cuida da bilheteria. Um contratante compra o show e a gente entrega para ele.

### **Como você contata os seus produtores? Como achar gente especializada em produção?**

Na área de música as pessoas se conhecem. E são fiéis a cada artista. O meu escritório, a minha equipe está ali, não tem rotatividade. Alguns estão há 20 anos, entram e ficam. Mas no mercado, é sair falando: “Oi, sou eu, aqui do escritório do Gil”.

### **A gente entrevistou a assessora de imprensa Gilda Mattoso e ela falou sobre a vida pessoal dos artistas e a relação com a imprensa. No seu caso, que é esposa do Gil, existe momento profissional e pessoal? Como lidar com isso?**

Eu lido bem tendo o Gil como marido e sendo produtora dele, porque eu comecei assim. Talvez eu não soubesse lidar de outro jeito. Não tem: “Ah, atrapalha, mistura”. Não tenho muito problema com isso. Às vezes acordo, pergunto coisas ao Gil, ele fala se prefere assim ou assado. Continua um pouco escritório-casa, casa-escritório, mas não me incomoda.

### **Como é essa relação com novos artistas que você vai produzir? Você gosta do produto e decide produzir o artista, o show dele?**

É mais ou menos isso. A gente teve com a Preta, a filha do Gil, um começo difícil, porque ninguém a conhecia. E foi indo, um trabalho de formiguinha. A sorte também conta. Hoje a Preta está aí fazendo sucesso. A música precisa tocar na rádio para fazer sucesso, não adianta cantar super bem, ser bonita, ter um cabelo incrível, uma voz linda, um corpo lindo, tudo lindo, se a música não toca na rádio. Não acontece. Se a música tocar em uma novela, acontece. Às vezes, as pessoas conhecem a música que está tocando na novela das 8h, mas não sabem nem quem canta. Precisa cair na graça popular também.

### **Na época que o Gil era ministro, era difícil trabalhar com a Gege?**

Foi mais difícil, porque eu não podia pegar patrocínio e trabalhar com empresas na Lei Rouanet. Gil era ministro, então eu não podia fazer nenhum projeto que tivesse incentivo fiscal – nem Rouanet ou qualquer outra. Com o Gil e com qualquer outro artista, qualquer projeto meu não poderia ter incentivo. Mas eu poderia fazer com recurso próprio, chegar em um banco e pedir dinheiro para fazer um projeto. Com o Gil eu não fiz, fiz com outras pessoas. O Toni Garrido começou a comandar o Expresso, então eu comecei a ter patrocínio, mas o Gil não era o artista principal. O Toni foi o suplente do Gil, depois da Daniela Mercury. Ela começou a carregar o trio elétrico sem Rouanet, com recurso próprio. A Daniela substituiu o Gil quando ele se tornou ministro. Logo em seguida foi o Toni Garrido.

### **O que vocêalaria para quem quer trabalhar com cultura, com produção cultural no Brasil?**

A diversão com responsabilidade é o que mais seduz o artista, o público e o patrocinador. O que é diversão com responsabilidade? Antigamente você fazia um evento grande que, quando terminava, virava um mar de lixo. Hoje em dia, se você anuncia que vai fazer um evento, aquilo ali precisa ser reciclado, colocar as lixeirinhas separadas, como eu fiz agora no São João e no carnaval. Construí um camarote inteiro de Tetra Pak. O conselho que eu dou para um produtor hoje é pensar na sustentabilidade caminhando junto com o evento. Fazer com responsabilidade: o lixo, a contratação de pessoas, a geração de renda local. Não precisa trazer gente de fora para trabalhar. Se você vai fazer brindes, faz em São Paulo, onde é mais barato, economiza papel, economiza correio. Você pode gerar renda local exatamente na cidade do evento. Você

educa, fala de coisas que as pessoas muitas vezes não sabem. Fiz um carnaval agora, em que todos os copos viraram adubo. Eu não joguei fora copo plástico, os copos eram feitos de fécula de mandioca. Cem dias depois, viraram adubo. Aquilo volta para a terra, e isso dá uma sedução para o patrocinador. É uma beleza incrível produzir um evento no qual a sustentabilidade está presente. Se eu fosse começar hoje, só faria evento sustentável. Usaria material que pudesse reciclar, faria reciclagem do lixo, medição de carbono, daria prato de fécula de mandioca e fécula de milho, tudo que eu fiz no carnaval da Bahia agora, e que foi incrível. É um pouquinho mais caro, mas é incrível trabalhar assim.

### **Como um produtor fala “não”?**

É fácil: não! Alguém pergunta: “Posso não sei o quê?”. A resposta: “Não”.

### **Isso gera algum constrangimento?**

Gera. Mas dois dias depois a pessoa vai entender. Na hora gera, mas também não posso ficar muito preocupada com o não que eu dou. Eu sou meio chata. Você pode ou não pode, dá ou não dá, é como você fala com criança, mas de outra maneira, é claro. Com os meus filhos eu dizia “não”, com os adultos eu também digo: “Não, não dá”. Há pedidos absurdos: “Posso ir para o carnaval?”. Pode. “Posso levar dez?” Não, não pode. Tenho que atender a tanta gente. Se eu tenho um lugar que cabem mil pessoas, três mil pessoas pedem. Duas mil pessoas levam “não”. Fazer o quê?

### **E com fornecedores, por exemplo, se o fornecedor faz um show ruim, como é?**

A gente não bate, é bonzinho (*risos*). A gente não tem um quarto com castigo. Às vezes o artista acha que o show não foi bom. Todo artista quando vai fazer um show quer fazer o melhor, e a gente que está produzindo quer que aquilo fique lindo. Às vezes acontece alguma coisa, o som fica ruim e o artista fica chateado. Deu um *blackout*, o gerador não ligou na hora, tanta coisa acontece.

### **E os prazeres de produzir, dos shows que você fez que foram marcantes?**

Esse último show que eu fiz agora do Gil com Gal, Zeca Pagodinho, Mart'nália, Vanessa Da Mata e Alcione foi inacreditável! O Zeca cantando os sucessos dele em ritmo de forró, Alcione e Gal também, muito lindo! Fiquei orgulhosa de ter produzido. E, além de tudo, foi um evento sustentável. A gen-

te fez uma semana de shows durante a Copa de 1998, que também foi incrível. Lembro-me também de um show do Caetano que fiz na Concha Acústica há muito tempo, acho que final dos anos 80, ficou lotado. É bonito saber que você estava ali com a sua equipe, fazendo aquilo que deu certo. Porque começa com uma pequena reunião de quatro ou cinco pessoas. Quando vê, já cresceu para 50, com cada um fazendo uma coisa. Se dá certo, todo mundo fica feliz.

### **Mudou a imagem da música brasileira nesse período em que você está trabalhando com produção de shows, de 1987 até agora?**

Sim, mudou. A música brasileira lá fora está muito respeitada. A música brasileira chegou a ser conhecida pelas mulheres bonitas, gostosas, com lambada, samba ou axé. Mas hoje em dia, na Europa, eles não acham que a música brasileira é só o samba. Eles conhecem João Gilberto, Gil, Caetano. Jorge Ben é conhecidíssimo lá fora. Conhecem até o axé: Daniela, Ivete, Claudia Leitte, os cantores de trio elétrico. Acho que em Nova Iorque há shows na rua de música brasileira, hoje em dia, e também se encontram mais discos.

### **Alguns dos entrevistados nossos falaram sobre a preocupação do Brasil em vender alegria e que isso apresenta um risco também. Como você vê isso?**

Não é bom? Eu acho ótimo, acho incrível chegar a um país feliz. Todo país quer levar alegria. Mas a preocupação de levar alegria, em que sentido?

### **Um dia o mundo pode cobrar um preço por termos vendido alegria só com mulheres, shows de samba, sem outros conteúdos culturais.**

É, pode ser. O Brasil é assim, tem que levar o que ele é. A gente não tem óperas tristes, não tem nada pesado. O brasileiro é diferente. Se você está na rua na Europa, nos Estados Unidos ou na Ásia, você reconhece outro brasileiro. É difícil se enganar. Você reconhece pelo jeito de andar, de falar, pelo sorriso. Acho que deveria continuar, sou a favor disso. Deve vender alegria, mas não deve vender barato.

### **Como você vê a internet, a cultura digital no seu trabalho de produção?**

Eu adoro. No comecinho da internet, nos anos 90, o Gil fez uma música que chama *Pela Internet* e a transmitiu ao vivo. Foi um dos primeiros artistas que transmitiram uma música ao vivo pela internet – hoje a gente acha isso no YouTube. O Gil abriu essa portinha da internet lá trás e nunca mais fechou. Levou para um monte de gente. Toda hora precisamos abastecer o conteúdo da internet. Agora a gente lançou um disco, que está disponível por *streaming*,

mas daqui a pouco a gente vai permitir download gratuito. A gente só não faz muito isso porque tem a gravadora que distribui os nossos CDs, e ela também tem que ganhar dinheiro com isso. Não podemos dar tudo. O que é bacana na internet hoje é que você pode buscar um parceiro que pague para você poder dar. Quando a gente disponibiliza músicas do Gil na internet, não é que ele esteja dando a música dele. Ele está dando para o consumidor, mas alguém está pagando para ele fazer isso. Esse modelo de negócio é ótimo, alguém paga. Hoje é a Natura pagando para o Gil dar música no Portal Natura. Então, em vez de o Gil ganhar aquele dinheiro do consumidor, a Natura já o pagou como *advance*, já adiantou esse dinheiro. As pessoas às vezes têm uma impressão errada, ou um entendimento errado, e cobram: “Puxa, Gil, você fica dando as suas coisas na internet”.

### **Mas isso provocou uma crise dentro da indústria fonográfica?**

Ah, claro. As gravadoras hoje em dia estão ruins, atuam agora até como empresárias de artistas. Contratam um artista e possuem participação nos cachês dos shows, na receita de shows, em bilheteria. Antigamente não se podia imaginar isso. A gravadora do Gil, há dez anos, não ia querer participação nos shows dele, não existia isso. O Gil é um caso à parte, porque ele não é de nenhuma gravadora, é da Gege. Mas isso existe. Antes, a gravadora tinha a propriedade de um fonograma para a vida inteira; gravava o disco e aquele disco era dela, para sempre. Editava as músicas e o direito autoral era dela também – um percentual, então ela tinha tudo ali. Hoje ela não tem a propriedade do fonograma nem a edição. E nem o disco que vende, porque o disco não vende. Um artista que vendia 500 mil, hoje vende 100 mil.

### **O Fernando Faro disse aqui que, muitas vezes, é menos importante o produto que vai ser apresentado do que a relação estabelecida para construir esse produto. O artista está compondo o CD, você como produtora não diz: “Olha, Gil, se você compuser assim, você vai vender mais”. Como você vê isso?**

No meu caso, como eu tenho esse privilégio de ser casada com o Gil, ninguém opina – nem eu nem ninguém – na obra que ele faz. Ele grava o que quiser; sempre gravou o que quis. Sempre. Gravadora nunca impôs. Pode até ter sugerido, ele gostou e gravou. Mas não me recordo de ter visto contrato impondo músicas a serem gravadas. Acho que o Fernando Faro tem razão, cada vez mais deve estar assim. Antigamente, você tinha uma liberdade muito maior de escolha, porque, de certa maneira, tudo ali ia vender. CD vendia

muito, era cultural comprar CD; hoje em dia não é mais. Hoje em dia interferem, sim. Podem dizer: “Vamos gravar essa música aqui, que é melhor”. O produtor fala, o presidente da gravadora, o diretor de marketing, o coordenador, o diretor artístico. Existe isso, sim. Lá em casa não. Sem chance de interferência.

### **Como você vê a questão da formação em universidades para produção cultural?**

Acho muito mais importante do que antigamente. Eu, por exemplo, não fiz faculdade. Quando eu entrei na faculdade, me casei com o Gil. Aliás, entrei em duas: jornalismo e educação física, mas não fiz nem uma nem outra. Mas, hoje em dia, acho bacana ter. Você pode caprichar mais na produção. Até dentro desse meu interesse atual por sustentabilidade, a universidade agora é bem bacana para a área toda de ecologia, da diversão com responsabilidade. Na minha época eu não precisei muito; minha faculdade era meio que a universidade da vida, “vamos aprender na prática, fazendo”. Aprendia um pouco sobre som, luz, cenário, relação com a imprensa. A gente mandava fabricar os ingressos aqui em São Paulo, mesmo o show sendo na Bahia, com medo de falsificação. Tinha uma gráfica em São Paulo que fazia o ingresso com marca d’água. Para você ver como a gente fazia e como se faz hoje. Hoje em dia acho que nem tem mais ingresso, sai um negocinho da máquina como em um embarque de avião. Outro dia eu estava conversando com uma amiga que fez curso de produção cultural, e ela estava me contando novidades, coisas incríveis que estão aprendendo, que eu nem sabia. Antigamente nem tinha faculdade disso.

### **Sobre a concepção estética do show: a cenografia, a ambientação, como é pensar tudo isso?**

Somos cuidadosos. Da música ao cenário. O que é o show? O do Gil agora é de forró, mas é um show pontual. Normalmente, o show do Gil é de MPB. Como planejar o cenário? A gente dá o disco para o cenógrafo, conversa um pouco com o Gil, e ele diz se gostou, faz escolhas. A luz? O iluminador conversa com o cenógrafo após escolher as cores, então o técnico de som vai conversar com o cenógrafo, que vai conversar com a gente. Aí a gente começa a pensar no figurino, tudo costuradinho, andando junto. No repertório a gente até pode opinar, o Gil às vezes pergunta: como fazer o bis, se abre com tal música? Aí, quem opina? O cenógrafo, o iluminador, o técnico de som. Este último opina porque diz se não é bom terminar com tal música e começar com outra, porque pode ter troca de violão e guitarra, então é mais fácil fazer tais

músicas juntinhas, sem trocar violão naquela hora. Há certas costuras que só com experiência mesmo para saber como fazer.

**Como são as duas horas antes do show do Gil, por exemplo, antes de entrar no palco?**

O Gil chega exatamente duas horas antes do show. Fica no camarim tocando violão, comendo castanha. Às vezes dá entrevista, às vezes entro eu no camarim com um monte de amigos, ou meus filhos. Não existe aquela coisa: “Ah, agora o Gil está recolhido”. Não. Ele fica assim até uns 15 minutos antes de entrar. Então, põe a roupinha dele e vai para o show.

**E os bastidores dos shows, das gravações, você deve ter muitos causos, curiosidades para contar...**

Não sei o que é interessante, porque pode ser para mim e não ser para outras pessoas. Eu adorei, por exemplo, ver o disco *Tropicália 2* [1993, Polygram] sendo feito, com Gil e Caetano gravando juntos. E era curioso, porque os dois estavam ali e falavam de tudo, não ficavam falando de música. Falavam de outros assuntos, enquanto gravavam o disco no estúdio. Isso é uma curiosidade, para mim é incrível não ter que ficar naquela obsessão de o tempo todo ficar falando em música, música, música. A gravação era a continuação de uma conversa que, não necessariamente de música, daria resultado no disco. O público deve achar: “Poxa, os artistas ficam recolhidos ou fazendo meditação”. Que nada! Ficam ali no *backstage*, conversando, alegres, o Zeca Pagodinho tomando a cerveja dele, o Gil comendo a castanha dele. A maior curiosidade de bastidor é que eu tive um filho durante o Rock in Rio. Então, a curiosidade é comigo mesma (*risos*). Eu estava lá, no Rock in Rio, em 1985, nove meses de gravidez, e de repente comecei a sentir uma dor. O pessoal da TV Globo me colocou em uma ambulância, cheguei no hospital e tive o Bem, meu primeiro filho. Aí o Gil saiu correndo e foi para o hospital (*risos*).

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/flora-gil/>

**“A profissão de restaurador de arte ainda não é reconhecida. Os documentos da minha empresa eram de ‘conserto de geladeiras, fogões, quadros’, não havia reconhecimento.”**

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 18 de abril de 2010, em São Paulo.

A restauração de uma obra de arte é sempre uma intervenção em uma obra danificada, explica Florence Maria White, uma das principais profissionais do país. Os restauradores são responsáveis por pesquisar e aplicar técnicas de conservação e restauração de pinturas, esculturas, livros, prédios ou qualquer obra contemporânea que utiliza materiais tão diversos quanto palha de aço e chocolate. Quando Florence montou sua empresa, a atividade de restauro era tão obscura que teve de ser enquadrada na categoria “consertos em geral”. Era o mesmo que consertar fogões.

A entrada no universo da restauração foi um desdobramento natural da paixão de Florence por pintura e história da arte. “Sempre soube que eu não seria uma artista. Sou restauradora, não sou artista plástica. Trabalho em cima da obra que alguém criou.” E há desafio nisso? Bom, dê a ela um quadro maltratado por fungos, com cheiro de podre, e você o receberá de volta tinindo. Florence lembra de clientes que até choraram com o resultado.

Por encomenda do Banco Central, atuou na recuperação de 15 obras de Cândido Portinari, trabalho endossado pelo filho do artista, João Cândido. O sucesso desse trabalho legitimou-a para recuperar as obras de Portinari na igreja da cidade paulista de Batatais, vizinha a Brodowski, localidade de nascimento do pintor. Sua trajetória como restauradora é repleta de histórias peculiares. Na ocasião de uma exposição na Bélgica, por exemplo, Florence foi a incumbida de preparar a caixa que levaria uma obra emprestada do Museu de Arte Contemporânea (MAC-USP), onde trabalhou. Os belgas ficaram desconcertados com o nível do trabalho de conservação. “Parecia que esperavam uma coisa embrulhada em folha de bananeira.”

### **Como começou seu interesse por restauração?**

Sempre me interessei por arte, de uma forma a princípio teórica, estudando bastante a história da arte e depois me interessando por pintores. Meu curso universitário foi de história. Sempre soube que não seria uma artista, mas, quando apareceu o primeiro curso de restauração em São Paulo, pensei que aquilo podia dar certo. E foi um horror, porque esse curso foi muito direcionado para pessoas que já exerciam a profissão. Insisti bastante e acabei sendo aceita, mas eu era um peixe fora d’água. Nunca tinha visto pigmento na minha vida, nunca tinha segurado pincéis com destreza. Me sentia tão pequena perto dos outros que me empenhei muito para poder acompanhar. E daí concluí: “É isso que eu quero, é isso que eu gosto”. Procurei me especializar cada vez mais.

### **Você já vinha com um conhecimento histórico. Isso ajudou?**

Ajudou muito. Era um conhecimento teórico, fui professora de história. Sempre me interessei por história da arte. Uma equipe completa de restauração inclui sempre um historiador, um biólogo, um químico. Diferentes especialidades que contribuem para que o trabalho multidisciplinar se desenvolva.

### **Qual é a diferença das técnicas de conservação e de restauração?**

A conservação preventiva inclui todas as medidas que tomamos no ambiente. Não pensamos apenas nas obras, mas numa coleção ou na casa de um cliente com muitas obras de arte. São medidas ambientais para as obras não sofrerem danos. Já a restauração é uma intervenção na matéria de uma obra danificada. O princípio é conservar para não restaurar. A conservação é sempre menos invasiva. Se uma obra foi danificada por um ataque de cupim nos chassis, que é a madeira que sustenta a tela, você troca os chassis e isso é um trabalho de conservação preventiva. Assim, você não está agindo na pintura. É um trabalho para evitar que o cupim coma a matéria. Se você for ler sobre os fatores de deterioração de uma obra de arte, verá a quantidade de variantes que nós temos. O sol pode danificar muito a obra, porque possui uma luminosidade com muitos raios ultravioletas. E também fungos, xilófagos, cupins, traças, baratas, ratos, tudo que pode atacar e destruir.

### **Quais são os tipos e as formas de restauração?**

São várias áreas. Existem especialistas em pedras, metais, vidros, acrílicos, porcelanas, restauradores de arquitetura, de patrimônio imóvel e móvel. Este último é o meu caso, especialistas em mobiliário. Quando eu trabalhava no Museu de Arte Contemporânea (MAC-USP), era restauradora de pinturas e esculturas. É bem amplo. Esculturas podem abranger diferentes suportes. E suporte é a matéria na qual é feita a obra de arte. No meu ateliê, trabalhamos com obras de arte sobre papel e imaginária sacra.

### **Como era o cenário da restauração quando você começou?**

Em 1984, quando comecei, não existiam cursos. Existiam os estudos do Centro de Conservação e Restauração de Bens Culturais Móveis (Cecor), ligado à Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Antes era só especialização. Agora eles já oferecem graduação. Existiam muitas pessoas exercendo a profissão, mas não havia formação. Pouquíssimos profissionais tinham formação específica. Há 25 anos uma única empresa transportava obras de arte. Aliás, existiam muitas obras para restaurar após mudanças. Não havia

cuidado, eram painéis, quadros, pinturas, cama, colchão, tudo no mesmo caminhão. É claro que as obras de arte sofriam danos com frequência. Hoje, isso mudou. Existem muitas empresas especializadas no transporte de obras de arte. Hoje, oito pessoas trabalham comigo no ateliê. Todos são formados em restauração. Quando comecei, não sabia nada. No fim, acabei dando aula muito tempo no curso em que me formei. No MAC, onde trabalhei, também dei aulas no instituto para formar restauradores. Aos poucos, montei minha equipe e meu ateliê.

### **Um ateliê de restauração lida com tecnologia – mesas térmicas, mesas com vácuo, compressor ultravioleta. Quais são as principais ferramentas de restauração?**

A mesa térmica é uma chapa de alumínio com resistências embaixo. É utilizada, por exemplo, para reentelar obras cujos suportes estão danificados. Ou apenas para planificar uma obra que ficou abaulada com o tempo. Este sistema possui calor e bomba de vácuo para planificar. Existem também a luz ultravioleta, que identifica camadas antigas de pintura. Muitas vezes dizem que uma obra nunca foi mexida, mas, sob a luz ultravioleta, as áreas não-originais aparecem com perfeição. Temos vários outros recursos, mas os que você citou – mesa térmica, mesa com vácuo e compressor ultravioleta – são imprescindíveis.

### **A restauração ainda não é uma profissão reconhecida. Existe um projeto de lei para regulamentar a carreira, certo?**

A nossa profissão ainda não é reconhecida. Quando fui abrir minha empresa em 1997, não havia como escolher um objeto social de restauração de obras de arte. O documento inicial constou que a minha empresa consertava “geladeira, fogões, quadros” (*risos*). É verdade, tenho este documento. O número de profissionais está crescendo, já existe uma conscientização maior. Se eu sou artista plástico, não sou restaurador. Sou restauradora e não artista plástica. Não crio. Trabalho em cima da obra que alguém criou. Além disso, o mercado está mais exigente e cuidadoso, o que valorizou a profissão. As pessoas passaram a procurar profissionais com especialização, passaram a cuidar melhor de suas obras, e escolher para quem vão entregá-las. Com essa crise econômica, a obra de arte ficou muito valorizada. Ela não perdeu valor, é um patrimônio seguro.

### **Há restauradores que recebem adicional de insalubridade. Quais são os riscos da profissão?**

Trabalhamos com produtos químicos agressivos. Fazemos uma série de re-

comendações, existem treinamentos, bibliografia especializada. Há exposição a produtos tóxicos. Há produtos que emitem vapores que podem danificar a visão. Muitos solventes possuem absorção cutânea e são difíceis de ser expelidos. É preciso cuidado e proteção. Os profissionais de instituições que estão o dia todo trabalhando com estes produtos recebem insalubridade porque o ambiente tem essa carga de material no ar. Faz mal para a saúde. Transmitimos os ensinamentos e os cuidados para aqueles que estão trabalhando no ambiente de restauração.

### **Quais os desafios da arte contemporânea e dos novos suportes?**

Em uma obra clássica – com tela, base de preparação, tinta a óleo e verniz –, você já sabe o que existe ali. Há pesquisas, bibliografia. Uma pintura cusquenha, por exemplo, tem sua composição conhecida. É uma pintura que deixou de ser feita no meio do século 19. Da mesma maneira, em uma aquarela você sabe perfeitamente com o que está mexendo. Quais os riscos, os cuidados, o que pode e o que não pode fazer. Agora, em uma obra contemporânea, pode ser qualquer material: cera de abelha, tintas possíveis e impossíveis, spray, tinta automotiva. Já trabalhei até com esponja de aço, usada em uma obra para dar a forma. E aquilo se decompôs, oxidou de dentro para fora. Já trabalhei até com escultura de chocolate. Sempre há surpresas, porque qualquer material é usado como experiência. O artista quer ver o resultado estético de aplicar aquilo.

### **Como foi o restauro das obras do Portinari, em Brasília?**

Restaurei a coleção do Cândido Portinari do Banco Central em Brasília. Foi um trabalho lindo. São 15 telas: 12 grandes e três pequenas. As grandes chamam mais a atenção [*Seringueiros, Jangada do Nordeste, Gaúchos, Vaqueiros do Nordeste, Bumba-meu-boi, Frevo, Samba, Baianas, Garimpo em Minas Gerais, Descobrimento, Anchieta, Bandeirantes*]. Foram feitas no Rio de Janeiro, em grandes dimensões – em média 200 centímetros de altura por 160 centímetros de largura. A tela é extremamente fina. Essa coleção conta episódios do Brasil. Foram pintadas no Rio de Janeiro, vendidas para São Paulo, voltaram para o Rio e depois foram para Brasília. Em termos de ambientes, tiveram os mais variados. Muitas mudanças de um lugar para o outro. Brasília, em si, possui uma característica climática terrível para obra de arte. É um lugar extremamente seco. Inicialmente, elas não estavam em um ambiente climatizado e todas já tinham sido restauradas, algumas delas mais de uma vez. O trabalho foi intenso. São obras dos anos 50, que foram enroladas para transportar, impregnadas com cera-resina e não fixadas. É um material que é

muito usado na Bélgica e na Holanda. Não podemos usar aqui, a não ser em fixação de policromia. Isso porque nosso calor é intenso e ela pode amolecer, desenvolver fungos. Com o aquecimento, ela também passa para a tela e vai impregnar a pintura. E a cera-resina dá um brilho na obra que ela, de fato, não tem. Nós tínhamos nos Portinari de Brasília cinco têmperas – são pinturas muito opacas – que foram aplicadas com cera-resina pelo verso. Ou seja, apresentavam um brilho de tal forma que, no princípio, tínhamos imaginado que todas as 12 eram óleo sobre tela.

### **A restauração foi acompanhada de uma exposição, não é?**

Foi linda a conclusão deste trabalho. Foi muito bem documentada, como deveria ser todo trabalho de restauração. Tínhamos de apresentar relatórios sobre cada uma das obras entregues. Eles telefonavam e perguntavam muito. Quando planejaram a abertura da exposição de todas as obras restauradas, fomos convidados para fazer uma palestra sobre a restauração, para assistir a abertura da exposição, onde estava também o filho do Portinari [*João Cândido Portinari*]. Ele tem um projeto grande no Rio de Janeiro, chamado Projeto Portinari, e também fez uma palestra muito bonita. A nossa surpresa foi a publicação de um livro sobre a restauração das obras. Na exposição, havia todas as obras expostas, vitrines com todo processo de restauração. Tudo que nós tirávamos – excesso de cera-resina, as telas do reentelamento apodrecidas – nós encaminhávamos amostras para eles. E tudo foi parar na exposição. É muito raro que a restauração tenha um espaço como este.

### **O Brasil é conhecido pela má climatização e má conservação de obras pelas instituições. Isso está mudando? Estão cuidando melhor das reservas técnicas?**

Sim. Mas falta muito, falta dinheiro. Em termos de equipamento, reservas técnicas climatizadas e adequadas, melhorou muitíssimo. Lembro que trabalhava no MAC e houve uma exposição no norte da Bélgica. O MAC emprestou uma obra e eu fui como *courier*. A Bélgica é um centro de restauração muito importante no mundo. Então, caprichamos, fizemos tudo como tinha de ser feito. Fizemos uma caixa impecável, extremamente bem cuidada, com todos os critérios de conservação e de amortecimento. E você tinha uma hora marcada para abrir a caixa no museu. Então, quando eu fui chamada para abrir, o diretor do museu chamou os curadores europeus que estavam lá para verem o que tinha chegado do Brasil. Mas foi um tal barulho, que me senti profundamente ofendida. Parecia que eles esperavam uma coisa embrulhada em folha

de bananeira. Eles simplesmente não acreditavam (*risos*).

### **Fale sobre as 600 imagens sacras restauradas na Fundação Pierre Chailita, em Maceió.**

A fundação nasceu de uma doação particular do pintor alagoano. Aquilo foi acumulando de uma tal forma que, visitando Maceió, chegamos dentro de um museu e percebemos: “Isso aqui é caso para um projeto”. Fomos atrás dos curadores, para convencer que aquilo merecia um projeto. Era de importância nacional, representativo de toda a imaginária sacra, tanto a mais refinada, que é vinda de Portugal e da Itália, quanto a imaginária popular. Muitas imagens feitas no canivete, mas em péssimas condições de conservação.

### **Era madeira?**

Madeira, cerâmica, barro, diversos suportes. Fizemos um projeto que foi encaminhado para a Fundação Vitae, que, infelizmente, já não existe mais e que patrocinou muitos trabalhos de restauração. Acabamos sendo contemplados. Fizemos um trabalho enorme. Foram 642 imagens, se não me engano. Não incluía toda a finalização estética, mas que segurou toda a policromia, que preencheu as lacunas, que matou cupins. Foi um trabalho muito grande de conservação preventiva e até um pouco além na medida em que tivemos uma preocupação estética. Para atender a todas estas obras, alguns retoques não foram feitos, mas foi um trabalho muito bonito. Voltamos mais tarde com um projeto patrocinado pela Petrobras para o mobiliário da reserva técnica. Hoje, as obras estão estáveis e bem armazenadas. Se quiser voltar para lá ainda existem mais projetos possíveis e necessários, mas já estão muitíssimo melhor do que quando visitamos da primeira vez.

### **Quais as propostas e políticas que podem ajudar na obtenção de uma bibliografia nacional sobre restauração de obras de arte?**

Já temos trabalhos publicados a esse respeito no Brasil. O restaurador precisa de conhecimento teórico e prático de sua profissão. Existe uma bibliografia pequena, mas nacional, a respeito dos fatores de deterioração. É necessário que haja investimento, escolas de formação. O Brasil é muito grande. Quando falamos de material de arte, estamos em um estágio muito mais avançado na região Sul e Sudeste do que em Alagoas e em Sergipe. Quando o Gilberto Gil virou ministro, tivemos grandes esperanças de que ele, sendo tão ligado à arte, se interessasse pela parte de conservação e restauração do patrimônio. Ele chegou até a se manifestar a respeito, mas não foi muito além. Na universi-

dade, a pesquisa e a formação são as prioridades. Há muitos museus dentro de universidades, mas não é essa a prioridade. Mesmo estando na universidade, temos que captar recursos e patrocínio para um trabalho avançado.

### **Fale sobre os grandes restauradores brasileiros.**

Quando se fala em restauração no Brasil, o primeiro centro que me vem à memória é o Cecor, ligado à UFMG. Lá, eles contam com um centro de formação e com um centro de prestação de serviço, com muitos professores e doutores. Quando eu comecei, não existia restaurador! Muito menos mestre, e muito menos doutor. Hoje já existem vários profissionais e professores que são restauradores importantes. O Edson Motta Filho, por exemplo, é considerado o primeiro restaurador brasileiro. O Cláudio Teixeira é um restaurador antigo e que restaura muito patrimônio do Rio de Janeiro. Aqui em São Paulo, estudei no Instituto de Restauo e Conservação com o professor Domingo Tellechea. Muitos restauradores que trabalham hoje em São Paulo, tanto no setor privado quanto em instituições públicas, tiveram a formação neste curso. Agora, em agosto de 2009, a PUC fez o vestibular para o primeiro curso de restauração.

### **E a relação do restaurador com o artista? Como trocar informações para facilitar o restauro e conservação?**

Aprendemos que não se pode ensinar o artista. Se ele pergunta, você pode até dar a sua opinião técnica, conversar a respeito. Hoje em dia, quando os museus recebem uma obra de um artista vivo, procuram entrar em contato para saber quais foram as técnicas e materiais utilizados. Se não houver essa referência, precisa investigar. Não é adivinhação. Outra coisa, de ética profissional, é que o artista é o primeiro a ter direito de restaurar sua própria obra. A gente até torce para que isto não aconteça, porque eles interferem muito. Quando um artista começa a consertar sua própria obra, ele até muda coisas que achava que não devia ter feito daquela forma na época. Daí, sai uma obra extremamente alterada. Mas ele tem o direito de ser consultado. Todas as vezes que eu preciso de alguma informação, eles atendem muitíssimo bem.

### **Como foi o restauro da tapeçaria do Burle Marx?**

Foi a maior obra que eu restaurei. Ela tem quatro metros de altura por 26 metros de largura, um monstro. Levou muito tempo de análise. Mandamos construir uma mesa bem legal e contratamos uma transportadora. A tapeçaria ficava três metros acima do solo. A transportadora retirou, depois colocou nes-

ta mesa construída para este trabalho com duas roldanas, dois cilindros enormes. Esta obra ia e voltava, girando tanto pela frente quanto pelo verso, durante todo o período de trabalho. A tapeçaria em si é extremamente pesada. Antes do restauro, na medida que aquilo abaulava e formava vincos, vinha alguém e colocava um prego para segurar aquela parte que estava ficando torta. Estes pregos, além de estarem oxidados, provocavam furos nas fibras, com alguns desgastes. Era fixada pelo alto, então havia deformação na parte de cima. Não faltavam pedaços, não era isso, mas o que achamos de muito chocante nessa história, era que o salão da Prefeitura de Santo André era iluminado por cilindros de cerca de um metro cada um, localizados na lateral da tapeçaria. O verso da tapeçaria era muito mais colorido do que a frente, porque não foi afetado pela luz. É um exemplo para ilustrar uma aula sobre o quanto a luz danifica uma obra. O ideal é retirar esse tipo de iluminação. E não pode entrar em contradição com o projeto arquitetônico do local. O paliativo foi revestir internamente os cilindros com um filtro ultravioleta, que tem durabilidade. Mas o curioso aí é a diferença entre o que foi e o que não foi danificado pela luz.

#### **Qual o momento mais prazeroso do processo?**

Quando você entrega uma obra que o cliente considera praticamente perdida, existe gente que até chora. Não é nenhum milagre. Você faz exatamente o que é possível e permitido, porque nossos critérios de intervenção são bastante rígidos e respeitados internacionalmente. Este momento de entregar uma coisa pronta é extremamente gratificante. Há um trabalho grande que estamos para fazer na Basílica de Aparecida, de imaginária sacra. É uma satisfação cada vez que eles vêm dar uma olhada no andamento das coisas. Porque está mudando muito.

#### **Existe a questão da urgência e a questão da formação. Qual seria a solução? Trazer técnicos que ajudem na formação de técnicos brasileiros?**

Acho que, com urgência, deveria haver investimentos em escolas de formação. Não gostaria que viessem técnicos estrangeiros. Você sabe que os restauradores brasileiros são extremamente considerados e valorizados no exterior? Como temos tão poucos recursos, consideram que temos habilidades e acuidade visual e de manipulação muito desenvolvidos. Os restauradores brasileiros são bem vistos no exterior. Se eu não tenho recursos, tenho de suprir esta deficiência: converso com colegas, pego equipamentos emprestados, esse tipo de coisa. Agora, investir na formação e reconhecimento é absolutamente prioritário.

#### **A formação de profissionais é um trabalho demorado ou pode ser ágil?**

Você consegue formar um profissional em três anos. É uma boa formação. Há também os cursos profissionalizantes, do Senai e do Senac, para formar técnicos. Na cidade de São Paulo existem no máximo cinco pessoas que fazem chassis adequados. Não é exagero, são poucos.

#### **Para encerrar, cite uma obra restaurada que mexeu com você.**

É evidente que você não pode se apegar emocionalmente a um trabalho. Mas houve uma obra que me deixou muito carinho. Era uma obra flamenca, trazida para São Paulo por uma família judia. Com tanta história, foi danificada após o porão onde estava guardada ter sido inundado. Quando ela chegou para mim, era um manto preto de fungos, a parte de trás cheirava a podre. O cliente falava: “Carreguei isso por tantos anos e de forma tão difícil, agora acaba por causa de uma inundação. Não me conformo”. Quando devolvi o trabalho para aquele homem, me emocionei. Não inventei nada, a obra estava lá. Era tomar cuidado para ver o verso, secar, aplicar fungicidas, limpar milimetricamente para as cores aparecerem como realmente eram. A minha satisfação foi vê-lo emocionado recebendo a obra com toda a história que aquilo carregava para ele. Ao restaurar uma obra, você não leva em consideração o valor de mercado. É exatamente como se restaura um Picasso. Com as melhores técnicas possíveis. O trabalho é o mesmo, tem valor igual.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/2010/08/15/florence-maria-white-de-vera/>

**“São quase 100 anos de Cultura Artística. E sempre existe um peso de ser uma velha instituição. Mas achamos que não somos velhos. Vamos pensar os próximos 100 anos.”**

Entrevista realizada por Lia Rangel e Lucas Pretti no dia 11 de junho de 2010, em São Paulo.

O suíço Gérard Perret ainda vestia calças curtas quando assistiu ao filme *Orfeu Negro*, baseado em obra de Vinicius de Moraes. Ainda que não soubesse, era o início de sua história de amor com o Brasil. Na faculdade em Genebra, conheceu uma brasileira e, em 1971, aportou por aqui – a princípio, como executivo de uma companhia de café. Em 1979, aceitou um convite do sogro para ajudar na gestão da Sociedade Cultura Artística, onde está até hoje, às vésperas do centenário da instituição.

Para Perret, o Teatro Cultura Artística nunca foi um lugar qualquer. Prestou e presta um efetivo papel na popularização da música de concerto. “A gente sempre ouviu falar que as pessoas não gostam de ir aos concertos porque não entendem. Sempre falo que não tem que entender nada, tem que sentir.” Ao mesmo tempo, admite que vem trabalhando em um projeto de formação para o público interessado em acompanhar todo o desenvolvimento de um espetáculo teatral – da primeira leitura ao cerrar das cortinas.

Perret naturalmente lamenta o incêndio pelo qual o Teatro Cultura Artística passou em 2008, mas é capaz de fazer uma leitura poética do acidente. “O teatro tinha que queimar, porque era carregado de emoções que se passaram lá dentro; é como um enfarto.” Só restou o painel do pintor Di Cavalcanti. Do ponto de vista prático, as reformas podem até solucionar antigos problemas. A capacidade das duas salas do teatro não equivalia, por exemplo, a dos saguões de entrada. “Agora, podemos corrigir esse tipo de problema.”

### **Como surgiu a Sociedade Cultura Artística?**

A Cultura Artística surgiu em 1912 com um grupo de intelectuais, jornalistas, que se reuniam sistematicamente na redação do jornal *O Estado de S.Paulo*. O Teatro Municipal foi aberto em 1911 e eu imagino que havia uma demanda por espetáculos e por programações para a cidade de São Paulo. Talvez seja por isso que eles tomaram a decisão de fazer uma fundação, uma associação, para incentivar mais expressões culturais. No início era um pouco amador, improvisado. A fundação foi em março de 1912. O primeiro evento que aconteceu, acho que em setembro, foi o Sarau Lítero-Musical, com declamação de poesia, terminando com algumas moças da boa sociedade que tocavam algumas obras – depois até se tornaram pianistas profissionais. Eram saraus de três horas com dois intervalos. Um dos principais fundadores, o Nestor Pestana – que dá nome à rua onde fica a Cultura Artística – foi editor-chefe da redação do jornal e, logicamente, naquela época, a elite cultural coincidia com a elite econômica. Muita gente das famílias abastadas e quatrocentonas participaram dessa fundação. Mas também encontra jovens, como o adoles-

cente Mário de Andrade. O crescimento da sociedade se deu de forma rápida. Temos todos os programas de tudo o que aconteceu, desde o primeiro. Em 1917, eles apresentam o Ballet Russes, grupo com Sergei Diaghilev, Bronislava Nijinska e companhia. Eram o *top* da modernidade na Europa e vieram fazer uma turnê pela América do Sul. A gente percebe que, no fim dos anos 20, eles se deram conta de que precisariam construir uma casa para apresentar o que queriam. Compraram terrenos, em área muito maior do que temos hoje em dia. Depois venderam justamente para construir o teatro. Mas o teatro só vai ser construído no fim da década de 1940. É inaugurado em 1950 com Villa-Lobos e Camargo Guarnieri [*dois concertos com a Sinfônica de São Paulo*]. Eles sabiam escolher o que havia de interessante no cenário brasileiro.

### **E quem faz parte da Cultura Artística?**

De forma geral, qualquer um podia e pode fazer parte. É um grupo de membros. Hoje em dia são pouquíssimos. Para ser diretor ou conselheiro, tem que ser membro. Mas está aberto a todo mundo, é absolutamente democrático. Quem é membro pode votar nas assembleias gerais e participar das eleições internas. E também existe outra categoria desde a fundação. São os membros-assinantes, hoje em torno de dois mil, aqueles que pagam a anuidade para ser membro e poder assistir às apresentações que a Cultura Artística faz em São Paulo.

### **Quem faz o papel hoje de curador? Como são escolhidos os espetáculos?**

Estou lá há 30 anos. Quando comecei, havia uma comissão de cinco membros. Os integrantes foram morrendo e eu era o mais jovem. Hoje em dia estou sozinho, sou eu que decido. Isso implica em uma responsabilidade muito grande. É preciso ter equilíbrio para você não ir pelos seus próprios gostos. Adotar critérios para ter um programa com um pouco de música contemporânea, outro pouco de música barroca, que teve uma importância muito grande na Europa. E tudo isso tentando rejuvenescer o repertório. Aliás, acho que fui o único em São Paulo que tentou mostrar esse trabalho que era feito lá com música barroca. Fiz muito esse gênero e tenho sido criticado de uns 20 anos para cá por isso. Também havia o mesmo modelo de comissão curadora para escolher a programação de teatro e de balé. Hoje em dia, estou tentando refazer essa comissão. Tivemos a morte do nosso presidente, o doutor José Mindlin, há pouco tempo. Aproveitamos justamente esse momento para fazer uma série de mudanças, de rejuvenescimento da governança, de introduzir mais elementos femininos, o que fazia falta. E a gente está tentando abrir

um pouquinho mais e tentar olhar para frente. São quase 100 anos e sempre existe um peso de ser uma velha instituição. Mas achamos que não somos velhos. É preciso pensar os próximos 100 anos.

### **Qual é o papel de uma instituição como a Sociedade de Cultura Artística para a cultura brasileira?**

É fundamental. De forma geral, o setor privado é muito mais competente do que o setor público. Tenho muitos problemas, como todo mundo, com o Ministério de Cultura. Fomos obrigados a trabalhar com os incentivos fiscais. Antes disso, tínhamos patrocinadores da mesma forma, mas esse modelo de política cultural criou o hábito das empresas de poder descontar o patrocínio no imposto de renda. Agora, vai ser muito difícil voltar atrás.

### **Com a história longa da sociedade, qual a análise de vocês sobre o modelo de financiamento da cultura?**

Uma instituição sem fins lucrativos, para mim, é o melhor modelo para se fazer cultura, porque tem uma isenção, ajuda a manter um equilíbrio e um corpo que se dedica ao trabalho, inclusive com um círculo de voluntários. A Sociedade Cultura Artística sempre trabalhou com artes cênicas. Enquanto outras instituições precisam ceder comercialmente nisso ou naquilo para manter sua programação cultural, isso não existe para nós. Temos isenção total. O nosso estatuto diz claramente que o critério é qualidade nas apresentações. Quando comecei na instituição, buscávamos patrocinadores e era muito pouco profissional a forma de captar o dinheiro. A primeira lei de incentivo, se não me engano, foi a Lei Sarney. Não era ruim, nós usamos e funcionava. Depois entrou a Lei Rouanet, que funcionava muito bem a meu ver. De uns anos para cá, a máquina governamental ficou extremamente pesada, desconfiada de que você não é uma pessoa séria. Foi estrangulando cada vez mais. Se alguém faz alguma coisa errada, a postura do governo é de por mais uma lei, mais uma dificuldade, mais uma complicação, quando, de fato, é o setor público que não funciona. Você manda a prestação de contas uma, duas, três vezes e eles dizem que perderam. Coisas assim. É preciso haver um departamento que cuide disso, porque ficou uma burocracia infernal.

### **Qual o orçamento anual da sociedade? Os espetáculos são muito caros?**

A gente tinha um teatro, que era uma fonte de receita. O teatro sustentava o seu dia a dia e a folha de pagamento. As nossas produções eram independentes disso. Antes do incêndio, a média era de R\$ 15 milhões por

ano. Hoje em dia mudou tudo, a gente não tem mais essa renda e precisei lutar para a gente conseguir outro espaço enquanto o teatro é reconstruído. Estamos no Espaço Promon – a antiga Sala São Luiz, na zona sul de São Paulo – e isso foi muito bom.

**A Sociedade consegue patrocínios de pessoa física e pessoa jurídica, e depende muito de um relacionamento pessoal. É o mesmo modelo para o projeto de reconstrução do teatro depois do incêndio?**

Está sendo assim. Vale lembrar que o teatro já passou pela TV Excelsior [o prédio foi alugado pelo extinto canal paulista] e que também o deixou uma ruína. De certa forma, ele já havia sido reconstruído antes. Mas, pensando no projeto atual, os valores foram tão grandes que a gente determinou várias fases. Na primeira, a gente abordou empresas. A maioria perguntava: “Contrapartida? Contrapartida? Contrapartida?”. E a gente respondia: “Não tem contrapartida. Vocês não vão ter absolutamente nada. É um teatro importante, que não pertence a ninguém, que não tem dono, ninguém ganha dinheiro com aquilo”. É cidadania. Houve reuniões em que, em meia hora, a gente conseguiu convencer, mas o relacionamento pessoal é fundamental. Não tenha a menor dúvida. Logo após o incêndio, muitas empresas se sensibilizaram, mas esqueceram rápido também. Descobrimos que há diferentes caminhos e abordagens para se fazer. Alguns que não estavam muito interessados mudaram de ideia e nos ajudaram.

**Para fazer cultura hoje, é preciso circular nos meios certos para conseguir financiamento?**

Não. Há muitos agentes diferentes. E cada projeto tem um *approach* diferente também. O Sesc, por exemplo, é uma instituição fantástica, que não tem essa preocupação, porque tem outro meio de obter os recursos. Existem também as organizações sociais (OS), hoje em dia, que estão se desenvolvendo cada vez mais. Há subsídios altíssimos em um percentual muito maior do orçamento das organizações. E também existe a captação no mercado privado. Não posso dizer que esse é o modelo, mas, no nosso caso é uma mistura. Não temos subsídio nenhum, nunca tivemos nenhum centavo do poder público. Sabemos que existe edital disso, daquilo, mas se você observa mais de perto as grandes empresas que fazem os editais, percebe que é um percentual pequeno. A grande parte do dinheiro disponível para fazer cultura, ou para descontar de imposto de renda, não vai pelo caminho do edital.

**Como você tem analisado a proposta da reforma da Lei Rouanet?**

Sinceramente, não gosto. É um modelo para estatizar cada vez mais a cultura. Os agentes culturais são competentes para achar uma alternativa melhor do que centralizar as decisões em Brasília. Sempre fui contra o 100% de dedução fiscal, porque uma empresa que tem divulgação, convites, uma série de vantagens, precisa desembolsar alguma coisa por isso. Foi um erro definir essa regra de 100% [Artigo 18, da Lei Rouanet, de 1991, prevê que os contribuintes poderão deduzir do imposto de renda as quantias efetivamente despendidas nos projetos culturais]. O retorno deveria ser mais gradativo. Agora, uma mudança vai levar provavelmente a uma queda de empenho desse dinheiro para projetos. Mas, por exemplo, na reconstrução do teatro a gente não conseguiu incluir o projeto no Artigo 18 porque, por lei, a princípio não pode. Depois descobri que alguns teatros conseguiram passar nesse critério. E é aí que está um grande problema disso tudo, porque os critérios nunca são respeitados como deveriam. Já que aconteceu a desgraça do incêndio, queremos refazer uma coisa moderna, com todos os equipamentos que um teatro hoje em dia merece. Muitas empresas te dizem: “Só trabalhamos com o Artigo 18”. Aí você também tem que fazer todo um trabalho para dizer: “Por uma questão de cidadania, você também tem que desembolsar; não é só descontar do seu imposto”. Alguns aceitam, outros não. Quer dizer, nada é definitivo, tudo muda, conforme as circunstâncias. Gostaria de falar uma coisinha sobre a questão da cultura e da política. Penso que quando se estatiza a cultura, é o setor público que decide, que toma a decisão. Uma pessoa passa a dirigir a cultura. Muitas vezes, os três níveis de governo – federal, estadual, municipal – não possuem pessoas ligadas à cultura. São políticos, infelizmente. Cultura é sempre um prêmio de consolação para algum partido de aliança. Isso é muito ruim, porque aí você concentra o dinheiro na mão de pessoas que nunca mexeram com a cultura e que vão tomar as decisões. O que é que vai virar? Vai virar uma banca de negócios. Da mesma forma que vão ceder esse dinheiro, vão apoiar muitas vezes projetos que não são tão interessantes, nem necessários, mas que interessam por alguma outra razão.

**Qual a importância da Cultura Artística, principalmente quanto à música erudita?**

Organizamos a grande temporada, na qual buscamos o que existe de melhor no mundo. Buscamos diversificar, mostrar várias facetas do que se faz hoje em dia em música de concerto. Desde o início da sociedade, isso sempre foi o principal foco das atividades. Gosto de citar Mário de Andrade, que disse

que sem a Cultura Artística não haveria mais referência no país a respeito do que se faz e do que se deveria fazer em música. Para mim, isso já justifica a apresentação desses concertos. Além disso, temos um projeto sociocultural há vários anos que se chama Ouvir para Crescer e acontece em cidades do interior de São Paulo. Às vezes, o projeto se realiza a pedido do patrocinador, porque ele tem um público ou uma fábrica lá. Para nós, o que importa é que o projeto possa atender absolutamente a todo mundo, jamais pode ser reservado apenas aos funcionários da empresa. É um projeto que adoro fazer. Dá muito mais prazer fazer esses concertos em cidades que muitas vezes não têm teatro. A gente procura um espaço que possa ser adaptado para a apresentação. Às vezes, é um entreposto, o auditório de uma escola. O patrocinador reforma, pinta e monta um cenário decente no local. Hoje, é um programa de oito semanas. Fazemos a apresentação musical com uma série de informações. Nosso papel não é ensinar música, mas ensinar a ouvir melhor a música. Para que a pessoa possa pouco a pouco diferenciar a boa música do resto. São pequenas pinceladas em todos os espetáculos, ensinando a ouvir de outra forma. Sempre se fala que as pessoas não gostam de ir aos concertos porque não entendem. Eu sempre falo que não precisa entender nada, tem que sentir. Mas vejo também que as pessoas gostam de saber mais.

### **Como trazer orquestras de excelência e fazer a Cultura Artística integrar esse circuito mundial de primeira qualidade?**

É preciso começar anos antes. No primeiro semestre de 2010, já estou fazendo a temporada de 2012 e começando 2013. Estamos falando de atrações muito solicitadas no mundo inteiro. Por exemplo, teve o Yo-Yo Ma, que veio há pouco tempo, é um cara extremamente difícil, levei anos e anos e anos para conseguir. Aí consegui uma primeira vez, ele adorou, mas depois levou outros 12 anos para vir de novo. Dessa vez, ele que me passou e-mail dizendo que queria voltar. Então, antes de tudo, é preciso viajar bastante, assistir, ver as coisas, se informar em revistas especializadas, ouvir dicas de amigos que acompanham os jovens que estão surgindo, tudo isso para você estar antenado com o que está acontecendo e, eventualmente, trazer para mostrar ao público brasileiro. Em 30 anos, você acaba fazendo uma série de relacionamentos. É uma surpresa também para os artistas, porque ainda há arquétipos sobre a América Latina. Está começando a mudar, mas muitos acham que estão chegando na selva. Hoje em dia, muitos falam que o nosso continente é onde se trabalha melhor. Em toda a produção que você faz pode haver problemas. Você marca o carro, e de repente o motorista perde o horário – se

vocês fazem produção, sabem do que estou falando. Ou seja, a gente sempre tem que prever tudo, e prever onde pode dar problema, e já ter a solução para aquilo. A gente vive em um país maravilhoso, onde há muito calor humano. Apesar de todos os problemas, você pode contar com os outros. No dia do incêndio, por exemplo, eu estava no aeroporto esperando a Orquestra de Liège, da Bélgica, e a Susan Graham – uma soprano maravilhosa – que iam tocar no dia seguinte, no teatro. Quando soube do incêndio, corri para o teatro, vi as chamas, e disse: “Bom, não tenho o que fazer aqui. Preciso me organizar para salvar os concertos”. Eram 6h da manhã. Chamei a direção da orquestra e disse: “Olha, queimou o teatro, não sei se vocês vão ter concerto ou não”. Eles ficaram brancos. E, às 10h da manhã, estava resolvido.

### **A frieza do produtor.**

Não sei se é frieza. A Naomi Munakata, que é da Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo (Osesp), me ligou perguntando o que podia fazer para ajudar. Pedi para ela ligar para o John Neschling e perguntar se havia algo programado na Sala São Paulo por aqueles dias. Uma hora depois ela me diz: “Já falei com o Neschling e a terça-feira é sua”. Aí falei com Jamil Maluf, do Teatro Municipal de São Paulo, e ele também se dispôs a tirar uma ópera dele se houvesse a necessidade. Quer dizer, se a gente passa uma coisa competente para esses artistas de fora, isso corre muito rapidamente. Aquilo reforçou a credibilidade não só da Cultura Artística, mas do Brasil, de que as coisas funcionam.

### **E os músicos brasileiros hoje estão excursionando para fora, não é? A gente já está exportando música de concerto?**

Claro que está. Isso é como em qualquer lugar do mundo. Há os grandes talentos: Nelson Freire, Antonio Menezes, Jean-Louis Steurman, José Feghali, toda essa gente possui uma carreira internacional. O início da Osesp foi a duras penas, mas ela também conseguiu atingir um nível de excelência, um respeito do público e da crítica lá fora. Estamos exportando, sim. Não temos a tradição secular como possui a Alemanha, mas temos cada vez mais novos talentos.

### **Sobre bastidores da produção de um espetáculo, como é a cadeia de trabalho para realizá-lo? Como a Cultura Artística seleciona as pessoas que vão trabalhar?**

Eu faço muita coisa, sou um pouco centralizador, confesso, porque aprendi também que quando você tem um problema que o outro criou,

é muito mais complicado você corrigir do que se você tivesse feito. Ainda vou ao aeroporto buscar os artistas que chegam para as temporadas. É um prazer. Consegui realmente fazer uma equipe que funciona muito bem. Não tem escola, você aprende fazendo. Eu também não tenho formação nenhuma para ser produtor, fui aprendendo na prática. Basicamente, os outros também. No interior de São Paulo, tenho uma parceria com a Regina Vieira, que é da RVA Cultural e a gente consegue perfeitamente administrar os concertos. Tivemos 16 em dois meses. Para as coisas internacionais, você precisa de muito mais tempo. Dois ou três anos de antecedência. A burocracia é muito grande. Quando é preciso uma procuração de um artista de fora, por exemplo, tem que mandar uma cópia do passaporte, fornecer o nome do pai, muita coisa. É o único país do mundo que pede nome de pai e mãe de cada artista. Mas não tem jeito, é assim.

**O teatro da Sociedade Cultura Artística tem esses dois momentos: a reforma da década de 60 e agora. São momentos de reposicionamento. Gostaria que você falasse dessa evolução histórica e quais as mudanças agora.**

Nada acontece à toa. Sou extremamente otimista. Aprendi isso com José Mindlin: sempre sorrir e olhar para frente. Quando o teatro foi reconstruído depois do tempo que ficou alugado para a TV Excelsior, acho que na década de 70, eu não estava, mas conheci todos que participaram daquilo. Sempre me contaram que a primeira ideia foi: “Vamos terminar com a sociedade e vender esse imóvel”. Na época, o presidente era o Mesquita, que não tinha muito interesse em cultura, em arte; não era bem o que ele mais gostava. Ele até aprendeu, pouco a pouco, a gostar, vi que ele foi desenvolvendo um gosto cada vez maior. A Esther Mesquita, que construiu o teatro, que foi diretora durante uns 30 anos, era tia dele; antes de ela morrer, ele tinha prometido cuidar do Cultura Artística. Depois que ele viu o abacaxi que pegou na mão, disse: “Vamos acabar com isso tudo”. Aí repensaram e disseram: “A gente realmente tem uma responsabilidade como cidadão perante a cidade, perante o estado de São Paulo, de tentar pelo menos ir para frente com isso”. E foram muito aos poucos; conseguiram um pouco de dinheiro do que sobrou da Excelsior, depois fizeram uns acordos com a secretaria estadual. Então, esse segundo momento também vejo assim. O incêndio, em certo sentido, acabou sendo muito salutar.

**Por quê?**

Porque te obriga a repensar uma série de coisas. Você tinha, bem ou mal, uma receita garantida por meio dos espetáculos que apresentava ou

do aluguel das salas. De repente, isso desaparece. Evidentemente, você tem que reduzir a estrutura. E tivemos que fazer isso com responsabilidade, porque também eram pessoas humildes: lanterninha, faxineiros. Foi preciso recolocar essas pessoas e não abandoná-las. A gente manteve o seguro saúde durante muito tempo, até todos estarem recolocados. Na época do incêndio, eram 50 pessoas. Ficaram 22.

**A reforma vai dobrar o teatro de tamanho?**

Sim. Por outro lado, em vez de duas salas, vamos ter uma só. Era um teatro que tinha uma série de defeitos e não havia espaço suficiente para os artistas no palco. Usávamos um terreno ao lado para montar uma estrutura provisória de bastidores. Era montado e desmontado todos os dias. Para o público também era muito desconfortável. A capacidade da sala não podia ser recebida nos saguões e não havia como aumentar. A partir do momento em que isso tudo desapareceu, chegamos à conclusão que era preciso corrigir os problemas que tínhamos. O teatro vai crescer muito em termos de espaço para o público. Só teremos uma sala, não mais duas. Vai melhorar muito em termos de camarins, de administração para os nossos funcionários e para a instituição em si.

**Em termos de programação, haverá um reposicionamento também?**

Sim, mas não tanto. Será mais em termos geográficos. Como a gente pegou a Sala São Luiz, a gente está aberto para outros espaços que podem surgir, em outros lugares da cidade – já nos ofereceram muitos. Há muitos teatros fechados, que não funcionam. O Tomie Ohtake tem um teatro maravilhoso, que nunca abriu, este é o xodó de um amigo meu que eu não vou usar. Mas existem muitos espaços disponíveis. Vamos pegar alguma coisa que realmente interesse e não pode ser abacaxi.

**Em relação ao centro de São Paulo, vai ter alguma conversa com a questão da revitalização, agora que a região virou um pólo de teatro alternativo?**

Desde o incêndio, os laços se estreitaram. Internamente discutíamos a questão: “Ficamos lá ou vamos para outro espaço?”. A gente viu que todas as pessoas interessadas em participar financeiramente na reconstrução do teatro nos sugeriam e até nos forçavam ir para outro lugar. Para a maior parte das pessoas, o centro é uma coisa velha, abandonada, triste, mal frequentada. Eu penso o contrário: todas as cidades que conheço no mundo passaram por

uma fase de deterioração do centro. Lembro de Paris com o Le Marais. Hoje em dia é o chique do chique, mas, quando o conheci, era um imenso pardieiro, um horror. É preciso dar tempo ao tempo e ter vontade política dos dirigentes para querer realmente reerguer o centro. Está sendo feito um trabalho interessante lá e o prefeito Gilberto Kassab foi um dos primeiros a manifestar solidariedade. Ele deixou claro que a revitalização do centro era um dos grandes objetivos da gestão dele. Não sei se vai conseguir, se está conseguindo, pouco importa, mas, da minha parte, sempre demonstrei que eu queria ficar lá. Tivemos que convencer os outros. Hoje é unanimidade. Começou também um trabalho de revitalização da Praça Roosevelt, mas tudo é lento quando se trata do setor público. A gente é mais rápido.

#### **Fisicamente não aconteceu, mas você tem uma mudança ali de ocupação do espaço.**

Sem dúvida. Isso também levou a gente a se aproximar das companhias que estão lá, como o Parlapatões. A gente até almoçou outro dia. Temos trabalhado juntos para ajeitar essa Praça Roosevelt. Eles sentem a nossa falta, porque dizem que a gente dá muita segurança a eles, por causa do movimento de pessoas que o teatro gerava.

#### **Como você vê o Cine Belas Artes que, com a saída do patrocinador, o HSBC, está quase fechando as portas?**

É uma coisa cultural, típica do Brasil. É preciso fazer tábula rasa para reconstruir em cima, fazer outra coisa. Há pouco xodó pela memória. E as paredes possuem história. Sempre falo que o Teatro Cultura Artística precisou queimar, porque era tão carregado de tantas emoções que se passaram lá dentro que uma hora acontece algo como um enfarto. O Flávio Império sempre dizia que todo teatro tem que queimar de vez em quando, porque não aguenta (*risos*).

#### **Desde que se preserve o painel do Di Cavalcanti para o público.**

É, exatamente. Não é simbólico de uma certa forma? Não é incrível que aquilo tenha ficado de pé? Mas voltando à sua pergunta do Belas Artes, eu acho muito triste. Acho muito ruim essa coisa de dar nomes corporativos a equipamentos culturais. Então, para o Cinema HSBC, é difícil encontrar um substituto. É a mesma coisa que o Carlton Dance Festival e várias manifestações importantes que aconteceram e desapareceram, porque a marca ficou muito forte. Aí não tem outro interessado, porque é difícil

sobrepôr. Parece que é preciso deixar um tempo para a coisa desaparecer. Mas é muito triste. Há muitas coisas assim em São Paulo. Onde era o Teatro Brasileiro de Comédia (TBC) devia ser um marco da cultura paulista. O que aconteceu lá dentro foi uma revolução na vida teatral. Ao mesmo tempo, há coisas que surgem. A Sala São Paulo, que não era nada e, de repente, virou um pólo fundamental da cidade. Mas poderia se manter o que existe também de lugares históricos da cultura.

#### **E o investimento na questão da formação?**

Sinto que o público quer saber mais, não quer ser apenas passivo, quer participar, entender os espetáculos. Então, comecei a bolar um projeto nesse sentido. Estou pensando em um projeto para tentar desmistificar a peça de teatro, porque o público não tem ideia de como aquilo surgiu. Queria montar uma peça que o público pudesse acompanhar todo o desenvolver da coisa – desde a escolha do texto até a produção do figurino. Acho que isso é “educativo” – entre aspas mesmo – no sentido de aproximar um pouco mais o público. Os jovens têm mais curiosidade hoje em dia do que antigamente, quando apenas se queria ver o produto acabado. Agora, eles querem saber mais do processo de desenvolvimento, de como se chega a esse produto.

#### **Você é europeu e está há quase 40 anos no Brasil. Três décadas trabalhando com cultura. Como é ser um produtor cultural no Brasil?**

Só fui produtor cultural aqui, então não posso fazer comparação. Me considero um felizardo, realmente faço o que jamais sonhei poder fazer na vida. A maior parte da vida a gente fica trabalhando, então se existe a possibilidade de trabalhar naquilo que mais gosta, não existe resultado melhor. Ter contato com os artistas e ajudar a organizar os espetáculos são as coisas que eu gosto. Participo de muitas escolhas de texto, discuto programa com músico. Quando eu era estudante na Europa, fundei um cineclube e mexi com outras áreas também. Depois da minha formação, cheguei no Brasil e fui trabalhar em uma empresa como executivo. Não é muito gratificante. Prefiro levantar às 4h para buscar um artista no aeroporto e ter justamente o prazer da convivência. Gosto desse relacionamento com pessoas que tenham algo a dar. Não são artistas à toa, não chegaram no patamar deles sem razão. São sempre encontros fascinantes.

#### **Como estrangeiro, o que é cultura brasileira para você?**

Tenho uma história muito engraçada. Estou no Brasil por causa do filme

*Orfeu Negro* [produção franco-italo-brasileira de 1959, dirigida por Marcel Camus]. Tinha uns 12 anos quando o assisti e fiquei absolutamente fascinado. Desde então, começou minha relação com o Brasil e com a cultura brasileira. E, é claro, acabei encontrando uma brasileira e vim para cá.

**Uma manhã de carnaval e uma música especial.**

Totalmente! Eu tinha cadernos que anotava foneticamente o que significava a música que eu ouvi daqui. Era o meu destino. Não sei, não sei explicar. Meus pais achavam tudo muito esquisito, mas enfim... deu nisso (*risos*).

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/gerald-perret/>

# Hermínio Bello de Carvalho

Produtor musical, poeta e agitador cultural

**“Peguei os personagens secundários e os trouxe ao patamar dos protagonistas. Foi isso que assumi na minha vida sem saber.”**

Entrevista realizada por Aloisio Milani e Fabio Maleronka Ferron no dia 1 de julho de 2010, no Rio de Janeiro.

Hermínio Bello de Carvalho

Os nomes que acompanham a carreira do compositor, poeta e produtor Hermínio Bello de Carvalho são luminosos: Elizeth Cardoso, Pixinguinha, Cartola, Clementina de Jesus e Carlos Drummond de Andrade. É tão apaixonado por música que, por muito tempo, acreditou ter sido espectador de Villa-Lobos em concertos no Vasco da Gama, o que nunca foi. E, sim, os irmãos mais velhos. “Menti desbragadamente nas minhas entrevistas, sem saber que estava mentindo.” Mas Hermínio sabe o que fala quando o assunto é música brasileira, suas raízes e seus frutos. “Minha percepção é mais aguda para o que é estranho, o que não está codificado pela indústria.”

Hermínio fez um trabalho marcante no comando da divisão de música da Fundação Nacional da Arte (Funarte), entre os anos 70 e 80, quando lançou o Projeto Pixinguinha, voltado para a formação de novas plateias. A fórmula simples de unir um músico reconhecido e outro novato no palco gerou encontros históricos. É dele também a estonteante produção do espetáculo *Rosa de Ouro*, em 1965. Reuniram-se em palco nu, com roteiro informal, os talentos de Aracy Cortes, Clementina, Nelson Sargento, Elton Medeiros, Paulinho da Viola, Anescarzinho do Salgueiro e Jair do Cavaquinho.

Aos 75 anos, Hermínio mora no último andar de um prédio antigo e charmoso de Botafogo, cujo nome foi trocado formalmente por ele. Na fachada está escrito: Pixinguinha. Aliás, o instrumentista está presente na sala de estar de Hermínio. Ressurge em uma coleção de quadros pintados por Cássio Lorezano, Lan, Mello Menezes e tantos outros. Hoje, Hermínio é entusiasta da Escola Portátil de Música, um projeto de educação musical integrado por 800 jovens dispostos a debater as origens musicais do Brasil. “Você tem que prestar atenção no jovem e criar condições para ele se instruir.” Para ele, cultura e educação estão sempre entrelaçados. “Educação é importante, mas educação e cultura são polos convergentes e precisam do mesmo peso.”

**Hermínio, sua obra está ligada a diversas áreas: música, literatura, gestão cultural. Como você se define?**

É grande a dificuldade para me apresentar por causa da diversidade de rótulos que tive ao longo da vida. Não admito que me coloquem como pesquisador, porque nunca fui, não sou. Toda a minha atividade está centrada na palavra. Sou um poeta letrista. Tenho uma função um pouco memorialística ao escrever artigos e livros, mas isso não me concede nenhum espaço vital dentro do pódio onde estão os luminares da cultura brasileira. Sempre fui um operário da palavra, que trabalhou nos bastidores. Evidentemente, vim à frente algumas vezes para brigar. Se existe uma discussão boa, eu entro,

adoro brigar. De resto, sou apenas isso: poeta letrista, operário da palavra e um brasileiro em tempo integral. Isso também não quer dizer que eu viva enfurnado aqui, vestido de cangaceiro e com um pandeiro na mão. Ouço e gosto de jazz. Outra paixão na minha vida são as artes gráficas. E vivo entre livros e discos. Essa é a síntese da minha vida.

### **Como foi que você despertou para as artes? Quando soube que seguiria o rumo da cultura, da música, da poesia?**

O destino da gente não está em bola de cristal. Somos atropelados pela vida, pelos acontecimentos e, sobretudo, tropeçando nas dificuldades – isso é uma coisa que ajuda demais na formação da personalidade. Eu adorava e ouvia muito a Rádio Nacional. E era meio carola, frequentava a igreja, já fazia dentro da igreja umas pecinhas. Na escola pública, eu comecei a escrever. Estudei na 3-3 Deodoro. Eu era da mesma classe do Maurício Azedo – hoje presidente da Associação Brasileira de Imprensa (ABI) –, da Anilza Leoni, do Wilson das Neves e da Claudette Soares. Éramos um pouco vizinhos de rua. Eu era presidente do Centro Cívico Carlos Gomes, por exemplo. Então, eu escrevia, fazia umas pecinhas ligeiras, curtas; outro dizia um poema, de Castro Alves, de Olavo Bilac. Havia uma efervescência cultural natural. E, permeando tudo isso, o canto orfeônico.

### **Villa-Lobos influenciou toda uma geração dentro da escola, não é?**

O canto orfeônico era muito importante. Uma vez o Villa-Lobos foi inspecionar a escola. Eu era garoto, me lembro da chegada dele, com aqueles cabelos, aquela coisa toda. Já ouvia em casa falar das reuniões cívicas que ele promovia no Vasco da Gama. Durante muitos anos, menti desbragadamente nas minhas entrevistas sem saber que eu estava mentindo. Contava como se eu tivesse sido espectador. Não! Meus irmãos, que são mais velhos – sou o caçula – é que alimentaram isso em mim, aquele estágio não fez parte da minha vida. Mas coincidentemente depois me interessei muito pela obra dele e fui amigo pessoal da Mindinha [*apelido de Arminda Neves d'Almeida, segunda mulher do compositor*]. Villa-Lobos tinha essa coisa de levar para o Vasco da Gama a bateria da Mangueira, o Cartola, o Augusto Calheiros, o Paulo Tapajós. Meu Deus, que cabeça tinha esse homem! Levava a música popular para a criança. É uma coisa engraçada para mim. Isso vai reaparecer na minha vida em vários momentos. Eu trabalho muito por conexões, aliás, essa entrevista aqui vai ser um tumulto (*risos*). Por esses dias estive aqui em casa a Bia Paes Leme, que trabalha no Instituto Moreira Salles (IMS) e também é professora

na Escola Portátil de Música. Ela dizia assim: “Pois eu vi *Rosa de Ouro*”. Eu disse: “Não delira! Não dá para você ter visto *Rosa de Ouro*, porque *Rosa de Ouro* foi há 45 anos, e você está com 51 anos de idade”. Ela garante que sim e que eu a teria levado junto com minha sobrinha Sheila para ver o espetáculo. Isso ficou na cabeça dela, no coração dela. Bia é uma musicista de primeira, uma professora fantástica. Ela lembra que eu tive essa preocupação de levá-la. Repare que há uma similitude com as sensações que eu tinha com Villa-Lobos. Quando eu entrei na Escola 3-3 Deodoro e passei a conhecer aquele universo, busquei automaticamente o que havia: Theatro Municipal com os concertos para a juventude; cursos de interpretação musical com Magdalena Tagliaferro, aquela maravilha de mulher com cabelos de fogo; um filme chamado *À Noite Sonhamos* [1945, dirigido por Charles Vidor] sobre a vida de Chopin, que vi umas 20 vezes. Aliás, há pouco tempo revi o filme e não era essas coisas, não, mas para mim quando menino foi bom. Isso faria parte da minha vida, do meu enredo pessoal. Isso se liga com essa minha ideia de formação de jovens plateias. Porque você não pode passar a vida inteira achando que a juventude não se interessa em nada. A Escola Portátil de Música, por exemplo, possui todos os sábados 800 jovens que discutem Pixinguinha, Villa-Lobos, Radamés Gnattali, Patápio Silva, Chiquinha Gonzaga, Tom Jobim, Guinga – quem você possa imaginar! Tenho um bordão: “A cultura tem que circular”. Você tem que prestar atenção no jovem e criar condições para ele conhecer a sua história, conhecer cantores como Elis Regina, Elizeth Cardoso, Sílvio Caldas, Inezita Barroso. A Escola Portátil de Música é um celeiro de professores com uma cabeça ótima, aberta, são quase todos compositores e formam, inclusive, compositores novos e modernos, com essa visão maravilhosa.

### **Como foi a criação de *Rosa de Ouro*, os elementos cênicos, essa revolução do espetáculo musical que foi um marco na sua carreira?**

Nada nasce de repente. Lembro que eu frequentava muito uma roda de amigos comunistas, em Santa Teresa, e lá se ouvia muito *cante jondo*. Eu ficava fascinado com uma cantora espanhola chamada Pastora Pavón, “*La Niña de los Peines*”. Eu ouvia aquilo maravilhado e dizia: “Que voz estranha!”. Era uma voz musguenta, que me chamou atenção para a estranheza das vozes, como a estranheza da voz da Billie Holiday, da Aracy de Almeida, o o sotaque da Isaurinha Garcia. Se eu não tivesse ouvido a Pastora Pavón, talvez não tivesse prestado atenção quando ouvi a Clementina de Jesus pela primeira vez. Eu morava na Beco do Rio. Estava passando um dia na Taberna da Glória e lá estava aquela mulher vestida de branco, em rendas *guipure*, com um salto altíssimo e cantan-

do entre os seus compadres. Em nenhum momento percebi que aquilo tinha algo a ver com o que eu já tinha ouvido anos antes. Aí vêm as tais conexões. Clementina surgiu em 1964, em dezembro, perto da estreia do show *Opinião*, do Oduvaldo Vianna Filho, o Vianinha. Em 1965, fui à Europa ver concertos de música flamenca, e estive com o Niño Ricardo, que é um grande guitarrista, e perguntei: “A *Niña* morreu há um tempo?”. E ele: “Não, ela vive em Sevilha”. Arrumei minha mala, me botei em um trem e me mandei para Sevilha. Fui conhecer aquela mulher que, lá atrás, tinha mexido tanto no meu coração, a ponto de abrir portas de percepção para a estranheza. Conversamos muito. Já era uma senhora de 77 anos de idade. E eu saí de lá com uma informação visual também: uma senhora bonita, em rendas, usando xale. Então, quando conheci a Clementina, eu já tinha ouvido algo semelhante, raro, há 20 anos, que era a Pastora Pavón. Isso me fez tornar minha percepção mais aguda para tudo que é estranho, para tudo que não está codificado pela indústria da música ou do livro. Começo a perceber que essas coisas são viscerais, e você tem sempre que prestar atenção para entender qual é o processo que o Mário de Andrade tanto nos explicou sobre abraçar o brasileiro. É uma coisa que eu modifiquei do pensamento dele. Ele escreveu isso em uma carta ao Drummond. Era preciso abraçar o pensamento dele. Mas você não tem que deixar de prestar atenção nas outras culturas, pelo contrário: isso nos alimenta.

#### **Você encontrou a Clementina e depois veio *Rosa de Ouro*. Como foi?**

Eu estava, nessa época, hospedando em minha casa o violonista Oscar Cáceres e quando ele conheceu a Clementina, ele ficou impressionado também. Ele e o Turíbio Santos diziam: “Você precisa fazer alguma coisa com ela”. Eu tinha feito uma experiência no Teatro Jovem, que era praticamente um teatro laboratório para a dramaturgia brasileira. O Kleber Santos, que era o diretor do teatro, abriu espaço para mim e nunca esqueço de citá-lo. Eu panfletava poemas alheios, como os do Jacques Prévert, do Drummond, mas nunca poemas meus. Imprimia em mimeógrafo, ia para o teatro e distribuía essas coletâneas. Depois, com o tempo, eu encontrava muita coisa no chão – as pessoas jogavam fora. O movimento chamava-se *O Menestrel*, tinha nove poesias. Isso foi em 1964. E ele se estendeu para a música. *O Menestrel* virou uma forma de mostrar, no palco, essas pessoas relevantes: um jovem da música erudita, outro da música popular. O primeiro foi Clementina e Turíbio Santos – um jovem que ia logo em seguida vencer um concurso internacional de violão. Depois, foi o Oscar Cáceres, Jacob do Bandolim, Aracy de Almeida. Foi uma série de concertos. No final, o Kleber falou: “Puxa! Você tem um musical na sua frente”. Comecei a pensar nisso. Real-

mente, o *Rosa de Ouro* foi uma coisa muito simples, juntou muitos que tinham participado de *O Menestrel*. Era um palco desnudo, onde havia aqueles mestres. Como canta o samba: “*Quatro crioulos inteligentes, rapazes muito decentes*” [trecho de música de Elton Medeiros].

#### **Como foi juntar Aracy Cortes, Clementina, Elton Medeiros, Paulinho da Viola, Anescarzinho do Salgueiro, Nelson Sargento e Jair do Cavaquinho nesse processo?**

Foi engraçado. O Jota Efegê me apresentou a Aracy Cortes. Eu já conhecia a Clementina. Apresentei primeiro a Clementina em *O Menestrel*. O Benedito César, pai do Paulinho da Viola, a acompanhou nesse primeiro show em dezembro de 1964. Depois, Aracy Cortes se apresentou com o Jacob do Bandolim. Você já tinha ali dois elementos, o Paulinho e o Elton. Claro, o Paulinho já era meu parceiro, já compúnhamos juntos, o conheci na casa do Jacob do Bandolim naqueles saraus maravilhosos dos anos 50. Eu e Paulinho éramos garotos e tínhamos essa coisa de ter o Jacob como ídolo. Quando surgiu *Rosa de Ouro*, e surgiu a Clementina, Paulinho participou com o Elton indicando pessoas. Subi na Mangueira, com um medo danado, nunca tinha subido em um morro carioca, mas fui lá com Elton Medeiros para buscar o Nelson Sargento. O Paulinho da Viola trouxe o Anescarzinho do Salgueiro, autor do *Xica da Silva* [parceria com Noel Rosa de Oliveira]. E o Jair do Cavaquinho veio aí pelo caminho – não me lembro quem o trouxe. Possivelmente o Zé Kéti, que costurava as nossas vidas, bordava as lantejoulas, era um ser iluminado. E começou a ensaiar o repertório. Eu gravava muito a Clementina na minha casa, via o repertório dela, via o que ela cantava e ia gravando. Então, o roteiro do *Rosa* foi assim, de coisas que eu já vinha ouvindo, fora do circuito da indústria formal da música, mas também com as coisas que o Paulinho e o Elton guardavam em seus saberes. O repertório da Aracy já era intocável, com *Linda Flor* e aquelas coisas todas. E a Clementina tinha um repertório absolutamente inédito, de corima, batuques e cantos de pastorinha. Aquilo tudo era uma grande novidade para todos nós. O Elton e o Paulinho foram muito importantes na estruturação, porque compreenderam de imediato a importância da Clementina, tanto que o primeiro disco dela já trouxe um portelense ilustre, que foi o João da Gente. Mas o *Rosa de Ouro* precisava de alguém para narrar essa história, porque tive a ideia de fazer depoimentos gravados com Almirante, Jota Efegê, Sérgio Porto, Elizeth Cardoso e Cartola. Seriam depoimentos para dividir os blocos temáticos do espetáculo. Então, era uma coisa linda: o Jota Efegê falava da Kananga do Japão [grupo carnavalesco], da Tia Ciata [sam-

*bista da velha guarda carioca*]; o Almirante contava a história do cordão *Rosa de Ouro*. Era um espetáculo rico de informação. Quem saísse do *Rosa*, saía abastecido de histórias. O espetáculo era limpo, não tinha nada demais: palco desnudo, o telão atrás onde passavam os depoimentos. Era um espetáculo com uma estrutura bastante simples. O *Rosa de Ouro* durou alguns meses no Teatro Jovem, depois foi para São Paulo. As coisas que germinaram a partir dali é que são importantes.

### **O que mais germinou depois dele?**

Ah, muita coisa apareceu. O próprio processo de criação do *Rosa de Ouro* resultou no *Rosa de Ouro* número 2, um disco. Ele abriu espaço para que os compositores, chamados “do morro” – não entendo esse rótulo, aliás – tivessem a oportunidade de serem gravados por Elizeth Cardoso, que era a grande estrela da canção brasileira. Há pouco tempo, o Luis Fernando Veríssimo fez uma belíssima crônica sobre isso, falando sobre as figuras que transcendem, as pessoas revolucionárias. Falava da Elizeth como uma pessoa que tinha uma similaridade com a história do Miles Davis, porque ela fez o disco *Canção do Amor Demais* [1958, *Festa*], que foi a célula da bossa nova, embora ela não cantasse bossa nova. Depois ela grava *Elizeth Sobe o Morro* [1965, *Copacabana*], que nada mais é do que a trilha sonora do *Rosa de Ouro*. Foi um sucesso no Brasil inteiro, produzi o primeiro disco do Paulinho da Viola, uns dez da Clementina, Elizeth e outros tantos. O disco *O Samba é a Minha Nobreza*, de 2002, é uma espécie de repeteco, com um formato mais sofisticado, do *Rosa de Ouro*. Ele foi o ponto de partida para uma coisa profundamente brasileira.

### **Outro marco de sua carreira foi o Projeto Pixinguinha, que levava grandes nomes para novas plateias. Como surgiu o projeto?**

O Projeto Pixinguinha não existiria sem que houvesse antes o projeto Seis e Meia, do Albino Pinheiro. A ideia foi dele e eu esculpi artisticamente o conceito das duplas no palco, dos roteiros, das relações entre os artistas. Sempre gostei da coisa bem acabada. As pessoas costumam falsificar a história e eu odeio isso. O Projeto Pixinguinha nada mais é que uma cópia servil do Seis e Meia. Houve uma discussão pela imprensa, pelo sucesso que foi. Imagine você botar um espetáculo com o povo pagando o preço de um maço de cigarro e poder ver Clementina com João Bosco – João Bosco nascendo, estamos falando do meio dos anos 70. Fizemos a Beth Carvalho com o Nelson Cavaquinho; Oswaldo Montenegro com Vital Lima abrindo o espetáculo. Eram essas fusões que a gente fazia: um conhecido com alguém menos conhecido.

### **Qual é a concepção geral do Projeto Pixinguinha?**

Vale falar do modelo do Seis e Meia antes. Eu e o Albino fomos andar pela Praça Tiradentes e ele falou: “Repara só! Nesse horário, todo mundo sai do trabalho, se enfia nas filas de ônibus, pega chuva, não tem para onde ir, só vai para o bar. Precisa existir um negócio nesse horário, rapaz”. Foi daí que nasceu o Seis e Meia, pela necessidade de botar um público dentro daquele espaço, naquele horário ocioso, das 18h30. E o Pixinguinha foi a mesmíssima coisa. Pegamos as duplas que já tinham participado do Seis e Meia: o João Bosco e a Clementina; a Nana e o Ivan Lins; a Beth Carvalho e o Nelson Cavaquinho. Aliás, este último pertencia àquele gênero humano que o nosso querido professor Antônio Candido classifica como “personagens secundários”. Foi isso que assumi na minha vida sem saber, pegar os personagens secundários e trazê-los ao mesmo patamar dos protagonistas. O Pixinguinha foi isso: juntar um nome conhecido a um menos conhecido, tendo como norma obedecer o critério da qualidade musical. O cara tinha que sair do teatro, onde ele pagou R\$ 8, ou o equivalente, como se estivesse pagando R\$ 100. Tinha que ser um roteiro perfeito, enxuto, com as pessoas bonitas no palco, com a luz maravilhosa e o som ótimo. Isso é respeito ao público.

### **E fazer esse modelo de espetáculo circular.**

E fazer circular. Esse foi o grande salto, porque, na verdade, o projeto Seis e Meia estava localizado apenas no Rio de Janeiro, no Teatro João Caetano. O salto do Projeto Pixinguinha foi de circular pelo Brasil, não só levando, como também trazendo outras pessoas, nesse circuito. Tanto que, com o tempo, a gente foi agregando nomes lá de fora aos elencos que iam passando. O Canhoto da Paraíba, por exemplo, quando entrou no Projeto Pixinguinha com o Paulinho da Viola, deixou o público fascinado. Pegar um Radamés Gnattali, que estava encostado, e juntar com os jovens do Camerata Carioca foi uma maravilha. Casávamos as duplas assim, considerando que ideologicamente tivessem um trabalho parecido – e esteticamente também. As pessoas veneravam, os jovens saíam fascinados. E havia sempre a preocupação de, além de um grande espetáculo, deixar o resíduo cultural disso. O que é isso? Toda ação que gera informação para o cara chegar em casa e pensar: “O que eu ouvi? Quem são essas pessoas?”. Tinha um texto explicando quem era quem, um roteiro do espetáculo, a ficha técnica. Considero isso essencial. Quando o Projeto Pixinguinha estourou, fui percebendo que ele poderia ter mais ramificações, poderia gerar mais produtos. Entre eles, o da memória nacional. Na minha estante tenho um exemplo: Sérgio Cabral. Ele foi pioneiro com uma bela biografia do Pixinguinha.

### **Você incentivou um concurso de trabalhos e pesquisas sobre música na Funarte?**

Isso é importante. Existiu um projeto chamado Concurso Lúcio Rangel de Monografias. Quem era ele? Foi um grande pesquisador, que fez a *Revista da Música Popular*, era tio do Sérgio Porto, o Stanislaw Ponte Preta. Foi uma homenagem a ele, porque foi um cara que me abriu todas as portas. Eu disse então: “Vamos instituir um concurso de monografia”. Aí se fez o concurso de monografia sobre o Pixinguinha, com uma porção de candidatos. Apareceu o Sérgio Cabral, com o primeiro trabalho biográfico. Concorreu anonimamente e ficou com o primeiro lugar. A menção honrosa foi para uma menina absolutamente desconhecida, a Marília Trindade Barboza, que a partir dali desenvolveria uma carreira de historiadora de música popular brasileira. Abriu-se um leque novo de proporcionar a aquele público, que vinha ao Pixinguinha, a história daqueles personagens, que eram cantados ali, no palco. Em 1956, o Lúcio Rangel editava a *Revista da Música Popular* e publicou um trabalho do Manuel Bandeira sobre a literatura de violão. Cheguei no Lúcio e mostrei uma carta que eu havia escrito, confrontando o texto. Comentei: “Eu só queria dizer que tem uns probleminhas, uns erros no artigo do seu Manuel Bandeira”. Aí ele me pegou pelo braço e foi me apresentar ao próprio Manuel Bandeira (*risos*). Eu queria que o chão se abrisse naquela hora, né? Aí o Bandeira me explicou que aquele era um artigo que tinha saído na revista *Ariel*, da década de 1930. Mesmo assim, falou para publicar a minha carta. Aí comecei a conhecer o círculo generoso do Mário de Andrade: Bandeira, Drummond, Oneyda Alvarenga, quem você puder imaginar dessa trilha, eu conheci. Fui beneficiado pela ação generosa dessa gente próxima ao Mário [*o empenho de Hermínio ajudou posteriormente na publicação da histórica obra póstuma de Mário de Andrade, chamada Dicionário Musical Brasileiro*].

### **E a Sombrás, esse movimento pelo direito autoral, como surgiu?**

É outra generosidade, que se passou aqui também, nessa casa no Rio de Janeiro. Em 1974, um grupo de compositores foi expulso da Sociedade Independente de Compositores e Autores Musicais (Sicam): Sueli Costa, João Bosco, Aldir Blanc, Jards Macalé, Vitor Martins, Gutemberg Guarabira. Então, surgiu essa ideia que eu sempre digo que foi do Sérgio Ricardo junto com o Macalé. A ideia era criar uma sociedade independente só de autores, só de compositores, em que a gente não só acolhesse os que tinham sido expulsos, como formasse um processo para lutar pela moralização do direito autoral, que era uma esculhambação. Era tudo na ponta do lápis, não havia

nada transparente. Era um inferno. Vivíamos em pleno período ditatorial e estávamos em um momento de muita conturbação política desde o Golpe de 1964. Aqui e ali havia uma distensão gradual, lenta, prometida pelo Geisel e pelo Golbery. Quem estava à frente do Ministério da Educação e Cultura era o Ney Braga. Aí fundamos a Sociedade de Música Brasileira (Sombras). Para mim, sempre é uma coisa gostosa de falar, porque me faz evocar o Maurício Tapajós, que era um ativista e, de uma certa forma, me politizou bastante. A Sombrás foi fundada aqui, nesse apartamento, onde vocês estão me entrevistando. Quem você possa imaginar de músico, passou aqui em casa para assinar a ata. O Gilberto Gil não pode vir no dia, só pode no dia seguinte. Não temos mais essa ata, porque foi perdida no incêndio do Museu de Arte Moderna. O Tom Jobim foi eleito o presidente da Sombrás. Que, aliás, não pode vir, mas foi eleito por unanimidade como presidente. E, naturalmente, talvez por eu ser dono da casa, virei o vice. Na diretoria eram o Maurício, o Macalé, o Guarabyra, o Ivan Lins. Tinha ainda o Victor Martins, mas não quero cometer a injustiça de não citar alguém. Ah, esqueci de falar do Gonzaguinha, hein? Gonzaguinha foi uma das pessoas mais importantes da Sombrás. Nós tínhamos dentro da Sombrás cabeças pensantes muito boas.

### **Quais eram os principais problemas que a Sombrás via naquele momento?**

Em primeiro lugar, você se deparava com uma legislação absolutamente defasada, que privilegiava os “errados autorais”, e não os direitos autorais. Havia toda uma revolução para fazer. Será que a gente iria vencer essa batalha? Você se escorava no Gonzaguinha, que era um gênio para escrever e fazer contatos; no Aldir, que, na hora de bombardear o sistema, botava o dedo na cara do poder. Nós fomos parar no Museu de Arte Moderna, que nos abriu um espaço, uma salinha para a gente ter uma sede. Nós torpedeávamos e sofriamos bombardeios incríveis, ataques violentos. Tínhamos que nos defender de tudo que era lado, de todos os interesses possíveis e imagináveis que circundavam o direito autoral, que privilegiava muita gente. Havia a coisa do jabá e toda uma podridão que a gente denunciava de peito aberto, tanto que uma vez até um diretor nosso foi surrado e ameaçado. A gente recebia muitas ameaças. E só sei que foi dentro desse espírito revolucionário, com uma organização muito boa, que a gente apresentou ao Ministério da Educação e Cultura (MEC) o Projeto Pixinguinha. E ele, milagrosamente, foi aceito. Era uma necessidade premente. O pessoal da cultura em geral – secretários e ministros – tem distância da prática cultural. Se você for ali na Praia Vermelha e ver um bando de 15 ou 20 professores, eles são pessoas que vieram da Camerata Carioca,

da época do Projeto Pixinguinha. São essas pessoas que hoje dirigem a Escola Portátil de Música, que tem 800 jovens estudando música brasileira, com pouquíssimos recursos, com todos os professores ganhando muito mal, mas sendo idealistas com a mesma chama que tinha a Sombrás.

### **Quando o Ministério da Cultura acabou no governo Collor, o que isso significou para os artistas?**

Isso foi um revide do Fernando Collor de Mello, que não teve o apoio dos artistas para a sua candidatura e, ao vencer a eleição, a primeira coisa que fez foi tirar do organograma do governo o Ministério da Cultura. Virou uma secretaria. Ele fez uma coisa para que a cultura fosse alijada da discussão cultural. Foi um revide sujo, imundo, porco. Quem acabou com o ensino de música nas escolas públicas foi o ministro coronel Jarbas Passarinho, em 1973. É preciso dar nome aos bois. Quando Collor acabou com o Ministério da Cultura, eu falei: “Vamos levar 20 anos para soerguer isso”. O Ministério da Cultura está patinando até agora, porque aquela desestruturação que houve, em 1990, foi fatal, acabou com tudo. Esses projetos que eu falei – Projeto Pixinguinha, Concurso Lúcio Rangel e outros – não são coisas pequenas, mas ele acabou com tudo. Até com o pensamento e com a vida de muita gente. Está recomeçando agora o ensino na escola, que é importantíssimo. Quem recomeçou isso agora não sei também, mas quem acabou eu lembro. Quando destroem um sonho, a gente sabe. O pessoal de Hiroshima sabe porque a vida deles acabou com a bomba, não é?

### **Hoje a gente tem um problema de direito autoral semelhante ao da década de 70. Claro que existem sociedades organizadas, há outros desafios na política cultural. Mas como você vê esse momento atual?**

#### **O que precisa ser feito?**

Ainda não tenho um distanciamento crítico disso. Eu confesso, como operário que sou, que tenho ressentimentos. Digo isso falando de um cara que há dois anos foi chamado pela Funarte para celebrar os 30 anos do Projeto Pixinguinha. Impus condições: que recuperassem o Concurso Lúcio Rangel de Monografias e o Projeto Radamés para edição de partituras de obras brasileiras, e que houvesse mais circulação dos espetáculos, abarcasse um público mais abrangente. E eu não sabia que estava sendo atraído para um alçapão, para ceifar a vida do Projeto Pixinguinha. Quando eu estava lá, acabaram com o Projeto Pixinguinha. Não gosto desse ministério que está aí. Essa coisa que o Cacá Diegues procura fazer com o cinema, indo para as

periferias, tem uma similaridade com a ideologia do Projeto Pixinguinha, de agregar e de circular. É importante você entregar às mãos do povo, para o sujeito fazer. Você transfere conhecimento. A transferência do conhecimento é um dever dos ministérios – da Cultura, da Educação.

### **Ao pensar no cenário atual da política cultural e das artes, o que você diria para alguém que quer começar a trabalhar com cultura?**

Em primeiro lugar, eu o estímulo a trabalhar. Não tenha dúvida: “Vá em frente!”. Estimulo que vá observando as trilhas, dando uma caceta aqui, recebendo outra ali. Mas que ele não desista. Se fizer isso, está perdido. Existe uma geração nova muito atuante, fazendo coisas que você não pode nem imaginar. Falo da Escola Portátil como um exemplo, porque a vi nascer, crescer e vejo os resultados. Fizeram os Pontos de Cultura. Tudo bem, ótimo. Existe um cara pobre que fez uma biblioteca pública na casa dele e até o Oscar Niemeyer fez um projeto para ele. Existe muita gente cheia de sonhos. O que você faz com gente de sonhos? Ajuda, para que esses sonhos se realizem. Temos que alimentar sonhos e utopias. E, ao mesmo tempo, mostrar a estrutura podre: “O sistema não está legal e a cultura não é a coisa mais importante nesse país”. Não faz parte do pensamento desse governo, infelizmente, a cultura como uma coisa sólida. Fala-se muito que a educação é importante, mas educação e cultura são pólos que não são divergentes, são convergentes; têm que tratar as duas com o mesmo peso. É nessa direção que sempre crítico. O direito autoral hoje pode até estar errado, mas pelo menos a gente conseguiu ter o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad). Funciona bem ou funciona mal? Funciona muito melhor do que há 40 anos, quando você ia na sociedade e o cara lá, na ponta do lápis, calculava quanto é que você ia receber. Se você fosse simpático ou se tivesse um padrinho, receberia um pouco mais. Não era pontuado como é hoje. O sistema de televisão paga muito pouco de direito autoral para fazermos a música brasileira. Falo “nós” porque eu pertencço a uma comunidade, sou um grãozinho dessa comunidade. O dinheiro podia ser maior. Se fosse, poderia ser melhor distribuído. Mas a distribuição não está tão malfeita assim, já é na base do computador, não é mais à mão. Temos que reconhecer avanços. Agora, sempre existe um pensamento de “flexibilizar os direitos autorais para a internet”. Flexibilizar assim significa ceder. Você não pode ceder isso sem assinar contratos de autorização.

**Sobre composição, a experiência coletiva da cultura, para quem está começando a trabalhar com cultura: o que é esse processo coletivo? O que são as parcerias na área?**

Na Escola Portátil de Música, eu ministrei uma oficina sobre onomatopeia, que gerou um concurso de monografias sobre onomatopeia musical. Quatro brilhantes alunos venceram o concurso. Sabe Deus como, editamos um livrinho, com um dinheiro de nada, e esses alunos resolveram, agora, inscrever uma peça inspirada naquele projeto no Centro Cultural do Banco do Brasil. Aí que é importante: o concurso de monografia virou um livrinho, que virou um musicalzinho sobre onomatopeia, e que agora vai ser uma série no Banco do Brasil. Quer dizer, é a multiplicação, o desdobramento de uma ideia, uma ideia que vira uma monografia, depois um musical, daqui a pouco um disco, daí um DVD. Essa é a ideia do resíduo cultural. Você vai plantando os resíduos.

**Ou seja, não é o anteparo, o suporte que importa, se é o livro, se é o show; o que importa é a ideia que está por trás.**

Sim. Sobretudo porque os próprios meninos, meus ex-alunos, foram lá e inscreveram, à minha revelia. Achei ótimo eles terem feito isso. Como agora que estão fazendo um trabalho lindo sobre o Sidney Miller, que ninguém mais fala, como se não existisse, como se fosse uma pessoa invisível. Assim como é a minha briga pela existência, pelo reconhecimento do talento de uma mulher que está há 45 anos na estrada, que ganhou agora o prêmio de melhor cantora do ano, aos 70 anos de idade: Áurea Martins. Trabalhava na noite, não tem espaço e é invisível diante de uma certa mídia. Por que não abre espaço para ela? Talvez porque não corresponda ao modelo idealizado por eles. Não seria uma boa vendedora de sabonetes, nem de carros, nem de apólices; não seria uma senhora-propaganda. Mas estamos falando de música, não de salsichas.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/herminio-bello-de-carvalho/>

# Hugo Possolo

Ator e diretor do grupo Parlapatões

**“A arte precisa estar em constante transformação, para ser questionada, para evitar verdades. A verdade é arruinadora e um palhaço trabalha com mentiras.”**

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron no dia 23 de junho de 2010, em São Paulo.

Hugo Possolo

A saga dos artistas mambembes Salomé, Lorde Cigano e Andorinha, do filme *Bye, Bye, Brasil* [1980], conquistou o jovem Hugo Possolo. “É incrível perceber o quanto a aventura da itinerância do circo pode descobrir outras facetas de um país.” Nascido em 1962 e sonhando ser autor de teatro desde criança, Possolo apaixonou-se pela representação cômica. “Isso acabou me levando ao circo.” Hoje, é palhaço, ator, dramaturgo, cenógrafo, produtor cultural e coordenador do curso de direção da SP Escola de Teatro.

Estudou jornalismo e história. Aprendeu arte circense no Circo Escola Picadeiro. Desiludido com um circuito precário de espetáculos infantis para escolas, Hugo Possolo correu o chapéu no centro de São Paulo com sua arte de palhaço. “Comecei a observar muito os artistas populares.” A rotina e a união com amigos originou o grupo Parlapatões, em 1991. Em duas décadas de existência, o grupo conquistou seu próprio espaço e uniu-se ao movimento artístico da Praça Roosevelt, no centro de São Paulo.

Entre 2004 e 2005, foi coordenador nacional de circo da Fundação Nacional de Artes (Funarte), do Ministério da Cultura. “Foi um peso enorme, um monte de coisas que não foram feitas para o circo historicamente.” Possolo indica que a última estimativa que possui é a de que o Brasil conta com cerca de 30 médios ou grandes circos e mais de 200 pequenos, com menos de 300 pessoas na platéia. “Em geral, é um núcleo familiar único, de dez pessoas, que monta o circo, faz a representação em lugares periféricos e distantes dos centros.”

## **Como você se formou palhaço e produtor de circo?**

Desde criança eu já queria ser artista de teatro, queria ser autor teatral. Isso dos sete até uns 12 anos. Meu pai é editor de livros e sempre teve uma grande paixão pelo mundo do espetáculo, levava a mim e a minha irmã a muitas peças. De todo tipo. O que me criou um fascínio muito grande. Desde pequeno, então, eu queria muito escrever para teatro. Eu era muito tímido na adolescência e acabei me infiltrando no grupo de teatro da escola para poder quebrar a timidez e poder ver se alguém montava os meus textos. Acabei atuando para poder convencer os outros a realizar os meus textos, mas acabei me apaixonando pela representação cômica. Isso acabou me levando ao circo. Primeiramente, eu tentei estudar na Academia Piolin de Artes Circense, que foi a primeira escola de circo brasileira, antes da Escola Nacional de Circo. Mas eu cheguei quando ela estava fechando, não pude nem me matricular, peguei um momento triste dela. Pouco depois, peguei o início do Circo-Escola Picadeiro, que ficou instalado durante vinte e tantos anos na Avenida Cidade Jardim. Era a lona do José Wilson Moura Leite, que formou uma série de artistas. A partir

daí, percebi que eu tinha que desenvolver os meus próprios projetos. Sempre quis formular algo que fosse uma base ou um grupo dono do seu meio de produção. Entre 1984 e 1987, fiquei na escola de circo. E ali, junto com um amigo e parceirão, o Jairo Mattos, a gente tentou formar um grupo que já se chamaria Parlapatões. Não deu certo, foram encontros e desencontros. Em 1990, saindo da escola de circo, resolvi produzir teatro para criança. Já trabalhava profissionalmente em teatro havia um bom tempo, mas resolvi, ao invés de ser empregado, começar a produzir. Vivía de vender espetáculos infantis nas escolas. Percebi aos poucos – e foi me incomodando muito – que a educação no Brasil não é boa o suficiente para que os professores tenham preparo pra entender o que é uma manifestação artística vinda de fora e entrando na escola. Em geral, os professores encaram como uma hora de entretenimento mais vazia, de um momento de recreio para eles, professores, enquanto os artistas vão ser babás daquelas crianças. A partir desse incômodo, eu resolvi desistir de ter essa relação com escolas. Eu tinha feito jornalismo, estudei história, já tinha a experiência toda do circo acumulada e achei que precisava criar uma ruptura absoluta. Larguei tudo o que tinha, até um certo patrimônio, e resolvi ir para rua passar o chapéu. Comecei a observar muito os artistas populares, uma série de bolivianos, de performances produzidas em série. Percebi que eles detêm um método de aproximar o público, de seduzir, de formar uma roda. Em cima disso, comecei a usar os números de palhaço de circo, alguns números de malabarismo também para atrair. Primeiro, sozinho. Depois, convidando amigos. O Jairo Mattos foi um deles. Mais tarde, também o cara que tinha sido meu professor de teatro amador, o Arthur Leopoldo e Silva. Depois, o Alexandre Roit. E esses quatro formaram um núcleo básico, que acabaria virando os Parlapatões.

#### **Gostaria que você falasse sobre um pilar da arte circense, que é a itinerância.**

A linguagem circense independe de alguns aspectos que são muito vinculados à sua imagem, sobretudo a arquitetura, a lona e a itinerância. A formação do artista circense foi feita ao longo de 400 anos de história do circo moderno. Mas, na história, o circo tem mais de seis mil anos. É oriundo das primeiras demonstrações de habilidade, quatro mil anos antes de Cristo, na China. O circo moderno, que é o circo em forma circular, como arquitetura para o espetáculo, de representação de um repertório de habilidades, é recente. É pós-Renascimento, tão recente quanto o teatro de palco italiano. E o circo se caracteriza por uma tradição oral, de transmissão de conhecimento feita de geração para geração. A ruptura desse modelo foi feita com a revolução

russa de 1917. Adotaram-se novos métodos de ensino em todas as áreas. E, para o circo, criou-se a grande companhia Circo de Moscou, que vai buscar em crianças de cinco a dez anos as suas vocações corporais. É quando começou um preparo diferente, que não era mais o aprendizado feito de geração para geração e por tradição oral. Criou-se uma sistematização do conhecimento. O Circo de Moscou se tornou a maior companhia circense do mundo, com mais de 5 mil artistas. O Cirque du Soleil ainda não ultrapassou essa dimensão. Obviamente, ele foi diluído com toda mudança na queda do Muro de Berlim. Houve uma forte migração de artistas-professores para a Europa. Por sua vez, a França rapidamente percebeu isso no início dos anos 80 e fez um grande investimento na área. Aplicou-se uma fonte de recursos enorme no setor e criou-se uma política pública. A França hoje possui universidade de circo e cerca de 80 escolas de preparação profissionalizante. É uma quantidade grande, com professores formados no Leste Europeu. Essa influência internacional chega ao Brasil nos anos 80.

#### **Como é a história do circo no Brasil? Tem o Circo Garcia, o Palhaço Carequinha...**

A origem do circo no Brasil é por volta do século 18 para alguns pesquisadores, mas a presença mais forte e instigante esteve ligada à vinda da família real portuguesa ao Brasil, que atraiu, obviamente, artistas de várias linguagens e gêneros nas artes cênicas. Existiu uma demanda cultural para atender com a corte instalada no Rio de Janeiro. O principal foi de produções nobres, da cultura elitista, mas ela também acabou pulverizando e se contaminando com aquilo que era mais popular. E não há contaminação mais forte do que a do circo. O circo se tornou uma casa de espetáculos itinerante, que abrigou outras linguagens, além da circense. Algumas famílias européias se instalaram no Brasil, grande parte de origem francesa ou italiana. Instalaram-se aqui e seguiram viajando o país. Há aventuras narradas em livros, como é o caso do Circo Nerino, que é o primeiro circo brasileiro a percorrer toda a costa e o interior, intinerando, e levando seus espetáculos a vários pontos, isso já no século 19. Já existe uma consistência diferente. Mas todos esses circos tradicionais vão se vincular de uma maneira ou de outra a uma determinada região. Eles não conseguem ser nacionais. Se pegarmos um exemplo, um símbolo muito forte como o Palhaço Piolim, ele é ligado à cidade de São Paulo. Ele circulou pouco além do interior paulista. Ele instalou o seu circo no Largo do Paissandu, aliás, tornou o local ainda hoje um ponto tradicional de encontro de artistas circenses. Às segundas e às terças-feiras ao final da tarde, artistas do Brasil inteiro se

encontram em alguns bares ali. Hoje, felizmente, existe o Centro de Memória do Circo, que fica na Galeria Olido e é uma conquista importante, histórica. E ainda mais por ser exatamente nesse local. A prefeitura promete a desapropriação e a construção de um edifício, de um circo de alvenaria, um circo de inverno, para ser escola. Isso está prometido à nossa categoria e espero que seja realizado. Mas, voltando ao Piolin, ele se apresentava e os modernistas assistiam aos espetáculos de circo. O Oswald de Andrade defendia que aquela linguagem era exatamente popular e brasileira, como ele achava que devia ser o modernismo: tinha amplitude de comunicação, tinha uma visão, que, posteriormente, ele consegue avaliar na antropofagia, de deglutição do que vinha de fora, especialmente da Europa, e com uma forma de manifestação expressiva tipicamente brasileira. Posteriormente, o Piolin ganhou destaque nacional, mas ele era muito regional. Os grandes circos mais recentes, como o Circo Garcia – que acabou há pouco mais de 10 anos –, e o Circo Ivanovich são de famílias que têm aí cinco ou seis gerações mantendo a mesma estrutura. São empresas familiares, que contratam outras famílias, artistas e trupes, para viver no entorno desse circo, dentro de trailers, com a vida organizada para itinerar. E isso vai entrar em choque exatamente com o momento da década 80, quando pessoas de outra formação, em geral de classe média, ligadas ao teatro e à dança, vão procurar as escolas de circo e vão se formar. Isso vai criar um certo embate no modo artístico e de produção do circo.

### **Um dos pontos desse embate é a questão do circo com animais. Isso acabou por mudar uma característica do circo brasileiro.**

Essa é a grande polêmica desse conflito. Mas existem outras coisas nesse choque: a formação com as pedagogias diferentes e a questão de reserva de mercado, porque são jovens que estão chegando e dominando essa linguagem, ocupando um outro espaço e sobrevivendo de maneiras diferentes, gerando recursos de maneira diferente. A questão dos animais passa a ser manipulada por uma mentalidade politicamente correta, ecologicamente correta, que põe em conflito uma tradição milenar de dominação do homem sobre a fera. Os tradicionais foram achatados por uma visão politicamente correta. Não houve um processo de transformação para que não tivesse mais animais em circo. Foi uma machadada. Eu não sou favorável ao animal no circo, mas acho que é injusta a proibição que aconteceu em várias cidades brasileiras. São Paulo e Rio de Janeiro são duas grandes cidades onde existe a proibição. Recentemente, dei entrevista no Jô Soares e ele me fez a mesma pergunta. E eu respondi: “E a novela da Globo que tem o chipanzé?”.

### **E a propaganda?**

E a publicidade que usa animais para vender produtos? No circo, havia uma tradição, que você sabe que aquele cara, que é o domador, que aprendeu com o pai dele, não vai ter o que fazer da vida. Esses animais, que viviam em cativeiro, não têm condições de viver em outra forma. Muitos desses animais estão nos chamados paraísos ecológicos, mas que são falsos. Muitas vezes são zoológicos de péssima qualidade, que são particulares e que cobram pela visitação. Tirou-se um animal, que custa um valor alto de manutenção para aquele domador, e o leva por uma ONG que se diz no direito de manter aquele animal. Pode até estar mantendo bem, mas o aprisiona da mesma maneira. Ele só não demonstra mais habilidade e doma, mas tem visitação cobrada. Há uma contradição violenta nessa ação. Os ambientalistas e ecologistas fizeram uma pressão muito grande. Fui coordenador nacional de circo – o primeiro que teve na Funarte depois de séculos sem qualquer política pública voltada para circo – e tive o privilégio e a dificuldade de ser o primeiro. Foi um peso enorme, um monte de coisas que não foram feitas para o circo historicamente. Até tentei, na Comissão de Educação e Cultura da Câmara dos Deputados e do Senado Federal passar um tipo de regulamentação que organizaria o cuidado com os animais. Daria um registro do animal para transitar pelo país de maneira controlada. Haveria um critério para as jaulas, várias exigências. Se alguém infringisse seria devidamente punido. Mas não poderia ter retirado o animal assim, subitamente. A grande dificuldade da discussão foi a pressão de ONGs. Eu falava: “Gente, deixa uma lei que regulamente o cuidado dos animais e, no passo seguinte, partam pra proibição”. No meu tipo de circo, não li dei com animais, mas já fiz provocação: em um espetáculo de teatro, coloquei um jumento como o astro. Não existe problema, não é?”

### **Como produzir e como criar política pública para uma atividade que é por natureza itinerante?**

Primeiro, é necessário um grande mapeamento da atividade. Um circo, como eu disse, está restrito a uma certa região. A última estimativa que a gente conseguiu na Funarte indicou que o Brasil tinha entre 20 e 30 circos de médio e de grande porte, ou seja, de 700 a dois mil lugares de acomodação. É uma quantidade grande de circos. São mais ou menos 20 famílias que administram e gerenciam em torno de 30 circos. Existe uma parcela menor de circos de 300 a 800 lugares, que totalizam uns 60 circos. E também um montante enorme – mais de 200 – de circos pequenos, com menos de 300 pessoas na platéia. O que significa isso? Que a maior parte dos circos brasileiros são muito pobres,

com estrutura familiar. Em geral, um núcleo familiar único, de dez pessoas, que monta o circo, faz a representação em lugares periféricos e distantes dos centros. O circo maior consegue circular nos grandes centros ainda que sem os animais. Eles vivem de bilheteria, não possuem foco na obtenção do patrocínio e, mesmo que obtenham patrocínio, vivem só da bilheteria. Em lonas maiores, o artista de circo hoje não é só o artista, ele também é o comerciante do circo. É contratado por um cachê para fazer o seu número e parte dos seus recursos vem da venda de produtos na entrada do circo. Pipoca, bonequinhos, pastel, pizza, refrigerante, isso tudo é dividido entre todos os artistas do circo tradicional para que eles possam ter uma fonte de recurso maior. Em geral, o ganho só do artista é praticamente o subemprego, porque também o dono do circo qualifica assim: “Você está tendo espaço de moradia, você usufrui de água e luz”. E há sempre uma troca nisso. Quem consegue mais recurso com pipoca, que é um produto nobre, compra um trailer maior e consegue mais dinheiro do que o próprio cachê. E assim se mantém a economia do circo tradicional e itinerante. Recentemente, como as grandes cidades foram expandido e os terrenos foram diminuindo, os circos, mesmos os maiores, foram empurrados para as margens das cidades. São marginais e periféricos. Portanto, acabam se voltando para um público diferente. Também existe a influência da cultura de massas. Há uma procura muito grande de imitações no circo, aquilo que é um modelo artístico da cultura de massas. Uma dessas coisas é imitar a televisão. Outra coisa recente é imitar o grande monopólio do circo mundial, que é o Cirque du Soleil.

### **Que estética é essa do Cirque du Soleil, não só a organização profissional do espetáculo e o modelo de franquias, mas a questão estética?**

O Cirque du Soleil surge com o discurso de não apresentar animais e também sem palhaços. No princípio, eles achavam que isso era uma coisa antiga do circo. Se você pegar o livro da história do Soleil, eles narram isso. E, rapidamente, eles voltam atrás ao encontrar nos Estados Unidos um manager para impulsionar aquela produção. O Cirque du Soleil nasce como um grupo de circo, com uma lona pequena, dez artistas. Depois um vai vendendo sociedade para o outro até sobraem três. Eles vivem de recursos públicos, como uma boa parte da nossa atividade cultural no Brasil vive. O Canadá tem esse modelo e Montreal é uma cidade com muitos recursos públicos porque atende a energia elétrica de Nova Iorque e de Boston. Mas quando eles foram para os Estados Unidos, entraram na indústria do entretenimento. São hoje a maior empresa de entretenimento ao vivo, superando a Disney. Eles perceberam no

modelo estético que a questão do animal não soava bem, mas que o palhaço era fundamental. E, hoje, no Cirque du Soleil, o palhaço não só é o melhor remunerado como também eles compram números criados em todas as partes do mundo. Eles perceberam que se estabelecessem um padrão, ele rapidamente se esgotaria. Muitos foram buscar artistas do mundo inteiro, de outras áreas mais ligadas a circo: diretores de teatro como Robert Lepage; cenógrafos como a brasileira Deborah Colker. E outros também: Daniele Finzi Pasca, que prometeu nunca mais trabalhar para o Soleil; o próprio Franco Dragone, que estabelecia uma visão estética mais permanente e depois rompeu com o Soleil para buscar outras linguagens. O Cirque du Soleil percebeu que podia ser sufocado caso ficasse preso só a um tipo de estilo de música, só a um tipo de estilo de visual. Ele vai buscar outros artistas para provocar outros resultados e se torna então um monopólio. O que acontece: se antes o circo brasileiro tradicional copiava um modelo na televisão, uma coisa que ele via no Sílvio Santos, ou no Faustão, agora com a difusão do DVD, da internet e do YouTube, ele vê o Cirque du Soleil e quer imitar isso. Mas o circo não é assim. Ele se reinventa esteticamente, especialmente o circo tradicional, porque bebe em várias fontes, sem o menor preconceito.

### **A característica de ter vários povos faz parte da tradição do circo, não é?**

O circo é eclético por natureza. É a casa de todos. No Brasil, ele também foi casa de espetáculos. Não havia casas assim no Brasil, então o circo abrigou toda a formação da música caipira durante muito tempo. A formação do samba brasileiro se dá também dentro do circo, por meio dos lundus e das modinhas, que eram executados por palhaços cantores. O Eduardo das Neves, um dos primeiros artistas a gravar disco no Brasil, sambista e criador de vários lundus, tocava em circo e era palhaço. A mesma coisa acontece com o Benjamin de Oliveira, que é um grande ícone da palhaçaria brasileira, que também tocava e cantava lundus, embora fizesse também representações teatrais, como *A Viúva Alegre* [peça do autor austríaco Franz Lehár].

### **Uma coisa curiosa da produção no circo é a criança que se assusta com o palhaço. Como é isso?**

Palhaço não nasceu voltado para criança. É um arquétipo que representa o erro do ser humano. Se errar é humano, o palhaço é a maior representação do erro. A história do palhaço, da forma como a gente conhece, tem suas origens nas sociedades primitivas. O pajé representa não só a questão religiosa, mas o lado profano, ele faz brincar, detém o universo lúdico pelo viés da alegria. O

palhaço moderno surge na Idade Média e se consolida no Renascimento. Ele representa o erro, ele cede à lei da gravidade. Se um ser humano acredita que pode ir do ponto A ao B sem nada lhe acontecer, ele está no plano do intelecto, enquanto que a natureza o chama a cair, e você pode, no meio do caminho da trajetória do A pro B, levar um tombo, porque você escorregou em uma casca de banana; isso é risível porque você não é o tempo todo intelecto, a natureza é infinitamente maior do que o homem; então, você tomba, você cai. O palhaço representa isso. O Fellini diz que ele é a sombra, deformação. E, como toda deformação, ela não é tão palatável. Para a infância, qualquer deformação é assustadora. A representação do palhaço se torna infantilizada, ceifada da sua pulsão sexual, muitas vezes ceifada da sua pulsão do escatológico por causa das mídias de massa. Quando o cinema e a televisão adotam a figura do palhaço, resolve infantilizá-lo para voltá-lo ao público infantil. Aí o palhaço se colore demais, se estampa demais e vai além da sua grafia original. Um tipo de exagero, que não é da representação.

### **E, portanto, fazer rir é um contraste muito rápido entre uma variação de ideias.**

Fazer rir é um contraste muito rápido entre necessidades humanas, entre a concepção da ideia e da sensação. Sentir é pensar sem ter ideia, já dizia o grande poeta Fernando Pessoa. Você sente o riso, porque se entrega à natureza ao ver que alguém não cumpriu a ideia de caminhar do A até o B. Ele foi surpreendido e cedeu à sua natureza. O riso é uma sensação de alívio depois de uma tensão proposta. Se você se deixa iludir por uma tensão, e, de repente, é surpreendido, você se alivia, como parte da natureza. O riso é um relaxamento, é prazeroso, e ele está ligado à pulsão sexual, à escatologia, está ligado às nossas necessidades instintivas de nos alimentar, preservar a espécie, preservar o prazer.

### **E a formação circense: quem foram e que são os mestres do circo?**

Existem raízes diferentes na formação da arte do palhaço e do circo que é diferente da formação das escolas. Ela trouxe os tradicionais para ensinar, mas eles vêm com um vício da formação familiar. Por mais que ele tenha dez alunos pagando para ele ensinar, ele vai adotar alguém paternalmente. Vai ensinar mais aquele do que os outros, porque ele enxerga naquele um potencial maior.

### **Quase uma corporação de ofício do Renascimento.**

Exatamente. Eu fui um privilegiado nisso, enxergaram o meu potencial.

Tive um professor, que era o Meroel, irmão do Zé Wilson, que era o dono do Circo Escola Picadeiro. Ele me chamava de lado. E quando eu tinha espetáculos, mais ainda, eram reuniões intermináveis, de quatro horas, algumas regadas à cerveja, e outras trancadas no trailer. Eu sentava e ouvia repetidamente o que eu tinha feito de certo e de errado no número que eu tinha apresentado. Isso para ver se eu entendia a dimensão dele. É um tipo de aprendizado diferente. Eu compreendi que o arquétipo do palhaço é muito grande e que você não precisa se descobrir ridículo para representar o ridículo da humanidade. A outra tendência de aprendizado de palhaços é oriunda de uma tentativa de sistematização ocorrida na França pelo Jacques Lecoq, que é o primeiro mestre a pensar em ensinar palhaços para artistas não-circenses. Ele começa a trabalhar com atores de várias origens. E um dos discípulos dele, o Philippe Gaulier, criou uma escola de palhaços. Por lá passaram diversos brasileiros, um deles Luís Otávio Burnier, que vai para lá e passa a transmitir isso no Brasil por meio do grupo Lume, que nasce como núcleo de pesquisa da Unicamp, e junto com o Carlos Simioni, que era parceiro dele, começam a fazer oficinas e preparar um monte de gente. O Teatro de Anônimo é um dos grupos que nasce fazendo essas oficinas e desenvolve o seu trabalho com essa mesma linguagem. E nós todos vamos nos encontrar no Anjo do Picadeiro [*encontro internacional de palhaços, o maior do gênero na América Latina*].

### **O que se discute em um encontro de palhaços?**

No começo, houve esse embate de qual era o processo de criação de cada um. E o embate foi até violento às vezes. Os Parlapatões tiveram embate fortíssimo com o Lume. Hoje, somos todos amigos, mas no primeiro momento o choque foi forte. A gente defendia a nossa forma de aprendizado e a nossa forma de manifestação. Havia preconceito nosso com o trabalho deles e vice-versa. Surgiram até discussões se, no Brasil, a gente devia usar o termo *clown* ou não, porque havia virado moda. E o termo palhaço acabou sendo adotado por todos.

### **Um monte de gente fala que é *clown* para não falar que é palhaço. Por quê?**

É mais chique, tem um verniz intelectual, porque vinha da Europa. E havia uma coisa também dos anos 80, de que o palhaço podia estar ligado ao universo brega. Mas não. É um saber popular, você pode usar em qualquer direção. Mas existia uma carga pesada, chata, preconceituosa, elitista. Isso felizmente foi rompido graças a encontros como Anjos do Picadeiro. E isso tem de legal

nos palhaços: a gente sabe também não se levar tão a sério. Chega uma hora que você briga, briga, briga e acaba dando risada. Vira piada para o outro. Esse encontro de palhaços, Anjos do Picadeiro, passou a ser realizado todo ano, em geral perto do Dia do Palhaço [*dia 10 de dezembro*] para poder ter esse embate. Ainda que apanhe, é bom estar lá, você se põe em conflito. É fundamental não achar que o seu trabalho está sólido, porque aí você morre como artista. O seu trabalho precisa estar em constante transformação, para que você seja questionado, para não estabelecer verdades. A verdade é arruinadora e um palhaço trabalha com mentiras. O nome do meu grupo é Parlapatões, quer dizer “mentirosos”. A mentira revela muito mais verdades do que a dita verdade estabelecida. É um jogo e ela te faz pensar melhor sobre a vida, sobre a humanidade.

#### **Fale sobre os Parlapatões e a Praça Roosevelt.**

Voltando à história do começo, somente depois do terceiro espetáculo daquele grupo inicial é que passamos a chamar Parlapatões. Por um pequeno período, a gente procurou um produtor externo para nos orientar, embora quiséssemos ter controle sobre o modo de produção. Aprendemos muito com o produtor Leopoldo De Léo Júnior. Ele tinha uma empresa que atendia escolas com espetáculos de todo tipo e iniciava um processo de produção teatral. Conversando com ele durante uns anos de atividade comum, decidimos que a gente deveria, em vez de repassar alguma porcentagem, manter uma estrutura própria. Passamos a exercer atividades de produção. O primeiro passo foi locar um espaço no qual a gente pudesse ensaiar e guardar material. A sala de ensaio junto com o material é fundamental, porque você cresce artisticamente. A produção ao lado mais ainda, porque você opta e você faz as escolhas do que você quer ou não quer fazer. Isso foi década de 90. Consolidamos um núcleo básico em 1994 e 1995, que depois foi mudando de formação. Em 1993, entra o Raul Barreto, que está no Parlapatões até hoje. Esse núcleo se estabelece com três artistas: Alexandre Roit, Raul Barreto e eu, mas com uma série de artistas convidados sempre. A estrutura foi crescendo bem aos poucos mesmo, mas com uma compreensão de que o Brasil não tinha exatamente um mercado de arte, um mercado pra teatro, mas alguns nichos mercantis. Aliás, não acho que o Brasil tenha um mercado de arte na área de teatro. Existem algumas áreas de entretenimento. O resto eram pequenos nichos, alguns espaços. Um deles, em São Paulo, era o Sesc. Fazíamos apresentações e avaliações semestrais e anuais do nosso fluxo de trabalho. O que estávamos fazendo? A gente estava passando o chapéu na rua, estava vendendo cachês para o

Sesc ou estava lidando com a bilheteria? Uma das avaliações que a gente fez era de que 60% do que a gente obtinha de recursos eram oriundos de vendas de espetáculos para o Sesc. E esse percentual era muito, estávamos virando empregados do Sesc. Limitamos nossas apresentações para o Sesc com o objetivo de buscar espaço para outras relações. Assim mudou a nossa visão de produtores. Vivemos uma transformação muito grande do processo artístico do grupo e do processo de produção. Já tínhamos uma consolidação como grupo de teatro, indo para vários cantos do país, mas essa evolução mudou o grupo. A primeira vez que apareceu patrocínio para a gente, eu achei que era um trote e xinguei a pessoa. Ela teve que ligar e explicar o que é que era, porque eu achava que era impossível. Começou a mudar. Foi reconhecimento do trabalho, pelo o que era e pela trajetória. Já acumulávamos uma quantidade grande de espetáculos, um repertório. Era uma média de três espetáculos por ano. E a gente sentia que precisava buscar um espaço de vínculo maior com a cidade, porque a gente nasceu com esse vínculo, representando teatro de rua na Praça da República, no Parque do Ibirapuera, e aos poucos a gente se tornou um grupo nacional. Dissemos: “A gente precisa ter um espaço”, mesmo com medo de que o espaço engolisse o grupo, porque a gerência de um espaço pode te desestabilizar. Planejamos isso muito bem. Procuramos duas regiões para nos instalar: Pinheiros, onde tínhamos a nossa sede de ensaio e de produção; e a Praça Roosevelt, uma região que estava começando a pintar. Participando do Satyrionas, eu vi dois imóveis e fui atrás. Um grande amigo publicitário, que é um excelente negociante, foi resolver isso para nós. E aí vingou a nossa ida pra lá. Vamos completar 20 anos em 2011. Estamos na Praça Roosevelt há quatro anos. Quando chegamos lá, conversei de cara com o Ivam Cabral e falei: “Olha, estou vindo pra cá pra me aliar, não pra concorrer. Eu acho que a gente tem que transformar isso em muito mais, e se relacionar muito bem com o entorno”. E eu achava que ia ser mais difícil, mas coincidiu com um momento de efervescência da praça. A relação com o bar também é importante. O Grand Theatre só acontecia porque tinha um bar. O circo do Philip Astley, na Inglaterra, também só sobreviveu porque ele tinha um ponto de encontro. Não é bebida alcoólica, é ponto de encontro. As pessoas vão porque as cidades – especialmente cidades grandes, como São Paulo – perderam os seus pontos de encontro. E a gente enxergou na Praça Roosevelt um ponto de comunhão, especialmente entre artistas, mas que explodiu para o público em geral. Passou a ser ponto de encontro de estudantes de teatro, artistas, cineastas, desenhistas, cartunistas, artistas que não têm um espaço definido. Quem são os desenhistas de histórias em quadrinhos brasileiros? São incrí-

veis lá fora e aqui não têm o mesmo reconhecimento. O HQ Mix abriu ali do lado. A rua foi se consolidando. Eu acho que ajuda a consolidar também o impulso dos Satyros, das Satyrianas. Logo que a gente chegou, fomos participar. Eles perceberam que podiam abrir para o teatro da cidade inteira. Isso também inspirou a virada cultural. E não são só a Nuit Blanche, de Paris. Foi um impulso muito grande. Artisticamente, também representou muito, porque a gente combinou, abriu seis meses do primeiro ano para outras companhias. Hoje, a gente ainda faz isso mesclado. Foi tão importante ver outros artistas trabalhando ali junto com você, o cara estreando o espetáculo, encenando, começa a existir diálogo, a respeitar outras opções.

**Para fechar, gostaria que você comentasse o filme *Bye, Bye, Brazil*, a história de um circo.**

O filme do Cacá Diegues me pegou. Eu devia ter uns 17 anos. Naquele momento, é incrível perceber o quanto que a aventura da itinerância do circo pode descobrir outras facetas de um país. Fui entender isso melhor muito tempo depois, quando eu fui coordenador nacional de circo da Funarte. Eu tinha uma visão, pensava nas questões de fomento e fui parar em uma comunidade no interior da Bahia que reunia vários donos de pequenos circos. Fiz uma reunião, falei das perspectivas, que havia uma coordenação de circo finalmente. Não tinha dinheiro naquele momento, mas uma hora teria. Haveria editais, expliquei o conceito, o modelo de acesso ao recurso público. Vi aquela gente empolgadíssima, feliz, me aplaudiram. Aí eu saio dessa reunião, um desses senhores me pega no braço e fala: “Adorei tudo que você falou, mas me empresta R\$ 10, porque eu não consigo comprar um botijão de gás para fazer comida para minha família”. Descobri um outro Brasil, que eu, por mais que tivesse na minha cabeça, precisava repensar. E isso foi no mesmo período em que se tentava aprovar o projeto do Cirque du Soleil pela lei de incentivo. Eu avisei que aquilo tinha que ser consultado tecnicamente. E falei: “Vai dar merda”. E deu. Deu porque não fazia sentido aplicar incentivos da Lei Rouanet naquele valor de ingresso. Se fosse ingresso popular, teriam todo direito, mas o problema estava no benefício da população. Não tinha.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/hugo-possolo/>

**“Talvez a alma do Brasil no momento seja meio híbrida. A cultura brasileira é um caleidoscópio, uma sobreposição de culturas que se influenciam.”**

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 14 de junho de 2010, em São Paulo.

Kiko Farkas marcou posição no terreno cultural brasileiro ao se tornar um dos principais designers gráficos do país. Formado em arquitetura pela Universidade de São Paulo (USP), Ricardo – seu nome verdadeiro – sempre soube que gostaria de trabalhar com design. “Minha introdução no design se deu pelo desenho, sempre gostei muito de desenhar.” Seu primeiro trabalho sério com o design foi com o jornalista Sergio de Souza. Ela era assistente na revista *Canja*, uma publicação semanal que existiu em 1980.

Hoje, trabalha sobretudo com design e projetos editoriais. Sua empresa, a Máquina Estúdio, é um laboratório criado para o desenvolvimento de pesquisas visuais. Apresenta trabalhos a clientes de naturezas tão diversas quanto Embratur, Sesc, BMW e Cosac Naify. Também executou entre 2003 e 2007 a comunicação gráfica (cartazes e programas) da Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo, sob a regência de John Neschling, maestro que ele admira. “Ele falou para mim: ‘Quero que você enlouqueça’. E quando eu enlouqueci, ele bancou o trabalho.”

Para Farkas, o profissional de design é um técnico. Mas, antes de tudo, precisa “se conhecer, saber o que determina, quais são as matrizes determinantes na sua própria produção”. Com a escala da tecnologia, ele prevê que o designer que não tiver identidade será trocado por uma máquina qualquer. Também critica a falta de reflexão sobre o design brasileiro. “Você não vê alguém falando de design na mídia, discutindo projetos, a não ser em ocasiões como a Copa do Mundo. Sou brasileiro, vivo no Brasil, como pimenta e gosto de feijão; mas não sei o que é design brasileiro.”

### **Vamos falar de alguns nomes do design brasileiro que começaram a desenvolver uma linguagem nacional – Aloísio Magalhães, Alexandre Wollner e outros. Como você vê esse período?**

O Aloísio Magalhães está muito mais ligado ao Brasil do que o Wollner. O design do Wollner é muito mais internacionalista, europeu e ideológico. E o Aloísio seria um cara cuja origem está mais calcada em valores brasileiros porque ele evolui das artes plásticas. Era um cara absolutamente político, um artista, e o design para ele é uma das facetas. É um cara ligado à cultura popular lá de Pernambuco, do ateliê Gráfico Amador. Quer dizer, um cara experimental. E o Wollner é um cara dogmático. São duas vertentes que até hoje se interseccionam. Alguns são designers mais intuitivos e outros mais racionalistas. Há essas duas vertentes e ambas são muito boas. Acho importante a gente ter essas duas raízes, que depois acabou gerando a ESD [*Escola Superior de Design*] e essa outra escola que engendrou mais para a produção editorial

que é o Aloísio e a revista *Senhor* [1959 a 1964].

### **Você acha que a *Senhor* ainda é um paradigma para o design brasileiro?**

Acho que sim. É definitivamente um marco porque ela traduziu um momento de pouca possibilidade industrial, nos anos 60, com muita erudição. Era uma coisa na qual o design tinha um caráter muito elitista. Apesar de ter uma tiragem grande, a revista era sofisticada graficamente e editorialmente. Engraçado, porque os editores eram dois judeus – um deles era meu primo. A *Senhor* veio de uma tradição dos anos 40 e 50, de uma coisa feita à mão, nessa vertente artística mesmo que veio com o Aloísio Magalhães. A *Senhor* tinha um caráter muito do design a serviço da edição, que depois a *Realidade* [1966 a 1976] foi buscar. A edição gráfica realimenta a postura editorial. Você começa a ter um deslocamento do eixo editorial para o eixo gráfico, visual; um acaba transformando o outro. Você não pode dizer que a *Realidade* foi só uma revolução editorial do ponto de vista de reportagem, de matéria e de postura política. Foi também uma revolução no ponto de vista gráfico. Se ela não tivesse essa âncora editorial, seria totalmente vazia. Engraçado, eu estou agora participando de um projeto que é a reedição do *Jornal Ex* [1973 a 1975]. Optei por fazer uma edição totalmente fac-similar, inclusive nos números, os exemplares soltos dentro de uma caixa, sem transformar em livro [publicação lançada pela editora *Imprensa Oficial*]. É engraçado, porque a postura editorial é que é a coisa mais interessante; do ponto de vista gráfico, não é nenhuma maravilha. Do ponto de vista de texto também não é uma revolução, mas a postura política é o grande lance. E a ironia, essa possibilidade de brincar em um momento em que estava todo mundo na corda bamba é que dá uma leveza que hoje nós não temos mais.

### **Você conhece o jornal *Flor do Mal*? Era um jornal com design do Rogério Duarte, de 1971. Foi quando ele começou a fazer a defesa do design gráfico e o colocou em diálogo com as outras áreas. Como você vê essa história do Brasil? Criou-se uma escola brasileira?**

Não conheço o jornal, mas, como designer, o Rogério Duarte foi um cara totalmente inovador. O que ele fez não se via e não se vê ainda nada parecido. Não estou falando das coisas mais conhecidas dele, que são os cartazes de filmes, como o Meteorango Kid [1969, dirigido por André Luiz Oliveira], mas, sim, das capas de discos dele. Por exemplo, o *Cantar* [1974, *Phonogram*], da Gal Costa, é uma delicadeza. Quer dizer, não é aquela coisa psicodélica – e também genial – que a gente está acostumado. As coisas dele são

mais contidas, mas de inspiração! O *Cantar*, por exemplo, é uma das minhas peças preferidas do design brasileiro. O jeito que ele coloca a tipografia é uma tradução visual da música que está lá dentro, é uma maneira de ver a música, a maneira de a Gal cantar, das transparências e do suingue, que é fenomenal, de uma puta sensibilidade. Ele é um designer top, sensacional, e também um ativista. Era um dos grandes eixos do tropicalismo, dos caras mais importantes. É maravilhoso esse romper de barreiras, mas eu me identifiquei muito mais com esse outro lado dele, mais tradicional.

Existem dois tipos de expansão de limites, falando de cultura. Do cara que arreventa as estruturas, e joga lá para frente, que ninguém consegue acompanhar. E existe uma coisa que vai pressionando lentamente os limites, tangenciando, ampliando. É isso o que o Rogério Duarte fez. E talvez ele tenha atuado nos dois campos. Existe uma maneira de você renovar naquilo que é conhecido, introduzindo elementos surpreendentes dentro de uma forma conhecida. É um pouco a estrutura do jazz e da música clássica também. No jazz, por exemplo, você tem os *standards*, que são músicas que todo mundo conhece, populares. Você apresenta essas músicas e depois destroi aquilo que elas têm. Mantém os elementos básicos e, a partir daí, você começa a propor novidades, improvisa, muda andamento, faz novas orquestrações, uma série de coisas. Depois você volta, e isso faz com que a percepção do ouvinte se amplie, porque ele pensa que está ouvindo o conhecido e, na verdade, já está ouvindo um pouco do conhecido e do desconhecido. Você usa aquilo que você tem de memória e fica o tempo todo comparando, às vezes conscientemente, às vezes não, com aquilo que você não conhece. Esse é o campo no qual eu procuro atuar. Eu não sou um cara de romper, de quebrar, de chutar, de ficar introduzindo coisas novas. Mas se fizer isso consistentemente, a gente eleva um pouco o padrão, altera a percepção.

### **Como você começou a atuar como designer? Como foi a sua educação para designer?**

A minha educação para designer não existiu. Sou arquiteto formado pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP. Todos os meus colegas da minha geração também são, fora os cariocas, porque já existia a ESDI [*Escola Superior de Desenho Industrial*]. Em São Paulo, não tinha. Desde o colegial, eu sabia que queria fazer design. Meu pai tinha em casa uma coleção completa da revista *Graphics* e os anuários, e eu curti muito, folheava, tinha muitos livros, talvez tenha vindo daí minha vontade. E a minha introdução no design se deu pelo desenho, sempre gostei muito de desenhar. O meu

trabalho tem sido muito em cima do desenho à mão livre, é uma das ferramentas preferenciais. Muita gente trabalha com tipos, hoje isso está em voga. A tipografia deixou de ser um veículo e passou a ser um assunto. Mas, quando eu penso um trabalho, é o desenho que me vem à mente. Foi isso que me fascinou, o desenho, a imagem. Mas estou me distanciando cada vez mais disso, porque fazer design é contar uma história. Grandes diretores de cinema são excelentes contadores de história. Ele simplesmente transfere essa verve, essa habilidade, essa teatralidade pessoal para o filme. É muito raro você ver um cara que é um mala fazer um filme bom. Um cara desinteressante, cuja conversa é desinteressante. Eu seria um péssimo cineasta, porque eu não sei nem contar piada, sempre me atrapalho, não sei. O importante é como você apreende a realidade. Às vezes, a história pode ser muito complexa, pode ser um livro de 500 páginas, ou pode ser um logotipo, uma história curtíssima, mas que também é uma história, um assunto. Agora estou cada vez mais curtindo essa coisa de organizar e tentar extrair de um assunto aquilo que ele tem de melhor. É um conceito mais parecido com a maneira americana de definir design. Quando você vê um filme, você tem lá *production design*, *costume design*, *light design*, *sound design*, que tratam de como o cara desenhou aquela luz ou aquele som. Um conceito diferente de você ser autor de uma imagem de uma determinada história.

### **Mas você busca a síntese?**

Não sei se é síntese, às vezes é o contrário, é como você estender... Estou fazendo um catálogo da Bienal do Sesc, dos Naifs. Fiquei vendo os catálogos, e os catálogos estão sempre mostrando pedaços de quadros, com textos complexos dos curadores sobre os quadros. Só que o catálogo em si é uma peça altamente abstrata, não fala nada sobre aquelas pessoas. Não fala nada sobre o ambiente ou sobre a origem, não dá nenhum dado. Tem uma biografia como se fosse de um jogador de futebol, sem nenhuma especificidade. Quando entrei em contato e fui no Sesc, comecei a olhar e falei: “As pessoas vêm para cá?”. “Ah, sim, todos vêm para a inauguração”. Eu falei: “Vocês não têm nenhum registro disso?”. Não tinham. Aí comecei a pensar nesse catálogo, na identidade da exposição. Um catálogo simples, no qual 70% é reprodução dos quadros. Mas vou ilustrar com fotos de lugares, de casas, de vilas, de cidades do interior, de praças, para tentar contextualizar, mostrar um pouco de onde vêm esses caras. Não estou criando, é um trabalho de edição. Estou tentando transformar esse catálogo numa ferramenta mais útil e é isso que está me interessando agora. Quando o pessoal pergunta que fonte eu uso, falo

que não sei. Para mim, não faz diferença se é o último tipo. Isso fica com os meus assistentes. Tudo bem, eu gosto mais de uma, menos de outra, mas não estou preocupado com isso. O importante é encontrar uma maneira legal de mostrar. Juntar um fotógrafo com um cara que faz quadros, com um editor. O grande assunto hoje é a edição – essa é a nossa tarefa como organizadores e hierarquizadores. Design é hierarquia! Um bom projeto de um jornal é isso, como você hierarquiza os assuntos, as informações, como aquilo vai ser lido e ser entendido. Começa com os aspectos mais abstratos, e acaba sendo efetivado pelos aspectos técnicos. Quer dizer, você precisa ter conhecimento técnico de como é a legibilidade, o ritmo, quem são os seus leitores, enfim, uma série de questões técnicas, mas que elas sozinhas não são importantes.

### **O design não pode ser uma expressão íntima e pessoal, precisa de uma comunicabilidade efetiva?**

Engraçado você citar isso, porque o meu escritório chama Máquina Estúdio, foi fundado em 1987 por mim e meu sócio, Paulo Labriola. A gente escolheu esse nome porque eu gostava de me ver como um técnico. No design, existe essa coisa de você ser um *problem solver*, o cara que resolve problemas. Eu gostava disso, em oposição à visão que existia do cara ser um autor, um artista. Eu sempre brincava que via uma diferença muito grande entre o Jean-Michel Folon e o Milton Glaser. Folon já morreu, foi um belga, um aquarelista. Todos os cartazes dele, capas de livros, eram em aquarela, com desenhos sempre muito parecidos e muito bons. Tinha um desenho muito bonito, delicado, com soluções interessantes. E o Milton Glaser, a cada trabalho, parecia que tirava um coelho diferente da cartola. Em um, era tipográfico; no outro, fazia pastel, ou era fotográfico, ou infantil. Um cara dos 1001 estilos. Eu sempre me identifiquei muito mais com o Milton Glaser.

### **Quando você percebe que um projeto deu certo?**

A coisa que a gente menos tem é *feedback*. Cliente? Pode esquecer. Os nossos pares, fora o ciúme, fora a inveja, não veem as coisas uns dos outros. Você não vê alguém falando de design na mídia, discutindo um projeto. Só quando têm Copa, Olimpíadas, essas coisas. Acabamos tendo que nos contentar com a nossa própria crítica. Ultimamente tenho tido muitos pedidos de fora do Brasil, então começo a ver o que as pessoas querem. Mas o grande público da gente é a gente mesmo! Quer dizer, sabemos quando o negócio realmente ficou redondinho. Os cartazes, por exemplo, são muito abstratos. Isso é interessante, porque eles são a expressão mais acabada de um processo de quali-

dade, para que haja um bom produto nessa área de design. É importante que exista uma confiança de parte a parte: do designer em relação ao cliente, e do cliente em relação ao designer. No caso dos cartazes da Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo (Osesp), por exemplo, há dez anos eles não teriam existido, porque não havia meios tecnológicos de produzir. Existe essa conjunção entre o processo industrial, a Osesp, o John Neschling estar lá, tudo. Tem a conjunção de eu, por vários motivos, ter sido contratado para fazer isso, da minha inexperiência em relação à orquestra, que eu nunca tinha trabalhado para orquestra, não tinha ideia do tamanho da encrenca que eu estava me metendo quando me propus a isso. Foram fatores que, aos poucos, se desmancharam. Quando eu entrei lá, os cartazes praticamente não existiam, eram relegados, ficavam à margem. A pessoa que fazia não dava importância, fazia um por mês, uma coisa assim. Enquanto o catálogo, o programa de concerto, era altamente trabalhado, sofisticadíssimo, mas impossível de ser lido pelo próprio Neschling. Era uma peça de altíssima qualidade gráfica, mas totalmente inadequada, porque era um formato pequenininho, difícil de abrir, o papel era amarelado, fazia barulho quando abria. Era cheio de truques gráficos muito bons, mas os velhinhos lá na escuridão da sala não enxergavam nada. Fazer os cartazes era o trabalho que todo mundo queria fazer e fui eu que fiz. Não porque eu sou genial, mas porque surgiu a oportunidade. Depois que eu saí, essa oportunidade desapareceu, porque já dava muito trabalho, achavam que era custoso e precisavam cortar, então resolveram fazer um cartaz só por mês. Do ponto de vista das instituições, tem sempre uma conjunção, e eu acho que, de uma certa maneira, a qualidade das pessoas que estão nas instituições culturais está decaindo um pouco. Elas estão ficando excessivamente burocratizadas. O Neschling, por exemplo, é um louco! Se não fosse por ele, não existiria a Osesp do jeito que ela é hoje; existiria uma outra, talvez. Ele falou para mim: “Quero que você enlouqueça”. E quando eu enlouqueci, ele bancou. Está certo que eu enlouqueci em termos, porque eu também não sou trouxa, entendi o que ele quis dizer e criou-se um clima. Ele tinha autoridade. Se a cada cartaz a gente tivesse que responder a um comitê, jamais teriam existido. Esses centros culturais, essas instituições, estão se tornando cada vez mais comitês. É complicado quando uma pessoa se sobressai, uma pessoa que começa a ganhar notoriedade e a instituição vai ficando meio por baixo; a pessoa vai ficando muito independente. Mas as coisas mais bacanas, em geral, são feitas assim.

### **O espaço de reflexão sobre o design ganhou visibilidade? Você sente necessidade de um diálogo mais aberto, crítico e reflexivo?**

Sinto, porque é muito empobrecedor cada um no seu canto. Existe uma pseudocrítica. O design se tornou a bola da vez, então tudo tem que ter design. Design se tornou uma palavra vazia que todo mundo usa. Tem revistas de design, exposições de design, apartamentos, carros, tudo. É uma panacéia para todos os problemas comerciais, o design. Com essa história da marca da Copa, deu um burburinho no setor, nos blogs, mas ninguém discutiu o projeto em si, se era bom, ruim. Fica sempre uma coisa em torno das condições. A editora Cosac Naify está fazendo coisas bacanas. A possibilidade de fazer meu livro com eles foi muito legal [*Cartazes Musicais, lançado em 2010*], porque foi uma coisa séria. De pessoas que olharam, pensaram, ganharam para escrever e tiveram espaço.

### **É comum falarem do seu design como o design de uma linguagem brasileira. Como se o seu design traduzisse algo de uma brasilidade. Você considera que tem uma linguagem brasileira no design?**

Muitas vezes eu entro em crise por causa disso. Você tem que falar um pouco de Brasil quando você vai para a China, porque as pessoas não sabem onde é. Minha filha caçula tem oito avôs. Os oito avôs são de nacionalidades diferentes. Tem tcheco, húngaro, ucraniano, moldavo, português, espanhol, índio e negro. Mostrei isso na minha palestra. Quando apareceu essa imagem com as nacionalidades, os chineses ficaram assim: “Ohhh”. Eu não sei o que é ser brasileiro. Sei que sou brasileiro, vivo no Brasil e como pimenta, gosto de feijão; mas não sei o que é design brasileiro.

### **Há alguma relação com cores?**

O design escandinavo é hipercolorido. Por quê? Porque lá é tudo branco, tudo frio. O design brasileiro também é colorido. Por quê? Porque aqui é tudo quente. Não tem muita lógica. Eu estou respondendo umas questões para uma revista chinesa agora, e a mulher fala assim: “No seu trabalho, as cores são *wide* [abrangentes] and *wild* [e violentas]”. Eu não sei, para mim cor é igual a cozinhar – eu adoro cozinhar! Vou misturando sem muita lógica, e não estou muito preocupado com isso. Também não estou preocupado se sou artista ou se sou designer, eu vou fazendo. Sei que me sinto muito brasileiro, mas também adoro viajar. E somos muito improvisadores. Essa entrevistadora me perguntou: “O que você acha que é o principal desafio para o design brasileiro hoje? E como é que você se vê como brasileiro?”. Aqui a gente tem que fazer

de tudo. Tem que atender, administrar, criar, pagar imposto, buscar filho na escola. Não que em outros lugares não tenha que fazer isso, mas aqui a gente precisa rebolar o tempo todo. Isso dá um traquejo para a gente que em muitos lugares não existe. Um cara que foi educado no Royal College of Art, em Londres, tem uma necessidade de destruir a tipografia, porque há um tal peso em cima dele, do trabalho tipográfico. Se você vai à cátedra de Berth, na Inglaterra e você tem as gavetinhas na igreja com plaquetas de 1600, 1650, naquela tipografia sensacional, maravilhosa! Mas os caras tem 300, 400 anos de tradição tipográfica nas costas! Um italiano, ou mesmo um alemão, tem o peso da tradição; nós não temos isso. Eu diria que essa característica é importante não só no design brasileiro, mas no design americano também. Fora isso, não acho que exista uma cultura. Porque a cultura do design é muito internacionalizada, está todo mundo ligado em tudo o tempo todo. É difícil você ter uma coisa que seja ligada à expressão popular. No Brasil, o design é uma expressão totalmente elitista, sei que o trabalho que eu faço só pode ser absorvido por uma elite. Se eu quisesse ser um cara mais popular, eu ia fazer música! Porque música é uma coisa popular, então é brasileira. Ela tem uma raiz, é praticada por 80% da população, possui influência externa, mas existe uma raiz brasileira, com muitas tradições e misturas.

### **Essas matrizes brasileiras de motivos gráficos, de artesanato indígena, não criam uma influência, um diálogo?**

Para mim, não. O México e a América Central são muito visuais, têm muita *artesanía*, tecidos maravilhosos, imagens, têm uma identidade visual muito forte, mas a música é ridícula. Por uma época, eu estava muito preocupado com a questão da identidade, com o processo criativo, que é uma coisa que eu curto e sobre a qual penso muito. Eu fui a Curitiba dar uma palestra sobre identidade. É muito importante para o designer conhecer-se, saber o que determina, quais são as matrizes determinantes na sua própria produção, para conseguir saber quais são os seus pontos fortes, como trabalhar, o que é uma coisa importante para você; enfim, para formar uma identidade. O designer que não tem identidade vai ser trocado por uma máquina. E não vai demorar muito. Já existem máquinas de fazer cartão. Em 2004, fui para Recife em uma bienal, fiz a exposição dos cartazes e fui dar uma palestra. Comecei a andar em Recife e não acreditei. Em Recife, no elevador, você escuta Alceu Valença. Não tem música estrangeira em nenhum lugar, é de uma personalidade absurda o Recife. Comecei a falar: “Não tem o menor sentido eu fazer essa palestra aqui, porque eles não precisam. Eles já têm identidade demais”. E aí comecei a sacar que o problema deles

é justamente o contrário. Como não produzir para um gueto? Quer dizer, eles têm uma linguagem tão própria, são tão pernambucanos, que correm o risco de fazer uma cultura muito ensimesmada. Aí fui, falei, mostrei um monte de coisa, mas a tônica era: “Vocês têm que se cuidar para não virarem um gueto”. Os caras ficaram bravos comigo. Engraçado como se fala de Brasil. O que é ser brasileiro? Curitiba é uma coisa, Recife outra.

### **E a questão dos materiais, o advento do digital, que trouxe instrumentos e ferramentas novas?**

O Brasil evoluiu muito. Desde o custo do equipamento, que hoje é mais baixo do que antes, até as possibilidades de tipos de impressão. A gente ainda peca por papel e por acabamento na área de livros, no Brasil. Mas hoje existe um parque industrial incrível, pelo menos em São Paulo, que não fica a dever a nenhum outro lugar. Claro que o grande gargalo é justamente a disposição dos clientes em se propor a fazer algo mais fora do comum. Aqui, as pessoas estão muito preocupadas em não errar. Isso tem a ver com a questão da burocratização das empresas, quer dizer, cada vez mais você vê molecada de pouco mais de 20 anos assumindo posições de gerente de marketing, diretor de marketing. Você fala: “Como o cara consegue decidir? Ele não tem vivência”. Então, as pessoas ficam pegando alguns modelos de fora e tentando aplicar aqui. O grande problema é a falta de cultura, a falta de vontade de fazer alguma coisa realmente que fuja um pouco dos padrões, porque senão o cara vai fazer uma marca, uma elipse assim ou assado; tudo que todo mundo já fez há muito tempo, lá fora. Do ponto de vista do parque industrial, a questão é cultura, educação. Naquela entrevista que comentei antes, eu falei: “Nossa maior dificuldade é educar os clientes para que a gente possa fazer trabalhos mais interessantes, ter maior liberdade, fazer mais experiências”. Talvez a alma do Brasil no momento seja essa coisa meio híbrida. A cultura brasileira é um caleidoscópio, uma sobreposição de culturas que foram se influenciando. Essa possibilidade de mistura, de a gente não ter tradição, por um lado é muito bom, e por outro é muito ruim, porque a gente também não sabe fazer direito. São duas características importantes. No business, existem aquelas empresas que são número um, que vivem de ser as líderes; e existem as empresas que são número dois, de estratégia. O cara não gasta em pesquisa, vai na cola do que deu certo, é segundo lugar, ganha menos, mas é um lugar estratégico. Às vezes aparecem uns lances como das Alpargatas, das Havaianas, que de repente fazem um marketing mais brasileiro dos biquínis, juntando essa coisa meio praieira... O futuro está aí, é saber articular essas qualidades que a gente tem.

### **Você acha que o design é uma parte estratégica da cultura hoje?**

Acho que não. O design é uma parte estratégica do comércio. Na China, houve um congresso gigantesco lá, em Pequim, com ministro, presidente da associação, prefeito, todo mundo, no qual a preocupação era como vender mais com o design. Falaram de uma empresa chinesa que foi vender na Alemanha um aparelho de medicina e ouviu: “Isso é muito antigo, é ruim”. Aí o cara investiu em design, contratou não sei quantos designers, voltou e vendeu 100 mil máquinas.

### **A China colocou a indústria criativa como prioridade. Você acha que, com uma indústria criativa no Brasil, o design ganharia espaço para garantir mercado e constituir público?**

Não sei. O que é indústria criativa? A publicidade é indústria criativa, o design de produto é indústria criativa, editoras talvez sejam também...

### **E criação artística também.**

Tenho lá minhas dúvidas se indústria criativa é criação artística, porque a criação artística não é comercial. A estratégia só que é comercial. Ninguém está querendo transformar o design e dar incentivos para ele ser uma indústria criativa. Que indústria criativa o design tem aqui? Quer dizer, é o design aplicado a vender mais. Por exemplo, se você comparar o livro brasileiro com o de dez anos atrás, o de hoje é top. São bem diagramados, as capas são boas, são bem impressos, o papel é bom. Agora, que estímulo há nisso? Eu não vejo estímulo nenhum. A Apex [*Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimento*] agora financiou a inclusão dos designers no Festival de Cannes, pagou a inscrição. Mas Cannes é um festival basicamente publicitário, é indústria. Pode ser até que isso respingue um pouquinho, mas para as capas pagam mal. A gente tem que trabalhar cada vez mais para ganhar a mesma coisa. Não tenho muito conhecimento de ações que tenham efetivamente modificado o nosso panorama de trabalho; pode ser que eu desconheça. Mas esses programas aí, como o Objeto Brasil, é tudo muito incipiente. Agora estou com uma funcionária, uma estagiária portuguesa no estúdio. Essa mulher já trabalhou em alguns lugares, na Croácia, em Madrid. Ela está dentro de um programa do governo português, que paga o salário dela para um estágio no Brasil por seis meses. Eu não pago nada para ela. O governo brasileiro não faz isso, que eu saiba. Qualificar mão de obra nossa para ir para fora, aprender? Isso para mim é uma política de fortalecimento do design. Agora, financiar inscrição de empre-

sas enormes para ir a Cannes e montar um stand, tudo bem, é uma postura comercial. Não acho que seja uma postura cultural.

### **Design também é arte, certo? O que é necessário para ser um designer?**

O designer é um técnico, a função primordial dele é fazer bem feito aquilo que tem que ser feito. É como um diretor de fotografia, quer dizer, se ele não for tecnicamente eficiente – se ele não souber luz, se ele não souber movimento, se ele não souber enquadramento, uma série de questões técnicas – não vai conseguir ser nada. Agora se ele for um bom profissional, um bom técnico, quem sabe ele pode fazer algo que supere isso.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/kiko-farkas/>

**“A Lei Rouanet acostumou mal as empresas. Já vi muitas delas não investirem em cultura por não ter benefício fiscal. Como se uma coisa fosse sinônimo da outra.”**

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 19 de abril de 2010, em São Paulo.

Formado em administração de empresas e com especialização em marketing, Lárcio Benedetti trabalhou em companhias nas quais não se sentia motivado – “parecia que minha vida se resumia a vender mais e mais produtos” – até que um emprego na agência Articultura, fundada pelo produtor e consultor Yacoff Sarkovas, mostrou-lhe um novo caminho. Benedetti virou especialista em patrocínio cultural, trabalhando para empresas como Natura e Votorantim.

Também docente de marketing no curso de produção cultural da Fundação Armando Álvares Penteado (Faap), Lárcio Benedetti reconhece a importância dos editais, mas considera que o fomento à cultura não pode ficar restrito a essa via. Para ele, consolidou-se no imaginário das empresas a ideia de só apoiar projetos culturais tendo a contrapartida de 100% de benefício fiscal. “O que era para ser um remédio, se transformou em veneno.”

Mudar o estado de coisas na relação da cultura com o universo corporativo passa, para ele, por um *upgrade* na formação. “Precisamos de um profissional que saiba o que é teatro comercial, teatro de grupo, o que é cinema, qual o papel da Lei do Audiovisual.” Há demanda reprimida nesse sentido nas empresas que recorrem aos editais. “A formação de comissões técnicas, com gente especializada para analisar os projetos, seria uma prerrogativa importante.”

### **Você se formou em administração. Qual a sua trajetória até chegar na cultura?**

Sou formado em administração de empresas pela Universidade de São Paulo, com especialização em marketing. Logo no começo da minha carreira – me formei em 1992 – achava que ia trabalhar no marketing de uma grande empresa multinacional. Somos direcionados nesse sentido dentro da universidade. Ao me formar, comecei a trabalhar em uma multinacional americana na área de consultoria, na qual fiquei cinco anos. Mas não era o que queria para a minha vida. Depois trabalhei no marketing da Colgate-Palmolive, outra multinacional americana. Fiquei lá de 1997 a 2000 – foi o lugar onde fiquei menos tempo. Parecia que minha vida se resumia a vender mais e mais produtos. Tinha um vazio e queria algo um pouco maior. Queria continuar trabalhando com empresa, mas não com este viés do consumo desenfreado. Descobri uma agência da área de cultura, que é a Articultura, e me candidatei a uma vaga. Isso foi em 2000.

### **Como foi essa experiência na Articultura?**

Foi maravilhosa. Fiquei seis anos lá, de 2000 a 2006. Pude juntar um pouco a minha experiência do marketing com os temas ligados à cultura. A gente fez al-

guns trabalhos bem relevantes nessa área de políticas de patrocínios culturais. A maior de todas foi para a Petrobras, entre 2000 e 2002, quando foram instaurados os primeiros editais de seleção pública no país. Esse trabalho começou no final de 1999, eu ainda não tinha entrado na Significa e na Articultura. Eu falo o nome das duas, porque era uma empresa só que se desmembrou em duas.

### **Como surgiu a ideia de usar editais para selecionar projetos na Petrobras?**

A Petrobras, por ser de forma disparada a maior patrocinadora do país, e por ser uma empresa de capital misto, mas ainda conhecida como uma empresa brasileira, queria dar um caráter mais democrático aos seus patrocínios. A gente está falando na área de cultura, mas este trabalho também foi feito para as áreas de esporte, meio ambiente e social. Os editais surgiram para atender a esse desejo de haver um caráter mais democrático na distribuição dos recursos. Todo e qualquer produtor ou agente cultural do país teria as mesmas chances de participar.

### **Na Votorantim vocês trabalharam com editais também.**

Exatamente. Falei na Petrobras por ser a primeira. Além disso, foi a partir dessa experiência e do meu trabalho na Significa que a gente começou a atender outras empresas na área de cultura: Philips, Nestlé, entre outras. Em 2004, fizemos um trabalho para a Natura, que desaguou no projeto Natura Musical, um programa de patrocínio focado na música brasileira e também realizado por meio de editais. A Petrobras foi a pioneira e acabou servindo de exemplo para muitas outras empresas. Essa prática traz consigo uma série de vantagens tanto para as empresas como para o próprio meio cultural. Primeiro, por esse caráter mais democrático do edital, já que ele minimiza a política de balcão, na qual só aqueles que têm acesso a contatos conseguem obter recursos. Segundo, porque cria um critério objetivo para a seleção de projetos. Quando uma empresa não tem uma política ou um sistema para selecionar projetos, acaba não tendo muita justificativa para falar “sim” ou “não”. Os editais determinam até o período em que as pessoas podem inscrever os seus projetos, o formato com que a empresa pretende recebê-los. É uma grande vantagem para o próprio meio cultural você saber que está mandando um projeto para uma empresa em um formato específico, pois com o mesmo formato, todos competem de igual para igual. Um edital ajuda a colocar ordem na casa, tanto para a empresa quanto para o próprio meio cultural.

### **Três pontos para você analisar sobre a política de editais. O próprio edital, ao trazer proponentes, é uma forma de marketing, não é? Esse**

### **modelo também obriga a empresa a direcionar seu foco de investimento? E, por último, você acha que as bancas de seleção formam uma espécie de curadoria de arte?**

A primeira ação de uma empresa que queira atuar de forma profissional na área de cultura é definir sua linha de atuação. Se isso vai desaguar em um edital ou não é outra coisa. A empresa precisa olhar para dentro e também conhecer as demandas do meio cultural para definir seu foco. A Natura chegou à música por muitos motivos, fez estudos, pesquisou. Olhou para dentro e para fora, até chegar na música brasileira como foco de atuação. Já na Votorantim, o recorte não foi por área cultural – música, literatura, patrimônio –, mas por aquilo que a gente chama de uma causa na cultura. Quer dizer, a Votorantim investe sempre em projetos que promovam o acesso da população: em vez de patrocinar a produção de um filme, patrocina projetos que façam com que a população brasileira tenha acesso aos filmes produzidos. A definição da linha de atuação da empresa se dá por quatro fatores. O primeiro são os objetivos. O que a empresa espera? Ela vai ter um programa de patrocínio para quê? Para se relacionar com seus públicos, demonstrar participação social, preocupação com a sociedade, com o desenvolvimento do país. Ela pode querer patrocinar por motivações de marketing, mercadológicas, de comunicação. Têm empresas que querem patrocinar simplesmente para aproveitar mecanismos de benefícios fiscais. Seja como for, com motivo mais ou menos nobre, não é algo para começar hoje e parar daqui a alguns meses. É uma decisão estratégica para a empresa. Definidos os objetivos, ela tem que pensar o que quer comunicar pelos patrocínios. A Petrobras, quando pensou sua política de patrocínio há dez anos, queria ser reconhecida como uma empresa brasileira de ponta. Queria ser a imagem de um Brasil que dá certo e que é reconhecido lá fora. Em segundo lugar, é necessário alinhar os patrocínios de cultura, assim como de esporte e na área social, com a preocupação da empresa, sejam eles os de brasilidade, de desenvolvimento, de crescimento. O terceiro é o público-alvo. No caso da Votorantim, quando falo de projetos de acesso à cultura, é acesso para quem? Para a população brasileira como um todo, de mais baixa renda, jovem, criança, adulto? Quem ela quer beneficiar com isso? E o quarto é a própria localização geográfica: vamos apoiar projetos no país inteiro, ou em um estado, em uma região, em uma cidade? A empresa define a atuação a partir desses filtros. Ela pode falar: “Quero apoiar um festival de música eletrônica”. Aliás, isso está muito em voga com marcas de cerveja e de telefonia celular. Isso ela não fará por meio de edital. Pode desenvolver um projeto próprio ou contratar um produtor e pedir para ele formatar um projeto.

### **E sobre bancas de seleção, curadoria e mérito?**

Quando a empresa escolhe o edital como a sua forma de seleção, tem que fazer com que todo esse processo seja o mais legítimo, transparente e responsável possível. Ao divulgar a abertura de um edital, por exemplo, é preciso criar mecanismos para fazer com que o maior número possível de pessoas tome conhecimento dele. Tem que fazer disso uma ação de marketing relevante. Depois que recebe os projetos, eles devem ser analisados por profissionais que conheçam aquela área, o assunto – e não pelos profissionais da empresa. Em vista do volume, da qualidade, das características dos projetos e do próprio funcionamento do edital, nada mais coerente do que formar comissões técnicas, compostas por especialistas, para escolher. Geralmente elas também se renovam ano a ano. É uma forma de dar uma oxigenada e de envolver outras pessoas. E acho que isso gera um aprendizado para os próprios avaliadores. Sempre a gente vê as comissões elogiando: “Puxa, ficamos surpresos de tal estado ter mandado tantos projetos importantes”. Ou às vezes, há críticas também: “Recebemos 20 projetos muito parecidos, ninguém com uma ideia legal para algo diferente”.

### **É possível incentivar proponentes e regiões que não tenham o conhecimento e o saber de trabalhar com editais? Isso não seria um jeito válido de escolher diretamente o projeto, sem passar pelos editais?**

#### **Como fazer isso?**

Hoje achamos que o edital é a única solução, a mais elogiável. E seu oposto, o balcão, é mais passível de crítica. Quando a Votorantim resolveu apoiar projetos que tivessem a ver com a característica da sua marca, de preocupação com o desenvolvimento do país, ela queria ter bons projetos apoiados pelo país inteiro, saindo um pouco do eixo Rio-São Paulo, onde naturalmente nascem os projetos mais bem elaborados. A gente achou que a criação do edital já fosse a solução, mas foi só no terceiro edital da Votorantim que conseguimos receber projetos de todos os estados. O edital foi pensado para ser a única porta de entrada de projetos, mas já no segundo nós mudamos isso. Criamos uma parte de desenvolvimento de projetos locais. A Votorantim, ano a ano, escolhia alguns municípios cuja economia, cultura local, queria desenvolver. Mas não recebia esses projetos nos seus editais. Com isso, convidamos alguns proponentes locais, com consultoria nossa, a tirar a ideia da cabeça e transformá-la em projeto, que passava por alguns critérios de seleção. Eram projetos que ainda não tinham condições de competir de igual para igual em um edital grande. É uma situação em que a empresa tem que ser elogiada. Volto a

dizer: o edital é apenas uma forma de a empresa selecionar projetos. Só que, na área de cultura, temos essa característica no país de que mais de 90% do recurso empresarial é proveniente de Lei de Incentivo. Ninguém pode esquecer que isso é recurso público. O edital acaba sendo muito elogiado porque é uma forma mais democrática de investir. Mas se a empresa entender que há outra forma e, principalmente, se ela colocar recursos próprios, é algo elogiável.

### **Por que temos tão pouco investimento direto?**

Isso é uma crítica que faço. A gente viveu um momento no país, no começo da década de 90, na Era Collor, que foi um apagão cultural. A Lei Rouanet entrou como se fosse o remédio para fomentar a produção no país. Saímos do investimento zero para a situação de 100% de dedução fiscal, sem contrapartida privada. A gente acabou “acostumando mal” as empresas. Algumas leis municipais ou estaduais preveem a contrapartida, mas isso é exceção. A lei surgiu para incentivar as empresas a investir em cultura. Mas o que era para ser um remédio acabou se transformando em veneno. Já vi muitos gestores de cultura de outras empresas dizendo não investir em cultura por não ter Lei Rouanet – como se uma coisa fosse sinônimo da outra. A empresa só pode investir em cultura se ela tiver o benefício fiscal? Não deveria ser assim. Nas áreas social e ambiental, as empresas investem em projetos com recursos próprios. A área esportiva sempre foi assim também, até ser promulgada a Lei do Esporte. Até existe o receio de acontecer com o esporte, daqui a 10 ou 15 anos, o que acontece hoje com a cultura: as empresas só investem com 100% de isenção. Vejo alguns desafios ainda a serem vencidos no setor privado. É como se a gente vivesse como um iceberg. A ponta dele é o que a gente vê hoje com as grandes empresas – Votorantim, Petrobras, Natura, as estatais. Mas existe um grupo de empresas de base, no fundo do iceberg, que a gente não vê. Um desafio grande é tirar dessa situação de desconhecimento esse bolo de empresas que às vezes acham que investir em cultura é sinônimo de dor de cabeça.

### **Como formar gestores culturais dentro das empresas?**

Faço parte de grupos de discussão sobre gestão de política cultural do ponto de vista dos investidores privados. Até existem cursos de formação para pessoas que querem trabalhar na cultura como agentes e produtores culturais. Mas e a formação dos profissionais das empresas que já mexem com patrocínio cultural? Essa formação não existe no país. Sei que na década passada teve um ou outro curso ligado a marketing cultural, mas o que existe hoje são cursos de curtíssima duração, sempre focados em leis de

incentivo. A formação desse profissional, do ponto de vista estratégico, seria para ter um mínimo de conhecimento do que é o teatro brasileiro hoje, do que é teatro comercial, do que é teatro de grupo, do que é o cinema atual na comparação com o cinema novo, qual é o papel da Lei do Audiovisual. Partir de conceitos básicos para o gestor empresarial ter a noção do que é o meio cultural hoje no país. Indo até um patamar mais complexo, ensinar como ligar cultura com educação, com políticas culturais, com desenvolvimento, com jornalismo cultural. Como planejar e como gerir projetos, patrocínio cultural. Como pensar a comunicação e o relacionamento. Porque depois que você seleciona um projeto, começa toda uma relação diária de relacionamento, de um projeto ter que prestar contas para o patrocinador.

**Muitas vezes, os proponentes criticam o engessamento dos projetos frente a um orçamento e às etapas. Você acha que prestar contas está em “como gastei” ou “quais são os resultados gerados”? O que é importante nesta etapa?**

É uma coisa de fato desafiadora, porque o mundo empresarial e o mundo cultural têm alguns mecanismos próprios, algumas formas de operar o dia a dia. Quando falo prestar contas, me refiro ao resultado mesmo. A partir do momento em que o patrocínio cultural ganha um caráter mais estratégico para as empresas, aquilo acaba fazendo com que, de tempos em tempos, as pessoas tenham que prestar contas a seus conselhos, a suas diretorias. É natural que elas queiram saber como andam os projetos. Quando você cria uma situação de parceria, em que você trata o proponente como um parceiro de fato, a relação é totalmente harmônica e os dois lados entendem que prestar contas, mostrar resultado – ou como os recursos foram gastos – é uma relação muito boa para os dois lados. Porque aquilo tem uma importância estratégica para a empresa. Agora, quando se reduz a um sinônimo de cobrança – como já ouvi críticas de pessoas do meio cultural falando: “A empresa só nos procura para saber se a logomarca dela está lá” –, aí o relacionamento de fato fica desgastado.

**O que pensa o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife)?**

O Gife é uma rede com mais de 120 associados com uma atuação social relevante. Quando eu digo social, é no sentido mais amplo da palavra, de a empresa utilizar recurso para o bem social. São empresas que atuam na área de educação, esporte, ambiental e também na área de cultura. Sou fã do propósito de se criar um grupo desses. Do ponto de vista de cultura, conseguir amarrar experiências, sistematizar o que já é feito, juntar profissionais e pes-

soas que queiram trabalhar com isso, por si só, já é uma ideia muito meritória. O Gife promove esse trabalho de pensar o investimento social privado no país, pensar no desenvolvimento disso que está sendo feito hoje, o que pode ser melhorado. Dentro da área de gestão, de patrocínio cultural, existe um comitê formado por 10 ou 20 empresas, em que discutimos essa troca de experiências dos patrocinadores. É uma experiência muito bacana de troca.

**Há os projetos culturais de pequeno valor, que muitas vezes nem valem o esforço de se aprovar na Lei Rouanet. Como fazer para estes projetos existir?**

Há alguns anos, participei de um seminário em Brasília promovido pela Secretaria de Comunicação (Secom), junto com o Ministério da Cultura. A ideia era que cada vez mais as estatais adotassem os editais como sua forma de seleção de projetos. Petrobras, Votorantim e Banco do Nordeste foram convidados a expor suas experiências. Fiquei muito impressionado com o *case* do Banco do Nordeste. Como eles têm uma atuação geográfica definida – o Nordeste do país –, como eles fazem editais e selecionam projetos de pequeno e médio porte. Não lembro dos valores, mas em cada edital eles selecionam centenas de projetos, porque são projetos de valor reduzido. Uma das inúmeras críticas que faço às leis de incentivo é o fato de ter inflacionado o mercado. Como é um recurso público a fundo perdido, que não pertence ao produtor, ao gestor cultural, e também não pertence à empresa, se você apresenta um projeto que eu vou patrocinar, tanto faz se ele custa R\$ 100 mil ou R\$ 1 milhão – porque o dinheiro não é meu, nem seu. É óbvio que estou exagerando um pouco. Mas uma coisa é você escolher um restaurante sabendo que é você quem vai pagar, mas se é alguém que está oferecendo o jantar, você pode pensar em um dez vezes mais caro.

**A Votorantim investiu R\$ 54 milhões em 12 anos, o que dá uma média de R\$ 4,5 milhões por ano. Tirando o período de crise econômica, uma política cultural dentro da empresa faz com que os valores aumentem?**

Acho que sim. Não digo com toda certeza, porque podem ter dois cenários. Desde uma ação de crescimento mesmo, em que a empresa começa a atuar de uma forma mais restrita e fala: “Isso de fato é algo relevante, que está atendendo àqueles objetivos que pensei lá atrás. Estou vendo resultado, repercussão”. Quando a empresa pensa na sua atuação e define um programa, a partir daí ela tem que pensar em muitas outras coisas, inclusive na estrutura e em quem vai gerir. É preciso ter pessoas qualificadas, às vezes até uma consultoria, se vai fazer um edital. A partir do momento em que a empresa começa a investir e a

ver resultado – não resultado financeiro, comercial, mas como resposta àqueles objetivos que ela desenhava lá atrás – pode passar por uma coisa mais mercadológica, de marketing, ou de responsabilidade social. Obviamente que ela pode aumentar o recurso investido, mas, se não aumentar, pelo menos pode qualificar mais o investimento. Vou voltar ao exemplo da Petrobras. Ao definir sua política cultural, implementada por meio dos editais, a Petrobras conseguiu uma visibilidade enorme. Porém, há 20 anos ela já era a principal patrocinadora do país. Então, ano a ano ela foi conseguindo mais visibilidade e reconhecimento. É um crescimento quantitativo em termos de recurso, mas qualitativo também. Ela poderia continuar na política de balcão sem fazer edital, colocando mais e mais recursos, mas ela continuaria sem esse reconhecimento.

### **Nesse sentido, você acha que a cultura é uma boa arma de marketing?**

Sem dúvida. Não gosto de usar o termo “arma” em marketing, porque carrega um sentido um pouco pejorativo, mas vejo a cultura pensada e trabalhada de uma forma mais estratégica pelas empresas. A empresa só tem a ganhar. Ela está contribuindo para o desenvolvimento do país. O meio cultural se desenvolve, a sociedade ganha com isso, porque a população passa a ter acesso a filmes que são produzidos, à literatura, ao patrimônio – não importa a área. A Votorantim sempre investiu de uma forma significativa na área de cultura. Alguns projetos da empresa, inclusive, são anteriores às próprias leis de incentivo. Quando entrei na Votorantim, uma das primeiras coisas que fiz foi uma pesquisa para saber desde quando a empresa investia na área de cultura. Peguei documentos que remetiam aos anos 20 e 30. Pela característica do negócio dela, ou seja, cimento, alumínio, metais, as fábricas tinham que ser montadas onde estava a matéria-prima, e não onde estava o mercado consumidor. Ela começou a montar fábricas nas regiões mais remotas do país e acabou criando cidades também em alguns municípios. Estruturou outras, com açougues, igreja, escola, mas sempre tinham cinema, teatro, banda de música.

### **Você acha que seria um caminho interessante as empresas fazerem escolas de teatro, de música para seus funcionários? É um caminho para a cultura também?**

Acho que sim. Do ponto de vista da empresa, o mais importante é ela atuar em algo que vá desenvolver a cultura, a sociedade, o público, a comunidade, mas também que tenha a ver com seus valores e crenças. Se uma empresa está apoiando uma banda local, ela está fazendo isso por mero assistencialismo. É uma ação pontual, não vai ver resultado. Agora, se é uma empresa que está em um município muito pequeno, ela tem que se relacionar com esse município, conversar com

a prefeitura local, com a Secretaria de Cultura e ver em que pode ajudar. Ela sabe que tem que fazer algo por aquela sociedade, porque é um investimento até estratégico. Para uma empresa, pode ser uma banda de música, para outra, um festival de rock, para outra, restaurar um patrimônio da cidade. O ponto de partida sempre é esse trabalho preliminar, de planejamento, de olhar a atuação da cultura como uma atuação estratégica, e não como uma ação filantrópica.

### **Você é professor do curso de produção cultural da Faap. Que produtor vocês querem formar?**

Ainda estou no começo, descobrindo isso. Mas, pensando no século 21, o que o país precisa é de um produtor que entenda tecnicamente a produção cultural no sentido de como colocar um espetáculo de teatro ou de música em pé. Precisa entender como aquilo de fato opera. O meio cultural no país é muito complexo, com muitos atores envolvidos: há pessoas da área da cultura mesmo, das empresas, do governo, da imprensa. Precisa ser alguém que entenda toda a rede, que consiga se relacionar e entender essa complexidade.

### **Para encerrar, fale de alguma manifestação cultural – um show, uma peça, um filme – que marcou sua vida.**

O que me vem à cabeça, misturando um pouco do que falamos, foi o filme *Saneamento Básico* [2007], do Jorge Furtado, da Casa de Cinema de Porto Alegre. É um produto cultural muito interessante. No Brasil, há um cinema mais autoral, tachado como alternativo, de público restrito. Por outro lado, há o filme meramente comercial, para atrair público e fazer grande bilheteria, mas que não tem profundidade e que não deve, às vezes, ser chamado de produto artístico. *Saneamento Básico* consegue trafegar nos dois mundos. É um filme com atores renomados, reconhecidos, mas que traz particularidades, possui vários níveis de leitura – inclusive sobre financiamento à cultura, que é aquela história de moradores de uma pequena cidade gaúcha que querem recursos para fazer saneamento básico na comunidade e vão procurar a prefeitura. Mas a prefeitura diz: “Para saneamento básico não temos, mas temos recursos para produzir um filme”. É uma diversão mais aprofundada, que me marcou bastante.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/larcio-benedetti/>

# Maria Arlete Gonçalves

Diretora de Cultura da Oi Futuro

**“No mundo em que vivemos, é preciso pensar fora da caixa, pensar em novas formas. A arte é isso: o olhar enviesado que você lança sobre as coisas.”**

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 28 de maio de 2010, em São Paulo.

Maria Arlete Gonçalves

Baiana, Maria Arlete Gonçalves é jornalista e publicitária formada pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). É diretora de cultura do Oi Futuro, instituto carioca responsável pelas ações de responsabilidade social da Oi e gestora do Programa Oi de Patrocínios Culturais Incentivados. A política cultural da empresa nasceu na antiga Telemar, que criou a estrutura do instituto “para pensar a questão da responsabilidade social por meio da educação e de cultura”, diz Maria Arlete.

A Oi hoje financia projetos culturais inscritos nas leis de incentivo à cultura em todas as regiões brasileiras. “Em 2009, foram investidos R\$ 46 milhões na cultura. São 260 projetos do Brasil inteiro a partir de um total de 5.355 inscrições.” Uma das maiores patrocinadoras privadas do país, a Oi lança os projetos em seu site na internet e seleciona os escolhidos por meio de editais públicos. Depois de inscritos, os projetos selecionados ainda passam pela análise de três comissões.

Para Maria Arlete, os projetos financiados direta ou indiretamente formatam o discurso da empresa sobre a cultura. “Eles representam o que a gente quer falar para a sociedade.” A diretora do Oi Futuro também coordena os espaços no Rio de Janeiro (Flamengo e Ipanema) e em Belo Horizonte, além do Museu das Telecomunicações. “Nosso conceito é de hipermuseu, como se fosse um hipertexto. Posso ver o museu em cinco minutos ou em cinco horas. As pessoas customizam a visita. Se elas interagem, vão abrindo camadas de informação.”

## **Como surgiu o Oi Futuro?**

O Oi Futuro nasceu no final de 2001, de uma necessidade da antiga empresa Telemar, hoje Oi. Quando houve a privatização do setor de telecomunicações, a Telemar adquiriu a maior área geográfica das empresas de telecom – nas regiões Nordeste, Sudeste e Norte, exatamente onde fica a mancha vermelha da exclusão social do Brasil, o “Brasil profundo”. A empresa entendeu que de alguma maneira teria que promover desenvolvimento nessas regiões do Brasil profundo. Entendeu também, até por uma questão de mercado de longo prazo, que teria que devolver recursos à sociedade. Embora o negócio dela não fosse esse, e, sim, telecomunicação, tráfego telefônico e outros mercados que já evoluíram hoje. A companhia resolveu criar uma estrutura e um instituto para pensar a questão da responsabilidade social por meio da educação e da cultura, como forma de incluir esses brasileiros que estavam fora do mapa da cidadania. Na época, foi criado o Instituto Telemar, hoje, Oi Futuro, para fazer esse trabalho. Elegemos a educação e a cultura como os focos de atuação e sempre a tecnologia como forma de aceleração de desenvolvimento.

### **O que é e como funciona o Oi Futuro?**

O Oi Futuro é uma Oscip – organização social de interesse público – que atua com projetos próprios, sempre com esse DNA da tecnologia nos campos da cultura e educação. E também apoia projetos de outras organizações no campo social, além de fazer a gestão dos patrocínios culturais incentivados pela Oi. Houve um entendimento da empresa de que os patrocínios culturais, que utilizam as leis de incentivo, são recursos públicos de renúncia fiscal, isto é, dinheiro dos cidadãos que pagam impostos. A empresa entendeu que deveria ter um olhar responsável sobre a administração desses recursos e a produção que surge a partir deles. Além dos patrocínios culturais e dos projetos próprios, temos hoje três centros culturais: dois no Rio de Janeiro, voltados para arte e tecnologia [*Oi Futuro Flamengo e Ipanema*], e um em Belo Horizonte [*Oi Futuro BH*]. E ainda projetos sociais que tenham esse viés, como a Oi Kabum!, uma escola de arte e de tecnologia para jovens de comunidades [*que oferece cursos audiovisuais e digitais para jovens de Recife, Rio, Salvador e Belo Horizonte*]. Isso no campo da cultura. Em educação existem outros projetos, como o Nave, que é uma escola de games [*Núcleo Avançado em Educação, que formam jovens em cursos de programação multimídia, jogos e conteúdos para web, TV digital e IPTV*]. Quer dizer, é uma série de coisas sempre com cultura digital presente.

### **Vocês sempre trabalharam com edital?**

Sempre, desde o início. Na verdade, os patrocínios eram feitos pelo marketing da própria Oi. Quando o Oi Futuro surgiu, a tarefa de escolher os projetos foi passada para nós, e a primeira providência tomada foi a de criar um edital público para democratizar o acesso também aos produtores do Brasil.

### **Como começou seu envolvimento com a cultura?**

O meu processo pessoal vem desde criança, frequentando bibliotecas públicas. Foram elas que fizeram a minha cabeça no campo da cultura. Acho que muito da ação que desenvolvo hoje tem origem na infância, então trabalho bastante com formação de plateias. Um dia desses eu estava conversando com um diretor de cinema e contei que o primeiro filme que vi na minha vida foi em Salvador – eu sou baiana –, quando eu tinha cinco anos. Foi um filme sobre os pigmeus, exibido em praça pública. Nunca esqueci a sensação de olhar a população no meio da rua vendo um filme preto e branco, praticamente mudo. Isso voltou para mim muito tempo depois e apliquei no Oi Futuro, no acesso à cultura. Mais tarde, nos anos 70, eu frequentei a

cinemateca do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro. Sou uma pessoa da área de comunicação, sou jornalista e publicitária, formada na Escola de Comunicação (ECO), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Nos anos 70, havia uma efervescência cultural muito grande. A minha geração ia para universidade e depois para o MAM, como se fosse a uma missa diária. Tomávamos pílulas de conhecimento, víamos Norman McLaren, tudo de Charles Chaplin. Em seguida, íamos para um bar para discutir aquilo, ou para o teatro, e à meia-noite havia os shows piratas. Também sempre fui interessada no jornalismo de cultura. Mais tarde dirigi o Museu do Telephone, que foi anterior ao Oi Futuro.

### **A Oi possui uma perspectiva nacional de negócio. O que esse ângulo mudou para vocês na área de cultura e educação?**

A Oi é a única empresa de telecomunicações totalmente brasileira, com capital nacional. Por isso, há um comprometimento e um compromisso muito forte com a arte e com a cultura brasileiras. Mesmo antes, quando nós atuávamos em 16 estados, esse comprometimento era muito grande. Agora, a questão da territorialidade se ampliou. Abrimos em 2010 o primeiro edital para projetos do Brasil inteiro. Como lidamos com leis de incentivo à cultura, a gente só atuava nos estados em que a empresa estava presente. Agora, isso mudou para o país todo. Já no campo social, sempre atuamos no Brasil inteiro.

### **Vocês fazem uma fusão entre cultura e tecnologia. No último edital, cresceu a presença das novas mídias. Dá para fazer inclusão social com games, por exemplo?**

Acreditamos que sim. Temos que entender que a cultura digital hoje é a própria cultura. O game é um instrumento muito poderoso. Primeiro porque é a linguagem do século em que vivemos, principalmente a linguagem da juventude, faixa etária com a qual trabalhamos fortemente. É preciso produzir profissionais brasileiros que possam criar games no Brasil. Nossa diretoria de educação está a cargo da Samara Werner. Temos uma escola no Rio de Janeiro e outra em Recife, que é o Nave. Na carga horária da manhã, os alunos estudam as disciplinas normais do ensino médio e, à tarde, têm aulas de desenvolvimento de games – roteiro, criação de softwares. São três anos de formação. Na verdade, queremos contribuir para que haja uma nova geração de profissionais, porque sabemos que é um mercado promissor e o Brasil ainda está engatinhando na formação. Essa é nossa contribuição para o que hoje se chama economia da cultura e economia criativa, que é você gerar novos profissionais para novos campos, na área da criação.

**O antropólogo Hermano Vianna descreve o game como uma nova forma de narrativa, que é interativa e construída junto com o interlocutor da história.**

Talvez seja um exagero da minha parte, mas podemos dizer que para a juventude o game é uma extensão do corpo. É aquilo que Marshall McLuhan dizia dos equipamentos, sobre o telefone ser uma extensão da orelha, do ouvido. O game hoje é quase uma extensão do corpo da juventude. É uma maneira de pensar também. Como um instrumento de educação, o game é poderosíssimo. Além desse trabalho de formação, no ano passado fizemos um festival de games, como se fosse um festival de cinema, premiando o desenho, a história, a criação, o roteiro. A indústria ainda engatinha no Brasil, é preciso dar passos adiante. No Oi Futuro, a gente tem essa premissa, por isso botamos “futuro” no nome.

**A China tem investido muito em desenho animado e em games, exportando profissionais para o mundo inteiro e valorizando a própria da cultura deles. Seria importante o Brasil ter uma preocupação nesse sentido também?**

Sim. A China colocou a economia criativa como sua prioridade número um. Quando um país poderoso faz isso, o mundo precisa olhar e pensar, porque a economia criativa trabalha com uma matéria-prima altamente renovável. Estamos na época em que se discute a questão das energias não-renováveis e a criatividade é uma coisa altamente renovável. Não é à toa que a China mandou buscar do Brasil e em outros países designers, criadores, vários profissionais. É preciso pensar nas novas formas de produzir cultura, mas sem desprezar ou reduzir a cultura tradicional. Nos patrocínios culturais da Oi, existe a categoria de novas tecnologias, que vem crescendo, e também de apoio à cultura de raiz, ao patrimônio cultural e tudo mais, porque temos o compromisso com a diversidade cultural brasileira.

**Hoje qualquer garoto que tenha um conjunto de músicas pode estar ilegal pela lei do direito autoral do Brasil. Como vocês pensam esse problema?**

A gente não entra na questão política. A indústria e a sociedade como um todo precisam pensar nas novas formas de direito autoral. Somos totalmente contra a pirataria. O que estamos fazendo é a formação de profissionais cidadãos, dentro das leis que regulam o país. O Oi Futuro é um instituto de

responsabilidade social.

**O Rio de Janeiro é uma cidade muito marcada por espaços onde se encontrava cultura: MAM, Parque Lage, Circo Voador. Eram lugares de acesso, de compartilhamento e de debates. O digital substitui isso ou você acha que é necessária a criação de outros espaços de encontros?**

Procuramos fazer isso no Oi Futuro. Nossa gênese é criar espaços de discussão e de reflexão sobre a arte que se produz hoje e o que se pode produzir para frente. Alguns de nossos projetos são exemplos disso, como o Oi Cabeça, em Belo Horizonte, Oi Futuro Ipanema (a fachada é toda branca e fazemos projeções ali), o festival de teatro do Oi Tempo, no Rio de Janeiro, e a ocupação da Praça General Osório, também em Ipanema, um lugar de muita efervescência. O Rio de Janeiro tem essa característica, é uma cidade que se exhibe. Pela geografia da cidade e pelo temperamento dos cariocas – de se encontrar mais no bar do que nas casas –, todo mundo vai para rua, para praia. Não só o Oi Futuro, mas outras instituições também estão fazendo muitas iniciativas. Além disso, você tem as redes sociais, que são espaços sem território, mas que servem para levar esses grupos de afinidade para os encontros nos locais públicos. Hoje, a mídia convencional já não espelha a efervescência cultural de uma cidade. As redes sociais entram exatamente aí, as pessoas se organizam e divulgam suas coisas.

**Quando os editais da Oi Futuro são lançados? E qual é o valor investido atualmente?**

Os editais são lançados sempre em outubro. Lançamos pela internet e os produtores se inscrevem por cerca de dois meses. A gente desenvolveu um formulário de preenchimento com um sistema que tem sido referência até para secretarias de cultura. Depois de inscritos, os projetos vão para a análise de três comissões. A comissão de especialistas é composta por dois representantes convidados de cada setor, como cinema e teatro. Em seguida, vêm a comissão do Oi Futuro e a do conselho. Em 2009, foram investidos R\$ 46 milhões na cultura. São 260 projetos do Brasil inteiro a partir de um total de 5.355 inscrições. A Oi é uma das maiores patrocinadoras privadas do país.

**Qual é a relação do Oi Futuro com os contemplados? Como é a gestão dos projetos?**

Temos uma relação estreita com os projetos. Quando escolhemos 260 projetos, eles representam o que a gente quer falar para a sociedade em matéria de cultura. Isso cria uma proximidade e um comprometimento. Ao anunciar o resultado, reunimos e conversamos com todos os produtores, inclusive para

entender os detalhes do projeto, o que muitas vezes o edital não dá conta. Procuramos identificar onde a gente pode entrar como parceiro, além do patrocínio. Por exemplo, os projetos que possuem desdobramentos sociais são trabalhados em conjunto. Na verdade, o desdobramento social nunca deve ser uma coisa que aprisione o produto cultural, ou que o restrinja, mas que o potencialize. É possível ter desdobramento social em todo tipo de projeto. Eu dizia há algum tempo que o cinema tinha muita dificuldade em gerar desdobramento social, mas, agora, a gente senta com os produtores e consegue levar jovens para assistir às filmagens. Sempre há alguma coisa a fazer sem atrapalhar o produto cultural. Hoje, a Oi não é empresa só de telefone. É produtora de mídia, possui televisão, rádio FM, portais como o IG e o Mundo Oi. Tentamos fazer a divulgação conjunta dos projetos nas mídias. Fazemos a ligação entre os assessores de imprensa dos projetos e assessores do Oi Futuro. Nosso objetivo é que as pessoas tenham acesso e que seja um sucesso para todos. A mesa é redonda, não tem cabeceira. Há de ser bom para todo mundo.

#### **Está crescendo a reflexão política e estética da cultura nas novas mídias?**

Vivemos um estágio de amadurecimento. Dentro do Oi Futuro, temos o Museu das Telecomunicações que tem o compromisso de ser um museu de século 21, afinal o objeto é a tecnologia. Nosso conceito é de “hipermuseu”, como se fosse um hipertexto. Hoje em dia, você não precisa ter um espaço grande. Tenho um museu que posso ver em cinco minutos ou em cinco horas e meia. As pessoas customizam a visita. Se elas interagem, vão abrindo camadas de informação superposta. Mesmo assim, sempre estaremos atrasados, porque o avanço tecnológico é muito veloz. Há um *lettering* na saída do museu mostrando sempre a última notícia que saiu no jornal sobre as tecnologias de comunicação e informação. Tem que ser assim, a gente fica correndo atrás.

#### **O termo “cultura digital” dará lugar à palavra “cultura” simplesmente?**

Acho que não, porque vai virar uma categoria. Assim como existe patrimônio e teatro, haverá o digital. Talvez o termo “cultura” da expressão é que não seja mais necessário. Cultura digital é um reforço.

#### **Além do museu, como o Oi Futuro lida com a memória da produção digital?**

Temos que correr atrás o tempo inteiro e estarmos registrando. Claro que muita coisa se perde. Dentro disso que chamamos de cultura digital, lidamos com a perda, porque é impossível dar conta de tudo. A questão aí é qualificar sempre. Qualificar o que vai guardar como memória. É impossível guardar tudo. Inclusive, acho que nem se deve. Existe muita coisa nesse caldeirão e

nem tudo traz alguma contribuição.

#### **O negócio da Oi é tecnologia – tubos, conexões, banda larga, telefonia – e o investimento em cultura de vocês reflete isso. É um posicionamento de marketing?**

Na origem do Oi Futuro, quando criamos esses focos de educação e de cultura, resolvemos usar a tecnologia porque é uma coisa que a Oi entende. A gente utilizou todo esse conhecimento, essa *expertise* da Oi para promover desenvolvimento social. Existe sinergia com o negócio da empresa. E é bom para o pessoal de cinema, de teatro, porque eu ponho os portais e a tecnologia nessa parceria com os produtores. Eu tenho toda uma base tecnológica que é da empresa. E sobre a banda larga, que você citou, tenho um projeto de música no Oi Futuro de Ipanema. Batizei com o nome de Banda Larga, porque é o conceito elástico de uma banda moderna de música. É a banda larga da música.

#### **Como incentivar eventos e festivais de grande porte? Ou vocês acham melhor ter ações mais descentralizadas a ter um foco, como um festival grande?**

Não. Temos alguns festivais, conforme falei, incluindo um de games, mas patrocinamos quase todos os de cinema – Mostra Internacional de Cinema de São Paulo, festivais importantes no Rio e em Pernambuco. Criamos ainda o Celucine, um festival de filmes para celulares. A premiação normalmente acontece no Festival de Cinema do Rio. Fazemos workshops em todos os estados para que as pessoas entendam o novo formato. Quer dizer, está sempre ligado a uma ação nossa de fomento e de desenvolvimento. No caso do game, temos um núcleo avançado, o Nave, que faz a formação. E temos ainda os patrocínios dos festivais, como o Festival de Música Digital, do produtor Marco Mazzola. É o primeiro do tipo no Brasil, talvez na América Latina.

#### **Qual a diferença desse festival digital para os outros?**

Você pode baixar as músicas, votar pelo celular, uma série de coisas. É totalmente interativo, porque são músicas criadas para as novas plataformas.

#### **A mudança tecnológica também leva a uma mudança no olhar?**

Não só no olhar. No Celucine aconteceu uma coisa interessantíssima no ano passado. Num dos workshops, vimos uma grua para celulares (*risos*). O diretor colocou o celular numa vareta, tipo bambu. Na produção, vimos que o celular permite ângulos incríveis. Como a tela é pequena, o

enquadramento tem que ter menos elementos. O tempo também é importante, porque não dá para fazer coisa longa. Se fizer, terá que separar em episódios, porque as pessoas verão em telas pequenas. O olhar de quem vê também é diferente, isso deve ser levado em consideração. Não será em uma sala escura, na tela grande.

### **Exige outro tipo de concentração.**

Alguém já disse que, na tela do cinema, todos os artistas viram deuses. Eles ficam enormes e a platéia, pequena, naquela sala escura. Isso acabou. Agora, eles são menores que a gente. São mudanças que estão ocorrendo e que levam um tempo para serem absorvidas.

### **A diversidade de possibilidades de linguagens aumentou e, com isso, surge a questão da qualidade das produções. Como lidar com isso?**

A gente está aprendendo. É diferente. Ao mesmo tempo em que todo mundo tem acesso aos meios de captação, nem tudo que se produz é arte. O que é arte, então? O que distingue uma coisa que é documental de uma obra de arte, ou de um simples registro? Há que se pensar sobre isso, pois vivemos o tempo dos multimeios. Há que ter um pensamento crítico. Infelizmente, pensamento e velocidade são coisas que não combinam muito. A preocupação é que na velocidade você deixa de exercer o pensamento crítico.

### **Como se dá a formação do pessoal que trabalha no Oi Futuro?**

É uma loucura, porque, além desses projetos que citei, a gente virou uma espécie de referência nesse campo. Quando o centro cultural do Flamengo foi criado, não havia um lugar assim no Rio de Janeiro. A primeira coisa que fizemos foi chamar uma curadora e dizer mais ou menos o que queríamos. Em 2005, fizemos a primeira exposição, chamava-se *Corpos Virtuais*, com curadoria da Ivana Bentes. Convidamos os artistas e abrimos o teatro para o pessoal do Chelipa Ferro [*coletivo carioca criado pelos artistas Luiz Zerbini, Sergio Mekler e Barrão*]. Queríamos mostrar a que viemos. Nas galerias, no teatro ou no bistrô, já estava ali o wireless. Montamos a Biblio\_Tec – uma biblioteca só com arte e tecnologia, com catálogos do mundo inteiro para que as pessoas tenham acesso. Aconteceu uma coisa maravilhosa e, para mim, surpreendente, pela rapidez como se deu: os artistas começaram a pensar sites específicos para o espaço. No Oi Futuro, eu nunca recebi uma proposta de pintura em tela, por exemplo, porque viemos para trabalhar em um viés no qual não havia espaço. De uma certa maneira, contribuimos para inspirar os

artistas nesse campo. Ao mesmo tempo, na Escola de Artes Visuais do Parque Lage, que sempre foi um celeiro do pensamento e da discussão, houve uma proposta para criação de um núcleo de arte e de tecnologia promovida por nós. Então, essa inquietação esteve o tempo inteiro presente. Na segunda exposição, fizemos um teatro dentro da galeria do centro cultural. O Oi Futuro é um lugar onde discutimos tudo, onde quase tudo é possível. Todos os nossos espaços são passíveis de intervenção. Sempre recebemos propostas novas, refletimos sobre elas e tentamos realizar. Sempre tem um novo diálogo, não há uma fórmula. Eu não tenho processo para o novo, apenas para aquilo que realizei, mas sou aberta ao novo. Trabalho com dois curadores no espaço: um de artes cênicas, que é o Roberto Guimarães, e o de artes visuais, o Alberto Saraiva. Nós três sentamos juntos e é sempre surpreendente. No mundo em que vivemos, é preciso pensar fora da caixa, pensar em novas formas. A arte é isso: o olhar enviesado que você lança sobre as coisas.

### **Como você consegue fazer essa encenação toda parecer uma delícia?**

É maravilhoso e desafiante o tempo inteiro. As propostas são incríveis. Por exemplo, temos uma peça no Oi Futuro que se chama *Hotel Medea: an Overnight Experience* [*espetáculo de criação coletiva dirigido por Jorge Lopes Ramos*], com duração de seis horas – o público vai, dorme no espaço, que tem camas, e a encenação termina às seis da manhã com café. São propostas assim que chegam, o que é muito bom.

### **Você acompanha uma série de iniciativas fora do Brasil. Cite algumas iniciativas interessantes.**

Tenho viajado para o circuito tradicional e para fora dele. Luanda, Varsóvia e outros, mas acho Berlim a capital contemporânea do mundo. Lá, o Instituto Goethe me convidou para fazer um programa muito interessante de conhecer os espaços de arte contemporânea da Alemanha. Participei do festival de artes visuais e de artes interativas, e depois percorri a Alemanha. Isso nasceu pela identificação do Alfons Hug, do Instituto Goethe, com o ZKM – Centre for Art and Media, um espaço maravilhoso na Alemanha. Gostei muito do que vi, troquei experiências com curadores do mundo inteiro e vi que estávamos no caminho certo. Por exemplo, nós temos um festival permanente chamado Multiplicidade, que acontece muito nas redes sociais também. A curadoria é do Batman Zavarage. Esse foi o primeiro projeto de música do Oi Futuro e está fazendo cinco anos, junto com o centro cultural. Quando eu cheguei em Berlim, nesse festival de arte contemporânea, havia à noite umas audições de

música eletrônica nas quais as pessoas se sentavam para ouvir. Não era uma festa para dançar. E nós já havíamos feito algo semelhante aqui e eu fiquei muito contente. E vi uma coisa maravilhosa que, se eu puder, trarei artista para fazer aqui. Era uma audição de música eletrônica totalmente no escuro, na qual as pessoas entravam, recebiam um banquinho e o aviso: “Será uma hora de música eletrônica. Vocês ficarão totalmente no escuro, não podem sair, a não ser em caso de muita urgência”. É uma maravilha porque, no início, causa um estranhamento, medo, mas a música vai acontecendo e o desenho sonoro, se fazendo. O Multiplicidade junta um artista visual com um artista de música em encontros que nunca se repetem. Por exemplo, o encontro do Tom Zé e do Multi Lab foi maravilhoso. Juntamos Walter Alfaiate com o pessoal da SuperUber. São encontros totalmente inusitados.

### **E em Luanda?**

O vice-presidente da Fundação Sindika Dokolo e curador da Trienal de Arte de Luanda, Fernando Alvim, foi no Oi Futuro, viu umas exposições e nos convidou para que levássemos algumas obras para Luanda. Foi muito interessante, porque a juventude de Angola é defasada em termos de tecnologia. Agora, nesse ressurgimento de Angola, a juventude quer deter os meios. Como eles ficaram anos em defasagem, não querem aprender gradativamente, já querem a ponta. Eles já querem pegar as câmeras e fazer vídeo e arte. Nós levamos algumas coisas do Festival Internacional de Linguagem Eletrônica (File) e foi muitíssimo interessante. Em algumas casas, você ainda via marcas de balas. Levamos também um trabalho do Ricardo Barreto. Foi uma experiência maravilhosa. O Fernando Alvim foi convidado para ser um dos curadores da 29ª Bienal de São Paulo e vai trazer artistas angolanos para a gente conhecer.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/maria-arlete-goncalves/>

# Melina Hickson

Produtora musical e diretora do Porto Musical

**“A tecnologia veio para mudar completamente o cenário do criar, produzir, divulgar e vender música. E nós acabamos juntando esses dois conceitos.”**

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 10 de junho de 2010, em São Paulo.

Melina Hickson

Há cerca de 15 anos no ramo cultural, Melina Hickson já produziu inúmeros discos, coletâneas, shows e festivais. Esteve à frente do Festival Abril Pro Rock por 13 anos como produtora-executiva, no qual observou que muitos músicos brasileiros querem turnês no exterior quando sequer conseguiram formar um público local. “É fundamental que essas bandas reconheçam sua comunidade”, diz. “Também porque não é todo som que tem potencial forte lá fora.”

Hickson é diretora e produtora do Porto Musical, uma convenção internacional de música e tecnologia que está em sua quinta edição e transforma Pernambuco em um pólo de discussão e debates sobre os rumos da música. “Em 2005, fizemos o primeiro Porto Musical, um evento de pensamento, discussão, formação de produtores e de profissionais para essas áreas.” Entre as parceiras do encontro está a Womex, uma das maiores convenções internacionais de música, realizada na Europa.

Nos últimos anos, Melina Hickson tem se dedicado a alavancar a carreira de músicos brasileiros no exterior. Pelas mãos dela, o rabequeiro Siba (ex-integrante do grupo Mestre Ambrósio), Fuloresta e a Orquestra Contemporânea de Olinda já ganharam turnês internacionais. Ela também busca se aprofundar nas discussões sobre os rumos da política cultural, como a articulação da Rede Brasil de Música, da qual participam 16 associações do setor. “Está todo mundo ali tentando discutir e entender quais são as prioridades, as necessidades de cada segmento na transversalidade.”

## **O que é o Porto Musical?**

O Porto Musical é uma convenção internacional de música e de tecnologia. Um projeto executivo em parceria com a Womex, uma convenção de música que talvez seja a maior do mundo hoje, e acontece uma vez por ano na Europa. Fomos a primeira produtora brasileira a participar da Womex, há cerca de 10 anos, já com a intenção de desenvolver a carreira internacional de Chico Science e Nação Zumbi, com quem trabalhávamos na época. A equipe da Womex começou a se interessar pelo Brasil. Vieram em 2003 e quando chegaram em Pernambuco conheceram a iniciativa do Porto Digital, uma organização social que cria software e tecnologia de game, coisas para celular. Hoje, eles têm mais de 100 empresas ancoradas. Nessa época, Pernambuco estava exportando muito artista para fora do Brasil: Lenine, Silvério Pessoa, Siba, DJ Dolores, Nação Zumbi. Começamos então a projetar um evento que juntasse esses dois produtos de exportação: música e tecnologia. Isso bem no meio da revolução da tecnologia na música. A tecnologia veio para mudar completamente o cenário do criar, produzir, divulgar e vender música. Acabamos jun-

tando esses dois conceitos, mas, sobretudo, uma tecnologia para a música, não qualquer tecnologia. Em 2005, fizemos o primeiro Porto Musical, um evento de pensamento, discussão, formação de produtores e de profissionais para essas áreas. Ele tem três plataformas de discussão – basicamente como conferências, que foram distribuídas no que a gente chamou de Go Brazil!, Go International! e Go Digital!. No primeiro, a ideia é de “vá para o Brasil” e é destinada aos grupos e profissionais estrangeiros que desejem entrar no mercado brasileiro, aprender como fazer para lançar seu disco aqui, fazer turnê, conhecer um pouco como funciona a divulgação, distribuição no Brasil. O Go International! é o contrário: a gente traz profissionais e players importantes do mercado internacional para mostrar para os artistas, grupos e profissionais brasileiros como eles devem fazer para sair do Brasil. É a conexão com a Womex, o mercado de música internacional. E no Go Digital! temos as ferramentas, as tecnologias que você precisa para criar, divulgar, promover e distribuir o seu trabalho. Quer dizer, trata da interação da música com a tecnologia. Esses são os três pilares de discussão.

#### **Conte um pouco sobre a Womex.**

A Womex tem hoje 12 ou 13 anos. É uma convenção criada dentro de um escritório baseado em Berlim, por produtores de lá, que fazem eventos. Foi criada para atrair para um só lugar profissionais de música do mundo inteiro. Na época em que foi criada, estava muito em voga o termo *world music* – aliás, Womex significa *world music export*. Então, artistas que desejassem desenvolver uma carreira internacional de música poderiam ir para Womex encontrar outros agentes, outros *players*, outros profissionais e, ali, trocar experiência, divulgar seu trabalho. Isso começou com 300 ou 500 profissionais e, hoje, a gente viaja para a Womex e encontra mais de 3 mil profissionais do mundo inteiro. É uma coisa maravilhosa. Há uma convergência, as pessoas realmente investem nessa ida, negócios são fechados. Se a gente quer desenvolver a carreira de um grupo fora do Brasil, consegue fazer um *showcase* desse grupo na Womex. É uma oportunidade ímpar. Conseguimos desenvolver a carreira de Siba, Otto, DJ Dolores, e tantos outros a partir desse *showcase*, porque na platéia desses shows sempre existem agentes do mundo todo, profissionais de gravadoras. É um ponto de convergência fundamental para quem tem pretensões de desenvolver suas carreiras, ou as carreiras de seus artistas, fora dos seus países.

#### **Como o digital e o download mudaram as carreiras, o alcance? Isso levou a um conhecimento maior lá fora? Houve impacto nesses anos?**

Claro, sem dúvida. O digital não é um fim, é um meio para essa revolução.

Ele interferiu no mercado fonográfico, ou seja, fez esse mercado se diluir e agora parece que finalmente as grandes gravadoras estão começando a se inserir dentro desse ambiente e a buscar o seu lugar, 20 anos depois do início dessa revolução. A entrada da tecnologia e do digital em todas as formas, em todos os momentos do produzir música – que vai desde a criação até a divulgação, passando pela promoção, pela venda – interferiu e interfere no mundo. Antigamente a gente ia para a Womex e procurava selo para lançar o disco de Siba, por exemplo. Há quatro ou cinco anos era possível encontrar 300, 400 selos, pois as pessoas se inscreviam como selos. Hoje, não passam de 100 nomes inscritos como selos, e quando vamos ver, metade não é mais selo e a outra metade não aceitaria o tipo de artista. Já quando você vai para o filtro *digital distribution*, ou qualquer coisa desse tipo, aparecem mil pessoas envolvidas. A gente nota essa mudança radical.

#### **Como aparecer nesse mar digital?**

É desafiador, mas muito democrático. Acabou aquele formato do grande artista, de uma gravadora investindo muita grana em um só artista. Antigamente, ele não fazia nada além de criar e de colocar na mão de um empresário de uma gravadora todo o desenvolvimento de sua carreira. Isso acabou completamente. Agora, por causa dessa democratização tecnológica, a gente tem uma quantidade enorme de grupos, uma produção independente violenta. O que esses grupos devem fazer para emergir nesse mar, como a garrafinha, é extremamente desafiador. Não existe mais um único formato que o artista deva seguir para vender discos, ou para atingir a expectativa que ele tem para a própria carreira. Existem vários formatos. A única coisa que ele não deve fazer a princípio, no meu ponto de vista, é colocar sua carreira na mão de uma pessoa e esquecer o resto. O artista tem que meter a mão na massa mesmo, porque quanto mais ele se envolve com a carreira dele, em todos os aspectos, mais rendimentos vai ter.

#### **O André Midani diz que hoje é mais fácil colocar o trabalho na rua, mas mais difícil sustentar uma carreira. O Pablo Capilé fala o contrário, que a tecnologia ajudou a ter uma carreira mais sustentável. Como você vê isso?**

Eu sou a coluna do meio, o centro. Na Associação Brasileira de Festivais Independentes (Abrafin), da qual o Pablo Capilé é presidente, represento um dos eventos fundadores, com o Porto Musical e o Abril Pro Rock. Consigo perceber essas ferramentas que o Circuito Fora do Eixo criou de circulação, de sustentabilidade para esses grupos. Consigo perceber exatamente o que exis-

te de positivo, e isso é maravilhoso para muitos grupos desconhecidos. Eles criaram realmente um circuito, uma atmosfera completa de produtores e de pessoas que ajudam na divulgação, na sustentabilidade. Mas isso não serve para o Siba, por exemplo. Serve para um determinado segmento de artistas, mas para o Siba, que teve uma carreira de muita repercussão com a banda Mestre Ambrósio e depois desenvolveu seu trabalho solo, entra-se em um campo para o qual o Circuito Fora do Eixo já não serve. Ele realmente precisa de cachê para fazer as coisas, vive da música. O artista pode e deve avaliar se fazer um show em Belém, no Pará, sem ganhar cachê, é legal. Cada um tem que avaliar o seu momento. O Midani, por sua vez, também tem razão. Porque realmente é muito fácil gravar e divulgar seu disco hoje. Você faz tudo isso no seu computador. Mas é mais complicado se sustentar. No entanto, já existe um mercado e, dependendo das expectativas de cada grupo, ele consegue se sustentar. É um mercado que é para muitos. Na época do Midani, era um mercado para poucos. Havia dinheiro demais para poucos. Hoje, cada um tem que encontrar o seu caminho. Concordo com ambos, as experiências são distintas e não definitivas. Cada artista, dentro da sua trajetória, vai se encaixar em um modelinho desses. Vai descobrir o melhor para ele.

### **Como trabalhar a sustentabilidade dos novos grupos na música? Como você pensa isso com sua experiência no Abril Pro Rock?**

A turma do Circuito Fora do Eixo faz hoje o que a gente fazia anos atrás com o Abril Pro Rock. Não existiam as terminologias de coletivo, associativismo, cooperativa, mas a função social e de mercado que esses festivais exerceram é essa de hoje. O Festival Abril Pro Rock surgiu em 1983. Na época, não se tinha técnico de som, não se sabia o que era *roadie*, nenhuma banda tinha mapa de palco, ninguém sabia o que era um *rider*. Os festivais funcionavam como hubs e foram responsáveis por começar o desenvolvimento dessas redes, desses segmentos de pessoas envolvidas no mercado da música. Eles começaram a desenvolver esse mercado há 20 anos. Na época era o famoso *do it yourself*, ou faça você mesmo. Hoje é o *do it together*, ou faça junto. Coopere-se, colabore, faça parte de coletivos. Tudo isso que a gente está vivendo hoje é consequência do passado, uma evolução natural do mercado. A grande palavra é sustentabilidade. A gente vive a época das subversões. Governos – principalmente federal, mas municipais e estaduais também – começaram a perceber a importância desse setor e da economia da cultura. Todos esses segmentos estão discutindo a transversalidade da coisa. Do produtor até o artista, o técnico, a gravadora. É todo mundo em uma discussão única, quem

quiser participar dessa discussão deve e pode participar. O governo está acreditando nisso com os editais, com os incentivos. Mas editais não são política pública, são ferramentas. Do mesmo jeito que o governo e que as empresas devem pensar em como fazer os editais, os produtores e os artistas também devem pensar em como usar esses editais, considerando a sua sustentabilidade. Tem que aproveitar esse momento, porque a gente não sabe o que vem daqui para frente. Do mesmo jeito que antigamente era a política de balcão, agora é a política de editais. Não adiantam editais para fazer discos que vão ficar dentro da gaveta do cara, ou na gaveta da mãe do cara, da namorada, dos amigos. Tem que pensar no desenvolvimento daquele disco.

### **Muitas pessoas, quando entram no conceito de economia criativa, referem-se hoje à economia da cultura. Como você pensa isso?**

Pensar em economia da cultura é refletir sobre um ambiente de mercado, é criar tecnologias para mensurar quanto essas atividades geram em dinheiro, em serviços e em empregos. Daria para mostrar, por exemplo, o tamanho desse mercado para o Ministério do Planejamento e fazê-lo perceber que existe um mercado. E que ele precisa botar orçamento no Ministério da Cultura para desenvolver o mercado. Já a cultura criativa, a economia criativa, vejo com um olhar mais na produção de conteúdo, na criação, nos novos segmentos. A economia criativa pode ser um caminho anterior. São os segmentos que se dizem criativos, as inovações. A economia da cultura é o fim disso.

### **E a Feira Música Brasil? O que é?**

Vamos para os primórdios da Feira Música Brasil, porque disso eu entendo bem. Em 2005, a gente fez o primeiro Porto Musical em Recife. Quando ele foi criado, a ideia era atrair profissionais estrangeiros para o Brasil, e por causa disso a gente escolheu a semana pré-carnaval de Pernambuco. A gente achava que eles se sentiriam mais atraídos para vir ao Brasil trabalhar e depois ficar para o carnaval. Do ponto de vista atrativo, funcionou super bem, e do ponto de vista do Porto Musical, amplificou imensamente as ações. Esse profissional estrangeiro veio para Pernambuco, participou do Porto Musical, onde assistiu a 14 shows; ficou para o Carnaval e assistiu a mais 550 shows; voltou para a sua cidade e contratou um show que ele tinha visto no carnaval. Em 2006, Gilberto Gil esteve no Porto Musical com a sua equipe do Ministério da Cultura para divulgar a Copa das Culturas. Aquele era ano de Copa do Mundo, na Alemanha, e Gil queria fazer um acontecimento musical de forma paralela à Copa. O Ministério da Cultura nunca havia participado do Porto. Eles perceberam

a atmosfera de movimentação da cidade na semana pré-carnaval, a atração dos profissionais estrangeiros para cá nessa época, a amplificação das ações. Dois meses depois, recebi uma ligação do Ministério da Cultura comentando que estavam pensando em fazer uma feira de música. Queriam saber se a gente seria parceiro caso fosse realizada em Recife. Dissemos que sim. Aí eles disseram: “A gente gostou da ideia de fazer antes do carnaval”. Foi assim que se deu a primeira Feira Música Brasil, em 2007, em Recife. Nós passamos por um momento difícil, na terceira edição do Porto Musical; a gente tinha um contrato de boca com a Womex. Os três primeiros anos se dariam da seguinte forma: o primeiro ano, *ready* – “vamos fazer”. O segundo ano: *stand* – “bacana, ficou”. E o terceiro ano: *go* – “vamos continuar o projeto, a parceria, justamente no ano da Feira Música Brasil”. O orçamento do Porto Musical era 10 % do da Feira Música Brasil. A gente não tinha muita alternativa: o evento ia acontecer em Recife na época do Porto Musical e, ou a gente fazia com eles ou a gente fazia com eles, não dava para fazer sem eles. Participamos do projeto executivo, passamos até onde podíamos o *know how*, mas foi uma relação muito complexa, muito difícil na época, com as pessoas do ministério que estavam à frente desse processo. Mas o evento aconteceu. Só que não se preocupou com a sustentabilidade, nem com o fomento, nem com responsabilidade sobre um evento regional, local, que já existia, coisa que é função do ministério. Eles têm a função de fomentar, apoiar projetos que já existam, da sociedade civil, e vieram sem essa responsabilidade. Isso desarticulou o Porto Musical de tal forma que a gente não conseguiu fazê-lo no ano seguinte, 2008, nem eles conseguiram fazer a Feira Música Brasil, tamanha foi a confusão deles mesmos. O Gil saiu no fim de 2008 e entrou o Juca Ferreira. Mudou o time todo, os secretários executivos, as pessoas na Funarte. Juca trouxe gente do mercado para assumir essas funções. Essas pessoas chamaram a gente para conversar, queriam entender o que tinha acontecido. Do ano passado para cá, a gente retomou uma conversa mais digna com o Ministério da Cultura. Eles reconheceram publicamente, inclusive, os erros da primeira feira, e retomaram o aspecto de fomento da Feira Música Brasil. No ano passado, por meio do Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura (Proced), apoiaram a volta do Porto Musical – quarta edição – e foi tão turbulento que não conseguimos fazer no pré-carnaval, fizemos no pré-São João, pois as festas juninas lá são fortes também. A ideia que a gente começou a delinear era de fazer o Porto junto com a feira, de novo. Mas a segunda Feira Música Brasil, que aconteceu no ano passado, em dezembro, também sofreu muitos adiamentos porque essa turma que entrou no ministério não teve tempo hábil

para administrar as consequências da feira anterior para fazer um novo evento. Tiveram que adiar. A Womex acontece sempre no último fim de semana de outubro, e o terceiro adiamento ia ser para setembro, aí eu disse: “Não, em setembro eu já estarei indo para a Womex, não dá para fazer o Porto Musical sem a Womex, e nessa época eles estão produzindo o evento deles! Então, vão embora e me deixem aqui, que eu preciso dar um jeito de fazer o evento agora em março”. Conseguimos fazer em junho, e foi muito legal, apesar de ter sido fora de época. Foi uma edição muito importante porque era uma retomada, já que no ano anterior não houve. A Feira Música Brasil aconteceu de novo em Recife, a segunda vez, e eu adoraria dizer que essa foi realmente a primeira edição de verdade, com intenções dignas, democráticas. Vai acontecer novamente agora, de uma maneira menos atribulada, dessa vez em dezembro. Eles já estão chamando as cinco feiras regionais para conversar. Já tivemos uma reunião presencial aqui em São Paulo, outras três por Skype com o ministério, e agora sim as coisas estão no caminho certo, que é o ministério juntar os esforços de cada uma dessas feiras, para que a Feira Música Brasil seja uma grande celebração e consolidação de tudo isso.

### **E a Rede Música Brasil?**

Durante o Porto Musical de 2009, rolaram umas reuniões informais fora do evento. Assim começou a Rede Música Brasil. Na sequência, houve uma reunião mais formal e organizada na Feira de Música do Ceará. Desenrolou-se para o que é a Rede Música Brasil: a junção de várias entidades significativas da música brasileira para a discussão do pensamento do novo mercado, juntamente com o MinC e com a Funarte [*a rede hoje é composta por 16 associações com atuação nacional*]. Entre elas, a Associação Brasileira de Festivais Independentes (Abrafin) e a Associação Brasileira da Música Independente (ABMI), que foi a associação produtora da primeira Feira Música Brasil. Aliás, a primeira edição da Feira Música Brasil, além de ter sido danosa com o Porto Musical, também foi com a ABMI. A associação também quase acabou depois da primeira Feira Música Brasil, e está retomando agora as atividades com a nova presidente, Luciana Pegorer. Cacau Machado e Tiago Cury, do Centro de Música ligado à Funarte, são as duas pessoas que têm sido mediadoras dessa rede. A rede apresentou dez pontos básicos de consolidação desse novo mercado e das necessidades desse novo mercado da música durante a Feira Música Brasil para o ministro Juca Ferreira. Um deles é a formação da agência reguladora para a música, assim como existe a Ancine para o cinema. Outro é a volta da música na

formação acadêmica e escolar, o que é maravilhoso. Tomei conhecimento, inclusive, que isso já é lei, só não está regulamentado, mas as escolas e as faculdades voltarão a ter a música na sua formação, o que é fundamental. Isso sim é a formação de plateias. Também tinha o pedido ao governo para voltar a olhar para a exportação da música.

### **O que é exportar música? Como é esse trabalho?**

A gente tem dois tipos de exportação. Primeiro, os grandes artistas, que já saem do Brasil há muitos anos: o Gilberto Gil tem uma carreira consolidada lá fora, a Vanessa da Mata e o Carlinhos Brown também já têm suas carreiras internacionais. Trabalho com desenvolvimento internacional de carreira de banda há oito anos. Na minha produtora, meu antigo sócio foi um desbravador desses caminhos. Hoje a gente tem uma quantidade grande de produção independente saindo com produtores que param as suas vidas – como é o meu caso – durante metade do ano para desenvolver e fazer shows lá fora, com esses grupos. De Pernambuco saem regularmente Siba, DJ Dolores, Spock Frevo Orquestra, Silvério Pessoa, Renata Rosa, que é uma paulista consolidada lá e alguns grupos de cultura popular. Lenine tem uma carreira super organizada lá fora, principalmente na França. Pernambuco é pioneiro nisso. Foi o primeiro estado que esteve na Womex. O projeto Music from Pernambuco foi uma coletânea que a gente desenvolveu para fora do Brasil, no qual entrou desde grupos de cultura popular até o pop moderno, aqueles que tinham potencial. Com esse projeto, a gente conseguiu fechar mais de dez contratos para esses grupos. O Music from Pernambuco teve o volume dois, daí o Sebrae tomou conhecimento do projeto, chamou a gente para desenvolver o Music from Northeast, da região Nordeste. A gente fez esse projeto, conseguiu entregar esses discos nas mãos de pessoas como Peter Gabriel e David Byrne, além de selos independentes. O David Byrne, que é ex-Talking Heads, foi durante muitos anos presidente da Luaka Bop, um selo independente americano importantíssimo para a música brasileira, responsável pela retomada da carreira de Tom Zé, por exemplo, nos anos 90. A gente fez uma coletânea para a Luaka Bop, em 2008, chamada *What's Happening in Pernambuco?* e *Music from Northeast of Brazil*. Isso é desenvolver a música fora.

### **Fale um pouco desses discos da Luaka Bop e o que significou para as bandas participantes? Teve grande efeito?**

Não (*risos*). Porque a divulgação caiu nas mãos de jornalistas. O desenvol-

vimento disso é uma coisa que a gente entende com os anos. Se você me disser: “Melina, qual o resultado prático hoje? Quais os números, os valores?”. Vou dizer: “Não tenho”. Mas isso é um processo de desenvolvimento, de reconhecimento. São sementinhas plantadas: servem para que David Byrne continue interessado na música brasileira, continue voltando o olhar para cá, apesar dele não estar mais à frente da Luaka Bop. Mas ter David Byrne dançando em um show na frente do palco da Orquestra Contemporânea de Olinda, e depois ir ao camarim falar com a gente, é do cacete! Quanto isso rende de dinheiro, eu não sei, mas rende em interesse.

### **Você acha importante ser um trabalho contínuo?**

Claro, naturalmente. Isso é um trabalho contínuo, vai despertando interesses, a gente vai plantando a semente. O mercado americano é extremamente difícil para qualquer música que não seja americana. A brasileira, então, nem se fala. A primeira turnê americana que eu fiz em oito anos foi essa. Agora, a Europa é infinitamente mais aberta para a música brasileira, mesmo que nesse momento não esteja tão em alta. Houve um boom da música brasileira em 2005, quando aconteceu o Ano do Brasil na França. Nessa época, a gente fazia turnê de 60 dias com DJ Dolores. Com o Siba eram 15 datas nos principais festivais. Mas há momentos e momentos.

### **O Fabricio Ofuji, do Móveis Coloniais de Acaju, comentou que eles montam festivais e chamam bandas de outros estados para tocar, depois quando vão para os outros estados, as bandas os recebem também. Isso funciona para exportar?**

Depende do gênero musical. Uma vez fiz uma palestra com o pessoal da banda Mukeka di Rato sobre exportação. Mukeka di Rato é uma banda de *hardcore* e eles saem do Brasil todo ano, com turnês que duram um mês. Esse cenário *underground* por onde o Mukeka circula funciona para a exportação. Eles têm um circuito lá fora super bacana. Funciona muito dentro dessa característica do “você me leva, que depois eu te trago”. Mas é um modelo que serve para alguns segmentos. Esse formato é um trunfo grande da circulação atual nesses novos modelos que a gente está conhecendo. As bandas, muitas vezes por saberem do trabalho que a gente faz, chegam para mim e perguntam: “Como faço para sair do Brasil?”. Dependendo da banda, eu falo: “Você já saiu da sua cidade?”. É muito importante ser local primeiro, para ser global depois. Existe um caminho a ser percorrido por esses grupos naturalmente, assim como para quem é produtor.

Tudo tem o seu momento. Uma coisa fundamental para que essas bandas se desenvolvam em vários aspectos é reconhecer a sua comunidade, se reconhecer naquele ambiente e contribuir para aquele ambiente. As bandas deveriam olhar para a sua comunidade, compreender os seus pares, ver como divulgar. Muitas vezes, existem bandas novas que têm a pretensão de sair do Brasil no primeiro disco, sem ter público formado aqui ainda.

### **É importante uma intervenção do Itamaraty nessas relações culturais?**

Essa frente precisa ser aberta. É um sonho antigo meu, fazer com que o Ministério das Relações Exteriores perceba esse ativo brasileiro. A gente foi para os Estados Unidos com a Orquestra Contemporânea de Olinda e os custos da turnê foram altíssimos. Só de visto de trabalho para entrar nos Estados Unidos foram R\$ 14 mil. Os cachês, diferentemente da Europa, são baixíssimos. A turnê não é viável se não se conseguir, aqui no Brasil, fazer um caixinha da banda ou outra forma de apoio, como consegui com a Secretaria de Turismo de Pernambuco. A música vende o destino turístico. Botar na mesa esses elos, com Ministério das Relações Exteriores, com Ministério do Turismo é fundamental, todo mundo sairia ganhando.

### **Quais são os próximos passos da Rede Música Brasil? Como fazer para ela criar uma interlocução mais ampla com a sociedade?**

A gente só não consegue dar o laço no boi, montar no cavalo e sair correndo ao mesmo tempo. A Rede Música Brasil está se reconhecendo ainda enquanto organismo. A gente está numa discussão dentro de uma rede que tem uma associação de festivais, um fórum de músicos, as editoras, as gravadoras, além do governo. É um processo enorme ainda de se entender. Está todo mundo ali tentando discutir e entender quais são as prioridades, as necessidades de cada segmento na transversalidade.

### ***Do it together?***

Claro. O Ministério da Cultura finalmente usa o Fundo Nacional de Cultura. O fundo sempre existiu juntamente com a Lei Rouanet, mas era só na teoria. Na prática, nunca vi esse dinheiro chegar para ninguém. Agora existe o fundo com um valor alto. A Rede Música Brasil vai ser responsável por votar para onde vai parte desses recursos. Isso é fantástico! É a sociedade civil decidindo isso. Será decidido em assembleia. Então, produtor de festival nenhum está com a vida ganha. Quando falo festival, estou falando desse nicho de festival, não do modelo Planeta Terra, que tem aqui

em São Paulo e que é gigantesco. Estou falando dos festivais considerados independentes. Aliás, é preciso achar outra nomenclatura, porque nada é independente hoje em dia.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/melina-hickson/>

**“Dentro da escola de samba, existe um universo extremamente democrático: homem, mulher, travesti, velho, criança. E todo mundo se dá muito bem.”**

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Lucas Pretti no dia 24 de junho de 2010, em São Paulo.

Paulo Barros já virou lenda no carnaval carioca. Há poucos anos no Grupo Especial do Rio de Janeiro, o carnavalesco fez história com ousadas alegorias. A última concedeu-lhe a vitória no carnaval 2010 pela Unidos da Tijuca. Uma mágica causou *frisson* no público – a comissão de frente trocava de roupa cinco vezes durante a evolução na Sapucaí. “Encontrei essa mágica na internet. Fiquei olhando para aquilo insistentemente, até que descobri uma brechinha. Foram quase três meses de testes até que nós chegamos a um produto final”, conta.

As invenções começaram em 2004, ano de sua estreia no Grupo Especial carioca também pela Unidos da Tijuca. Com o carro do DNA, Barros obteve um novo modelo de alegorias humanas e conseguiu o vice-campeonato para a escola. Em 2008, levou para cima de um carro alegórico a bateria da Viradouro. “Tive de convencê-los. Chamei o diretor da bateria, que na época era o mestre Ciça, um cara de visão, e falei: ‘Vamos fazer isso, isso e isso. Você topa?’. Ele: ‘Agora!’ E deu certo.”

Barros não deixa de reverenciar mestres carnavalescos como Joãozinho Trinta, que trouxe um novo patamar. “João é um sujeito desprendido de valor comercial e físico; ele é espiritual.” Na maior festa popular do Brasil, o carnavalesco é uma espécie de produtor. “É a figura que dá corpo a essa ópera.” Perguntado se há ciúmes ou boa convivência entre os carnavalescos, ele responde: “A gente se trata muito bem, se conhece, se fala, mas todos os nossos segredos serão guardados até a última hora. Somos todos amigos e arquiinimigos (*risos*).”

### **Carnaval é uma ópera?**

Sem dúvida. É uma ópera porque a gente considera um conjunto de segmentos. Há dança, música, figurino, teatro, cenário. Para nós, carnaval é uma ópera.

### **Como você organiza uma escola de samba durante o ano?**

Assim que termina um carnaval já começa outro. O primeiro passo é escolher o enredo, a história que você vai contar. Esse enredo pode ser sugerido pela escola, ou a escola aposta em uma ideia que você apresenta. Em algumas, o carnavalesco tem o poder de escolher o tema, mas isso tudo também depende da possibilidade de patrocínio. Hoje, o patrocínio é uma fonte que ajuda a escola a fazer o carnaval. E muitas escolas até esperam possíveis patrocínios com propostas ligadas ao enredo. Eu, por exemplo, ainda não fiz enredo patrocinado, eu escolho o tema e começo a trabalhar em cima dele. Sou o primeiro a começar e o último a sair de lá de dentro. É um trabalho que me toma o ano inteiro praticamente. As

peessoas acham que o carnaval se faz em quatro meses, mas não. Acabou o carnaval, já penso no próximo enredo.

### **Como é esse processo de criação? Quais são as etapas?**

Aprendi a fazer carnaval nos moldes tradicionais. Aprendi que se escolhia o enredo, o tema, montava-se uma história. A partir daí, a gente começa a definir o que vai ser a comissão de frente, o abre alas, as alas subsequentes, os carros. Com o passar dos anos, percebi que essa maneira de contar a história acabava me prendendo. Por exemplo, a partida da família real portuguesa. Essa história já está contada. O começo da escola precisa ser a partida, no porto de Belém, e a trajetória da viagem. Aquilo já está preestabelecido. E, muitas vezes, eu precisava colocar em um carro alegórico alguma coisa que eu não gostava, pois era preciso obedecer essa sequência. Isso começou a me incomodar e mudei esse conceito. Agora, escolho o tema, reúno todas as informações, escolho o que é bom para alegoria e para fantasia. A partir daí, com tudo separado, vou contar a minha história, amarrar todos os setores, de acordo com o que acho que é bom para o público ver. Com o texto pronto, começamos a fazer figurino, carro alegórico. E a partir do andamento do figurino, a gente começa a fazer as peças-piloto de roupa. Produzimos uma roupa de cada vez, pois precisamos adequar o que foi criado no papel para a realidade, pois existe muita coisa que só funciona no papel. Nesse momento, o carro alegórico também começa a ser feito: produção de ferragens, madeira, luz, acabamento, decoração. É um processo longo, termina em cima do carnaval.

### **Quando é criado o samba enredo? Você interfere em letra, por exemplo?**

Quando eu começo o trabalho, escolho a história que será contada. Escrevo sobre ela e entrego esse texto aos compositores. Nesse momento, a criação é deles. Eles que produzem o samba. Em outubro, acontece uma disputa e o samba campeão é o escolhido.

### **Então é feito um *briefing* antes? Não é o samba que define o trabalho que será desenvolvido pela escola, pelo carnavalesco.**

As pessoas acham que o samba vem primeiro e não é. O samba é consequência da história que o carnavalesco passa aos compositores. Na verdade, a ópera é exatamente assim, você encomenda todas as partes. O samba também é encomendado. As fantasias, as alegorias, toda a parte artística é produzida independentemente do samba. Ele vem para dar musicalidade ao que a gente vai mostrar. A minha interferência com relação ao samba pode existir

ou não, depende também de escola para escola. É óbvio que o carnavalesco sempre é consultado a respeito da coerência da história que está sendo contada, que o compositor criou. Em algumas escolas, o carnavalesco tem até direito de voto na escolha do samba. Em outras, o presidente é o responsável pela decisão. No meu caso, não decido nada, porque não entendo patavina de música, e também não quero entender.

### **Por que coreografar uma ala?**

A coreografia sempre existiu. Mas houve um momento em que eu percebi que era necessário contar uma história com a coreografia também. Antigamente, eu assistia ao desfile pela televisão, e ficava olhando para aquilo sem entender nada. Era bonito, mas era só bonito. Passava carro, fantasia e continuava sem entender o significado das coisas. Vi que era preciso criar uma maneira para o componente se comportar dentro do carro ou dentro de uma ala. Um jeito para ele passar o entendimento para quem está assistindo ao desfile. Então, se tenho uma ala de africanos, preciso que essas pessoas façam danças africanas. Se tenho um Frankenstein, preciso que as pessoas se comportem como o monstro. A coreografia é uma ferramenta para que o público entenda aquilo que você quer passar.

### **No último mês antes do carnaval, no pré-desfile, as coisas já estão em finalização?**

Dependendo da administração da escola, sim. Hoje, o carnaval e as escolas de samba são administradas como empresas. O desfile é feito e pensado dessa maneira. Temos patrocinadores dentro do desfile, horário a ser seguido. Antigamente era uma bagunça. O desfile começava às 20h e terminava às 14h do dia seguinte. Hoje a gente tem um contrato que diz que o desfile começa às 21h e tem que terminar às 5h. Mas ainda assim, o carnaval fica pronto mesmo em cima da hora, não tem jeito. Muita coisa atrasa, mas a gente tem que administrar tudo, porque não pode haver erro.

### **Como é o mercado de passe de carnavalescos?**

É uma dança das cadeiras. Geralmente, quando termina o carnaval, o desfile, ou no sábado, após o desfile das campeãs, começa o troca-troca.

### **O que é o carnavalesco? Um produtor de carnaval? Há ciúmes entre eles?**

O carnavalesco, hoje, é a figura que vai dar corpo a essa ópera. A gente se trata muito bem, se conhece, se fala, mas todos os nossos segredos serão guardados até a última hora. Somos todos amigos e arquiinimigos (*risos*).

### **O segredo é fundamental para o desfile?**

É. A Cidade do Samba desmistificou um pouco isso, porque hoje o grande público pode entrar lá. Eles têm acesso a uma passarela da qual conseguem visitar, praticamente, todos os barracões. Isso abriu um pouco a questão do que pode ver, do que não pode. É claro que há muitas coisas que você olha e não sabe como vão acontecer na hora do desfile. No meu caso, principalmente, as pessoas olham e pensam: “Poxa, mas que coisa estranha. O que poderá ser aquilo?”. A forma inusitada deixa isso como curiosidade.

### **Muitas vezes você não pode falar nem para os elementos da sua própria escola.**

Não. Esse ano, por exemplo, pouquíssimas pessoas sabiam sobre a comissão de frente. Para você ter uma ideia, o presidente da escola não sabia. Ele sabia o que era, mas não tinha visto e não tinha noção do que ia acontecer. Simplesmente apostou na ideia.

### **Você ousou bastante no carnaval de 2010 fazendo com que a comissão de frente trocasse de roupa na frente do público, durante a evolução. Como foi fazer isso?**

Fiz contato com um ilusionista, mas não funcionou, ele não conseguiu entender a ideia para o meu público. Passei a fazer pesquisa, encontrei essa mágica da troca de roupa na internet. Fiquei olhando para aquilo insistentemente até que descobri uma brechinha. Aliás, todo mundo pode ver nesse vídeo no qual o cara deixou uma janelinha para que eu pudesse enxergar como o truque era feito. Descoberta a forma, o desafio foi produzir a roupa. Porque o truque você descobre, mas depois pensa: “Como produzir este efeito?” Foram quase três meses de testes até que nós chegamos a um produto final. Algo que produzia exatamente o mesmo efeito que o cara tinha conseguido no vídeo. Não sei se a maneira que usamos foi a mesma, acredito que sim, mas não sei. Para você ter uma ideia, tinha chumbo de pescador naquela roupa para pesar. Eu não sei se a roupa do cara tinha esse tipo de artifício.

### **Você tem liberdade absoluta na criação?**

Não. Existe um problema muito sério, em qualquer setor, que é o ego. Em criação, você sempre encontra pessoas querendo participar daquilo e interferir, o que muitas vezes atrapalha. Aqui também entra a história do enredo patrocinado. Às vezes, o cara tem o produto na mão e quer vender para

o carnaval. Condiciona o patrocínio à exibição do produto dele no enredo. Esse tipo de interferência, para mim, não é boa. Nunca foi.

### **O que representou aqueles dois grandes desfiles do Joãozinho Trinta, quando ele introduziu as fantasias e as lantejoulas?**

Com a construção do sambódromo, em 1984, o carnaval teve que mudar e o João foi o primeiro a perceber isso. O sambódromo, naquele tempo, era um elefante branco. Construíram arquibancadas imensas. Foi um erro – e, para mim, o sambódromo é um erro até hoje. Se você vir o último setor de arquibancadas, aquilo é um assassinato contra a população. Para ver desfile ali, você precisa de binóculo de tão afastado que é. Ali foi criada a tal Praça da Apoteose, que foi inutilizada. Hoje, se você perceber, eles colocaram cadeiras de pista ali, para poder trazer aquele público mais para perto. Mas não deixa de ser um erro. É ultrapassado, tecnicamente falando. Na época em que o sambódromo foi criado, o João percebeu que não podia mais pensar o carnaval da mesma maneira, pois aquele lugar era imenso. Antigamente, o carnaval era na avenida, com arquibancadas de madeira. A decoração era na rua e aquilo fazia um fundo para a escola de samba. Ele foi genial nessa época, percebeu isso. O que ele fez? Verticalizou o carnaval. Ele começou a criar fantasias com cangalhas nas costas, com resplendores, que hoje não se usa mais. Se você perceber, esses paredões, que se construíam atrás do componente, não existem mais, caíram de moda. O próprio regulamento começou a despontuar as escolas porque aquilo atrapalha na evolução. O desfile de escola de samba, hoje, possui outra concepção. A gente não constroi mais roupa. A gente veste o componente para se vestir, não para carregar cangalha nas costas.

### **E o desfile da Beija-Flor, de 1989, com o enredo *Ratos e Urubus, Larguem a Minha Fantasia*?**

Ele começou a ser apedrejado aí, e foi durante muitos anos. Tudo por conta desse novo conceito de que o carnaval vai acabar, que isso está virando super espetáculo, que as escolas estão perdendo as suas raízes. Para dar resposta, ele criou a célebre frase: “O povo gosta de luxo. Quem gosta de miséria é intelectual”. Ele deu essa resposta, criou *Ratos e Urubus* e escandalizou a Marquês de Sapucaí. Até hoje lembro disso. Quando cheguei na concentração e olhei para aquele abre alas, eu não sabia se ria, chorava ou gritava. Era espetacular de se ver e as pessoas não entendiam aquilo. O cara chega no barracão, pega um chassi de um carro, bota um Cristo no meio e começa a jogar lixo em cima desse carro. Lixo! Todo lixo que se produzia dentro do barracão, tudo que você

possa imaginar, ele mandava jogar em cima daquele carro. Era uma montanha de lixo. No final, quando a gente olhava para aquilo, era simplesmente espetacular. Essas lições ficaram. A gente ficava sentado em cima daquele chassi, na baixa temporada do carnaval, conversando com o João. Ele é um sujeito desprendido de qualquer valor comercial e físico. Ele é espiritual.

### **Como é lidar com as disputas, as vaidades, como é a relação da escola de samba que hoje está na Cidade do Samba com a comunidade?**

Eu não considero um problema. As vaidades existem e a gente tem que administrar, não há como fugir disso. Mas o importante, para a gente conseguir produzir, é saber exatamente como levar essas coisas, ter um relacionamento bom com todos. Eu trabalho diretamente com 150 pessoas, indiretamente com umas 400, e tenho que ter o cuidado de ter um bom relacionamento com elas. No carnaval uma pessoa, apenas, consegue me destruir; simplesmente uma. Costumo dizer que a gente tem um grande problema dentro da escola de samba: a bateria. A bateria é um conjunto que independe da nossa vontade. Se eles decidirem que não vão desfilar, não vão. Eles te deixam sozinho, deixam a escola inteira, e não vão desfilar. Você tem que ter um cuidado muito grande com eles. A interferência deles até na decisão de uma roupa, de uma fantasia, é muito complicada. A gente chama de coração da escola. Porque é o que bate.

### **Como você os convenceu a subirem em um carro?**

É você saber a maneira de chegar. Você está lidando com um setor muito tradicional, e, normalmente, você não consegue mexer na bateria. Só que eu queria botar a bateria em cima de um carro alegórico. Tive que convencê-los. Chamei o diretor, que na época era o mestre Ciça, um cara de visão, e falei: “Vamos fazer isso, isso e isso. Você topa?”. Ele: “Agora!”. E deu certo. Ele era o líder. Reuniu o pessoal e disse: “Ó, vai ter que ser assim, assim, assim”. Mas se tivesse uma pessoa da direção da escola, ou da própria bateria, que botasse alguma barreira, provavelmente alguma coisa não ia dar certo.

### **O que você considera que vai acontecer com o carnaval?**

Se você conseguir descobrir, me fale. As pessoas estão voltadas para aquele mesmo sentimento do João, de que o carnaval vai acabar: “Nós estamos deixando nossa cultura de lado”. Só que, infelizmente – ou felizmente, não sei –, o carnaval se transformou em um espetáculo. O espetáculo tem que ser vendido, não é barato. E a Liga Independente das Escolas de Samba vinha clamando exatamente por essa mudança, por alguma coisa, porque o espetáculo

precisa continuar. Ano após ano, aquilo caía em descrédito. Agora, o carnaval vai acabar? Eu acho que nunca. A raiz do carnaval, no Rio de Janeiro, é muito forte. Esse conceito da escola de samba é uma coisa inacreditável.

### **O que é o carnaval?**

No sentido de escola de samba, é uma paixão que você não faz ideia. Termina em fevereiro, às vezes em março. Temos essa baixa temporada de fevereiro até outubro, mais ou menos, que é quando os sambas enredos começam a aparecer. Nessa baixa temporada, as pessoas ficam meio órfãs, não têm para onde ir. Algumas escolas fazem eventos, que não são suficientes. A pessoa quer estar lá, participar e saber: “O que é que foi feito hoje?”. Na internet, há sites de relacionamento direcionados para o samba, sites especializados. Criou-se um carnaval virtual. Discutem fantasia, alegoria, dão notas. De tão forte que isso é. Eu não vejo como isso pode chegar a acabar.

### **Como é a convivência na Cidade do Samba?**

Eu fiz carnaval debaixo de ponte, construindo carros alegóricos. E os barracões antigos das escolas de samba, no Rio, sempre foram em lugares extremamente difíceis de trabalhar, às vezes sem banheiro, sem estrutura elétrica compatível. Eram barracões abandonados, que as escolas de samba invadiam, porque não tinham um lugar para trabalhar. Lembro que muitas vezes chovia, e eu às vezes brincava, dizendo que a gente tinha que ir para o lado de fora, porque devia chover menos do que do lado de dentro. Tudo enchia. Já fiz carnaval em que chegava de manhã para trabalhar e via galinhas e cachorros em cima dos carros. Era inusitado. Quando a prefeitura criou a Cidade do Samba, nos deu um espaço espetacular, com infraestrutura. Hoje temos condições de fazer um grande espetáculo. As pessoas não têm noção de como a gente trabalhava. Mas as únicas escolas que fazem carnaval dentro de uma estrutura decente são as do Grupo Especial. As outras ainda continuam trabalhando nesses barracões improvisados.

### **Inclusive, se tiver uma chuva forte, estraga tudo.**

Tudo, tudo. Tanto que quando a gente leva esses carros para a avenida, no dia do desfile, eles vão cobertos. O trajeto da saída da Cidade do Samba até o desfile é desumano. É uma gincana: tem que passar por meio-fio, poste, sinal de trânsito, fio de telefone, fio de alta tensão. E o trânsito não para. O lugar onde a gente concentra para desfilar tem uma travessia no meio. Você tem que parar o trânsito para botar a tua escola para a frente. Quer dizer, quem vê o espetáculo de dentro, não faz ideia do que a gente tem que encarar para chegar lá.

### **Como funciona o sistema das notas e da competição?**

A Liga Independente percebeu que o carnaval precisava ser mais bem pontuado, e criou um regulamento extremamente técnico. O julgador passou a ter direito não só de julgar, como de interferir. Eu debato em cima disso. Para mim, o carnaval precisa ser profissionalizado. Em que sentido? O julgador de harmonia e de evolução tira dois, três décimos e justifica: “Nas alas 12, 14, 16 e 22, os componentes não cantaram”. Isso obrigou os presidentes das escolas a fazerem o quê? Antigamente, essas roupas eram vendidas. Hoje, não são mais vendidas exatamente para a gente ter esse comprometimento do componente: “Vou te dar a tua roupa de graça, mas você vai ter que vir uma vez por semana para cá, vai aprender o samba e cantar para desfilarmos”.

### **Quase uma meta empresarial.**

Pois é. A Unidos da Tijuca, por exemplo, tem 32 alas, sendo que somente seis delas são alas comerciais. Aí você vai dizer: “Poxa, mas ainda é um risco”. É, porque se der o azar de 90% da ala não saber o samba, não cantar, a gente está colocando ali a possibilidade de perder pontos. Hoje, você entra com nota 10 em todos os quesitos e vai perdendo ao longo do desfile. Como achar um modelo perfeito? É muito difícil, pois os jurados mudam todos os anos. Essa discussão é muito longa no carnaval. O julgamento ainda é uma discussão.

### **Ganhar ou não o carnaval: é isso o que move mais a escola?**

Ah, sem dúvida. A grande briga no carnaval é ganhar. Os carnavalescos se dão muito bem, mas querem passar a perna uns nos outros. O convívio de uma escola de samba com a outra é diferente de como é no futebol. No futebol, as pessoas morrem, matam, a gente vê isso com relação às torcidas, é uma coisa animal. No carnaval, não. Você pode entrar em qualquer quadra, de qualquer outra escola, e será muito bem recebido. Existe uma convivência muito legal. Agora, chegou o dia do desfile é competição. “Sai da frente que eu vou te atropelar, entendeu?”. Dentro da quadra da escola de samba, a gente tem um universo extremamente democrático. Você vê homem, mulher, travesti, homossexual, velho, criança, maluco, bêbado. E todo mundo se dá muito bem.

### **Como é a disputa das celebridades dentro do carnaval? Rainha de bateria?**

Olha, é um setor que eu estou fora. Deixo para elas disputarem o espaço.

Sou radicalmente contra, quando é gratuito.

### **Como assim?**

Tem uma escola de samba no Rio que foi apelidada de Unidos do Projac, porque ela coloca mais da metade da Rede Globo para desfilarmos gratuitamente. Aí, não concordo. Quando você convida uma personalidade, ou uma figura pública, você tem que agradar essa pessoa de alguma maneira. Como? Você vai ter que ver transporte, uma roupa adequada. Há um entorno de coisas com o que se preocupar. Isso já não é muito bom. E quando você precisa encarnar um personagem dentro do enredo? Por exemplo, vou falar esse ano de Carlota Joaquina? E coloco Dom João junto. Pô, é óbvio que vale chamar o Marco Nanini, a Marieta Severo [*atores do filme Carlota Joaquina, Princesa do Brasil, de Carla Camurati, 1995*]. Todo mundo vai ver e reconhecer. Agora, fazer um carro qualquer e convidar o Nanini para sair nesse carro, aí não concordo porque é gratuito, está ali para encher linguiça. Graças a Deus que na minha escola a gente só tem uma celebridade que é a Rainha de Bateria, que está em um lugar específico.

### **Por que algumas escolas precisam sair correndo para encerrar o desfile dentro do tempo?**

Ninguém entende, porque tudo é muito bem organizado. Nós fazemos uma projeção de tamanho da escola. Todas as alas, carros e segmentos da escola são medidos no papel, na escala. Uma planta baixa, de qual espaço cada ala vai ocupar. Isso é medido e distribuído dentro de um tempo. Sabemos que a comissão de frente tem que chegar ao meio do desfile com tantos minutos, que o quarto carro tem que entrar na avenida e virar naquela curva com tantos minutos. Tudo é cronometrado. Algumas escolas não trabalham dessa maneira, até por falta de conhecimento. A gente faz. Você perde pontos se mexer no andamento. Se a escola entrou em um andamento e de repente começa a correr, o jurado pode tirar pontos. Você perdeu a evolução, a harmonia do desfile.

### **Sobre o aspecto estético, como você pensa a composição das alas?**

O que vai te dar essa ordem, a princípio, é a história que você vai contar. Agora, como você vai se comportar de ala para ala, depende de uma projeção dentro do tapete. O tapete é aquilo que você vê de longe, aquele mar de gente. A gente faz a separação da palheta de cores na hora que está colorindo tudo.

### **Como se movimentam os carros alegóricos?**

É uma pergunta que eu me faço até hoje, como conseguir carregar aquelas coisas na avenida. Antigamente, existiam problemas técnicos. Com o crescimento do carnaval e a seriedade do espetáculo, hoje a liga das escolas não admite mais que a gente quebre o carro. Isso é muito bem olhado. É óbvio que alguns profissionais vão falhar. Mas o grande sucesso do desfile depende deles, porque se um deles falhar, acabou. Eu tive um exemplo, esse ano, o carro dos Jardins Suspensos da Babilônia: era um monstro, a gente começou a colocar as plantas em cima, toneladas de plantas. O carro começou a pesar. Talvez 10 mil litros de água tenham entrado nas caixas. Mais as pessoas. Parecia uma hora que o bicho ia sentar na avenida e falar: “Daqui não levanto mais”. Sempre é uma questão muito difícil. Você tem que ser extremamente cuidadoso com aquele segmento, que, na verdade, é o que aparece mais. Hoje a alegoria é o fundo da cena.

### **Quando você está desfilando, existe mesmo a relação do público com a escola?**

Ah, sim, sem dúvida. Existe o público direcionado, óbvio. Mas, no geral, se você entrou na avenida e está fazendo um espetáculo diferenciado, o público vai responder. Nesse ano, isso foi claro para mim. Você sente no olhar, no comportamento das pessoas, fica bem explícito. É muito legal você ter essa resposta do público.

### **E como é a questão dos camarotes?**

A gente tem várias vertentes sobre os camarotes. Primeiro, o erro arquitetônico. O camarote é uma grande caixa. Há paredes que atrapalham a visão. Também existem toneladas de gente à sua volta e mais uma tonelada atrás querendo trepar em cima de você. Para mim, o pior lugar para se ver o desfile de escola de samba é o camarote. Mas tem muita gente que se não importa, pois vai para o camarote para beber champanhe, não para ver o desfile. Há dois anos fui convidado para o camarote da Brahma. Quando cheguei lá dentro falei: “O que é que eu estou fazendo aqui?”. É um lugar meio escuro, meio baile, meio festa. Aí você ouve funk, rock, axé. As pessoas perambulando para um lado e para o outro. Muita azaração, muito desfile de moda. Coincidentemente, no fundo, tem uma janela que dá para o sambódromo. Nos outros camarotes é mais ou menos a mesma coisa. Agora, os camarotes das escolas de samba são outra coisa. Os presidentes compram esses camarotes exatamente para servirem aos convidados da escola, a um pessoal que vai realmente para ver o desfile.

### **Para terminar, fale de uma cena de outros carnavais que te marcou.**

Quando eu criei o carro do DNA, em 2004, na Unidos da Tijuca. Eu era um nobre desconhecido vindo do Grupo de Acesso e comecei a fazer um carro que era ferro puro. As pessoas olhavam para o carro, olhavam para mim, não me falavam nada, mas eu percebia o medo: “A escola vai descer. O que esse cara está fazendo?”. Eu estava com um problema técnico, o ferreiro não estava fazendo o carro nos moldes que eu queria. Chamei o presidente e pedi a ele que tomasse providência para que a gente conseguisse mudar a estrutura interior do carro, senão aquele carro ia desabar. Pedi outro ferreiro. E ele me deu outro profissional. O cara começou a mexer no carro e desabou dentro do barracão, sem gente em cima. Cheguei para ele e falei: “Preciso desse carro, vai ser a estrela do carnaval esse ano”. Quando o carro chegou na avenida, os empurradores – na época os carros não eram motorizados na Unidos da Tijuca – não queriam empurrar “aquele carro feio”. E aí as pessoas começaram a chegar na concentração. A coreógrafa do carro me chamou e falou: “Paulo, tem um jornalista que quer tirar uma foto do carro com as pessoas em cima. Posso liberar para subirem?”. Eu falei: “Lógico, pode liberar”. Deram a ordem, eles se organizaram na lateral do carro e subiram. Virou uma festa. Nunca mais vou esquecer. Todo fotógrafo que chegava pedia para subir. E os empurradores felizes da vida. Foi uma história que marcou bastante. Aliás, esse carro marcou tanto a minha vida, que o tatuei no meu corpo.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/paulo-barros/>

# Paulo Borges

Idealizador da São Paulo Fashion Week

**“A moda acaba sendo um funil de convergência do que a sociedade vive em um determinado momento. Retrata acontecimentos e desejos.”**

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 16 de abril de 2010, em São Paulo.

Paulo Borges

Paulo Borges, criador da São Paulo Fashion Week, acredita que é preciso visualizar a moda como manifestação cultural, e não meramente como um fenômeno de superficialidade capitalista. Esse conceito ajudou a conceber a mais importante semana de moda do país. “Moda é um processo de comportamento, não um processo de roupa; roupa é um instrumento. Se existe um movimento social importante, que exprime uma questão cultural, isso se reflete na moda.”

O olhar de Paulo sobre o tema é panorâmico, indo muito além do universo de tecidos e de passarelas. Ele se preocupa, por exemplo, com o futuro dos conhecimentos tradicionais brasileiros, com o artesanato, os bordados, os saberes familiares. E critica quando as bordadeiras são usadas para fazer rendas que serão vendidas a preço de ouro nos grandes centros. “Elas estão lá, sem nenhum tipo de incentivo para que se atualizem, para que possam transpor um saber clássico para uma realidade contemporânea.”

Para ele, Clodovil Hernandez e Dener Pamplona são os responsáveis por catapultar a moda nacional a um outro patamar de compreensão ao usarem temas da brasilidade nas roupas. Ele só espera que os clichês – do carnaval, da mulata, da caipirinha – sejam reciclados para que o boom criativo brasileiro no design continue em alta. “Você não sai na rua e vê um monte de gente bebendo e sambando na esquina. Não somos isso.”

## **Como você vê a aproximação da ideia da moda como cultura? Do dia-a-dia até a política institucional?**

Trabalho com moda há quase 30 anos e o grande desafio é exatamente romper essa linha imaginária que separa moda de um movimento de cultura. Primeiro por uma questão de preconceito. Depois, por desconhecimento. Não houve um diálogo, a partir dos anos 60 e 70, com a cultura. O grande movimento de moda que teve no país, encabeçado pelo Lívio Rangan, de 1958 a 1968, misturava teatro, música, moda e artes plásticas. Se a gente voltar um pouco mais na história, em 1922, o movimento modernista era completamente integrado. Não existia diferenciação de linguagens. Isso foi se perdendo. O movimento de desenvolvimento do país e do mundo foi distanciando as linguagens. Elas foram encapsuladas dentro de segmentos e isso é bem pouco moderno. O fato é que isso não exprime o que hoje a sociedade vive. O jovem, principalmente hoje, mistura todas as linguagens, olha para tudo, faz daquilo que está vendo um liquidificador. Moda é isso, um processo de comportamento, não um processo de roupa. A roupa é o instrumento. Cada produto tem uma escala de qualificação de 0% a 100% de inovação de design. E isso tem a ver com cultura. Porque é inovação,

tecnologia, design puro, artes plásticas, ilustração. A inspiração do universo da moda é completamente plural. Se existe um movimento social importante, que exprime uma questão cultural, isso reflete na moda. Da mesma maneira, o cinema e seus personagens contaminam a moda. Ela acaba sendo um funil de convergência do que a sociedade vive naquele momento. Retrata uma série de acontecimentos, de desejos. Vai moldando a cabeça de cada um com as ferramentas que cada um tem. É uma forma de metalinguagem mesmo. Hoje, isso ficou bem mais resolvido. Há o entendimento de que a moda não quer disputar um espaço de arte. Ela não tem que ocupar um lugar dentro de um museu ou de uma galeria – não no sentido da arte pura –, mas ela convive com isso, mistura os elementos. Nos meus 30 anos, venho fazendo isso: trabalhar uma cultura de moda, aproximar esses universos que ficaram muito distantes. O projeto da São Paulo Fashion Week, desde o princípio, era colocá-la dentro da Bienal, para aproximá-la da arte. A cada edição da São Paulo Fashion Week, a gente traz um tema e discute uma série de questões: do meio ambiente à arte. Fazemos essa relação, essa mistura. Hoje, há trabalhos feitos a quatro ou a seis mãos, que misturam desenho, ilustração, estampas, existem interferências. É um transitar de desejos e de criações.

### **Como essa cultura do vestir se transforma em moda? Das costureiras e alfaiates até os grandes magazines e marcas famosas?**

É como uma transferência hereditária. Os saberes manuais do Brasil são riquíssimos. E uma parte disso está se perdendo. Corremos um grande risco, porque as novas gerações não possuem mais interesse em herdar essa cultura manual. Elas preferem trabalhar em novas tecnologias. Estamos perdendo sistematicamente essa mão de obra preciosa, que traz uma cultura tradicional, que vem da história do próprio país. Não há um plano para dar luz a isso. O artesanato não dialoga com o ambiente do design. É preciso resgatar isso como um princípio de diversidade cultural. Para além do alfaiate e da costureira.

### **Floristas, chapeleiras, bordadeiras também?**

Bordadeiras e rendeiras também. Em cada região brasileira, há inúmeros tipos de fazeres manuais legítimos que correm o risco de desaparecer. Teares, tingimentos, bordados e costuras. É um trabalho absolutamente cultural, mas não só, porque se conseguirmos resgatar esses processos e trazê-los para o universo da moda, tudo isso se junta ao design. Estamos cansados de ver bordadeiras do interior da Bahia ou do Piauí levando um mês para fazer cinco metros de renda, que, depois, viram dois vestidos. Elas vão ganhar R\$ 300 por isso e quem

vendeu o vestido ganhar R\$ 5 mil. E ela está lá, sem nenhum tipo de incentivo, de fomento para que cresça, se atualize, transponha um saber clássico para uma realidade contemporânea. Como é que eu pego aquela ideia, aquele modo único de fazer, que nem sequer está registrado de forma escrita? É outro problema, é um conhecimento oral, não tem registro ou método registrado. Talvez uma das ideias pudesse ser o resgate e a sistematização dos processos e das informações para treinar novas pessoas. É uma forma de desenvolvimento social e de inclusão por meio da cultura – mas não como arte –, como diversidade.

### **Como criar uma política para sistematizar o conhecimento coletivo? Como trazer isso para o mundo da moda?**

Temos que pensar nisso. Se não fizermos nada, muitos saberes podem desaparecer. Aliás, já estão desaparecendo. Lembro que, nos anos 80, tínhamos uma riqueza de modelistas e de alfaiates no Brasil. Em seguida, nos anos 90, a alfaiataria da roupa brasileira já era feita no Uruguai, porque era mais barata. A lã uruguaia também era melhor do que a brasileira. Empurrou-se para a beira do abismo uma série de pessoas, de profissionais, que não conseguiram mais trabalhar. Ao pensar no alfaiate, que imagem vem a sua cabeça? Um velhinho com oculinhos, quase curvado, com aquela fita métrica na mão, com aquele giz de riscar o terno, quase como uma coisa do passado. Na verdade, o alfaiate e o modelista formam uma das profissões mais sólidas para a indústria da moda. Sem eles, não há criação de estilista que pare em pé. Você pode desenhar a roupa mais incrível do mundo, mas, se não tiver esse modelista, esse alfaiate, essa contramestre que é uma super costureira, de nada adianta. E o que vamos fazer com as rendeiras e com as bordadeiras? Se não houver um processo de aprendizado, de transferência dessa cultura, isso desaparece. Vai virar material de escavação: “Achamos uma renda, vejam!” (*risos*).

### **Fale sobre os primeiros grandes estilistas do Brasil: Dener Pamplona de Abreu e Clodovil Hernandes.**

Dener e Clodovil viraram quase figuras mitológicas do Brasil contemporâneo. Vestiram todos os estereótipos do personagem de um estilista. Caíram na cilada do estereótipo e se aproveitaram disso. Até para ficarem conhecidos, porque o momento do país era outro. O Brasil tinha uma economia fechada, o mundo era muito distante porque a tecnologia da comunicação ainda era precária. Tínhamos aquela divisão muito clara de que o mundo era o “primeiro mundo” e o Brasil era o “terceiro mundo”. Tudo era muito longe, tudo demorava mais para chegar aqui. Não tínhamos nada com a qualidade que o primeiro mun-

do desfrutava. Quando alguém viajava, voltava com as malas cheias. Era um supermercado. Vinha queijo, pasta de dente, desodorante, roupa, tecido. Não éramos turistas, éramos muambeiros de nós mesmos. Esse era o ambiente em que Dener e Clodovil nasceram. Não só eles, mas foram os que viraram ícones naquele momento. São duas figuras que defenderam desde o princípio uma brasilidade na moda, uma ideia de que ela poderia ter uma inspiração e um fazer brasileiro. Algo que olhasse para o país, para a nossa cultura, para as nossas riquezas culturais e naturais, para a diversidade da nossa raça. Nesse sentido, o Clodovil foi muito mais talentoso que o Dener. Lembro de uma campanha que o Clodovil fez para lançar o seu jeans. Era um cacho de banana inteiro revestido de jeans. Essa campanha era maravilhosa. Quer uma imagem mais brasileira do que um cacho de banana? E o jeans brasileiro? Tanto que, até os anos 90, o índigo brasileiro, o jeanswear brasileiro, foi dos mais importantes do mundo. Até hoje a nossa indústria do índigo está entre as três maiores do mundo. A moda como cultura é importante porque, além de passar uma imagem do país – da natureza, da arquitetura, da diversidade cultural – é uma ferramenta de inclusão social gigantesca. O que acabou acontecendo com o Dener é que ele assumiu vestir as mulheres mais importantes da época. Isso passou a ser uma referência: um estilista brasileiro vestindo a primeira-dama, as mulheres mais importantes e bonitas do país. Isso fez com que as pessoas passassem a associar o design brasileiro ao ambiente brasileiro. E o Clodovil, além de vestir pessoas importantes, fez um traço muito mais profundo na cultura brasileira. Há outra imagem forte de uma campanha do Clodovil para o lançamento de uma linha de praia dele. A foto era em um agreste, com uma mulher maravilhosa de maiô branco subindo no jegue. É muito corajoso isso. Está exatamente no ponto da diversidade cultural do país. E aí entra a questão das estampas, da influência da nossa cultura gráfica ou artística. As artes plásticas influenciaram muito o desenho de estampas do Clodovil.

### **E o outro lado desses momentos da moda? O que você acha do “New Look de Verão”, do Flávio de Carvalho?**

Aí temos que voltar para 1922, para o início do século passado. Sempre falo que nós éramos muito mais modernos em 1922 do que em 2002. O Flávio de Carvalho era, além de um grande artista, um grande transgressor da cultura. Ele transitava em vários ambientes, era um grande defensor da ideia de que moda reflete, além da cultura, o comportamento e o pensamento das pessoas. E quando ele criou esse new look do homem, que era o homem de saia, e fez uma passeata pelas ruas de São Paulo, era exatamente para dizer que o Brasil

tinha uma forma própria de ser, de viver e de se comportar [*o traje era um conjunto de saia e blusa usado por Flávio de Carvalho como paródia do new look feminino de Christian Dior; Carvalho é considerado o primeiro artista que misturou moda e arte*]. O Brasil precisava romper com a colonização cultural europeia, que era muito intensa. Esse movimento nasceu mais em função de transgredir, de refletir, de ser nacionalista, de olhar para seus valores, do que para lançar moda. O recado mais precioso é que aquilo serviu para falar: “Somos brasileiros, somos do jeito que somos. E somos muito bons desta forma”.

### **E como estão as pesquisas de materiais no Brasil?**

Ainda estão esquizofrênicas. Desde a época do Império, a primeira indústria que se fez no Brasil foi a têxtil. Ela passou a existir para fazer a roupa que era produzida para os escravos e para a segunda classe, porque a primeira classe da sociedade usava os tecidos europeus. Só que a nossa indústria começou a ficar tão boa que os tecidos passaram a ser consumidos para além dos escravos e da segunda classe. Aí falaram para Dona Maria, a Louca: “Olha, se essa indústria continuar crescendo, não se vai mais comprar tecido de Portugal, da Inglaterra”. Então ela mandou queimar a nossa indústria têxtil. O Brasil tem um histórico de capacidade, de sabedoria e de vocação para a indústria têxtil fabulosa. Houve um auge nos anos 70 e depois ela começou a entrar em declínio. Hoje, todo mundo produz muito bem. Até a China. Essa imagem de que os chineses só fazem brinquedinho vagabundo não existe. A China produz uma seda melhor do que a nossa e muito mais barata. E o que ocorreu, então, nesses 50 anos? Falta de planejamento, de investimento, de conhecimento, de visão de Estado. Essa indústria deveria ter tido uma política como existiu para a geração de energia e para os automóveis. Hoje, a nossa indústria é reduzida, não consegue atender a demanda do universo da moda. Existem milhões de matérias-primas hoje, isso tem a ver com tecnologia e com inovação, tudo faz parte dessa cultura de moda. O tecido pensa, o tecido respira, o tecido aquece, o tecido pega forma, o tecido é elástico, tem conforto; mas a gente não consegue ter mais todas essas tecnologias dentro do país. Daí a esquizofrenia. Ao tentar preservarmos o que ainda temos da indústria, se cria uma enorme barreira para que a própria indústria de design do Brasil possa trazer essa matéria-prima inovadora com preço competitivo. Ao fazer isso, torna o nosso produto não-competitivo para o mundo, torna-o caro. Quem não ouviu alguém se surpreender com o preço de determinada roupa no Brasil? Lá fora, você compra roupas com mais qualidade e mais baratas. É uma esquizofrenia maluca. Ao mesmo tempo que defende um pedaço do empresariado, você prejudica todo um fomento e todo um desenvolvimento do setor. Não é só a questão do negócio,

mas a sabedoria, o conhecimento, a inovação, a criação, a diversidade.

### **E como chegamos à São Paulo Fashion Week? Como ela começou?**

Quando comecei a trabalhar com moda, a economia ainda era fechada, a inflação era galopante e a gente não tinha uma ideia de moda como coleção, desenvolvimento, criação. A inflação não permitia isso, criou uma série de monstros. Um deles era que não se podia produzir nada com volume, porque você não conseguiria distribuir isso a tempo. Os preços mudavam diariamente. Dez dias depois de colocar aquele produto no mercado, ele já teria o preço alterado. Tudo era feito em baixa escala, era uma produção para o balcão. Daí surgiu, no Brasil, o fenômeno da “pronta-entrega”. Lotes e produções pequenas a cada semana. A gente ficou 30 anos nisso. Entrei na moda com este cenário. Quando comecei a viajar para cobrir moda em Paris, Milão, Londres, vi que tinha uma semana de moda e achei fascinante. Em Paris, por exemplo, os desfiles ocorriam dentro do Louvre, quer dizer, o maior museu do mundo abrigava o lançamento das coleções dos estilistas na França. Era final dos anos 70. Havia três tendas onde os desfiles eram apresentados. Cinco minutos depois que eu estava lá vendo as coleções, não conseguia mais prestar atenção na roupa. Olhava quantas modelos tinham naquela passarela, prestava atenção no *network*, no sistema, em todas as coisas. Falei: “Meu Deus do céu! Isso é um sistema!”. Queria aquilo para o Brasil. Mas, conversando com jornalistas daqui, eles diziam que o Brasil não tinha moda, que só copiava o mundo. Como não tinha indústria de moda? As pessoas se vestem, o ato de se vestir é uma representação de expressão de moda. Aquilo ficou na minha cabeça. Até que, em 1992, a Elite me encomendou um desfile para um concurso mundial de modelos. Eu topei com a condição de que fosse do meu jeito. Coloquei no palco um octeto de violoncelos com uma cantora lírica cantando as *Bachianas*; coloquei um grupo indígena, que fazia um ritual de chuva; e botei, no meio, as modelos desfilando roupas de jovens estilistas que ninguém tinha visto. Todo mundo ficou em choque quando viu aquilo, porque era quase Macunaíma na moda, uma mistura de coisas, de referências culturais brasileiras, nunca vistas na moda. Quando acabou, todo mundo queria saber o que era aquilo. Aí eu falei: “Realmente, o Brasil não sabe o que é *Bachianas*, quem é Villa-Lobos”. E isso me instigou ainda mais. A Cristiana Arcangeli me chamou: “Olha, adorei isso tudo. Quando você tiver um projeto de moda assim, eu patrocino para você”. Em 1992, nasceu a cultura do patrocínio para moda, depois que lancei o Phytoervas Fashion, que era um projeto só para jovens estilistas que começou com Alexandre Herchcovitch, Faúse Hatem, Walter Rodrigues, Ronaldo Fra-

ga e Marcelo Sommer. Todos nasceram ali, nesse projeto, que imediatamente criou uma convergência, uma atenção da imprensa, como se a gente tivesse acordado para o país, saído de um marasmo desde 1968 – quando o Lívio Rangan fazia os grandes espetáculos de moda que o Gilberto Gil, o Caetano Veloso, a Nara Leão, o Walmor Chagas e o Raul Cortez participavam. Era como se aquilo tivesse ressurgido como uma expressão do momento para falar de moda. Esse foi o embrião da São Paulo Fashion Week que, em 1996, nasceu realmente como um calendário de moda com mais de 30 desfiles abrangendo grifes do Brasil inteiro. Automaticamente ela foi compreendida pela imprensa e pelo mercado. Aliás, passou a organizar o mercado, que era extremamente solitário. Eram 30 mil empresas, 1,7 milhão de empregados, cada um trabalhando com o seu par. E a São Paulo Fashion Week fez com que tudo isso ficasse dentro de uma única panela, convergiu o processo e criou uma competitividade natural e saudável para o processo criativo. Começamos a dar *inputs* de cultura brasileira. A primeira São Paulo Fashion Week foi em homenagem a Cândido Portinari; a segunda, Lasar Segall. Comecei a trazer para discussão na imprensa que essas pessoas, Portinari, Lasar Segall, que eles desenhavam roupa. A gente foi nos museus, pegou os desenhos, expôs para as pessoas. Eu pedia para os estilistas olharem para aqueles desenhos e fazerem uma interpretação. A gente fez uma exposição com a roupa que o estilista fez naquele momento, a partir do desenho do Portinari. A São Paulo Fashion Week, hoje, é um evento mundialmente reconhecido: pela imprensa, pelos compradores, pelo público. É reconhecida e percebida pelo formato inovador e único. Nenhuma outra semana de moda é igual à São Paulo Fashion Week, porque a gente conseguiu trazer exatamente essa dinâmica de diversidade, de informação e de cultura, que em outros países – França, Itália, Inglaterra – não fazia mais sentido, talvez por já terem vivido aquilo em outro momento. A primeira semana de moda a transmitir os desfiles ao vivo pela internet foi a São Paulo Fashion Week, em 2000; Nova Iorque começou a fazer isso em 2009. Também foi a primeira semana de moda sustentável, que fez compensação de carbono, com toda a sua estrutura de forma reciclável ou reutilizada. São os conceitos modernos que trouxemos para a São Paulo Fashion Week. Ela é percebida como uma semana única. É igual às outras porque lança os desfiles, mas nenhuma outra traz discussões da sociedade, do ambiente, para além da moda.

### **Você falou do Phytoervas Fashion, dos estilistas que surgiram lá. Como fomentar os novos nomes, como pensar isso no Brasil?**

Quando chegou o ano 2000, a São Paulo Fashion Week já tinha cinco anos

e a gente tinha parado de fazer o Phytoervas Fashion para fazer a São Paulo Fashion Week. Todo mundo me pedia que eu fizesse de novo um projeto para jovens. Já percebia que havia uma safra de jovens que não tinham onde entrar. Criamos um outro projeto, uma evolução do Phytoervas Fashion. Foi o Amni Hot Spot, a primeira incubadora de moda. O que nós fazíamos? Nós não apresentávamos mais a coleção daqueles designers, como era no Phytoervas Fashion, ou na São Paulo Fashion Week; nós escolhemos em faculdades – e fora também, porque o Brasil possui muitos autodidatas – jovens que tivessem o talento para o design, mas que não tinham estrutura. Nós incubamos nove jovens estilistas para o projeto Hot Spot. Eles ganharam a coleção, o showroom, as consultorias técnica e de varejo. Fizemos esse projeto até 2006. Ele lançou uma outra safra de jovens estilistas, que hoje já está na São Paulo Fashion Week – a Neon, do Dudu Bertholini e da Rita Comparato; também o Wilson Raniere, o Samuel Cirnansck, a Priscilla Darolt, a Simone Nunes, a Erika Ikezili. Todos cresceram dentro do projeto. Aí percebemos que esse formato esgotou, porque o processo criativo e o processo de qualidade são dinâmicos, mas também complexos. Recolhemos esse projeto. Agora, estamos lançando um para criar uma terceira geração, que é o Movimento Hot Spot. O Movimento Hot Spot vai abranger o Brasil todo, várias áreas, não mais só a área de designer de moda. Vai ser uma plataforma plural que vai falar de 15 categorias profissionais que transitam nesse universo. Porque moda, hoje, é isso: é falar de artes plásticas, de fotografia, de arquitetura, de música, de cenografia, de tecnologia, de inovação, de distribuição. Haverá um prêmio anual para ideias. Então, é um fomento à inovação. Um grupo de curadores vai acompanhar e selecionar essas pessoas. Ao final de um ano – e a gente espera que seja em setembro de 2011 – haverá a primeira grande final desse movimento. E aí começa o processo de formar uma empresa júnior para esse segmento de jovens profissionais.

**Como você avalia o “império do efêmero”, ou seja, todo esse pensamento de ter que selecionar o mais bonito. Qual o impacto disso no processo da moda? É mais inclusão ou é exclusão também?**

A grande questão é que, um pouco como no futebol, a moda trouxe para o jovem, principalmente para as meninas, o sonho do sucesso e da riqueza. Isso é inerente à forma como a moda se tornou uma plataforma no mundo. A moda fala com o novo sempre. A moda fala com a autoestima, com desejos de colocar o indivíduo sempre para cima. Óbvio que isso contamina todo mundo muito rápido, porque ela só tem assuntos que as pessoas querem ver: uma

ideia nova, uma coisa nova, como é que eu vou ficar dentro daquele ambiente. E aí ela ficou muito popularizada. A moda sempre existiu, mas não no âmbito em que passou a ser discutida nas últimas décadas. Antes, o consumidor via a moda na revista e na vitrine, que já era traduzida para o seu olhar. Hoje, não. O consumidor vê a moda lançada no seu ponto inicial. Demoraram 15 anos para as pessoas entenderem que não é para pegar aquela imagem da passarela e sair na rua. Exatamente o mesmo tempo de existência da São Paulo Fashion Week. A plataforma de divulgação hoje é muito grande, chega em qualquer pessoa, não tem filtro mais. A falta de filtro faz com que essa informação chegue do ponto de partida ao ponto final sem nenhuma interpretação. Acabou por gerar uma grande discussão sobre moda e um grande desejo de referência, quer dizer: “Eu tenho que ser magra daquele jeito? Se eu não sou assim, então não está bacana?” Não é o que a moda quis dizer, essa interpretação decorre da falta de filtro que o mundo vive. Não há tempo de explicar: “Você não precisa usar dessa forma. Se você é mais gordinha, use uma roupa que é mais assim”. Mas a moda é, na sua expressão de lançamento, como um balé. Todo mundo pode achar lindo o balé; mas quem consegue dançar? Quem consegue ficar em pé numa sapatilha? O grande sentido positivo dessa esquizofrenia toda é que a moda deixou de ser o que era até os anos 80, ditada por meia dúzia de pessoas, criada dentro de seis ateliês dos grandes mestres mundiais da moda – Pierre Cardin, Bauman, Givenchy. Nos anos 80, a rua passou a nos influenciar. O próximo passo que a gente vai viver é exatamente essa desmistificação de que só pode ser isso ou aquilo.

**E o caso das Havaianas? Elas são um *case* de marketing, ou o processo criativo profundo que toca no jeito do brasileiro ser?**

É um ponto importante para entender a força que a moda tem como expressão de cultura, de identidade, de design. Havaianas era uma sandália de borracha, que não deformava e que não soltava as tiras, usada por pedreiros, por operários, pela massa do Brasil. Quando entenderam que elas poderiam trabalhar inovação, tecnologia, design e cultura, reinventaram a indústria inteira. Colocaram no produto informação de desejo, de design, da cultura brasileira, daquilo que somos. Conseguiram vender para o mundo uma identidade de Brasil, um *lifestyle* brasileiro. O Brasil é quente, tem quilômetros de praia, usar um chinelo é maravilhoso. São os elementos que transformaram as Havaianas. E aí você tem uma indústria com um desenvolvimento tecnológico enorme: várias tiras diferentes, estampas, customizações. Essa é a grande ferramenta industrial que possibilitou tra-

zer esse imaginário do Brasil para dentro do produto. Esse é o sucesso das Havaianas no Brasil e no mundo hoje.

**Como exportar a moda brasileira sem ir para o exótico ou para o caricato? E como fazer isso em relação às modelos também?**

A marca Havaianas consegue fazer isso e agregar tantas interferências estereotipadas porque ela será sempre a Havaianas. No caso da moda, do design, isso não funciona da mesma forma, porque você corre o risco de ficar em uma caricatura do que somos ou daquilo que as pessoas querem. O que o mundo ainda quer do Brasil? A diversão, a caipirinha, o futebol, a mulata. E a gente não pode se resignar a vender isso, porque nós não somos isso. Você não sai na rua e vê um monte de gente bebendo e sambando em cada esquina. O grande desafio, no caso da moda e do design, é conseguir mostrar criatividade. Quanto mais você conseguir expandir a sua capacidade de gerar desejo, mais se fortalece. O Alexandre Herchcovitch é um exemplo: ele é um dos estilistas mais reconhecidos internacionalmente; talvez seja o nome de designer com que o Brasil mais seja identificado. E o Alexandre não fala nada de Brasil na roupa dele, não tem interferência nenhuma que possa dizer assim: “Ah, isso é Brasil”. Mas ele é reconhecido pela sua criação, pela sua genialidade, pela sua transgressão. Uma vez o Alexandre fez uma coleção de Carmen Miranda e ficou todo mundo esperando o que ia vir: a coleção inteira era preta. Aí ele pegou alguns elementos que eram da iconografia da Carmen Miranda – por exemplo, um abacaxi – e fez um chapéu que era um abacaxi preto. Só se via a forma, mas não se enxergava. Agora, no imaginário do mundo, tem a moda praia brasileira, o biquíni brasileiro. Mas porque a gente conseguiu fazer com que isso ocorresse. Isso também começou com a São Paulo Fashion Week, porque, antes dela, a roupa de praia era maiô e biquíni. A primeira vez que a roupa de praia, o *beachwear*, entrou em uma passarela no mundo foi na São Paulo Fashion Week. Isso foi exportado para Nova Iorque, mas é inovação nossa. O Brasil é o grande criador de moda praia.

**A estratégia para a projeção, o conhecimento de marketing, de projetos, de estratégias, isso tem se qualificado no Brasil?**

Tem melhorado, crescido, está mais profissional. É necessário ter qualidade em tudo, porque o mundo é muito competitivo e tem pouco tempo. As pessoas se esforçam e se esmeram cada vez mais na capacidade de inovar. Agora, sempre falei que esse projeto de moda no qual me debrucei é um projeto de 30 anos. Ele faz 15 agora. Existem mais 15 anos pela frente de conquistas, de

concertos, de ajustes, de redirecionamento, de evolução. Só assim para se poder realmente criar um processo que ficou impregnado na sociedade de uma forma irreversível. A São Paulo Fashion Week não é para mim e nem é minha. É para o país, um processo coletivo. Só vai ficar impregnada na sociedade depois de duas ou três gerações. Hoje, quem tem 16 anos, que está no auge do consumo e nasceu com a São Paulo Fashion Week, acha que ela existiu a vida inteira. Isso faz parte do hábito cultural. É um processo tão consolidado que é irreversível. Posso ir dormir, me aposentar, ficar na chácara plantando couve e pescando, que isso já ficou impregnado no país. Esse processo não se desfaz.

**Em outras conversas deste projeto, vários entrevistados criticaram o fato de o Brasil só vender ao exterior uma imagem de alegria, sem mostrar a complexidade e a diversidade do país. Você concorda?**

Sim. Sou muito contra essa imagem que o Brasil tem para o mundo, e que o Brasil continua alimentando, do samba, suor e cerveja. É só ir agora para a Expo Xangai e ver o pavilhão do Brasil que fizeram lá. A gente ainda insiste em mostrar a caipirinha, o samba, o futebol e o carnaval, quando outros pavilhões, de outros países, falam da arquitetura, de design, de inovação. Então, a gente alimenta para o mundo essa imagem. Quem tem que quebrar essa imagem somos nós. A gente tem que parar de se ver como fazedores de alegria. É de dentro para fora, não é de fora para dentro.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/paulo-borges/>

# Regina Barbosa

Escritora e fundadora da ONG Ideário

**“Levamos cinema para quem nunca foi até um. O piso é a areia branca, o teto é o céu estrelado e a tela é a vela da jangada. Na vela parada, as imagens em movimento.”**

Entrevista realizada por Sergio Cohn no dia 26 de junho de 2010, em São Paulo.

Regina Barbosa

Regina Barbosa é escritora e fundadora da organização não governamental Ideário Comunicação e Cultura, que dirige desde 2002 em Alagoas. É autora do livro *Como Elaborar Projetos Culturais* (2007), referência brasileira em produção. Regina tem também dois livros de poesia publicados – *Ararinha-azul* (1994) e *Um Outro Um* (2001) –, além de vários infantis – o último é *Esta Menina Lia* (2004). É consultora do Sebrae/AL na área de cultura. “Desde muito cedo, nossa opção foi por aqueles que não têm acesso, que estão distanciados.”

Na Ideário, ela supervisiona o projeto Acenda Uma Vela, que há cinco anos exhibe filmes em velas de jangadas nas praias e em comunidades ribeirinhas. “A característica básica é a vela de jangada, seja na lagoa, no Rio São Francisco ou no Oceano Atlântico – Alagoas tem todos esses espaços de água”. O idealizador do projeto é o marido, o cineasta Hermano Figueiredo, que descreve a ideia como o “melhor cinema do mundo.”

Hermano, Regina e a Ideário carregam a influência do cineclubismo, da “vontade de gerar canais para mostrar os filmes”. Regina também é diretora de produção do filme *Calabar* (2007), vencedor do prêmio DocTV, e diretora dos filmes *Um Vestido Para Lia* (2009) e *DJ do Agreste* (2007). “Acredito que o grande ganho de todo esse trabalho com a Ideário é essa relação com o povo, de chegar até onde ele está, conversar, entender mais a sabedoria popular.”

## **O que começou antes, a produção cultural ou a ONG Ideário?**

A criação cultural, ou melhor, eu diria a criação artística. Era uma coisa mais de artistas fazendo seus trabalhos. Nós fazíamos outras coisas, mas cada um estava envolvido em uma área: um na publicidade, outro na pedagogia, outro no cinema. E foi da sede de se realizar artisticamente que surgiu a necessidade de profissionalização. A Ideário surgiu como um canal para desaguar algumas das coisas que a gente estava fazendo. Por isso, eu chamo isso de criação, pois antes a gente nem entendia direito o que era produção. A Ideário é uma organização não governamental que fundei e carreguei o piano por muito tempo, junto com mais algumas pessoas: Hermano Figueiredo, meu marido, na área de cinema; a pedagoga Marise Ciriaco e outras pessoas da área de literatura e de incentivo à leitura. Depois foram surgindo outros integrantes, geralmente pessoas que tinham se envolvido em algum projeto.

## **Há oito anos, quando nasceu a Ideário, como era o ambiente cultural em Maceió?**

Era muito mais precário. Em termos de produção cultural, só existiam aquelas pessoas que faziam o trabalho de mercado. Fomos nós – tanto em

produção cultural, quanto no trabalho como ONG –, que começamos a reivindicar uma lei de incentivo à cultura, a fazer os primeiros projetos e a ficar antenado com o que estava acontecendo fora de Maceió. Tínhamos um pé em Recife, pois eu morei muito tempo lá e outras pessoas também. Quer dizer, a gente estava fazendo coisas que estavam antenadas com o que estava acontecendo em outros lugares.

### **Qual era o objetivo inicial da Ideário?**

Fazemos um monte de coisas, mas no princípio o trabalho era de produção e difusão nas áreas de literatura e audiovisual. Nós tínhamos experiência em produção de livros, mas não conseguíamos fazer com que esse livro chegasse a livraria nenhuma. O mesmo ocorreu com um documentário, que não víamos como ele chegaria ao público. Havia algumas idéias relacionadas ao cineclubismo, pois uma pessoa do grupo era militante nessa área. O discurso cineclubista entrou muito forte, juntamente com a vontade de gerar canais para mostrar os filmes. Até hoje, o nosso trabalho está muito pautado em produzir, criar e fazer com que o resultado chegue ao povo. A Ideário é um espaço de ideias, de produção de conhecimento. Alagoas é um estado que possui os piores índices de desenvolvimento humano do Brasil. Problemas graves com a mortalidade infantil e com o analfabetismo. Os nossos ideais são os de produzir conhecimento e fazê-lo chegar ao público.

### **Como vocês pensam o fomento de um público?**

Estávamos em um dos estados com os piores índices de desenvolvimento. Sempre tivemos uma consciência política muito grande. Desde muito cedo, nossa opção foi por aqueles que não têm acesso, que estão distanciados. Não nos interessava fazer as coisas para um público com acesso aos produtos culturais. Alguns de nossos projetos têm muito essa cara de levar o cinema para locais onde as pessoas nunca foram a uma sala de cinema. É o caso do Acenda uma Vela [*projeto de cinema itinerante que exhibe filmes em velas de embarcações pelo litoral e interior de Alagoas*], que já existe há cinco anos. Nós buscamos muito a ousadia, a inovação, o fazer diferente. Nesse projeto, em lugares onde não há outra tela para exibição, projetamos os filmes em uma vela de embarcação. É super bonito, super poético. Hermano Figueiredo, o idealizador, sempre diz, de forma megalomaniaca, que é o melhor cinema do Brasil, porque o piso é a areia branca, o teto é o céu estrelado e a tela é a vela da jangada. Na vela parada, as imagens em movimento. O projeto é feito de forma muito gostosa e há uma interação muito grande com os pescadores, muita

conversa. Há todo um trabalho para chegar a essas comunidades e passar o filme. Temos depoimentos de pessoas que nunca foram ao cinema.

### **Quais são as etapas desse trabalho, da escolha do filme até a exibição?**

A característica básica é a vela de jangada, seja na lagoa, no Rio São Francisco ou no Oceano Atlântico – Alagoas tem todos esses espaços de água. Ao longo do tempo, o projeto foi mudando, se profissionalizando. Hoje, trabalhamos com muito equipamento e uma equipe super legal. Não que seja uma grande produção, mas no início fazíamos tudo praticamente sem grana, com duas ou três pessoas. Botávamos o equipamento dentro do carro e ao chegar ao lugar, a gente falava com um pescador, pegava a vela da jangada e passava o filme. Agora, o projeto tem apoio do Fundo Nacional de Cultura, já recebemos prêmios também. Estamos em outro estágio, mas sempre com essa característica: fazer uma pré-produção, escolher o melhor local, ver a tábua de marés, o tipo de jangada, saber se a vela é branca o suficiente, conversar com as pessoas. Antes disso, temos a etapa de seleção dos filmes. Hoje, por exemplo, temos um amplo leque de realizadores que mandam os filmes para serem exibidos. É o pessoal da Associação Brasileira de Documentaristas (ABD) e o pessoal ligado à animação. Há uma equipe que trabalha com isso. E tem ainda o momento de interação com a comunidade, muito importante. Priorizam-se os curtas-metragens por conta da interação com o público. Às vezes, pedimos para as pessoas levarem suas próprias cadeiras, incentivamos que desliguem a televisão, saiam de casa e vão para a praça, à beira da praia ou do rio.

### **Já virou evento fixo na agenda das cidades?**

Alagoas não tem nenhum festival de cinema, então essa é a mostra mais importante que acontece de forma regular. E não é só em uma cidade. Por incrível que pareça, nunca recebemos apoio do governo do estado ou das prefeituras. Por mais que o projeto tenha força e importância, ele corre o risco de acabar se daqui a um ano ou dois não houver mais o apoio do governo federal. Infelizmente, Alagoas é um estado com uma política cultural muito precária. Até hoje, não temos uma lei de incentivo à cultura realmente efetivada.

### **Em um estado com esse tipo de precariedade, como criar agendas culturais e garantir a permanência de projetos?**

Desde o início da Ideário, a gente se preocupava com isso e nos envolvemos bastante, inclusive na militância, para dar mais sustentabilidade a alguns projetos e tentar fomentar o trabalho cultural por lá. É um trabalho árduo exata-

mente por conta da visão local sobre produção cultural, que é muito precária. Há ainda uma visão antiga dos governos locais, embora tenha melhorado bastante com o incentivo da política federal. Quer dizer, ao fazer as diversas parcerias com os governos locais, o Ministério da Cultura de certa forma incentivava outro tipo de política. Hoje, há discursos bem diferentes daqueles que se ouvia há dez anos. Na prática, no entanto, ainda não temos tantas mudanças. Neste momento, por conta de já ter lutado demais, a Ideário encabeçou um manifesto pelo incentivo à cultura em Alagoas durante a última temporada do Acenda uma Vela [*o grupo lançou um manifesto convocando os artistas e a sociedade a apoiar a criação de uma política pública que substitua “a política de balcão e pires”*. Alagoas é o único estado do Nordeste que não possui nenhuma lei ou mecanismos de incentivo à cultura em funcionamento]. Conseguimos uma mobilização, buscando até outros segmentos. É uma luta.

**Como profissionalizar a produção cultural e fazer com que as pessoas possam viver disso, sem que seja um trabalho extra ou amador, no sentido bom e ruim da palavra?**

Essa é a minha principal preocupação, porque já não basta mais só trabalhar na cultura. Nós realmente precisamos ter condição de ser trabalhador da cultura e de ter qualidade de vida. Dá uma sensação de desencanto quando você trabalha e batalha muito, mas não tem os resultados financeiros para sobreviver daquilo. Eu, assim como muita gente, para conseguir criar e ver os meus trabalhos sendo realizados, fui entrando na produção. Acontece que a gente vai assumindo vários compromissos e, de repente, não sobra tempo para a criação artística. Isso me preocupa, porque há muitas pessoas que deveriam estar criando, mas estão produzindo ou gerindo. Aquele modelo em que o artista cria, o produtor produz e o gestor gere talvez até aconteça de forma muito bacana para os artistas que já estão bem estabelecidos e que possuem uma equipe de trabalho. Mas quem não possui essa infraestrutura, muitas vezes faz tudo isso e não sobra tempo para realizar a obra. Existem muitos projetos hoje que estão focados na produção. Na literatura, por exemplo, ainda são poucos os editais que realmente incentivam o escritor a fazer sua obra sem ter que lidar com toda a burocracia que possa vir de um projeto.

**Você escreveu o livro *Como Elaborar Projetos Culturais*. Sua impressão é que muita gente aprende na prática e na marra, porque entra muito crua na produção cultural?**

A produção cultural, nos últimos anos, foi se multiplicando. Vários gru-

pos, por estarem com sede de fazer o seu trabalho, foram aprendendo na marra a lidar com tudo isso. É claro que tem um curso aqui e outro ali, mas em diversos lugares do país, onde esse tema era uma grande novidade há 10 ou 20 anos, não existia praticamente nada a respeito nem nas universidades. Hoje, vive-se outra realidade. Nas cidades de interior, em diversas regiões do país, existe gente produzindo e com vontade de fazer, de aprender. Ainda não se dá conta da quantidade de pessoas que está entrando nessa área. Ainda não temos cursos e as universidades estão lidando pouco com esse tipo de segmento que, na verdade, nunca foi bem reconhecido profissionalmente. O fato de as pessoas estarem fazendo na marra é porque a cultura nunca foi encarada como uma área profissional.

**Quais são os pontos centrais que um jovem que pensa em ser produtor cultural precisa atentar para conseguir realizar um projeto?**

Eu diria que é preciso ter muita noção de planejamento, além de capacidade para gerir equipes e recursos. O projeto Acenda uma Vela é uma das experiências mais bacanas que temos na Ideário porque é o resultado de um trabalho de equipe. Não se deve fazer nada de improviso, o que é uma tendência comum na área cultural. Como vivemos das ideias instantâneas, às vezes acontece: “Olha como está linda essa paisagem! Vamos filmar isso em vez daquilo que planejamos”. Essa tendência é muito recorrente na área de cultura.

**Hoje existe uma discussão sobre pagar ou não pagar pelo produto cultural. Ao mesmo tempo, as pessoas estão percebendo que o trabalho voluntário também possui um custo. Como vocês lidam com essas duas questões?**

Já vivemos muito esse dilema, porque a gente precisava de equipe para fazer determinadas coisas, muitas vezes envolvia algumas pessoas que estavam fazendo aquilo pela paixão, se comprometiam em ir, mas não iam. Quando não tem pagamento, a coisa fica meio frouxa. Se as pessoas saem de casa, tem que ser para trabalhar e para receber. Quando não se estabelecem vínculos profissionais, acaba havendo muito desgaste. Como já trabalhamos muito com produção de livros, principalmente na área infanto-juvenil e de incentivo à leitura, algumas escolas ligam e nos pedem, sem qualquer tipo de planejamento, para que participemos de uma roda de leitura, por exemplo. Às vezes, a gente não consegue lidar bem com isso. Aí as pessoas dizem: “Mas vocês não são uma ONG?”. Elas acham que por sermos ONG temos que fazer as coisas na hora que elas querem, ou de graça.

### **Como você vê a relação com o Ponto de Cultura?**

A gente trabalhou como Ponto de Cultura e até hoje temos projetos ligados a isso. Desde o início, participei bastante do programa Cultura Viva, do Ministério da Cultura, de fóruns e de discussões. O programa é extremamente interessante, principalmente pela ousadia de envolver tantos grupos, indo para um país que está lá, bem esquecido. A verdade é que o programa é muito bonito do ponto de vista do conceito, mas não há uma estrutura estatal para abarcar essa quantidade toda de coisas. Esses grupos não estavam preparados para lidar com recursos públicos e com a burocracia. Não imaginavam a loucura que era fazer convênio com o governo federal pelo Fundo Nacional de Cultura, que é extremamente rígido, complexo, complicado. Muita gente foi entrando nessa sem refletir ou entender exatamente quais eram os compromissos que estavam assumindo. Depois, houve algumas mudanças, que foram bacanas – hoje, acho que já está bem legal. Mas foi um risco muito grande que se correu. A principal crítica é essa: a estrutura do governo federal que trabalha com os grupos culturais precisa mudar. A legislação do FNC para convênio com o governo de São Paulo, que tem uma puta de uma estrutura, é a mesma para o Ponto de Cultura de um grupo indígena do Pará ou para o grupo de folguedos de Pernambuco. Acho muito desigual. É preciso uma legislação mais flexível e também novos parâmetros. Existem formas para provar que esses grupos culturais, organizados em forma de ONG, instituto ou de grupo de teatro, estejam fazendo seu trabalho e sejam reconhecidos por isso, sem que precisem arcar com toda essa burocracia, porque ela gera uma camisa-de-força terrível. Acompanhei a agonia de muitos grupos e muitas figuras maravilhosas que tinham um trabalho e não deviam estar ali, quebrando cabeça para fechar uma planilha de prestação de contas. Hoje já mudou bastante, inclusive com outros parâmetros, prêmios e outras formas de prestação de contas. Os próprios convênios são mais simplificados. Eu sou a favor da total transparência. Tem que ter o controle e a comprovação. As pessoas têm que ter consciência de que quando se pega um recurso público, ele deve ser usado da forma mais correta possível. Infelizmente, existem, sim, muitas pessoas fazendo mal uso do dinheiro público. Mas para os casos daqueles trabalhos que já têm um reconhecimento público, não vejo necessidade disso, a burocracia só atrapalha.

### **A produção cultural traz muita informação. Isso influencia sua obra?**

Pode ser. Hoje eu tenho uma visão muito mais bacana do que é ser artista. Somos trabalhadores como outros quaisquer, só que trabalhamos com ideias. Viver esse mundo real, com todas as dificuldades e encarar todos os

desafios que a produção traz, gera um amadurecimento bem legal. É claro que alguns exageros são ruins, como muito estresse, correria e problemas financeiros ou de equipe. Mas, se não houver exagero, o trabalho como produtor é muito bom para abrir a cabeça, dá uma visão mais lúcida da realidade e do conviver com as pessoas. Acredito que o grande ganho de todo esse trabalho que eu realizei com a Ideário é essa relação com o povo, de chegar até onde ele está, conversar, entender mais a sabedoria popular e gostar disso. Isso foi um saldo bem positivo.

### **No mercado cultural, às vezes o produtor é visto como inimigo do artista. Não falta aos artistas entender melhor como funciona esse sistema, essa cadeia produtiva?**

Exato. É importante inclusive para se perceber que todos fazem parte dessa cadeia, cada um realizando uma parte bem importante para a coisa acontecer. Tivemos experiências legais na Ideário ao trabalhar coletivamente. Quando cada um faz aquilo que é sua expertise, aquilo que gosta, tem-se o respeito, a confiança e a torcida de todos do grupo. Quem edita bem, vai para edição; outro é muito bom na curadoria dos filmes, então vai fazer isso; quem sabe escrever, vai fazer livro. É claro que, na Ideário, nem sempre conseguimos isso de forma plena, porque geralmente a grana é pouca e uma mesma pessoa tem que desempenhar duas ou três funções. Mas eu gosto muito da ideia de trabalhar em grupo. Os conflitos existem – nós tivemos muitos –, mas sempre com essa necessidade de diálogo. Até porque ninguém está pegando o dinheiro do outro, não existe essa relação de lucro. Nunca gostei muito do capitalismo porque eu acho que a grana às vezes gera relações muito complicadas. Por exemplo, até hoje eu não me conformo muito com o que um escritor recebe para fazer um livro. Mesmo que ele venda muito, ainda vai ganhar bem pouco, porque tem a parte que vai ficar com o livreiro, a parte desse e daquele. Ao mesmo tempo, sei que tem um monte de gente trabalhando, existe um esquema montado para o livro poder ser vendido. Mesmo assim, acho que o escritor ganha pouco. É complicado.

### **O digital altera esse jogo de valores? Como a Ideário recebeu o impacto da cultura digital nesse processo?**

Sim, até porque fomos nos formando e, aos pouquinhos, usando mais as linguagens digitais, usufruindo desse formato colaborativo com uma visão do direito do público. Também trabalhamos cada vez mais a relação de direito autoral. Buscamos entender o conhecimento como uma coisa que, quando

passado adiante, é melhor. Ao longo de quase 10 anos, fomos entendendo a linguagem digital para usá-la em benefício do trabalho colaborativo.

**Conte um pouco sobre seus planos para o futuro. Você está escrevendo?**

Estou me afastando um pouco da Ideário. Embora eu vá estar sempre por perto, talvez como consultora, tem outras pessoas lá se envolvendo mais. Já carreguei muito o piano e foi uma luta para fazer outras pessoas assumirem, porque ninguém queria trabalhar loucamente, como já trabalhei. Agora quero ter mais tempo para a literatura, mas vou continuar também com esse pezinho na produção. Estou buscando um pouco mais de subjetividade, um pouco mais da minha vida pessoal. Nos últimos anos, trabalhamos e produzimos alucinadamente. As pessoas que nos conhecem ficam impressionadas: “Como vocês conseguiram fazer tanta coisa?”. Isso dá orgulho e é bacana, mas chegou a hora de ter um pouquinho mais de tempo para outras coisas.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/regina-barbosa/>

**“Os escritores não sabem mais quem são seus leitores. Em Passo Fundo, eles encontram o seu leitor. Isso é um diferencial.”**

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 17 de abril de 2010, em São Paulo.

Professora há 40 anos, Tânia Rösing leciona língua portuguesa e literatura brasileira há 36 anos na Universidade de Passo Fundo. É graduada em pedagogia e letras e doutora em teoria literária. Suas pesquisas estão centralizadas na leitura e na formação do leitor. Mais do que pesquisadora, é produtora de um dos principais e mais duradouros encontros literários do país, realizado em uma cidade do interior do Rio Grande do Sul. Passo Fundo abriga desde 1981 as Jornadas Literárias, um encontro dos escritores com seus leitores. Rösing já realizou 14 edições do evento.

A produtora considera um “descompromisso” e uma “irresponsabilidade” colocar escritores frente a frente com leitores sem que estes conheçam as obras literárias. Adotou então uma metodologia de trabalho que estimula a leitura das obras antes dos encontros. “Em Passo Fundo, o escritor encontra o seu leitor, e isso é um diferencial”. Por sua liderança, já recebeu vários prêmios, mas sente um “estranhamento” quando perguntam sobre o fato de um programa sólido de literatura acontecer em uma cidade interiorana.

“É como se uma cidade pequena não pudesse pensar grande”. Rösing diz que, apesar dos inúmeros concursos de literatura, a impressão é que a produção não tem crescido e que parece “faltar grandes temas” para os escritores. Quando fala de políticas públicas, a professora acha que a solução para aumentar os leitores no Brasil está na formação de professores a partir de iniciativas locais duradouras. “O valor destinado pelo governo às prefeituras, para as bibliotecas e escolas, não tem a contrapartida da formação dos professores que possam trabalhar com estes materiais”.

### **Que livros você lia na infância e na adolescência?**

Eu tive uma formação literária diferenciada. A minha mãe é uma pessoa muito religiosa e nós pertencíamos – e eu pertencço ainda – à Igreja Metodista. Então fui iniciada no gosto pela leitura literária por meio de episódios bíblicos. A história do Noé, a história de Zaqueu. As histórias que me eram contadas eram episódios que a Bíblia relata sobre Jesus Cristo. E a minha mãe contava e cantava. Ouvia a mesma história muitas vezes, porque era muito gostoso, havia uma modulação de voz. Em seguida, aos oito anos, lembro de ter lido *O Pequeno Príncipe* [1943, de Antoine Saint-Exupéry], e aos 11 anos lembro de ter lido *Pollyana* e *Pollyana Moça* [de Eleanor Hodgman Porter, lançados em 1913 e 1915], que foi um presente da minha mãe. Aos 10 anos, um colega meu de escola, que era de uma família rica, ganhou de presente toda a coleção do Monteiro Lobato. Como a gente se dava muito bem, ele me emprestou. Então aos 10 anos eu li Monteiro Lobato inteiro, um a um. Aos 14, lembro de ter lido

escondido *Bom Dia, Tristeza*, de Françoise Sagan, que era uma leitura proibida, a gente lia dentro de um livro de geografia [*romance tornou-se símbolo da juventude francesa e foi adaptado para o cinema em 1958*]. Essas foram as experiências marcantes.

### **Esse deslumbre fez com que você seguisse o caminho da literatura?**

O papel da minha mãe foi fundamental. Ela gostava de ler, embora não tivesse um alto nível de escolaridade, e em voz alta, o que foi me estimulando. A gente lia junto, compartilhadamente – é a expressão da moda agora, leitura compartilhada, que é a leitura em conjunto, a família junta. E com isso eu fui desenvolvendo o gosto pela leitura. Eu lembro que ela reclamava, me pedia para arrumar o quarto, mas se eu encontrasse um livro ou uma revista já interrompia a tarefa. Aí ela dizia: “Hoje não é dia de ler, hoje é dia de limpar o quarto”. Eu lia muito. Lia coisas relacionadas à igreja, revista *Bem-te-vi* [*publicação da igreja metodista voltada ao público infantil*], revistas que apareciam e os livros que ela ia comprando.

### **Passo Fundo tem o maior índice de leitura do Brasil, 6,5 livros por habitante ao ano, muito maior que a média nacional, de 1,8, segundo dados de uma pesquisa Ibope de 2007. Sempre foi assim?**

Não. Um movimento pela leitura mais efetiva foi desencadeado em 1981, quando foram criadas as Jornadas Literárias, a partir de uma conversa que tive com o escritor Josué Guimarães. Eu me queixava para ele do curso de letras. Era uma mesmice, uma chatice, é uma repetição de ações. Ele me perguntou o que eu pretendia fazer para melhorar. Falei da ideia de organizar uma jornada literária com a participação de escritores do Rio Grande do Sul. Mas que fosse um evento diferenciado. Queria primeiro ler as obras com os participantes e depois trazer os escritores. Mas eu duvidava que os escritores atendessem ao convite de uma professora que ninguém conhecia. O Josué achou ótima a metodologia e se ofereceu para levar os escritores. Eu organizava em Passo Fundo e ele fazia os convites. Foram oito escritores no começo: Carlos Nejar, Moacyr Scliar, Antônio Carlos Resende, Cyro Martins, Armino Trevisan, dois jovens que teriam futuro como escritores – Deonísio da Silva e Sérgio Caparelli – e o Mário Quintana, que já não fazia mais conferência, pois tinha 75 anos na época. E no movimento de pré-jornada, ou seja, naquela leitura antecipada, apareceram 250 professores de diferentes áreas do conhecimento, professores de matemática, de história, de geografia e de língua portuguesa. Já se estabeleceu um contato interdisciplinar na leitura. Nós não sabíamos

quantas pessoas iam participar do evento porque a inscrição era feita nos três dias anteriores. E apareceram 750 pessoas na 1ª Jornada Sul-Rio-Grandense de Literatura, em 1981. No momento da avaliação com o Josué, nós vimos que realmente foi um sucesso. Principalmente porque não teve o ranço acadêmico. Um seminário, uma jornada, ela não pode ter o ranço da academia ou ser cheia de protocolos. A leitura precisa ser tratada de forma agradável para que as pessoas realmente possam se envolver com o tema e colocar seu conhecimento prévio a serviço daquela leitura, dentro de um protagonismo do leitor, que é o que a gente defende.

### **Por que escolheram o nome “jornada”?**

Sabe que eu não sei porque surgiu. Achei à época que seria somente este encontro e nada mais. Acho que o nome foi uma sugestão do Josué. Eu já me fiz esta pergunta, mas não sei porque “jornada”. Hoje ela tomou outra dimensão, que envolve outras coisas muito mais amplas. Mas talvez tenha vindo desse tom inicial, dessa aproximação, a desmitificação do escritor, a aproximação com o público. O escritor sabendo quem é o seu leitor. Porque as pessoas passam hoje o livro para a rede e este livro toma o destino que ninguém sabe qual é. Não sabem mais quem são seus leitores. Em Passo Fundo, o escritor encontra o seu leitor. Isso é um diferencial.

### **Que balanço você faz das jornadas literárias realizadas até hoje?**

Foram 14 edições. A primeira foi só estadual e as demais de abrangência nacional, organizadas bianualmente. Em toda essa trajetória nós mantivemos a mesma metodologia: focar a atenção na leitura prévia. É um descompromisso e uma irresponsabilidade colocar um leitor diante de um escritor sem o conhecimento da obra dele. Precisamos ter respeito ao escritor e também, mais do que nunca, um respeito ao leitor. Ele precisa saber o que será discutido, precisa ter sua história pessoal respeitada, sobretudo sua possibilidade de interferência no debate. Aumentamos o número de escritores ao longo do tempo e mantivemos a metodologia. Desde a primeira programação nós envolvemos ações culturais com outras linguagens, já preparando este leitor para a pintura, para a escultura, para a música, para a dança e para o teatro. Essa ampliação do universo da leitura, que hoje é evidente a partir do uso da internet e de toda inovação tecnológica, nós perseguimos desde 1981. Ampliamos a programação de acordo com os participantes. Por exemplo, os cursos matutinos surgiram porque em 1985 um dos participantes me disse que viria para a jornada e ficaria quatro dias com as manhãs livres. Em 1988, criamos os

primeiros cursos nas áreas de língua portuguesa e de literatura. Depois, nós ampliamos para cursos na área de comunicação, de história e sobre questões literárias misturadas com sociologia. E só então vieram os de teatro, os de música e os cursos na área de ensino. Até 1988 o evento se pagou, porque não eram tantas as ações. A partir de 1991, com as ampliações e o aumento da quantidade de atividades, o custo aumentou. Busquei então o apoio da prefeitura, comandada na época pelo engenheiro Airton Langaro Dipp. Apresentei minha intenção de dividir lucros e perdas do evento. Cada parte entrou com 50% e nós conseguimos, inclusive, um superávit. A trajetória foi essa, o evento foi sendo ampliado. O local foi mudando ao longo do tempo também: um salão, depois o ginásio de esportes da Associação Atlética Banco do Brasil, depois um circo montado no centro da cidade. Mais tarde passou para o campus universitário, ampliamos as ações das manhãs, o número de escritores e artistas, incluímos contadores de histórias, shows, cinema, mostras de filmes.

**O ensino de literatura no Brasil sofre críticas por trabalhar apenas com autores mais antigos ou já mortos. Vocês trabalham com autores novos, com uma temática nova, que abordam um cotidiano jovem, e tratam de temas que seriam tabus em muitos lugares. Como é a recepção dessa nova literatura por parte dos jovens?**

Defendo que o trabalho feito no mestrado ou em qualquer universidade brasileira tenha que resultar em modificações na escola, no ensino fundamental e médio. Se nós trabalhamos com um público massivo, que é predominantemente de professores, temos de apontar caminhos. É fácil falar de escritor morto. Contudo, ao trazer escritores novos, jovens, o diálogo se efetiva não só na leitura do livro. Muitos autores disponibilizam o endereço eletrônico, então é possível criar um vínculo do leitor por e-mail também. Este escritor se disponibiliza a responder às perguntas. Temos trazido a literatura atual e também escritores da Academia Brasileira de Letras, acadêmicos que nos dão a importância de se trabalhar os clássicos. Estamos preocupados em valorizar a produção atual brasileira e fazer com que as pessoas conheçam quem são os ilustradores, os autores, quais são as temáticas. Aliás, este é um elemento novo na nossa trajetória. Começamos a introduzir temas nas jornadas literárias. O primeiro tema foi introduzido na décima edição: “Vozes do terceiro milênio e a arte da inclusão”. E falando da questão da inclusão, descobrimos em nossa cidade um livro produzido por um grupo religioso que estava proibido pela Justiça de circular. Ou seja, em Passo Fundo havia um livro proibido por choque ideológico. Outro tema foi

“2001 – uma jornada na Galáxia de Gutenberg: da prensa ao e-book”. Conseguimos trazer de Mainz, na Alemanha, uma réplica da prensa do Gutenberg, coisa que as pessoas achavam impossível. Enfim, a questão do tema é muito enriquecedora, damos um foco para as discussões mais diversas. No ano passado, trouxemos escritores e intelectuais que discutem arte e tecnologia.

Para resumir, penso que trazer os escritores novos, com obras que estão no mercado agora, é uma forma de apontar caminhos para que as escolas possam se interessar na leitura. É bom salientar que o Ministério da Educação e o Ministério da Cultura estão colocando um acervo riquíssimo, de coisas atuais, nas mãos das escolas. O que está faltando é levar esses acervos para um público em formação. O nosso objetivo é formar os leitores para que esses acervos saltem das prateleiras e sejam dinamizados. O valor vultoso destinado pelo governo às prefeituras, para as bibliotecas municipais, para as escolas, não tem a contrapartida na formação dos professores para que eles possam trabalhar com estes materiais. Nós nos dispusemos a desenvolver uma metodologia de leitura anterior, oferecendo sugestões e práticas de leitura multimedias. Não podemos mais deixar de trabalhar o literário, a internet, o filme, a pintura, a escultura, a música, enfim, tudo que possa enriquecer aquela leitura e fazer a transdisciplinaridade. Isso é uma tônica importante, valorizar o escritor que está no mercado, que tem qualidade e também desenvolver as parcerias com as editoras.

**Como vê a relação da universidade com essa literatura nova? Existe atenção acadêmica ou a universidade continua conservadora em relação aos autores estudados?**

Colocando a universidade como um todo, como instituição, eu vou usar a palavra ranço. Há coisas que entram na academia e coisas que não entram na academia. Por exemplo, nós estamos trabalhando com um ensino de literatura que parte do envolvimento com a obra. É aí que se faz a formação do leitor. O que a academia faz é trabalhar com periodização. Ela trabalha o arcadismo, o romantismo, o simbolismo, o pré-modernismo, o modernismo, tudo que não se entende como um processo complexo. Porque a literatura traz elementos da história, ela é contextualizada, evidentemente. E há os elementos que são baseados no real. Então temos história e literatura, sociologia e literatura. Nós não podemos trabalhar de forma fragmentada. Agora as pessoas dizem que com a internet nós precisamos trabalhar a literatura a partir do hipertexto. Mas ele sempre existiu! O que é o hipertexto? Você está lendo um livro e por não ter uma informação você vai buscar em uma enciclopédia, vai buscar em

um dicionário. São informações sobre palavra ou sobre a biografia do autor. Um texto mais um dicionário mais uma enciclopédia. Isso é hipertexto.

**Da mesma maneira como *A Máquina do Mundo*, de Drummond, vai trabalhar com Camões, que por sua vez trabalha com a Bíblia.**

Exatamente. Aí você tem a intertextualidade, intertexto. O livro *Educação na Cibercultura: Hipertextualidade, Leitura, Escrita e Aprendizagem*, da Cecília Ramal, possui o texto impresso e os códigos à direita. Retângulo tracejado é um sinônimo, depois um quadrado pontilhado é uma definição. Tudo no projeto gráfico, no texto impresso. A nossa cabeça já é uma cabeça hipertextual. Isso é mais do que o uso da internet. Precisamos fazer com que as pessoas entendam a perspectiva da leitura, da literatura. É muito atual falar em letramento literário, mas ele precisa começar primeiro pelo professor. E ele não é um leitor! Estamos conseguindo resultados muito mais significativos com crianças e adolescentes do que com professores. Em Passo Fundo, temos também o que chamamos de “Livro do Mês”. Cada mês vai um autor a Passo Fundo. Mês passado foi o Joel Rufino dos Santos. Foi escolhido um livro dele, que foi lido pelos alunos de letras, e depois foi feito um seminário com esses alunos e o autor. E também com os alunos de sétima e oitava série do município. São escolhidas quatro escolas por vez, a prefeitura compra 200 livros e os alunos leem. Você precisa ver a desenvoltura dos alunos das escolas municipais diante do escritor. É maravilhoso! Eles dominam o livro e questionam o autor. Com o Joel Rufino falaram sobre exílio e ditadura, coisas que aconteceram muito antes de eles nascerem. Ainda existe outro seminário com escolas estaduais e particulares, mas os melhores alunos são os municipais.

**Como é produzir uma jornada literária em uma cidade do interior brasileiro?**

Em 2003, conseguimos, por meio do consulado, a presença do contista alemão Bernd Cailloux que ficou surpreso e demonstrou até indignação com o fato de haver no Brasil uma cidade interiorana, e não uma capital, com um projeto tão sólido. Pude perceber a surpresa no Sérgio Paulo Rouanet também, quando ele foi a Passo Fundo como convidado da Academia Brasileira de Letras. Quer dizer, essa surpresa causa em nós um certo estranhamento, como se uma cidade pequena não pudesse pensar grande. Sempre perguntam por que isso não pode ser feito em São Paulo ou no Rio de Janeiro, mas isso pode ser feito em qualquer lugar! Agora, o que nos sustenta em Passo Fundo é essa vontade de fazer. Não recebemos nenhum tostão pelo trabalho. Eu coordeno isso há 29 anos, sem querer ser vereadora, sem querer ser deputada,

sem querer ser reitora, sem querer ser prefeita da cidade. E as pessoas que trabalham junto têm essa certeza. Estamos trabalhando para ampliar a vontade das pessoas lerem. Isso é o diferencial. Pode-se fazer em qualquer lugar, inclusive em Passo Fundo. E é lá que acontece, foi lá que foi criado. Seria muito bom se isso se repetisse em todos os lugares do Brasil, desde que houvesse o mesmo espírito e essa preocupação permanente. E sempre me perguntam como fica o projeto quando eu sair, mas eu tenho um grupo muito forte. Um grupo que acredita, que trabalha e que sustenta. Nada é feito sozinho.

**O que você pensa dos festivais e eventos de literatura no Brasil?**

É óbvio que é altamente positivo realizar mais e mais eventos que promovam a literatura, a música, a pintura, a dança, a dança folclórica. Tudo o que coloque em alta o viés cultural, a manifestação cultural. Mas geralmente os eventos hoje terminam como iniciaram. Há um ápice e então acaba a movimentação. Festivais, feiras, bienais têm este viés.

**Como pensar uma política no Brasil que ajude a democratizar não só a leitura, mas o direito a ter um livro?**

O problema todo está na formação do professor, que não é leitor. O Brasil teve um programa chamado Literatura em Minha Casa, em que os alunos da quarta e quinta séries ganhavam livros para levar para casa e iniciar a constituição de sua biblioteca. Mas o que aconteceu foi que os livros ficaram fechados na grande maioria das escolas brasileiras, e outros foram vendidos a sebos. Não aconteceu a leitura compartilhada na escola nem a entrega do livro para as pessoas poderem iniciar suas bibliotecas. Evidentemente, ter o livro em casa é altamente estimulante, é uma coisa muito boa, é o meu livro, é a minha prateleira de livros, não é? Mas nada disso vai funcionar se não tivermos professores leitores, porque são eles que deveriam dar o estímulo. É claro que a classe mais pobre, entre comer e comprar o livro, escolherá comer. Mas o caso não é esse. É que o livro não é um objeto imprescindível para as pessoas. É preciso haver uma valorização do livro. Nós desenvolvemos o programa Sacolas Circulantes, dentro do Centro de Referência em Literatura e Multimeios da Universidade de Passo Fundo. Nós temos 35 livros em cada sacola e emprestamos gratuitamente aos professores. Os livros ficam 10 dias na escola e podem ser renovados por mais 10 dias. As crianças também podem levar os livros para suas casas. Então há uma forma de posse, o livro fica na casa das crianças. Mas acho que é outra cultura que nós temos de desenvolver, que é a do compartilhar. Nem todo mundo pode assinar uma

revista, mas você lê uma revista em um dia e nos outros cinco dias ela fica ali jogada. Então por que não compartilhar? Eu acho que indo por aí nós começamos a desenvolver um gosto pela literatura. Nós criamos túneis ade-sivados com textos literários e espalhamos em Passo Fundo. A cada quinze dias trocamos os textos. Estamos trabalhando isso há dois anos. Não é um projeto que estimule a posse, mas é um estímulo à leitura. As pessoas vão caminhando, lendo e se divertindo. Passando por um processo de letramen-to literário sem se dar conta, lendo coisas de qualidade.

### **Existe relação com o universo literário do Mercosul?**

Eu participei do Congresso Ibero-americano de Língua e Literatura Infantil e Juvenil, em Santiago, no Chile, onde estavam escritores, ilustradores, pro-dutores culturais e literatos de 17 países. E fiquei muito feliz em descobrir a produção ibero-americana, ela é muito grande e de muita qualidade. Nós estamos de costas para estes países e para sua produção. O encontro me deu estímulos para envolver esses países no trabalho que desenvolvemos em Pas-so Fundo. Mas é muito difícil. Nós tentamos os contatos via editoras, mas às vezes elas conseguem trazer e às vezes não. E as embaixadas não têm mui-to interesse. Como produtora cultural e dinamizadora, é preciso usar peito e raça, senão não acontece. Nós temos esse fechamento no Mercosul. É difícil trabalhar com a Argentina, é difícil trabalhar com o Uruguai. O Paraguai não tem tantas coisas. Vi um pouco de abertura no Chile, porque começamos a trabalhar com a bibliotecária número um de lá, a Constanza Mekis, que criou o programa das bibliotecas CRA (Centro de Recursos para el Aprendizaje).

### **O que são as bibliotecas CRA?**

A partir da implantação de computadores doados pelo Bill Gates para to-das as bibliotecas chilenas, criou-se um programa de biblioteca escolar. Den-tro deste programa há um conjunto de ações, distribuídas em oito arquivos ou álbuns, que devem ser seguidas pelo professor ou pela pessoa que chega nessa biblioteca. Dentro das ações existem orientações sobre livros para ver, que são os álbuns, livros para ler, que são as narrativas, e livros para ler em conjunto, trazendo para dentro da biblioteca a família. A Constanza Mekis é uma artista, ela trabalha todas as linguagens nesse projeto. Quando ela faz uma conferência, enquanto está falando do trabalho, sustentando teorica-mente, ela de repente tira os sapatos, coloca uma música e começa a dançar. Depois ela sempre pergunta ao público se querem que ela leia uma receita, um poema ou um conto. Em uma dessas, eu solicitei que ela lesse uma receita.

E ela não só leu a receita, que era de um pão, como me deu o pão que ela já tinha pronto.

### **O que você acha da diversidade de títulos nas editoras brasileiras?**

O mercado tem as suas regras. Há lugar para outras editoras que não são tão grandes, desde que estas editoras se disponham a fazer um trabalho diferenciado. Por exemplo, as editoras universitárias são mortas, pois não conseguem colocar seu material à disposição. Nós editamos na universida-de sete livros sobre práticas leitoras para uma cibercivilização, o último foi no ano passado. Agora mudamos o esquema. Como no Centro de Referência de Literatura e Múltiplos (CRLM), nós fazemos práticas leitoras para edu-cação infantil, da primeira série ao ensino superior, então resolvemos criar roteiros de leitura dessa prática específica, a partir de um tema que é Arte e Tecnologia: novos desafios. Cada professor que levar sua turma lá no Mundo da Leitura [*parceria entre a Secretaria Municipal de Educação e a Universi-dade de Passo Fundo para estimular a leitura em crianças e adolescentes*] vai receber este roteiro. Vamos desenvolver uma atividade dentro do CRLM e o professor sai com este roteiro para a escola, onde ele deve dar continuidade. Então eliminamos o livro e criamos estes roteiros. A atividade não termina quando eles saem do CRLM. O que me interessa é o movimento permanen-te. A movimentação cultural permanente.

### **A gente discute as políticas, a falta de livrarias e de bibliotecas porque o número do mercado de livros no Brasil são muito pequenos. O brasi-leiro não gosta de ler?**

O problema está na falta do estímulo. As pessoas não leem porque não há estímulo de leitura, e não há estímulo de leitura porque não há leitores na escola, professores leitores. A escola é o lugar com maior potencial para isso, com maior capilaridade. Se esta escola não se propõe a estimular a criança e a família, fica difícil. Por outro lado, como ela vai estimular uma pessoa que trabalhou a semana inteira, que está cansada, que está mais a fim de levantar suas pernas e descansar um pouco, e que não está em situação de se envolver, por exemplo, com contos tradicionais que trabalhem a questão da peraltice? Então eu entendo que não é só a escola. Na biblioteca pública também temos uma situação. Quem está na biblioteca são pessoas que não estão preparadas. Mas nós só vamos ter o aumento desta leitura à medida que tivermos estímulo. Estou há 29 anos nessa insistência. A maior parte dos projetos é desenvolvida por cinco ou dez anos e depois as pessoas desistem. Trabalhando com profes-

sores da rede estadual percebo o quanto estão desestimulados e desmotivados. É uma questão cultural. Eles ganham R\$ 500, mas mesmo que ganhassem dez vezes mais o desestímulo com relação à leitura seria o mesmo. Porque eles não têm ideia do que seja envolver-se, por exemplo, com o acervo disponível da cultura indígena. Eles não têm ideia nem do que seja envolver-se com a cultura afro-descendente. Eles não se envolvem. Eles não estão interessados em saber, por exemplo, o que é o grafite, como se dá a evolução do grafite para uma arte de rua. Isso não os atinge. Se nós não motivarmos as pessoas com ações na comunidade, passando pela escola, pela biblioteca municipal, pelas associações de bairro, não vamos conseguir alterar este nível.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/tania-rosing/>

# Tindaro Silvano

Coreógrafo

**“O Brasil faz fusões de linguagens muito bem. Ao mesmo tempo, não temos uma escola de dança clássica refinada, um padrão de bailarinos. Criamos a escola da fusão.”**

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 17 de abril de 2010, em São Paulo.

Tindaro Silvano

O mineiro Tindaro Silvano começou a carreira artística no teatro e ainda jovem fez a transição para a dança. Com o início tardio na dança, como a maioria dos homens bailarinos no Brasil, não teve tempo de moldar o corpo para o balé clássico e sofreu com isso como profissional. Formado pelo Palácio das Artes, em Belo Horizonte (MG), com o professor Carlos Leite, estudou também com mestres da dança como Hugo Dellavalle e Bettina Bellomo.

Silvano já dançou com as companhias do Palácio das Artes (MG), do Ballet Guaíra (PR), do Ballet Gulbenkian (Lisboa) e do Ballet do Theatro Municipal do Rio de Janeiro. Morou na Europa, trabalhando e estudando, quando aproveitou para assistir grandes bailarinos no palco, até definir-se como “um bailarino com potencialidade clássica que passa a dançar contemporâneo”. Lembra ainda hoje o impacto que teve ao assistir o Netherlands Dance Theatre sob a direção de Jirí Kylián no auge da sua criatividade. “Fiquei apaixonado, quis mergulhar naquele universo.”

O bailarino, no entanto, saiu de cena aos 28 anos e, em 1986, virou coreógrafo. Criou dezenas de espetáculos, muitos deles premiados, e hoje é *maître* e coreógrafo do Ballet Jovem do Palácio das Artes, além de atuar simultaneamente em diversas companhias pelo mundo. “Quando a cortina abre, aquela coisa que o coreógrafo imaginou sozinho precisa virar um produto final concreto. O coreógrafo seleciona o elenco e escolhe os bailarinos que melhor se adaptam àquelas necessidades.”

## **Aos 18 anos, você deixou a vida de ator e foi fazer sua primeira experiência com dança. Como foi essa passagem?**

Comecei com teatro amador e ganhei um prêmio com teatro infantil em Belo Horizonte. Eu estudava letras também. Na preparação para uma próxima peça, um musical, precisei aprender um pouco de dança. Fui aconselhado pelo diretor Ronaldo Brandão – grande referência no teatro mineiro e brasileiro, ex-crítico da revista *Veja* – a procurar algumas aulas de dança. Ele me indicou quem procurar. Fui até o Palácio das Artes e procurei o professor Carlos Leite. Na primeira aula pensei: “Que coisa interessante!”. Era um mundo bonito, organizado, com um professor culto, lindas músicas, moças bonitas. Tudo me motivou. Fiquei entusiasmado e fiz balé um tempo escondido da família. Isso foi em 1974, era plena ditadura. Tudo era muito careta. Aliás, a caretece não acabou. Hoje, percebo que na ditadura a resistência estava mais dentro de mim. Tive a sorte de ser contratado muito rápido, porque eram poucos os rapazes que faziam dança. Com seis meses de balé, eu já era bailarino da companhia, com um salário equivalente a US\$ 1 mil.

Larguei o teatro e comecei a dançar. Achava o mundo do teatro muito desorganizado. Ensaiaava-se muito e muitas vezes a peça não estreava. Naquela época, havia ensaios às 3h da manhã e a peça não ia para frente. Já a organização da dança e o primeiro contato com a música, as grandes obras criadas para o balé me marcaram muito. Eu fazia balé clássico. As meninas nas pontas dos pés e a gente de malha inteiriça. Ali fiquei alguns anos trabalhando e estudando com o professor Carlos Leite. Foi quando fiz as primeiras viagens pelo Brasil e comecei a conhecer bailarinos de outros estados. Ao mesmo tempo, por fazer parte da Cia de Dança Palácio das Artes, tínhamos o privilégio de receber as companhias convidadas. Iam regularmente de São Paulo até Belo Horizonte o Ballet Stagium – comandado pelo Décio Otero e pela Marika Gidali – e o Balé da Cidade – na época totalmente reestruturado pelo Antonio Carlos Cardoso. Este último foi um diretor que me marcou muito. Eles e eu fazíamos balé clássico, mas eles também faziam uma dança moderna, uma dança que exprimia o tempo e os problemas daquela época. O Ballet Stagium fazia um balé de resistência política. Na gênese da dança contemporânea, considero essas duas companhias fundamentais. Em seguida, senti a necessidade de expandir meus horizontes e eu fui para o Balé Teatro Guaíra, em Curitiba, dirigido na época pelo Hugo Delavalle – um bailarino argentino que fez carreira em Stuttgart, na Alemanha, e estava dirigindo uma versão de *Giselle* [balé romântico francês]. Era a estreia da bailarina Ana Botafogo em seu primeiro papel importante no Brasil. Tive a honra de participar dessa montagem. Logo a seguir, o Hugo Delavalle tornou-se diretor da Cia Dança de Minas Gerais. Eu, fascinado com o que ele podia me ensinar, fui junto. Todos aqueles nomes começaram a aparecer para mim: John Cranko, Kenneth MacMillan, a nossa grande Márcia Haydée, que tinha sido par de Hugo Delavalle, Erik Bruhn e outros grandes.

Passei a ser o primeiro bailarino. Tive possibilidade de dançar bons papéis e fui visto por um coreógrafo português, o Carlos Trincheiras – que era, na época, coreógrafo colaborador do Ballet Gulbenkian, de Portugal. Ele me ofereceu um estágio. Nessa época, vale lembrar, era preciso pagar para sair do Brasil. Havia um depósito compulsório e, por uma carta que apresentei ao Ministério da Cultura, tive a possibilidade de ir estudar na Europa com as minhas próprias economias. Imagine, então, eu era um rapaz de 21 anos que já conseguia economizar por meio da minha dança. Desde quando comecei a dançar, nunca parei. Vivo exclusivamente do meu “fazer artístico” e isso me orgulha muito. Fui para Paris depois, fazer aulas com o Ramon Franquetier, o *maître* da Ópera de Paris. E nessa mes-

ma época, passei um tempo em Londres, com o mestre John O’Brian, que já era velhinho naquela época, mas ainda vive e dá aulas.

### **Quais os bailarinos e coreógrafos que mais te impressionaram neste início?**

A década de 70 é um período áureo de alguns grandes bailarinos como Rudolf Nureyev, Jorge Donn, Maurice Béjart, Roland Petit, o próprio George Balanchine. O mundo foi se descortinando para mim e, por meio destes grandes coreógrafos, fui conhecendo as grandes companhias. Antigamente, muitas companhias vinham ao Brasil. No meu segundo ano no Palácio das Artes, vimos o Ballet Nacional da Holanda, que tinha coreógrafos fenomenais, como Hans van Manen, um gênio que ainda está na ativa com mais de 80 anos. O mundo descortinou para mim uma série de artistas e ao mesmo tempo aprendi a dançar, a apreciar os grandes mestres da pintura, da música e, com as viagens que comecei a fazer, li muito sobre música, dança, história da arte e até arquitetura. Ter uma cultura abrangente, não somente na sua área específica, é muito importante na formação de qualquer artista. Tive a chance de poder ler em outras línguas, porque eu já fazia faculdade de letras, fazia inglês na faculdade e as outras línguas eu pude aprender na prática. Isso foi importante, porque nós temos carência de publicações sobre dança em português até hoje. Algumas coisas chegavam às minhas mãos por meio de livros escritos em Portugal, mas essa lacuna existia e ainda existe no Brasil. Não havia internet e as livrarias de Belo Horizonte não tinham livros de balé. Eu ia para a biblioteca pública e mergulhava e tentava achar dicionários e livros com bailarinos. Na época existia uma estética russa muito forte na dança clássica, tínhamos grandes companhias da União Soviética. E eu procurava aprender a história do balé russo, do balé francês e depois a história do balé desde a renascença. Hoje, temos muito à frente, temos mais acesso.

### **Quem financiava a vinda das companhias para o Brasil? Quem propiciava esse intercâmbio artístico?**

Não sei te dizer exatamente quem. Mas coisas aconteciam no plano governamental. Eram trocas entre os países. O Estado bancava a cultura. Quando comecei a dançar, várias companhias estaduais foram abertas. Eles abriram a Cia de Dança Palácio das Artes, o Balé Teatro Guaíra, em Curitiba, o próprio Balé da Cidade, que antes era clássico e passou a ser contemporâneo e moderno. O Teatro Castro Alves, na Bahia, também foi importante. Tudo isso financiado pelo Estado. E eu acredito que as companhias estrangeiras vieram

na época nos mesmos moldes em que se organizou o Ano da França no Brasil. Em 1976, houve o Bicentenário da Independência dos Estados Unidos, por isso várias companhias norte-americanas vieram para cá. Vi coisas lindas. Em São Paulo, tinha Ruth Escobar fazendo um trabalho muito importante, por usar bailarinos no teatro. Depois dividiu. Cada um foi para o seu lado. E a dança se organizou de uma maneira diferente do teatro. O que acho mais importante de contar é que quando eu era jovem, aos 18 anos, foi-me oferecido um emprego, pude juntar dinheiro e ir para fora ver o mundo verdadeiro. Porque a gente vivia no Brasil dentro de uma bolha. Havia pouca informação com o nosso regime político, era criado um mundo da fantasia, a Copa de 70, o milagre econômico. Quando fui para a Europa em 1979, foi o ano do começo da abertura. Sempre gosto de falar disso porque tive todas as possibilidades de fazer carreira na Europa, mas todo mundo estava pensando em voltar. Era como o *Samba de Orly*: “Vai, meu irmão / pegue esse avião / você tem razão / de correr assim desse frio / mas beija / o meu Rio de Janeiro / antes que um aventureiro lance mão / pede perdão / pela duração dessa temporada”. Eu estava em Portugal, trabalhei no Ballet Gulbenkian durante uma temporada.

### **Como foi trabalhar no Gulbenkian e depois voltar ao Brasil?**

Era uma companhia de dança contemporânea. Acabaram com ela há uns cinco anos. Lá, trabalhavam com os maiores coreógrafos contemporâneos do mundo. O Calouste Gulbenkian era um engenheiro e empresário armênio, dono de poços de petróleo, riquíssimo. Ele foi convidado por Salazar a se instalar em Portugal para negócios. E ele criou uma fundação para financiar a arte. É um prédio enorme, maravilhoso, tem um museu, uma orquestra, um coro. O Ballet Gulbenkian era uma companhia de nível avançado. Contava com coreógrafos portugueses, como Vasco Wellenkamp e Carlos Trincheiras. Foi interessante esse período, mas eu estava na onda de voltar para o Brasil. Acabei voltando. Era quase um renascimento político. Houve um boom nas artes cênicas e no balé. Voltei direto para o Palácio das Artes e tive a oportunidade de fazer uma turnê com Mikhail Baryshnikov e com a venezuelana Zandra Rodrigues. Foram 50 dias viajando o Brasil inteiro, dançando nos mais importantes teatros. Obviamente, existia uma discrepância enorme de qualidade. Baryshnikov era um mito e estava no auge da carreira. E nós fomos bombardeados. Tivemos muitas críticas negativas. Mas para nós estava sendo maravilhoso. Ele era extremamente simpático e entendeu toda a situação. Ele foi para a televisão e para os jornais defender a dança brasileira. Dizia que estava de passagem por aqui e nós, os artistas, ficaríamos. Para ele, a crítica

queria destruir uma geração de artistas brasileiros [*o jornal O Globo, em maio de 1980, citou Baryshnikov: “Eles são muito jovens, alguns têm menos de 17 anos, e por isso deveriam ser estimulados em vez de demolidos”*].

### **Você saiu do clássico e foi para o contemporâneo, mas sem abandonar o clássico. O que são estes dois mundos?**

Quando eu sai do balé clássico de repertório, depois de ter passado pelo Gulbenkian, entrei para o balé do Theatro Municipal do Rio de Janeiro, que é uma companhia clássica. Lá, dancei com grandes bailarinos. Alguns brasileiros que dançam até hoje e alguns internacionais, como Natalia Makarova, Fernando Bujones, Yoko Morishita. Pude ver o que é trabalhar com clássico. Eu era esforçado, mas tive muitos limites. Como a maioria dos bailarinos brasileiros, comecei muito tarde. Não temos a tradição da Ópera de Paris, do balé da América ou de países europeus, onde começam a dançar desde criança. O corpo vai se moldando às necessidades do balé clássico. Trabalha-se a vida inteira para atingir uma formação sólida. Seis ou sete anos de trabalho árduo. Você trabalha seus pés, suas pernas, sua coluna, sua força. Isso tudo machuca muito. Inclusive, deixa sequelas. No final da carreira, é muito comum ver bailarinos tendo que operar a bacia, o Baryshnikov operou sete vezes o joelho. Os pés são sempre muito mal tratados, as colunas dos homens terminam com muitas hérnias. Os grandes saltos comprometem a parte óssea e cartilaginosa do corpo. O bailarino é um artista, mas também é um atleta. Seu corpo tem um tempo de uso. Nós não temos uma política de aposentadoria especial, como há nos países mais civilizados, onde o bailarino, quando chega aos quarenta e poucos anos, pode se aposentar. Aos meus 28 anos, vendo que teria dificuldades na carreira de bailarino clássico, me desliguei do Theatro Municipal e fui beber em outras fontes. Fiquei nove meses viajando pela Europa. Fui a países importantes na dança contemporânea, como Holanda, Dinamarca e Suécia. Sofri um choque imenso quando fui ver o Netherlands Dance Theatre, sob a direção do Jirí Kylián no auge da sua criatividade. Fiquei apaixonado, quis mergulhar naquele universo. Com a dança contemporânea, não é preciso o mesmo sofrimento. Um bailarino clássico nunca está satisfeito. Se fizer 300 espetáculos na vida, sairá satisfeito em apenas um. Ele quer mais, ele precisa de mais. Não digo que o bailarino contemporâneo não queira mais, mas ele consegue alcançar uma plenitude artística se tiver a sorte de encontrar um coreógrafo que explore as suas possibilidades e que até mesmo esconda suas deficiências. Há possibilidades como bailarino de se realizar como artista.

Foi o que busquei. Um bailarino com potencialidade clássica que passa a dançar contemporâneo. E foi o que as grandes companhias contemporâneas fi-

zeram, fundiram as técnicas clássica e moderna: Ópera de Paris, Ballet Nacional da Holanda, American Ballet Theatre, New York City Ballet. A Pina Bausch fez um trabalho de dança-teatro. E que tipo de aula eles faziam? Balé clássico! Defendo muito que o bailarino tenha aula de balé clássico, porque é uma tecnologia muito bem desenvolvida para aprimorar a movimentação artística. Depois, pode-se acrescentar os movimentos de dança moderna, e assim ter um corpo com um vocabulário amplo de movimentos para servir a várias linguagens. Foi isso que busquei. Também quis observar coreógrafos pelos quais sempre tive grande admiração – Rodrigo Pederneiras, Luis Arrieta, Victor Navarro, Oscar Arrais – e senti vontade de trabalhar na criação de coreografia. Comecei a fazer meus esboços coreográficos em São Paulo, porque a primeira companhia que me ofereceu um posto de *maitre* foi o Cisne Negro. Assim comecei a minha vida “do outro lado”. Embora relativamente jovem, comecei a me dedicar à coreografia a ponto de não ter mais tempo para me dedicar à dançar no palco. Saí de cena aos 28 anos. Depois, lancei uma ou outra coisa. Entre elas, participei de Coppélia [*montagem de 2008 encenada pela primeira vez em 1981 sobre balé com coreografia original de Arthur Saint-Léon e música de Léo Delibes, de 1870*], no Theatro Municipal do Rio de Janeiro.

### **Como é o outro lado? O que é ser um coreógrafo?**

Coreógrafo é a pessoa que está no topo da pirâmide no mundo da dança. É aquele que tem de enxergar com antecedência um produto que é abstrato. Existem coreógrafos extremamente autorais, mas eu diria que a metade deles precisa de parceiros. Não só de bailarinos, mas de cenógrafos, de figurinistas, uma boa estrutura para colocar seu produto em cena. Quando a cortina abrir, aquela coisa que ele imaginou sozinho precisa virar um produto final concreto e, de preferência, um sucesso. O coreógrafo é a pessoa responsável por isso. Seleciona o elenco e escolhe os bailarinos que melhor se adaptam às aquelas necessidades. Sejam elas clássica, contemporânea, moderna, vanguarda, dança de teatro, pesquisa, o que for, qualquer uma das vertentes da dança.

### **Já existe produção suficiente no Brasil para que o coreógrafo viva do seu trabalho ou ele precisa se desdobrar em ser produtor, captador, administrador?**

Existem várias maneiras de produzir dança no Brasil. Alguns grupos estão bem adiantados na captação de recursos, com seus próprios relações públicas, administradores e produtores. Assim, os coreógrafos podem se dedicar somente à criação. Mas não são muitos. São pessoas que resistiram brava-

mente, especialmente as companhias privadas. As companhias estaduais e institucionais, que viveram sempre com verba dos governos, passam por um momento um pouco difícil, porque houve uma mudança no Brasil. Temos este modelo alemão de gestão do Estado, mas uma sociedade totalmente americanizada. Na Europa, que agora está mudando também, o Estado pagava tudo – do cartaz até o breu para o bailarino usar em cima do linóleo. Na América, não. Quem entra no Lincoln Center ou no Metropolitan Opera House, escuta do guia: “Vocês estão entrando em um lugar 100% financiado por doações e patrocínios”. Eles têm um fundo nacional de artes e fazem a arte privada. No Brasil, alguns grupos sobrevivem graças a esse mecenato por meio da renúncia fiscal de empresas e estatais que investem em cultura.

O que aconteceu no Brasil é que nós desenvolvemos a figura do “diretor da companhia”. Há o papel do diretor artístico, do diretor administrativo e do coreógrafo. Os bailarinos, os assistentes, o pianista formam um time. E o coreógrafo precisa estar no topo da pirâmide porque organiza essa turma, é quem vai fazer a companhia desenvolver um trabalho, uma linguagem. No momento, nós estamos em uma fase boa. Temos exportado várias companhias com tremendo sucesso. Mas com a crise mundial, houve uma retração de investimentos na cultura. O presidente Lula disse que era só uma marolinha, mas houve sim uma retração e até os grandes grupos que dependiam de investimento privado correram o risco de desaparecer. De alguma maneira, diretores, coreógrafos e produtores deram um jeito e continuam presentes no cenário dentro e fora do país. Várias companhias brasileiras vivem mais fora que aqui. O Grupo Corpo faz uma temporada no Brasil, na qual faz cinco espetáculos nas principais cidades e o restante de sua agenda é extremamente internacional. Viajam seis ou oito meses. Ano passado eles tiveram – eu sei porque eu os conheço, são da minha cidade – cortes de turnês internacionais. Foi bom para eles porque puderam ficar em Belo Horizonte e criar um pouco mais na cidade. Mas existe, por exemplo, a Cia Deborah Colker, o Quasar Cia de Dança, o Grupo Cena 11 Cia de Dança, o Cisne Negro Cia de Dança, o Balé Teatro Castro Alves, que quando viajam fazem um sucesso tremendo. Existem grupos de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul, menos conhecidos no Brasil, que saem regularmente para fazer temporadas internacionais. Existe, por exemplo, o grupo Mimulos, em Belo Horizonte, um grupo originário de dança de salão e que vem fazendo um trabalho de dança contemporânea. Periodicamente, eles vão para o Festival de Dança Jacob Pillow, uma importante mostra de dança criada por Ruth Dennis e Ted Shawn, dois ícones da dança moderna norte-americana. Várias companhias brasileiras já estiveram lá, inclusive

o Grupo Corpo, a Cia Deborah Colker e agora Mimulos. Estão indo também para a Bienal de Dança de Lyon, na França – para onde vai a Cia Balé de Rua, de Uberlândia, que faz temporadas na Europa. É um fenômeno.

### **Quais políticas são necessárias para fomentar a dança e incentivar o intercâmbio?**

Os próprios captadores de recursos deveriam ter uma visão abrangente, porque existe uma tendência na dança para a formação de guetos. É importante haver uma troca maior. Existem festivais, mostras, bienais nas quais as companhias e mesmo os grupos semi-profissionais já transitam. Existem festivais competitivos que começam a oferecer bolsas de estudos para bailarinos, que os permite trocar de país e de escola. É uma saída. Por exemplo, há um festival em Nova Iorque, que é como se fosse um *grand prix* da juventude. Muitos brasileiros estão indo para este festival e lá conseguem bolsas de estudos para criar uma carreira fora. Existe uma gama enorme de bailarinos brasileiros no exterior. Tenho a oportunidade de viajar bastante e dou aulas em companhias na Alemanha, na Finlândia, em Portugal, na França, na Holanda. Em todas elas, há três ou quatro brasileiros e todos só falam em voltar para o Brasil. Temos um país de 200 milhões de pessoas e ainda são muito poucas as orquestras sinfônicas, os museus, os teatros que possibilitam uma circulação maior. O Brasil é um país imenso, São Paulo é uma cidade com o tamanho de um país. Poderíamos comportar cinco grandes orquestras ou mais. O mesmo número de companhias da dança, com diversos perfis, clássico, contemporâneo, de pesquisa. Belo Horizonte está indo por este caminho.

### **Fale de experiências brasileiras que possibilitam as trocas criativas.**

Existiu um festival brasileiro muito importante chamado Carlton Dance. Era patrocinado pela Souza Cruz e trazia anualmente diversas companhias do exterior e tinha a preocupação de incluir companhias brasileiras. As companhias brasileiras puderam mostrar seu trabalho para um público que pagava para ver os famosos do exterior – e às vezes nem tinham tanta fama assim. Muitas companhias tiraram partido deste festival. Ainda temos o Panorama de Dança, no Rio de Janeiro, e o Festival de Dança de Joinville, que é para companhias mais amadoras. De Manaus à Porto Alegre, indo para Belém e Mato Grosso, é possível encontrar coisa de qualidade. O que falta é trazer visibilidade para elas, porque transitar em Manaus é difícil. Mais fácil é ir para Miami ou para a Europa.

### **Você percebe uma identidade na dança brasileira?**

Sim. Isso foi uma das coisas que firmou o Brasil lá fora, a possibilidade de usar música brasileira, o ritmo brasileiro. As companhias procuraram até usar músicas originais. Alguns grupos só trabalham com composições originais, outros grupos usam a produção de música brasileira, seja clássica ou até música sertaneja. Isso cria identidade. Tenho um pouco de medo de isso criar um atrelamento. De repente, se você resolve coreografar Beethoven, não consegue escoar seu produto. É quase obrigatório produzir um compositor brasileiro e fazer uma coisa de temática nordestina para poder agradar gringo. Não estou condenando as companhias que optaram por este caminho. Há outras companhias que optaram por um trabalho mais universal, que falam do homem moderno com *world music*. Mas, sucesso mesmo, fazem as companhias que levam a alegria do brasileiro, da coisa da negritude, que fundem linguagens. A gente faz essa fusão muito bem aqui no Brasil. Ao mesmo tempo que não temos ainda uma escola de dança clássica refinada, um padrão de bailarinos ou de música clássica brasileira, como conseguiram os cubanos, os norte-americanos e outros países. Há muita gente talentosa que sabe dançar em casa e faz umas aulas de balé clássico, funde com contemporâneo, com a capoeira e vira bailarino. Esse sotaque brasileiro é apreciado.

### **Mas pode ser perigoso?**

Pode ser. Na dança tem que haver multiplicidade. O coreógrafo tem de tentar falar das várias facetas de seu país, do seu povo, das suas artes, das possibilidades rítmicas de seus compositores e dos compositores universais. O americano fez isso muito bem, foi bem sucedido ao importar a escola russa com George Balanchine, que criou um modelo americano de dança e agora tem muitos seguidores. No Brasil, não criamos a nossa escola clássica, criamos a escola da fusão.

### **Como é a formação do bailarino brasileiro?**

A dança, no Brasil, não se faz na universidade. Diferentemente de outros países, principalmente nos Estados Unidos. O bailarino brasileiro se forma assim: ele vai para uma academia particular e, tendo talento, vai haver investimento, muitas vezes dos próprios diretores dessa companhia, ou dos pais, que se sacrificam muito. Futuramente, ele vai para esses festivais e vai se formando, faz aula com vários professores, tenta ir para os grandes centros. Alguns conseguem ir para fora, fazer aulas e se aprimorar. Então, ele volta para o Brasil para uma dessas várias companhias brasileiras de expressão. Os cargos

de bailarinos são ocupados 90% por bailarinos brasileiros. Temos muita gente talentosa. Mas as faculdades de dança e de arte não formam artistas.

### **Como está a questão da crítica sobre a dança brasileira?**

Vivemos um momento peculiar. Há uma espécie de jogo. Falo com muita abertura e conhecimento, porque vi várias etapas dessa relação entre a crítica e produto artístico. Tive a oportunidade de conhecer pessoalmente vários críticos – alguns até já faleceram. Hoje, vejo que há uma espécie de tabelinha cruel dos críticos com os captadores de recursos. Uma espécie de promiscuidade. Me perdoem aqueles que forem colocar a carapuça. Mas falta abertura. A crítica e o produto final ainda não são uma coisa bem resolvida. Faltam bons livros. Tem muita gente nas universidades de dança, vendo semiótica e teoria, mas eles não teorizam nada. Estão buscando um cantinho para se acomodar como programador de algum lugar. Não vejo crítica competente. Sinto que há muita política e pouca crítica.

### **Como você vê a relação entre a dança e a música contemporânea brasileira?**

Há uma evolução. Temos que nos ligar cada vez mais à música popular brasileira. Grandes compositores já criaram para a dança e ajudaram muito. Um *boom* da dança contemporânea brasileira aconteceu com *Maria, Maria*, composição de Milton Nascimento e Fernando Brant. Foi a explosão, por exemplo, do Grupo Corpo. Outro *boom* veio com *O Grande Circo Místico*, de Chico Buarque e Edu Lobo, quando o Teatro Guaíra montou a primeira versão com o Carlos Trincêiras. Caetano Veloso, Lenine, Arnaldo Antunes já compuseram para a dança também. Todos estes grandes compositores vêm trazendo um pensamento e os coreógrafos se apropriaram disso. Eu mesmo tive a oportunidade de trabalhar com Carlinhos Brown. Essa ligação é muito saudável. Isso está dando perfil para a dança brasileira.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/tindaro-silvano/>

# Valéria Cordeiro

Produtora da Feira da Música de Fortaleza

**“Há coisas boas no Brasil inteiro, de todos os estilos. E para todos os gostos musicais. Por que só ouvir isso ou aquilo? Deixe entrar outra coisa, se permita.”**

Entrevista realizada por Sergio Cohn no dia 29 de maio de 2010, em São Paulo.

Valéria Cordeiro

A experiência com a música no Ceará trouxe os novos rumos para o trabalho de produção cultural de Valéria Cordeiro. Ex-professora, fã de festas e de shows, resolveu trabalhar integralmente com música. Valéria assumiu com outros ativistas cearenses a tarefa de criar novos espaços para a arte. Participou junto com Ivan Ferraro da criação da Associação dos Produtores de Disco do Ceará (Prodisc), que desencadeou um boom de intercâmbio e de criação no Nordeste ao realizar a Feira da Música de Fortaleza.

Se a primeira edição da feira foi praticamente limitada a cearenses, as edições seguintes foram crescendo de forma natural, já estabelecendo conexões com estados vizinhos. A feira, com a efervescência de shows, palestras, oficinas, é hoje um marco da agenda cultural do país. A associação Prodisc também é um Ponto de Cultura em Fortaleza, que ministra palestras, oficinas e mantém um estúdio de gravação. Valéria também integra o coletivo Rede Ceará de Música (RedeCem), ligado ao Circuito Fora do Eixo, no qual um dos articuladores é o produtor cuiabano Pablo Capilé

A Feira da Música e a articulação com o Circuito Fora do Eixo têm rendido muitos frutos. Graças a eles, desencadeou-se uma espécie de corrente entre as praças que valorizam as manifestações artísticas locais. Segundo Valéria, a ideia é sepultar o velho pensamento de que para ser reconhecido, um talento tenha que migrar para o eixo Rio-São Paulo. “Se estou em Quixadá e quero fazer meu show, eu posso. Começo ali. Esse é o primeiro passo.”

## **Como começou a Associação dos Produtores de Disco do Ceará, a Prodisc?**

Começou durante as reuniões do Fórum Permanente de Música do Ceará [*espaço independente criado em 2004 para reunir professores, estudantes, músicos profissionais e amadores, produtores e amantes da música*]. Algumas pessoas eram mais próximas e tinham objetivos em comum. Assim, pensando na realização de um evento que viabilizasse algumas questões para a música no estado, o pessoal se juntou e criou a Prodisc e a Feira da Música. Eu estava junto com o produtor musical Ivan Ferraro no início desse movimento no Ceará. Ele hoje é vice-presidente da Prodisc.

## **Você já atuava com produção fonográfica e produção cultural?**

Com produção cultural: shows, festas e cinema. Já tinha feito alguns longas, mas fazer cinema no Ceará não é exatamente uma coisa muito fácil. Aí você vai fazendo uma coisa e outra. Mas fui pega mesmo pelo trabalho da Prodisc e pela organização da Feira de Música, que toma o ano inteiro.

### **Como nasceu essa iniciativa da Feira da Música?**

A princípio, era um ambiente para reunir outros produtores do Nordeste e do Brasil, para que a gente pudesse ouvir e conhecer as iniciativas que estavam sendo feitas. E, claro, ver o que era possível fazer no Ceará. Ao mesmo tempo, queríamos entender qual era exatamente a participação do Ministério da Cultura no apoio aos projetos, porque a gente se sentia fora de tudo. Poucos projetos eram apoiados pelo ministério. Nesse encontro, a gente queria conversar com mais gente, ter mais informações e trazer também bandas, mostrar para a moçada o trabalho que estava sendo feito em outros estados. A gente queria que a feira fosse realmente um grande encontro.

### **Essa aproximação com os estados do Nordeste já surgiu na primeira feira?**

Na primeira feira a gente fez convites, abriu inscrições, mas trabalhou primeiramente a cidade e o próprio estado, porque estava muito difícil a aproximação entre os grupos diferentes. A gente propôs primeiro uma feira que juntasse o pessoal da cidade. Aí convidamos algumas pessoas, representantes do ministério e das secretarias de cultura, para conversar um pouco sobre este cenário. Fizemos também oficinas e workshops para que houvesse um nivelamento das discussões. E foi um susto fazer a primeira feira, foi algo realmente maior do que a gente imaginava. Aliás, encontros assim é sempre um negócio que me emociona. É quando você vê gente de todo canto do Brasil em uma tentativa de entendimento, com o desejo de que as coisas deem bem certo. Assim foi a sensação da primeira feira.

Na segunda edição da feira, a gente realmente se organizou para fazer um encontro maior para o Nordeste. Foi surpreendente. Desde o começo, a feira convida os participantes, mas não paga transporte nem cachê, porque a ideia é que se aproveite a feira justamente para fazer negócios, parcerias e acertar intercâmbio com outros estados. E mesmo sem bancar custos dos grupos, a adesão foi muito grande. A gente fez e faz um trabalho paralelo de visitar todos os estados antes para organizar caravanas que facilitem o acesso. Isso tudo em parceria com o Sebrae, com as secretarias de cultura e com fundações. Um ônibus pode trazer três, quatro, cinco grupos. São caravanas de músicos, jornalistas, luthiers. Desde essa segunda edição, a gente coloca todo mundo no mesmo hotel e isso se transforma em uma grande festa, uma grande confraternização. Depois dos workshops e das apresentações, os encontros continuam nos hotéis. Cada ano ficava mais interessante. E fomos tentando dar um norte a essas discussões, organizar uma rede e fazer projetos comuns.

### **A Prodisc é uma associação criada em 2001. Quais eram as questões centrais para os produtores e músicos cearenses naquele momento?**

Há alguns anos já pensamos em mudar esse formato de associação de produtores de disco, mas seguimos trabalhando e esquecemos disso (*risos*). Em Fortaleza, existem vários estúdios bons. Como em todo o canto, os músicos conseguem fazer os seus discos ou por edital, ou com seu recurso próprio, ou com patrocinador. Aí todo mundo fazia os seus CDs, os seus discos, mas o que fazer com eles? Como distribuir? Era o problema de todo mundo. E a divulgação e os direitos do fonograma? Eram os mesmos problemas. Não havia rádios com interesse nessa música, fora rádio universitária. Existiam somente pequenos shows na cidade e o negócio estava completamente engarrafado. Um ou outro que conseguia fazer uma viagem e voltar com alguma novidade. Essa era a questão: quais bandas e quais trabalhos poderiam romper com isso, serem mais aceitos, já que se passou um tempo com trabalhos muito parecidos.

### **E você fala de qual gênero principalmente nesse cenário musical do Ceará?**

A gente veio de uma coisa riquíssima nos anos 70 que foi o “Pessoal do Ceará”, que todo mundo conhece [*a expressão ficou famosa por se referir aos cearenses Fagner, Ednardo, Belchior e Amelinha*]. Essa música vinha de Ednardo e também com Teti, Rodger Rogério e outros. E isso durou muito e parecia com o que rolava em quase todo Nordeste. O que foi acontecendo de mais diferente mesmo era o rock and roll. Quando a gente começou a Feira da Música, tinha muita coisa parecida nos grupos do Nordeste. Na sequência, começaram novas coisas. E, em Fortaleza, de repente, se começou a enxergar vários grupos, que diziam coisas diferentes, de formas diferentes.

### **Dê alguns exemplos dessa mudança.**

A Karine Alexandrino era uma. Há alguns anos, era muito surpreendente você encontrar os shows da Karine na cidade. Aí a gente foi conhecendo os outros grupos de Pernambuco, da Paraíba e de outros lugares. De Pernambuco vinha o trabalho muito interessante do Mombojó, por exemplo. Esse novo cenário foi dando um ar à própria feira. Cada vez que se trazia os grupos diferentes, mais você sentia a cidade se movimentar e se questionar.

### **A partir desse primeiro momento da feira, apareceram também o boom da internet, como uma rede de distribuição de música, e o Fora do Eixo. Como isso influiu na feira?**

Fora do Eixo é relativamente novo. A gente iniciou há uns quatro anos o

que seria uma rede Nordeste. A partir daí, a gente começou também a sair para encontrar as pessoas em outros eventos, no Mercado Cultural, no Porto Musical. A gente ia e continuava as discussões. A gente achou que era importante que esse grupo que discutia o Nordeste fizesse uma rede de discussão. Mas a rede não durou muito, se dispersou. Convidamos o Pablo Capilé para ir para Fortaleza, para a Feira da Música, e ele mexeu com todo mundo. Aquela conversa de “vamos agregar” e “está todo mundo junto”. Era muito fácil porque você falava com todo mundo, com o Brasil inteiro, rapidamente. Se você quer botar uma coisa em discussão no Brasil inteiro, joga no Fora do Eixo. Ninguém dorme no Fora do Eixo. Qualquer hora que você entra no Messenger, tum!. Não tem uma hora que não tem alguém do Fora do Eixo no ar, é um negócio impressionante. Não conheço outra coisa desse tipo. Aí a gente foi para o Congresso Fora do Eixo, no Acre, com quase 200 pessoas juntas, do Brasil inteiro, onde a gente realmente se conheceu melhor.

### **E o Ponto de Cultura da Prodisc, como nasceu?**

Fomos contemplados com um Ponto de Cultura a partir da parceria com a prefeitura de Fortaleza. Possui um pequeno estúdio, que é um estúdio mix e que funciona a preço de nada: chega lá e conversa para saber o que pode e o que não pode fazer. O espaço funciona para planejamento, para projetos, para produção, para gravação. O espaço onde funciona o Ponto de Cultura já tinha muita atividade ligada à música, o tempo inteiro. Quando nos tornamos Ponto de Cultura também começamos a fazer oficinas. Recebemos o professor Ioshiaqui Shimbo, da UFSCar, que fez uma oficina de planejamento para a Rede Ceará de Música (RedeCem). Também fizemos oficinas para TVs, rádio e web. A Feira da Música, por exemplo, tem seis palcos funcionando todos os dias. Então, nesses anos todos, a gente foi fazendo oficinas e formando uma galera, botando o pessoal para fazer estágio, para ter equipes mais preparadas.

### **Essa formação de produtores culturais tem que ser feita na prática mesmo?**

É. A Secretaria de Cultura, no ano passado, abriu para o interior um curso de produção cultural. E as oficinas de produção cultural, a gente foi organizando. Na prática, a gente coloca um produtor com mais experiência e os assistentes. Também criamos a figura do “anjo” que a gente começou a usar na Feira de Música – e acabou sendo usada em quase todos os projetos no estado. É um jovem, na sua primeira experiência, que gosta da área, tem interesse e acompanha tudo. Assim vai ganhando experiência. Se ele acha interessante, ele vai por aquela outra área, senão, pode ir fazer um teste em outra. A gente dá uma

ajuda de custo para ele. O projeto banca transporte e alimentação pelo tempo que ele estiver acompanhando, cerca de três horas. E está funcionando muito bem. Já existem vários “anjos” que se tornaram ótimos assistentes.

### **Essa questão é de formação técnica. E para a produção cultural, no estúdio, por exemplo? Vocês têm produtores qualificados, formados tecnicamente?**

A gente está pensando em lançar um edital para o uso do estúdio. A gente vai abrir, as bandas vão se inscrever e vai haver um técnico para ser uma espécie de supervisor, que deve ser o mesmo que já acompanha normalmente os trabalhos. Esse é o nosso próximo projeto. Mas, hoje, o estúdio já funciona e o técnico acompanha a gravação das bandas. A gente tem alguns roadies que são parceiros – já foram para muitas produções, gravações, masterizações e fazem o trabalho de montagem de palco –, que também acompanhavam nosso estúdio. Mas esse é um perfil de profissional que a gente precisa trabalhar bem nas formações técnicas.

### **Você já disse que a Feira da Música buscava colocar em rede alguns temas comuns. Quais eram esses temas?**

As necessidades eram muito parecidas. O Sebrae, por exemplo, tinha um projeto regional chamado Esquina Brasil que surgiu assim. Conversando com uma pessoa do núcleo de cultura, a gente descobriu que o Sebrae trabalhava com o tema, aí propusemos: “Por que a gente não chama a moçada do Rio Grande do Norte e da Paraíba e faz um projeto integrado?”. Juntamos os Sebraes e a moçada que a gente conhecia para fazer o projeto. O Esquina Brasil [*parceria entre os Sebraes do Rio Grande do Norte, do Ceará e da Paraíba com a Prodisc, que reuniu trabalhos de músicos dos três estados; foram produzidos 3 mil kits de CDs promocionais*] uniu vários grupos.

### **Como foi o Esquina Brasil?**

Era um projeto no qual os grupos se inscreviam. Cada estado mandava as inscrições dos grupos para fazer um CD que juntasse os grupos dos vários estados. Eles mandavam as inscrições, fazia-se uma curadoria, e aí saiu esse primeiro CD. Acho que foram dez grupos de cada um dos três estados. Era em cima da metodologia trabalhada pelo Sebrae. Aliás, o Sebrae fazia feira de negócios para tudo e a gente estava ali para fazer uma feira da música. Para os técnicos do Sebrae, era difícil entender como funcionava a cultura. Na época, acho que nenhum Sebrae tinha um núcleo de cultura, talvez só São Paulo. Lá no Ceará, ficamos provocando para o nosso Sebrae

ter um núcleo. Há dois anos montamos uma rodada de negócios da música que é usada em todos os eventos do Sebrae.

### **Como é isso?**

É uma tecnologia para juntar compradores e vendedores. Eles recebem as inscrições, as pessoas dizem o que querem comprar, e aí eles fazem um cruzamento. Na hora do evento, você agenda esses cruzamentos. O comprador, por exemplo, senta numa mesa e aí tem uma série de pessoas que vêm conversar com ele. O Centro Cultural Banco do Nordeste tem o Rock Cordel [*programa musical para apreciadores do movimento alternativo do rock e da cultura popular*], o BNB Instrumental [*apresentações de música instrumental em diversos gêneros*], vários espaços, vários projetos. Buscam-se os grupos para se apresentarem nesses espaços. Eles vão conversando com o diretor de programação e deixando seus materiais.

### **E foi bom o resultado?**

Foi muito interessante. Agora estamos propondo mais avanços, porque é possível unir outros agentes nesse processo. O BNB poderia usar seu programa de financiamento para ajudar músicos a comprar equipamentos. Com isso, ele poderia quebrar aquela imagem de um banco que deixa o pessoal da área da cultura reticente, de não gostar de quem não está engravatado ou que não sabe usar documentos. Isso pode ser muito interessante para os produtores do Ceará e do Nordeste. Agora, a gente quer juntar o Sebrae, o BNB e os agentes nesse rodada.

### **Quais são os gargalos da música hoje?**

Isso tem muito a ver com o pensamento do Fora do Eixo. Um pensamento poético do Fora do Eixo é que você não tem que sair de casa, não tem que ir para São Paulo ou para o Rio, para fazer música, por exemplo. Você pode ir, mas não é obrigado. Se eu estou em Quixadá e quero fazer o meu show, eu posso: abro a varanda da minha casa, convido os amigos e começo a fazer o show a partir daí. Posso saber que a cidade vizinha, Sobral, pode me receber e, depois, posso receber o vizinho. É um primeiro passo. E se você está organizado e forte o suficiente para dar outros passos, existe gente no Brasil inteiro que pode te ajudar a fazer isso. Há maneiras mais fáceis para organizar isso. Se eu botar o meu grupo dentro do carro e chegar lá, vou ser recebido. A atitude é mais ou menos essa: não precisamos fazer shows necessariamente para 30 mil pessoas. Será um pouco difícil no começo, mas é um caminho. E, por

tudo o que já aconteceu até agora – congressos, câmaras setoriais, eventos, intercâmbios – precisamos dizer: “Nós trabalhamos com música independente”. O slogan da Feira de Música avançou para: “Não adianta a música ser independente, se o seu ouvido não é”. Então, se permita ouvir outras coisas.

### **Um dos grandes focos é a formação de público?**

Sim. Há coisas boas no Brasil inteiro, de todos os estilos. Todos os gostos musicais. Então, por que é que você só ouve isso ou aquilo? Deixe entrar outra coisa, se permita.

### **Quem é o público-alvo?**

O público jovem é quem a gente pode realmente transformar. É mais fácil. Esse é o público do qual você se aproxima primeiro.

### **Quais são as estratégias para o público ir até vocês e para vocês chegarem ao público?**

Com certeza a internet, em todas as formas: blogs, Flickr, sites, redes sociais e qualquer lugar onde seja possível a gente jogar essas informações. É preciso ir em todos os outros eventos, e aí você é convidado para todos os festivais, e convida todo mundo para ver o que cada um está fazendo de diferente. Aí vamos distribuir os fonogramas e os CDs nas rádios que são abertas. Temos uma parceria com a Associação de Rádios Públicas do Brasil (Arpub). Eles acabaram de fazer um festival nacional, reuniu um bocado de gente em Salvador. Por meio das rádios públicas, você não paga para distribuir esse material. Eles agora estão em vários festivais, não mais só na feira, também gravam e transmitem ao vivo a programação. São canais alternativos que a gente tem que ocupar.

### **E como faz um músico para viver agora?**

Continua difícil. Aconteceu um projeto agora no Centro Cultural Banco do Nordeste, em Fortaleza, que era uma seletiva para um festival mundial. Uma das bandas ganhou, mas eles resolveram entre eles que o grupo vencedor doaria o cachê para o outro para que ele também pudesse ir para essa viagem. É uma puta forma de ser solidário. No dia a dia, nos projetos da cidade, nos festivais, o grupo ganha o cachê ou faz festas. Em Fortaleza, por exemplo, é difícil você entrar numa bodega que não tenha música ao vivo. Bares, supermercados, padarias, a música ao vivo está lá. Mas alguns grupos só se apresentam em lugares específicos pelo perfil dos seus trabalhos. Fora esse mercado do cachê, só resta fazer os seus discos e vendê-los

na hora do show. Aí o músico vira produtor também. De projetos, de outros grupos, de estúdio. Ele se diversifica.

### **Você trabalha também com cinema, fez produção para diversos curtas e longas. Como você tem acompanhado a produção de cinema no Ceará e no Nordeste?**

Até certo tempo, era bem difícil. Você fazia um longa ou um curta-metragem na cidade a cada dois ou três anos. Era uma produção ainda pouco profissional, era na raça, era um evento a cada dia. Você não tinha certeza de nada na produção. Não tinha dinheiro, mesmo sendo um monte de gente muito bem intencionada, querendo fazer alguma coisa. O processo inteiro era extremamente cansativo e desgastante. Foi a partir de 1995 e 1996 que começamos a sentir uma profissionalização maior na área. Conseguimos pela primeira vez montar uma equipe que desse conta do processo inteiro: preparação, pré-produção, produção. A gente recebia algumas produções, que vinham de São Paulo, com uma puta equipe organizada, com tudo no seu lugar funcionando, com dinheirinho para tudo. Quando fazíamos nossas produções, falávamos: “Vamos ver o que é que a gente aprendeu com isso, o que dá para fazer mesmo com recursos bem menores”. Ao mesmo tempo, começamos também a concorrer a editais e contar com uma melhor distribuição de recursos. Foi ficando mais fácil de trabalhar e formar equipes. As pessoas trabalhavam e gostavam disso, mas não podiam esperar dois anos para trabalhar de novo. Então, iam para televisão, para estúdio e não saíam mais, porque também não iam arriscar. Havia poucas produtoras, o mercado publicitário não é tão aquecido no estado. Era precária a formação de profissional para a área. A partir de um determinado momento, a gente teve um grande número de curtas, que é uma delícia de fazer, e são ocasiões em que dá para preparar mais rapidamente as equipes. Hoje, você pode fazer até dois filmes de uma vez. Nada mais do que isso, porque você vai sentir falta de um ou outro profissional. Por exemplo: o diretor Hugo Carvana estava fazendo o longa *Não Se Preocupe. Nada Vai dar Certo*; a gente estava com a produção de *As Mães de Chico Xavier* [dirigido por Glauber Filho e Halder Gomes] no estado também; e estava em fase de pré-produção do longa *Homens Com Cheiro de Flor* [dirigido por Joe Pimentel]. Quando bateram as três produções, a gente estava brigando com espada por gente. Quando a Heloisa Rezende, que é a produtora executiva do Hugo Carvana, chegou, a gente não tinha mão de obra para todo mundo. Eu falei: “Vamos correr”. Alguns tiveram mesmo que vir do Rio e de São Paulo. Isso é ótimo, os profissionais se sentem valorizados.

### **Os produtores de cinema estão mais atentos à música nova, ou ainda é fraco esse diálogo?**

Pelo menos no Ceará isso começou. O curta *Adeus, Praia de Iracema* [2001, dirigido por Iziane Mascarenhas] teve a participação do Ivan Ferraro, que é músico e produtor fonográfico, para fazer a trilha. Ele trabalhou em duas trilhas para ela e, com uma delas, ganhou o Festival de Recife. É um exemplo dessa coisa de você trazer para perto os profissionais. Mas é um processo que está se iniciando ainda.

### **E nas outras áreas, teatro, por exemplo?**

Nós já temos alguns músicos fazendo trilhas para espetáculos. O *Duas Estações*, dirigido pela Dora Andrade – feito com a Edisca, um projeto que trabalha com crianças e adolescentes –, contou com as trilhas do Manassés de Souza. É maravilhoso. E já existem alguns outros projetos, como o Ponto.CE, um festival de rock. Ele trabalha em conjunto com dança.

### **Como a questão da cultura tradicional se incorpora dentro da Feira da Música?**

Dentro da feira, a gente tem o projeto Música de Raiz, com grupos convidados. Quando eles mandam material, são tratados de uma outra maneira, não entram para as inscrições. A gente tem dois ou três grupos que vêm do Piauí ou do Maranhão. Os grupos populares são sempre muito grandes. No maracatu, a vinda deles é uma festa só. A gente os coloca como último grupo das apresentações, porque vira uma festa. É também uma forma para que os jovens escutem e vejam coisas diferentes. Para se encontrar com o lado mais tradicional.

### **Isso cria diálogos?**

Sim. Pesquisas também. A história é que você passa quatro dias dentro da feira com mais ou menos 450 músicos do Brasil todo. Há programação às tardes e nas noites. Durante a tarde, temos encontros, workshops, grupos de trabalho; e a noite são apresentações. Depois das apresentações – até o outro dia – é o momento que esse povo faz essa mistura.

### **Conte três apostas suas pessoais da música que adoraria ver correr o Brasil.**

My Fair Lady [banda cearense composta por Rodrigo End, Felipe Facó, Sam Alcantara, Lucas Beam e Artur Alcantara], Joseph K? [trio formado por Talles Lucena, Rildney Cavalcante e Johnny Wesley] e Vitoriano. My Fair Lady e Joseph K? fazem rock pesado, são muito interessantes. O Vitoriano é um trabalho su-

pernovo. Na realidade, eu o conhecia fazendo parte do grupo de rock Alegoria da Caverna, e eles se separaram agora. Ele está lançando um trabalho solo. É uma mistura, que tem um pouco de rock, de maracatu, de tudo um pouco. Para mim, é uma coisa muito nova.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/valeria-cordeiro/>