

“Fazer obras de arte é como uma construção mesmo, qualquer construção: o arquiteto pensa e o executor tem que se virar para fazer.”

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron no dia 31 de maio de 2010, em São Paulo.

Allen Rescoe é um executor de esculturas. “Já me vi como serralheiro, depois pedreiro, costureiro, pintor”, diz Rescoe, que é formado em arquitetura e engenharia mecânica e também parceiro de trabalho de notáveis como Amilcar de Castro, Nuno Ramos, Jorge dos Anjos e Franz Weissmann. Diferenciar o papel do executor e o do criador artista não é simples nem para o próprio Rescoe. O trabalho dele é o de “criação da execução”, mas não dá palpite na criação da obra.

Em geral, os artistas entregam a Rescoe a idealização da obra em maquete ou em desenho. O diálogo prévio é a etapa mais importante. “O artista te move, te estimula a resolver problemas, a dar soluções”. A partir de 1990, começou a executar projetos de arquitetura e montar exposições. Montou diversas delas, como *Amilcar de Castro*, no Centro de Arte Hélio Oiticica (Rio de Janeiro, 2000), a *5ª Bienal do Mercosul* (Rio Grande do Sul, 2005) e *Arte Para Criança*, no Sesc Pompéia (São Paulo, 2009).

A longa parceria com Amilcar de Castro faz com que o próprio Rescoe se veja, de certa forma, como um co-autor na obra do parceiro. “Você trabalha para aquela pessoa a vida inteira, então vai simplificando a forma de fazer, o processo de execução.” A amizade cresceu tanto que as famílias de ambos, hoje, são muito próximas. “Fiquei 20 anos trabalhando com ele, daí você vê o tanto que ele foi importante para mim, em todos os sentidos.”

Como começou a sua história de arquiteto, trabalhando com indústria e com escultura? Existe um trabalho artístico ligado às minas de ferro de Minas Gerais? Isso te influenciou?

Faço associação do meu trabalho com aço talvez pela minha formação. Meu primeiro emprego foi em uma indústria metalúrgica, mas ainda como arquiteto. Talvez eu tenha ligações mais profissionais com este trabalho do que realmente com a questão histórica ou cultural de Minas Gerais. É mais uma relação de oportunidade mesmo. A minha primeira casa, construída nos anos 80, era de estrutura metálica. Então, é mais uma coincidência do que uma mineiridade. Da arquitetura, eu fui para a área administrativa, depois fui trabalhar em indústria metalúrgica. O Amilcar de Castro me procurou para que eu fizesse uma escultura, depois o Jorge dos Anjos também. Acabou que eu saí daquela indústria, que foi desativada, fui trabalhar em outra. Aí eles me acompanharam, começaram a fazer esculturas nessa outra indústria. Assim, fui me envolvendo com a atividade.

Como era o trabalho na indústria metalúrgica? Por que te procuraram?

Trabalhei primeiro em uma indústria cujo dono gostava de arte e abria as portas para os artistas. Mas como ele não era tão presente na indústria, sem-

pre tinha alguém que fazia o contato com os artistas. Como eu os conhecia, acabou que eu fiquei atendendo pessoalmente. Era uma relação de amizade mesmo, de mútuo interesse.

Nessa relação, o artista propõe uma ideia e você tenta materializar. Como era trabalhar a partir do material bruto?

Basicamente, a gente fazia cortes, dobras e soldas. O Amilcar era mais corte e dobra. Normalmente, chegava com uma coisa para fazer sempre um pouquinho acima da capacidade que a gente tinha de executar. Eu tinha que desenvolver alguma técnica para poder atender aquele pedido.

“Um pouquinho acima” significa que ele estava pedindo espessuras mais largas e dobragens não industriais?

Vamos dar um exemplo. Eles sempre pediam para dobrar uma chapa, mas outras indústrias com porte maior que a nossa respondiam que não tinham condições de fazer. Eu tentei às vezes dobrar, terceirizar algumas dobras e não conseguia. Então, a gente tinha que desenvolver lá dentro mesmo. Quando eu fui trabalhar lá, na verdade, esse processo já tinha sido iniciado por outra pessoa, eu só continuei. A gente tinha que desenvolver uma forma de executar.

O que vocês tiveram que inventar para conseguir fazer as dobras, por exemplo?

Houve duas etapas: primeiro, dentro dessa indústria, a gente tinha algum recurso. Começamos a estabelecer um tempo de aquecimento para facilitar a dobra. Depois, quando eu saí de lá, fui para outra empresa na qual usava recursos semelhantes para a execução da dobra. Depois, essa empresa foi desativada e comecei a desenvolver uma forma de dobrar sem recurso quase nenhum. Começamos a produzir dentro do próprio ateliê do Amilcar, na época em que ele estava construindo. Chegamos a dobrar a peça com gravidade, só aquecíamos e deixávamos a natureza fazer o resto. Às vezes você punha a peça na posição, fazia um cavalete e, com o próprio peso da peça ela ia dobrando sozinha. Lógico que nós perdemos muita peça. Nem sempre dava certo. Às vezes a dobra saía do lugar, porque às vezes precisava aquecer um pouco fora. Fomos aprendendo e simplificando o processo. No final, a gente dobrava com a maior facilidade. Fazíamos as dobras literalmente no meio da rua: no fundo do ateliê tinha uma rua sem saída e a gente fazia ali.

Conte um pouco da história da construção do ateliê junto com o Amilcar.

No caso do Amilcar, foi passando o tempo e a relação de amizade foi aumentando. Eu fazia gravura no ateliê da minha esposa. Fomos misturando, fizemos produção juntos, aí era ateliê com obra, uma confusão danada. Era ateliê, escultura e obra, tudo junto. Fazia tudo no mesmo lugar.

Você quem fez o projeto do ateliê?

Sim. Na verdade, fiz o projeto sem mostrar muito para ele. Eram dois ateliês, um para ele e outro para a Thaïs Helt. Falei para o Amilcar: “Vou fazer, depois você escolhe”. Ele escolheu o que eu fiz para a Thaïs, não o que eu fiz para ele, inclusive, a documentação de escritura teve que ser acertada depois. Ele escolheu o terreno que não era dele, aí teve que trocar. Eram duas casas somente. Não tinha nada, equipamento nenhum. Um dos ateliês tinha as paredes pequenas e o Amilcar escolheu esse, mas os trabalhos dele eram enormes. Acabou que os trabalhos dele não ficam no ateliê, ficavam em outro lugar. Fiz o projeto do ateliê dele com rampa, para evitar que ele andasse de escada, mas ele escolheu o outro cheio de escadas (*risos*).

Como era o processo de construção das peças? Como era a relação com o Amilcar?

Não tem nenhuma história que seja de grande importância sobre a construção das obras. Há mais a minha relação com o Amilcar do que propriamente com a peça. Uma vez, por exemplo, fiz uma peça pequena para ele, mas ele insistia que ela estava com defeito, torta. E não estava. Mas me pediu para fazer outra. Eu não discuti, ele saiu, eu fiz outra. Quando ele chegou, falou assim: “Você não fez outra. É a mesma”. Aí mostrei as duas, mas ele insistia que a primeira estava torta. Levei todos os instrumentos para medir e realmente não havia erro. Ele falou: “É, realmente, a peça parecia que estava torta, e não está. Está até boa”. Mas, em compensação, dali para frente, ele nunca mais olhou. O que me fez ficar muito mais rigoroso, porque, como ele não olhava, também me obrigava a aferir muito mais, porque eu sabia que ele não ia questionar. Acho que tem mais histórias de ligação com o Amilcar do que propriamente com as peças.

E o trabalho com mármore, com Nuno Ramos?

Eu fui fazer um trabalho para o Nuno em que eu ia executar uma parte metálica e tinha uma parte em mármore que era para ser feita em Belo Horizonte. Comecei a procurar em Belo Horizonte quem pudesse fazer, mas não achei.

E era uma coisa simples, não tinha porque não ser feita. Fui a várias marmorarias e falavam que não tinham equipamento para fazer. Acabou que nós começamos a fazer sem equipamento nenhum e deu certo, conseguimos executar sem problemas. O artista te move, te estimula a resolver esses problemas, ajuda a dar soluções. Às vezes, ele quer alguma coisa e a gente vai tentando achar alguma solução. Junto com o artista, a gente vai dando solução e vai conseguindo fazer, o que é muito prazeroso. São desafios, é muito bom.

Quer dizer que você, de certa forma, espera o desafio chegar?

É. Trabalhar com o Nuno é desafio o tempo todo, de todas as formas. Em termos de peso, de resistência, de prazo, de preço: é tudo no limite. É diferente, nesse sentido, em relação ao Amilcar.

Como é trabalhar com pedra, com mármore?

Minha experiência com mármore foi até surpreendente, porque foi mais simples do que eu imaginava. Era uma coisa que eu nunca tinha feito. Desenvolvemos algumas gambiarras por falta de recurso mesmo, tudo para poder cortar com o pouco que tínhamos. Não tínhamos como cortar a placa de mármore de forma curva e dar o polimento que ele queria. Tinha o problema de peso, porque eu não tinha equipamento para transportar as pedras, que eram pesadas. Acabamos construindo carrinhos para fazer a obra.

Você participa da escolha do material? No ateliê, você trabalha sozinho ou possui uma equipe?

Não. Nunca entro na concepção do artista, de nenhum deles. Eles é que escolhem. No ateliê, tenho uma equipe, que às vezes é maior ou menor, a depender do trabalho. Alguns já estão há bastante tempo com a gente, mas conforme o serviço a gente chama mais alguém. Normalmente, são pessoas que a gente forma. Mas também procuramos gente interessada, que goste e tenha interesse por esse trabalho.

Além do interesse, a habilidade manual também conta?

É fundamental. Exemplo: nos acabamentos das peças do Amilcar, era eu mesmo que pegava nas ferramentas. Uma vez eu cheguei atrasado e um funcionário começou a fazer por conta dele mesmo. E adiantou bem. Na segunda vez, eu já o deixei fazer. Como ele fazia muito melhor do que eu, e mais rápido, nunca mais mexi com isso.

Fale do trabalho com o Jorge dos Anjos e com o Franz Weissmann.

Os trabalhos do Jorge dos Anjos possuem soldas. Há dois tipos de trabalho com aço: um é só a chapa cortada e dobrada, que é a maior marca do Amilcar. As obras do Jorge e do Franz possuem dobras e soldas. Se você pegar uma peça do Franz e desmontar, verá que ela não dá uma chapa inteira, outras vezes dá mais de uma chapa, existe sobreposição. O Franz faz isso sempre. Com o Jorge, se incorporam peças, ele vai cortando e soldando. O Jorge também tem feito peças mais pesadas, que sou eu quem faço, essas que têm solda, mas é coisa simples. É cortar a chapa, com tartaruga e solda. Tartaruga é um maçarico sobre um carrinho, que faz o corte da chapa. O maçarico, portanto, se movimenta sobre o carrinho para o corte sair preciso. E depois você faz a montagem daquela solda. Já o acabamento é o mais delicado, isso a gente faz com cuidado.

No processo de soldagem e de montagem, o artista geralmente está presente?

Nessa parte de soldagem, não. Aliás, é bom que não esteja. Ele entrega em desenho ou em maquete, e a gente executa. Já na parte da montagem, isso varia. O Franz era muito presente, ficava acompanhando a execução o tempo todo. O Amilcar raramente acompanhava. O Jorge dos Anjos nunca ia. O Nuno não acompanhava muito na execução, mas na montagem, ficava o tempo todo.

Você se autodenomina como: serralheiro, construtor de estruturas, metalúrgico? Como você nomeia seu trabalho?

É, eu pensava em serralheiro. Depois virei pedreiro, costureiro, pintor. A gente vai misturando (*risos*).

Vocês tiveram que inventar metodologias e formas de trabalhar. Há como transmitir isso?

Às vezes você tem um desafio do dia a dia. Você faz aquele trabalho e aquilo morre, porque raramente fazem aquilo de novo. Arte é como uma construção mesmo, como qualquer construção. O arquiteto pensa e o executor vai se virar para fazer. Essa etapa é a criação da execução. Da criação do trabalho, você não participa em nada. Nunca participei de nada, da criação. Crio o processo da execução.

Mas tem como transmitir a experiência que vocês tiveram para outras pessoas? Regras, macetes, coisas que vocês foram aprendendo?

Ah, alguma coisa, sim. Mas as técnicas se repetem pouco. A não ser, por exem-

plo, no caso do Amilcar. Você faz as obras a vida inteira, vai simplificando a forma de fazer, dando uma estrutura muito grande e terminando sem estrutura nenhuma, simplificando o processo de execução. Quando alguém pergunta como é que eu dobro, eu respondo. Mas ninguém pede, ninguém precisa mais disso. Ninguém mais pediu para dobrar chapa de aço como o Amilcar pedia.

Tem muita presença de estudantes de artes plásticas na sua oficina?

Não. Isso, aliás, me decepciona. É bem fraquinho.

O processo de construção não é simples, senão, todo mundo faria, não é?

Não, pelo contrário. É simples, sim. Por exemplo, dobrar uma chapa é muito simples. O que eu faço? Aqueço com tocha. De acordo com a espessura, vejo a quantidade de tochas que eu tenho que colocar. Tochas seriam os maçaricos de aquecimento. Se eu tenho uma dobra do tamanho de 40 centímetros, eu uso uma tocha. Se tem 80 centímetros, uso duas, e assim por diante. E o equipamento pega a peça para patolar em cima, quer dizer, segura uma ponta e puxa a outra. Se você vai dobrar a chapa, coloca a patola em cima da chapa, põe o gancho na outra ponta, aquece onde você quer que seja feita a dobra, e puxa. Eu não tenho equipamento, alugo na hora. É rapidíssimo, muito simples de fazer.

Você falou do desenho, que chega à sua mão. Como é essa conversa com o artista?

Quando começa alguma coisa totalmente diferente, essa conversa é mais longa. Por exemplo, ele vai fazer uma coisa e não sabe se existe material daquele tamanho, se consegue fazer daquela forma. Passada essa etapa, aí não tem conversa nenhuma, já é quase como fazer pão: chega com a receita e faz a encomenda. Na fase de definição é que tem muito mais conversa.

Toda obra sofre com o tempo. Vocês trabalham com manutenção nas obras?

Sim, mas hoje, no caso das peças metálicas, existe o aço com cobre na composição. Ele resiste bem à corrosão atmosférica. Então, praticamente, não se perde uma peça. Hoje, no Brasil, já tem esse aço no mercado. Existe a corrosão química do solo, mas é pouca coisa.

Fazendo um balanço histórico do processo: quanto tempo você trabalhou com Amilcar?

Começou no final dos anos 70, acho que foi uns vinte e poucos anos. Só por

isso, você imagina o quanto ele foi importante para mim. E não foi só trabalhando, porque, no final, a gente tinha uma convivência muito grande. Aí é um pouco diferente, porque a gente mistura um pouco de trabalho com amizade, nem sei se consigo separar. Agora, uma coisa eu tenho certeza: com todos os artistas com quem trabalhei, ou com quem trabalho, estabeleci uma relação de amizade muito boa.

A gente perguntou ao Fernando Faro, criador do programa Ensaio, como ele conseguiu produzir tantas coisas sobre a música brasileira. Ele falou que o que importava, no fim, era a vida, a relação com as pessoas. É isso para você também?

É exatamente isso. São amizades que ficam. A minha amizade com a família do Amilcar continua. Chega a um ponto que a gente briga e continua amigo. É como brigar com o pai da gente. Continua como se não tivesse acontecido nada – nessa hora que é gostoso. É o que tem acontecido. Realmente, tenho uma relação gostosa com essa turma com quem trabalho.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/allen-rescoe/>

Cláudia Leitão

Gestora Cultural. Ex-secretária de Cultura do Ceará

“Na cultura, um dos problemas da tradição brasileira é ter um estado que chegou antes da sociedade. Chegou de caravela.”

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

Cláudia Leitão

Se mesmo nas grandes capitais brasileiras o acesso a bens culturais é regalia para poucos, imagine em pequenas cidades do interior. À frente da Secretaria de Estado da Cultura (2003-2006), Cláudia Leitão olhou para o interior do Ceará e constituiu um dos mais inovadores projetos de gestão. Criou um trabalho itinerante de formação, institucionalização e acesso a recursos. “Passamos dois anos criando condições institucionais, logísticas e de interlocução com o interior. A gente precisava criar uma política de editais, oferecer visitas técnicas, ajudar o pequeno museu e o pequeno centro cultural quando ele existisse.”

A convite de Cláudia, o então recém-empossado ministro da Cultura, Gilberto Gil, fez um dos seus primeiros discursos. Foi justamente no Seminário Cultura XXI, o primeiro passo de um plano de trabalho para a gestão cultural do estado. O carro-chefe do trabalho foi o autoexplicativo programa intitulado Valorização das Culturas Regionais. “Em regiões que nunca tiveram acesso a nada, gestão cultural no campo público é também ação civilizatória”, justifica.

Cláudia Leitão entende que o modelo de Secretaria de Cultura que existe hoje funciona à mercê de “lobbies poderosos”. “É preciso desmistificar a lógica canhestra de imaginar que uma secretaria é refém de dez cineastas, 20 artistas plásticos, 50 literatos de plantão ou dos que têm acesso à mídia.” Formada em direito e em educação artística, com mestrado em sociologia do direito e doutorado em sociologia pura, é atualmente conselheira do Programa Cultura Viva e pertence à Rede de Estudos em Políticas Culturais (Redepcult).

Como você começou na área cultural e chegou a ser gestora?

Fiz duas graduações e não imaginava que um dia teria uma síntese hegeliana nas minhas formações. Fiz direito e música. Ao longo da vida, na infância e na juventude, fiz parte de um grupo de música antiga, de medieval até barroca. Fiz conservatório, estudei contraponto, harmonia, participava dos festivais de música de Campos do Jordão com o Eleazar de Carvalho, nosso grande maestro cearense. Cantei a 9ª Sinfonia de Beethoven, toquei com a orquestra, Concerto Brandeburguês de Bach. Enfim, tive uma formação muito erudita. Depois, fiz mestrado na Universidade de São Paulo (USP) em sociologia do direito e fiz doutorado em sociologia pura na Sorbonne, em Paris. Estava indo para o mundo acadêmico, mas a minha relação com as artes sempre foi muito próxima, por influências familiares e pelo meu próprio gosto. Tive uma experiência interessante antes de ser secretária de Cultura ao dirigir o Senac no Ceará. Comecei a trabalhar com a profissionalização também voltada a algumas profissões artísticas, já entendendo cultura em uma perspectiva mais

antropológica – incluindo as profissões criativas como gastronomia, design e outras –, como depois até o ministério adotou com a administração do Gilberto Gil. Também sou professora do mestrado de políticas públicas e sociedade da Universidade Estadual do Ceará. Sempre me interessei pela questão da gestão. Venho das ciências sociais básicas, mas acabei nas aplicadas. A minha relação com a cultura vem da minha vida profissional e acadêmica. Um dia fui convidada para ser secretária de Cultura do Ceará.

Como foi?

Foi um choque! Exatamente porque eu estava no Senac naquele momento, montando vários projetos apaixonantes. Estava muito encantada com essa questão da educação profissional e tecnológica. E foi quando o então governador Lúcio Alcântara me convidou para a secretaria. Não tenho nenhuma relação política, não sou filiada a partido algum, não tenho nenhuma aptidão ou competência para política partidária. Sou professora. Mas acabei aceitando o cargo. E o primeiro grande choque que vivi nesse lugar foi na posse, porque o colega que havia deixado o mandato não apareceu! Fui a única secretária que não teve passagem de cargo. Comecei a perceber que era uma área especial. A cultura era uma área muito mais difícil do que as outras, porque sempre teve poucos recursos, mas muita vitrine. Era uma secretaria com aspectos muito peculiares. A gente quando cita determinadas secretarias, menciona o tempo do mandato, no caso da cultura cita-se o nome do gestor! É um trabalho muito personalista. No começo tive dificuldade com isso, mas resolvi fazer um grande encontro. Disse para o governador: “Temos que fazer uma espécie de conferência, fazer um grande debate. Vamos chamar isso de Cultura XXI e convocar todo mundo para conversar. Precisamos ter um diagnóstico da situação da cultura”. Eu era tão neófito, tão ingênua, que resolvi chamar o ministro. Resolvi chamar o Brasil e o Brasil veio (*risos*). Mas eu não estava preparada para receber o Brasil, muito menos o ministro Gilberto Gil, que disse que foi o primeiro convite que ele recebeu. Ele também estava em Brasília em março de 2003, meio que à espera de agir e recebeu esse meu ofício que dizia: “Ministro, estou fazendo um seminário para discutir cinco pilares que me parecem importantes para começar um trabalho de gestão cultural, de formação de política pública”.

Quais foram esses pilares?

No primeiro dia, a gestão. No segundo, a questão de legislação, incluindo as leis de incentivo. No terceiro, patrimônio. No quarto, a municipalização e a

cultura. E, por fim, a economia da cultura e o trabalho. O governador dizia: “Mas é muito tempo! Tem conversa para todos esses dias?”. Claro que tinha. Convidei o ministro para vir no dia da municipalização. Tenho a impressão que foi o primeiro discurso do ministro Gilberto Gil no governo Lula. Aconteceu no Ceará, em uma quinta-feira à noite, com o teatro lotado. Ele fez o primeiro discurso colocando a plataforma do que seria o governo Lula na cultura – estou falando de março de 2003. Esse discurso depois saiu em uma coleção chamada Cadernos do Do-In Antropológico [*material lançado pelo MinC em 2004, com 10 dos principais artigos de Gil sobre temas como: patrimônio histórico, cinema, arquitetura e Congresso Nacional*]. Havia muita afinidade nas nossas falas. A gente precisava pensar cultura de forma mais ampla, porque eu ouvi durante a vida inteira, como professora, doutora, pesquisadora de universidade, que o povo do Ceará não tem cultura! Essa é a visão quando se associa cultura à cultura acadêmica, erudita. Eu dizia que era um absurdo pensar isso, porque o Nordeste é o epicentro da cultura da América Latina. É tão importante quanto o Vale Sagrado dos Incas, no Peru. A gente não se dá conta do potencial cultural magnífico da região. O sentido de cultura sempre é associado, tanto para os discursos do senso comum quanto para os discursos das nossas elites, como a cultura erudita, a cultura do estudo. E eu e minha equipe pensamos a cultura pelo lado da inclusão, como um instrumento da cidadania. Além disso, a gente precisava pensar também a questão da economia da cultura de uma forma profissional, dotar os profissionais do campo da cultura, torná-los menos amadores e mais profissionais. Na época, diziam que eu, a “secretária do PSDB” era muito liberal, porque falava que cultura era também emprego e renda. Quando vi o discurso do Gil em março, percebi que a gente teria um grande trabalho juntos. A Secretaria de Estado do Ceará não teria nenhuma dificuldade em trabalhar com o governo federal, embora eu representasse ali um partido de oposição. Mas essa oposição nunca se colocou. Quando o ministro chegou para o discurso, o governador falou uma frase muito simpática: “Ministro, seja bem vindo ao Ceará: aqui somos do partido das culturas”. Estabeleceu-se a partir dali uma amizade e uma cumplicidade em projetos de parceria. Muitos projetos surgiram ao mesmo tempo, às vezes até antes. Criamos, por exemplo, a Capital da Cultura no Ceará antes de o ministério fazer. Criamos uma lei dos mestres da cultura popular que acabou dando origem à Ação Griô, dos Pontos de Cultura do Programa Cultura Viva. O Agentes de Leitura, que criamos no Ceará, é hoje um programa federal. Várias coisas foram feitas a quatro mãos entre nós.

Como você avalia a gestão cultural no país?

Hoje a gente fala em economia criativa e indústria criativa. A gestão cultural deveria se ampliar e ser apropriada por outros ramos de gestão pública nesse país. Temos algo a ensinar para a gestão pública brasileira. Evidentemente, há vários impeditivos dessa gestão cultural, porque a cultura é um produto completamente diferente dos demais. Quando a gente pega, por exemplo, a Lei 8.666 para trabalhar uma licitação, a gente começa a perceber que a nossa área é muito difícil no sentido de como licitar determinados produtos. Há quem diga que as Oscips [*Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público*] e as OSs [*Organizações Sociais*] não são constitucionais e que vão acabar, mas não acredito nisso. São instrumentos interessantes e que merecem uma análise menos partidária. De início, esses modelos foram repudiados pelos partidos de esquerda, o PT, por exemplo. Então, estavam associados ao PSDB. Depois também pelo PT. Ou seja, é como se você tomasse um tipo de organização e partidarisasse esse modelo. Oscips e OSs não pertencem ao PSDB ou ao PT, é um formato de gestão não estatal que pode ser muito interessante, porque o direito administrativo brasileiro tem tudo para entristecer o gestor. A gestão pública no Brasil é atravancada por um direito que parte da desconfiança de quem é gestor. Ser gestor hoje no Brasil significa que, se você tiver inovado, se tiver uma obsessão pela atividade fim e não tiver parado na atividade meio, na burocracia, você vai pagar por isso. Você vai ter um tribunal de contas que vai te colocar vários processos nos quais você vai ter que defender a inovação. No Ceará, entre 2003 e 2006, nós inovamos no sentido da gestão. Criamos um plano estadual de cultura. Acredito em gestão e planejamento estratégico. Não se improvisa. É preciso ter metas estabelecidas, poucos programas, mas que se trabalhe esses programas, chegue-se a resultados. A gente queria fazer um trabalho de interiorização, formular políticas de cultura que fossem capazes de dar voz e vez às diversas regiões do estado, por isso fizemos um programa chamado Valorização das Culturas Regionais. Esse programa foi o carro-chefe da nossa gestão para fazer tudo isso, chegar a municípios como Salitre, o mais pobre e de menor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do Ceará. Você cava e só sai água salgada, não serve nem para o gado. O Ceará é um estado muito pobre. Como é que a gente pode pensar em inclusão social por meio da cultura? Todas as secretarias de Cultura do Brasil ficam, em geral, em prédios tombados pelo patrimônio histórico em bairros de classe média alta ou em casas que têm um valor arquitetônico reconhecido, mas não há nenhuma capacidade de gestão para chegar à ponta. Quando a gente fala de municipalização, a gente tem que ter instrumentos. O direito admi-

nistrativo e constitucional brasileiro não nos permitem chegar! As formas de chegar são jurisprudenciais, não são legais. Tenho certeza que fiz uma gestão honesta, mas tenho mais de 20 processos contra mim, tendo que explicar o que fiz. Portanto, em nome da criatividade do gestor brasileiro, precisamos transformar o aparato jurídico. Porque cultura não é como licitar carteira de escola, leito de hospital ou lotes de vacina.

Você foi responsável por uma revolução no modo de pensar a cultura no Ceará. Como foi essa experiência? Qual foi o diferencial?

As secretarias de Cultura praticamente não existem no Brasil. No ano em que cheguei ao governo, tive a sorte de o governador ter separado as secretarias de Cultura e de Desporto. A Secretaria de Cultura do Ceará é a mais antiga secretaria cultural do Brasil. Pouca gente sabe disso, mas ela é de 1968. Foi criada por um militar iluminista que percebeu a importância da cultura para a gestão. Chamava-se coronel Virgílio Távora. Ele criou uma das primeiras secretarias de Planejamento do país, foi ministro do Getúlio Vargas. Outra coisa, precisamos desmistificar essa lógica canhestra de se imaginar que uma Secretaria de Cultura precisa ser refém de um grupo de dez cineastas, 20 artistas plásticos, 50 literatos, romancistas de plantão, os que têm acesso aos jornais, à mídia. Assim vivem os gestores de cultura pública nesse país, acossados por estes lobbies poderosos, que são os que dominam as leis de incentivo, os que têm contato e que chantageiam os departamentos de marketing dos bancos. Aliás, essas coisas só se pensam, não se falam alto. Ao final do Seminário Cultura XXI, que aconteceu em 2003, fizemos um planejamento estratégico e saímos com um plano de cultura. Esse plano virou livro, foi distribuído no Brasil todo, mandei logo para o ministério, dizendo: “Preciso criar um chão institucional para dizer onde estamos indo. E estamos indo para o interior do Ceará, doa a quem doer”. Por uma questão estratégica, resolvemos nos aproximar do turismo. Precisava que o prefeito entendesse que a cultura podia se tornar um instrumento econômico, e ele só entendia isso quando a gente falava em turismo cultural. Aí ele começa a entender que a cultura pode ter um papel maior do que somente as festas do padroeiro, as festas do município ou as datas patrióticas. Porque, em geral, como a cultura está junto da educação, ela serve a isso. Do outro lado, ela serve ao serviço social, que é o mais perigoso dos perigosos problemas da cultura. Na maioria das vezes, ao vincular um produto de cultura às secretarias de ação social, o produto é da pior categoria, sem qualidade. É o coral desafinado, é a peça de teatro que não vale nada, é o produto de cultura feito de forma “filantrópica”. Quando a

gente caminhou para essa associação com o turismo, criamos regionalmente o secretário de Turismo. E tinha também que romper com esse conceito equivocado do turismo. Pensa-se o turismo enquanto marketing; o sonho de qualquer Secretaria de Turismo é participar de uma feira internacional, vender em um stand o Brasil estereotipado para a Finlândia ou para Barcelona. Eu andava com a equipe de turismo e cultura pelo interior. Criamos fóruns regionais em todo o estado. Foi uma grande mudança, tínhamos um fórum que era itinerante. Todos os municípios participavam. Era um momento em que se colocava o hotel do litoral do Ceará para conversar com a associação dos jangadeiros. Nesses fóruns a gente tinha a presença do Sebrae, do Banco do Nordeste, do Sesc, do Senac, das associações, dos artistas. Eles começaram a funcionar todos os meses. Aquilo embalou, cresceu, e aí começamos a levantar as vocações culturais de cada região. A gente sabia que só precisava de um tempo para convencer o governador de que a gente precisava sair da secretaria de Fortaleza e fazer uma secretaria itinerante – era esse um dos nossos maiores projetos dentro do Programa de Valorização de Culturas Regionais. Passamos dois anos criando as condições institucionais, logísticas, de interlocução com o interior. A gente precisava criar uma política de editais, oferecer visitas técnicas, ajudar o pequeno museu, o pequeno centro cultural quando ele existisse. A gente precisava conhecer minimamente e ter um mapeamento desse campo cultural. Como fazer tudo isso? Tendo um projeto. Nos primeiros dois anos, a gente entendeu territorialmente o estado com a sua diversidade regional. Entendi o que eram Maciço de Baturité, Serra da Ibiapaba, Sertão Central, Inhamuns, Cariri, Vale do Acaraú, Vale do Jaguaribe. Fizemos um projeto chamado Cultura em Movimento – Secult Itinerante. Passei dois anos convencendo o governador de que a gente precisava de recursos. Ele me ajudou, consegui captar muita coisa e não dava para abrir mão disso. Não temos recursos próprios, não somos capazes de fazer mover satisfatoriamente uma máquina pública, então fazia bons projetos e também ia para as antessalas de marketing das empresas com os projetos do Ceará. Tripliquei em um ano o que o Ceará captava. Não captava quase nada e soube que agora voltou a captar quase nada de novo. Quando há recursos, tudo bem, mas quando não têm, precisa captar. Também perguntavam: “Mas é papel do Estado produzir evento?”. Se não há produção lá, é sim. No começo é preciso uma ação pedagógica. Em regiões que nunca tiveram acesso a nada, gestão cultural no campo público é também uma ação absolutamente pedagógica, civilizatória. A gente tem que ir em direção às carências – e fomos. Criamos o Festival de Música na Ibiapaba, o Festival Internacional de Trovadores e Repentistas do

Sertão Central, a Mostra Cariri das Artes, o Festival de Bandas de Música de Câmara do Centro-Sul e Vale do Salgado, o Festival dos Inhamuns de Circo Bonecos e Artes de Rua, o Encontro dos Mestres do Mundo do Vale do Jaguaribe, o Festival de Dança do Litoral Oeste, a Festa do Livro e da Leitura do Litoral Oeste. Ou seja, em dois anos, tínhamos ações estruturantes em todas as regiões em função de suas vocações. Nesses festivais tínhamos uma lógica tripartite: um terço do dinheiro era do Fundo Estadual de Cultura (FEC), outro terço eu captava nas estatais brasileiras, e o último terço era escambo. Eu chamava os prefeitos, começava a criar cooperativas culturais e dizia: “Prefeito, o senhor sozinho não pode nada, mas regionalmente a gente pode muito. Não quero dinheiro seu, mas quero parceria. Preciso de lugar para dormir, de restaurante, de apoio de transporte”. Ou seja, com escambo, eu fechava um orçamento para viabilizar que aqueles festivais acontecessem. Foi assim que a gente começou a ter uma agenda cultural no Ceará.

Foi uma gestão bem atuante.

Criamos subsistemas de cultura, sistema estadual de teatros, de museus, de ciências culturais, de bibliotecas, de bandas. Os programas acabam, as políticas são muito vulneráveis, mas as leis ficam até que sejam modificadas ou revogadas. Mas lei é melhor do que programa, do que política – torne a política uma lei e ela sobreviverá. Consegui muitos adeptos na Assembleia Legislativa do Estado, e fomos aprovando com alguma facilidade muita legislação de cultura. Uma das coisas das quais mais me orgulho da nossa gestão é a legislação.

Quais leis?

Criamos o Sistema Estadual de Cultura, que estabelece uma política afirmativa que nenhum estado tem. Temos o Fundo Estadual de Cultura (FEC), que diz que pelo menos 50% dos recursos têm que ir para o interior do estado. Isso foi um escândalo! É muito justo que esses 50% dos recursos vão para o interior, porque é política pública do estado. Não éramos uma Secretaria Municipal de Cultura, muito menos de um bairro! Isso foi um escândalo, mas a lei está lá. Quando criamos a Lei dos Mestres da Cultura no primeiro ano, eu dizia: “Somos o país do patrimônio imaterial. Nossa maior riqueza cultural é vinculada ao patrimônio imaterial, são as nossas festas, os nossos saberes e fazeres tradicionais, mas não havia nada de apoio a isso”. Fui procurar uma legislação estadual ou municipal de apoio a essa expressão cultural e não havia nenhuma. A primeira Lei dos Mestres da Cultura do Brasil é do Ceará. Aprova-

da e regulamentada. Havia uma em Pernambuco, que nunca tinha sido regulamentada. Depois que a nossa lei foi criada, foi uma avalanche. Hoje, existem várias leis municipais e estaduais para o patrimônio imaterial, esses saberes ancestrais.

Como protegê-los?

A gente começou por uma coisa emergencial. Estou falando de gente que tem uma média de 80 anos e que está morrendo de fome. Conseguimos garantir sobrevivência financeira, e uma primeira ação de preocupação na transmissão, ou seja, enquanto o mestre tem condições, ao ser chamado pelo Estado, ele vai trabalhar no processo de transmissão do saber. Ele já é mestre onde mora, porque repassa seu conhecimento para a sua vizinhança, mas nós criamos situações específicas, como o Encontro dos Mestres do Mundo, em que a gente trazia mestres do Japão, da Índia, do México e juntava com os do Cariri, de Minas Gerais.

Como era esse Encontro dos Mestres do Mundo?

Esse festival veio para dar uma espécie de base estruturante para a lei. A gente queria dar visibilidade a esses mestres, porque nossos recursos eram pequenos. Começamos com a legislação de um edital para selecionar 12 mestres por ano, quase nada, mas o bastante para criar um instrumento de marketing, um calendário. De janeiro a dezembro, a gente distribuía calendários para todo o estado e para fora, com a carinha e a beleza de cada mestre. Foi nosso primeiro marketing. Criamos uma legislação toda voltada para a questão do registro: o livro do patrimônio imaterial, o livro do registro dos mestres. Encontrar a forma de pagar, por exemplo, foi uma luta. Dentro do direito administrativo, como pagar e não criar vínculo empregatício com essas pessoas? A primeira lei era voltada ao mestre como pessoa física, depois a lei foi sendo ampliada para grupos. Chegamos a prever, no último ano do governo, que a legislação deveria apoiar também comunidades, porque aí há uma propriedade intelectual coletiva. Lembro-me das bordadeiras de labirinto de Aracati e das paneleiras. É uma legislação que está nesse momento em franca discussão no Brasil, a questão da propriedade intelectual sobre isso. Sabe o que o Brasil mais faz culturalmente? Borda. Do Oiapoque ao Chuí. Que política de cultura, que política pública, a gente tem para o artesanato brasileiro? Não tem. Precisaria ter, porque se temos essa atividade que é reconhecida no território brasileiro, ela precisa de apoio. Quem ganha dinheiro? O atravessador, não a pessoa ou o grupo que faz. Quando falo em proteção, é no sentido de conseguir estabelecer os elos da cadeia produtiva.

Como unir a forte cultura tradicional do Ceará com a consolidação

formal dos gestores municipais?

Quando saímos com a secretaria, pensamos em alguns braços fundamentais para a gestão e a consolidação de políticas. O braço formação significa que tínhamos uma cesta básica de cursos que eram oferecidos em função da vocação daquela região. Todas as regiões tinham certos cursos: educação patrimonial – para entender o que significa esse patrimônio material e imaterial e como se proteger, por exemplo, dos padres que pegam as igrejas do interior do Brasil, derrubam a parede, azulejam e arrancam o chão de madeira; gestão e produção cultural – para incentivar a concorrência aos editais, nós ensinávamos a fazer design para joias porque no centro do Ceará há uma vocação joalheira pela existência de pedra semipreciosa; e ainda cursos de audiovisual, de histórias em quadrinhos, de dança, de música. Os cursos foram oferecidos durante todo esse programa de dois anos. Havia também uma área de difusão, que era uma tentativa de formação de plateia. Como eu fazia isso no interior? Com circos. Eles serviram para o começo do censo e do mapeamento que a gente fez do estado todo. Fizemos um censo artístico e chegamos a levantar 40 mil artistas no estado, levantando as informações do que ele fazia, onde ele estava. Foi um censo feito ao longo da caminhada. Dentro do circo havia toda uma programação voltada para a descoberta dos talentos do lugar. O próprio município descobria os seus talentos que não sabia que tinha. Também havia uma área de institucionalização. Fomos a todas as Câmaras de Vereadores levando o Sistema Nacional de Cultura.

Como você fazia essa institucionalização?

Mais do que isso: eu explicava, dava uma aula-espetáculo, levava PowerPoint, botava um filme. Abria a Câmara de Vereadores e explicava o que era uma Secretaria de Cultura, o que era o Sistema Nacional de Cultura, o que era um fundo. Fazíamos cartilhas para facilitar a vida dos vereadores, dos prefeitos, da população em geral. A gente tinha uma cartilha de investimentos culturais para mostrar onde há dinheiro para a cultura. A gente mostrava as leis municipais, estaduais, federais de incentivo ou de investimento em cultura para facilitar a compreensão do produtor e do artista do município. O meu papel nas câmaras era criar secretarias. Tinha um projeto chamado Mil e Uma Histórias, em que colhemos relatos que fomos ouvindo ao longo da caminhada. Isso virou livro, virou DVD. Eram histórias contadas por pessoas, por vaqueiros, por pessoas do interior. Levávamos exposições, inauguramos o ato de fazer uma exposição e de viver uma exposição em um país que não sabe nem o que significa o termo exposição. Levamos o artista plástico Aldemir Martins para a cidade onde ele nasceu, no interior cearense.

O que tem de curioso na sua gestão é você fazer a produção antes de criar a gestão. Você não fez política de dentro do gabinete?

Praticamente não estive no gabinete. O Gilberto Gil vinha muito ao Ceará e eu nunca estive com ele em um ambiente com ar-condicionado. Sempre estávamos no chão do sertão, andando. Ele via as coisas acontecendo e dizia: “Quer dizer que uma itinerância pode ser uma coisa boa?”. E eu: “Acho que é o melhor formato”. Lançamos os editais em que 50% dos recursos eram para o interior, mas não tinha projeto no interior. Ninguém sabia fazer! Aí as pessoas de Fortaleza queriam a minha cabeça, porque diziam: “O dinheiro está sobrando e nós não podemos ter acesso a ele”. Eu dizia que precisava de tempo, e corríamos para fazer cursos de projeto, para que as pessoas comessem a fazê-los. Devagarzinho a gente foi começando a ver as diversas regiões concorrerem e ganharem os editais. Pegávamos o município de maior população e colocávamos a secretaria. Ficávamos ali por dois meses, depois íamos para outra região. A maior parte das pessoas não quer só dinheiro, quer ajuda, informação. Elas querem uma visita técnica, amparo do Estado. Tínhamos que chegar a essas pessoas e envolvê-las em formação para que pudessem organizar os seus acervos – falando especificamente da área de museus. No final de tudo, as secretarias estavam sendo criadas e encaminhadas. O que me impressionava nessa incursão com toda a equipe no interior é que em nenhum momento tive dificuldade no discurso da cultura, de convencer ou de ser eloquente com qualquer prefeito de qualquer partido. Quando começamos, havia menos de 30 secretarias de Cultura no Ceará. Quando saí, em 2006, havia 100. O Ceará foi o estado em que os 184 municípios que o formam aderiram ao Sistema Nacional de Cultura. Uma pesquisa do IBGE de 2007 deu esses dados. Era o estado com mais secretarias, mais conselhos, mais leis municipais, mais tudo. A Isaura Botelho, grande assessora do ministério, me passou números da cultura no Brasil atual. Em 2009, o Ceará já perdeu dois terços do que a gente havia construído. Isso é muito importante para o novo gestor, que está chegando, entender as fragilidades dessas políticas, dessas construções institucionais.

Como fazer para que as políticas deixem de ser de governo e passem a ser de Estado?

Você sabe que eu penso nisso todo dia? Porque a única forma de tornar política de Estado é com uma sociedade forte. E isso só se dá com um sistema nacional, com conselhos municipais. Construímos tudo isso com essas populações, mas elas são frágeis. O novo governo não manteve isso aceso, não con-

tinuou esse trabalho. E rapidamente ele se desconstruiu. Lógico que alguma coisa fica, mas é um trabalho sisífico.

Ao mesmo tempo, não se jogou tudo ao mar.

Exato. Não é ruim, mas para o que já foi, não é o ideal. Mesmo fora da secretaria, eu continuo recebendo muitos emails do interior do Ceará e me disseram que Juazeiro do Norte tinha acabado com a secretaria de Cultura. Era chamada de Secretaria de Cultura de Romaria. Uma coisa linda! Imagine: a terra do Padre Cícero Romão Batista não vai ter secretaria cultural? É uma decisão do prefeito. E os vereadores são muito frágeis. Vocês precisam conhecer os municípios do Brasil. Muitos prefeitos não moram nos seus municípios. As Câmaras de Vereadores raramente abrem. Nós ainda não somos republicanos, são meras estruturas formais. A gente precisa tornar isso vivo. Para isso, precisamos de uma sociedade minimamente instituída. O problema é que a nossa tradição brasileira é a de um Estado que chegou antes da sociedade. Chegou de caravela.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/claudia-leitao/>

Edu Brandão

Sócio-proprietário da Galeria Vermelho

“É preciso dar atenção a uma obra como se ela fosse uma pessoa; cuidar e ter a dimensão de que a arte significa a nossa qualidade de pensamento.”

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 03 de maio de 2010, em São Paulo.

Edu Brandão

Edu Brandão é fotógrafo, curador de arte, galerista e colecionador de arte. É formado em fotografia pelo Brooks Institute of Photography, em Santa Barbara (CA, EUA). Trabalhou como editor de fotografia e de arte na *Folha de S.Paulo* entre 1991 e 2004, tempo em que começou a colecionar arte, cobrando obras como pagamento das fotografias que os próprios artistas encomendavam a ele. Deixou o jornal para se dedicar às atividades de galerista e de curador.

Foi professor no curso de artes plásticas da Fundação Armando Álvares Penteado (Faap), onde conheceu a potência criativa de seus alunos e se frustrou constantemente ao vê-los em um vazio logo que se formavam na faculdade. Essa crise levou Edu Brandão a deixar o magistério e a abrir, em 2002, uma galeria em sociedade com a ex-aluna Eliana Finkelstein, no bairro de Higienópolis, em São Paulo. “Eu achava que a sociedade tinha que receber de alguma forma o que essas pessoas tinham para dizer.”

A Galeria Vermelho nasceu ligada a artistas contemporâneos, como Rosângela Rennó, Chiara Banfi, Jac Leirner, João Loureiro, Héctor Zamora, Julian Rosefeldt, entre muitos outros. Edu Brandão enumera as funções do galerista hoje em dia: “ele apresenta a obra da melhor forma possível; cria exposições honestas e sinceras com a intenção do artista; distribui as obras para outros lugares; cria relações de vendas, inclusive as transações institucionais; e, sobretudo, fica do lado do artista.”

Como surgiu a ideia de criar a Galeria Vermelho?

A galeria surgiu de uma frustração de professores. Eu dava aula na Fundação Armando Álvares Penteado (Faap) e já tinha dado aula de fotografia no Parque Lage um tempo. E foi dando aula de fotografia para o curso de artes plásticas que eu percebi que o aluno terminava o curso com defasagem. Algumas garotas e garotos muito talentosos ainda ficavam à margem quando deveriam se tornar artistas. Não sei se o professor deve se preocupar com isso, mas eu me preocupei. Eu achava que a sociedade tinha que receber de alguma forma o que essas pessoas tinham para dizer. A tecnologia colocava a imagem, a fotografia e o vídeo em todo lugar, mas essa reflexão no campo da arte não vinha. Eu não tinha conhecimento comercial nenhum para abrir a galeria, mas buscava auxiliar no sustento desses artistas que estavam entrando no mercado. Eu já conhecia, frequentava e até trabalhava em algumas galerias como fotógrafo. Nelas, eu percebia que o negócio era quase só pintura. Mas não era isso que nós, os professores, vínhamos batalhando. Então, pensar a galeria foi uma espécie de reação a esse cenário. Acabou sendo criada em 2002.

E foi um empreendimento com parceiros e financiadores?

Sim. A minha parceira é a Eliana Finkelstein, minha aluna, que tentava me seduzir há algum tempo para ter uma galeria. Para mim não era uma ideia muito bem-vinda porque sou um péssimo comerciante. Eu trabalhava na *Folha de S. Paulo* há 12 anos com fotografia e com direção de arte. Durante muito tempo a Eliana só falava em abrimos uma galeria. Eu recusava. Até que fui convencido de que aquilo seria uma possibilidade. Mas também existiu um momento antes no qual eu e dois colegas professores de faculdade – a artista Dora Longo Bahia e Felipe Chaimovich, que hoje é curador do MAM – tivemos um espaço de convivência na Barra Funda. Era o terceiro andar de um prédio onde reuníamos a moçada que já tinha se formado. Há dez anos os museus não tinham tanta força, os centros culturais não tinham tanta força, então a molecada se formava e caía em um vácuo. Esse espaço era uma tentativa de preencher esse vácuo. Passávamos o sábado inteiro conversando sobre arte, era muito legal. Contudo, isso só durou três anos, porque eu bancava tudo, o aluguel e não sei mais o quê. Não dava para pedir para a moçada ajudar, porque todos tinham acabado de se formar em artes plásticas e mal conseguiam ter dinheiro para o ônibus. Aquilo foi ficando oneroso para mim. Aí eu pensava que era preciso ter uma alternativa. Uma das alunas que frequentavam esse lugar era a Eliana Finkelstein e, assim, surgiu a proposta da galeria. A ideia era criar um lugar que pudesse vender e, ao mesmo tempo, manter o que se tinha naquele lugar que nem chegou a ter um nome. Para alguns era “escolinha”, para outros era “terceiro andar” (*risos*). Eu queria manter aquilo lá, mas que fosse algo autossuficiente.

E por que o nome Galeria Vermelho?

Venho da fotografia, sou um fotógrafo analógico. Quando eu pensava o nome da galeria, sabia que não queria colocar o sobrenome. Esse modelo de assinatura parece que alguém está dando algo para a arte, o que, na verdade, é o inverso. A arte é quem nos dá algo. A gente foi muito criticado na época, mas há uma inversão nesse universo. Esse monte de sobrenomes das galerias são muito menores do que a arte. Então, queria algum nome que fizesse referência à arte. E a cor está no trabalho o tempo todo. E há o lado romântico de quando a gente fazia fotografia com luz vermelha. Na revelação, sempre via a imagem vermelha e preta. Era o momento mágico, da curiosidade, a busca da imagem. Muitas vezes a imagem que você tinha imaginado existia, outras não. Esse momento era muito importante e ele era vermelho.

O Rui Campos, da Livraria da Travessa, fala que o nome é um copo vazio que você vai preenchendo, não acha?

Aquele momento da fotografia é muito especial. Para mim isso gera força e as outras pessoas ficam impregnadas disso. Claro que o vermelho possui várias conotações, inclusive a política. O comunismo e um monte de coisa foi vermelha. Mas a ideia inicial não tinha essa conotação. Algumas pessoas pensaram que por se tratar de fotografia, pela qual eu batalhava muito, isso poderia significar esse lado político. Mas foi mais o lado romântico do que político. E não que o romântico não seja político (*risos*).

A galeria começou só com fotografia ou a ideia era abranger várias áreas e suportes?

Desde aquele momento de discussão, eu já batalhava por um espaço que não fosse voltado a um único meio. Isso já não fazia sentido desde a universidade. Eu trabalhava com fotografia dentro do contexto das artes, como a pintura e outros meios. Mas é óbvio que eu não queria trabalhar só com fotografia ou vídeo, tínhamos muita performance também. Enfim, queria a arte contemporânea e a arte que nascia com a nova geração. Por outro lado, eu queria uma bandeira e a fotografia me serviu para isso. Tivemos um bom casamento: ela me fez pensar coisas – sou representante da fotografia –, mas eu nunca quis só tê-la, não fazia sentido.

E como foi lidar com os artistas jovens? Qual foi o processo, vocês pincelaram os artistas que estavam com qualidade e estavam perdidos no mercado?

Eu dava aula há muitos anos. A maioria dos artistas que foram para a galeria tinham sido alunos meus. Quando você está acompanhando a garota ou o garoto, você percebe que ser artista não é só ter boas ideias ou uma cultura. É mais complexo. A situação de sala de aula coloca você muito próximo aos alunos, o que me deu a vontade de ficar próximo ao desenvolvimento do trabalho artístico deles. Eu gostava e acreditava no que eles falavam. Apostei no fortalecimento e na divulgação do trabalho deles. Apesar disso, muitas vezes a gente pensa que se é arte, logo é bom. Eu não vejo bem assim. Há de tudo. Existem até peças formalmente interessantes, mas quando eu começo a analisar e conversar com ele sobre a produção, você vai entendendo o que o artista acha do mundo, o que ele tem para dizer. Você pode concordar com aquilo ou não. É fácil não concordar também, mesmo com obras tão formalmente bem resolvidas e que possuem competência. Em qualquer coisa é assim. Arte não é diferente.

A pesquisadora Ana Leticia Fialho [autora da tese de doutorado *A Inserção da Arte Brasileira nos Circuitos Internacionais, desenvolvida entre 2000 e 2004*] avalia que o avanço da produção artística contemporânea brasileira no exterior resultou mais em reconhecimento da crítica e dos museus do que no valor de mercado. Você concorda?

Se a gente for pensar hoje, depois de participar de uma feira como a SP-Arte, por exemplo, eu discordaria e acharia que as coisas estão caminhando juntas. Mas ela escreveu isso há algum tempo também, ela é uma conhecedora, concordo com ela nesse sentido. A minha vivência, por exemplo, foi com curadores da Europa e dos Estados Unidos. Hoje, a América Latina vem sendo reconhecida como valor. A coisa incontestável é que esse reconhecimento latino-americano chegou primeiro com os curadores e depois com o mercado. Nos últimos dois ou três anos, já percebemos que há crescimento e que o mercado está mais estruturado. Minha experiência é que houve, portanto, um reconhecimento anterior dos curadores. Há quatro anos, a Galeria Vermelho estava envolvida de alguma forma em mais de 40 exposições fora do Brasil com 35 artistas. É um número relevante. E não quer dizer que a gente tivesse um mercado para aquilo.

Quais são as principais feiras e exposições internacionais?

Há várias. A Art Basel, na Suíça, e Art Basel Miami Beach, nos Estados Unidos. As duas são muito importantes para artistas e curadores. Para nós, a Miami Basel atrai por causa da latinidade. Na Europa, também acho muito importante a Frieze Art Fair, na Inglaterra, a Foire Internationale d'Art Contemporain (Fiac), em Paris, e a Arco, em Madri.

Qual foi a sua impressão da SP-Arte, a maior feira de arte aqui no Brasil?

Em termos de venda é maravilhoso. A Galeria Vermelho usa a feira como uma situação muito especial de divulgação. É o momento de encontrar curadores, representantes de instituições, muita gente. Não pensamos em fazer dinheiro ali. Mas por quê? Porque existe uma arte ainda barata e o movimento para fora daqui é caro. Sair do Brasil é caro, porque os impostos, a burocracia e o transporte são caríssimos. Você faz uma feira, trabalha e não faz dinheiro. Então onde rende essa feira? Justamente no contato com curadores do mundo todo. O lucro vem depois, ao ter um artista participando de exposição no Japão, na Inglaterra, na Alemanha, nos Estados Unidos. É um lucro cultural e institucional. A venda acontece *a posteriori*.

Sobre os altos valores de circulação da arte, que políticas você acha

interessantes para incentivar essa movimentação ou maior aquisição de obras no Brasil?

São infinitas. Na Galeria Vermelho, não sou eu quem lida muito com os detalhes da circulação. A minha sócia, a Eliana, está junto com o Márcio Botner, da galeria A Gentil Carioca, por exemplo, nesse movimento de criar uma associação de galerias para discutir isso. Agora, se usarmos os Estados Unidos como comparação, a facilidade com que você entra, sai e paga um imposto é impressionante. Isso aqui não existe. É super complicado e isso faz com que galerias de fora nem venham para cá. Tudo é mais difícil e a gente não tem uma política cultural para isso. Quando a gente pensa alguma exposição, por exemplo, eu nem penso em vender. Se a gente for pensar em lucro, não sai daqui. A gente pensa que vai levar a uma representação de um artista brasileiro e fazer uma mostra dele dentro de um cubículo que é onde a gente pode pagar. É trabalho de Sansão.

Os leilões de obras são oportunidades para o comprador e para o artista. É bom para as galerias também?

É todo um sistema. Nunca é bom ou ruim só pra um lado. É tudo enredado. Recentemente, aconteceu um leilão dos BRICs (Brasil, Rússia, Índia e China), foi feito pela casa de leilão Phillip de Pury em Londres. Foi meio desastrado, porque um tanto das obras não chegaram a tempo do leilão por causa dos problemas de transporte com as cinzas do vulcão da Islândia que cobriu o espaço aéreo europeu. Mas o conceito era ter arte moderna e arte contemporânea desses quatro países. A Galeria Vermelho, que, em tese, é um mercado específico e direto, foi convidada a colocar algumas peças. Depois de algumas conversas, quatro ou cinco artistas da galeria entraram, até porque já têm até um mercado lá fora, em especial na Inglaterra. Mas ficamos com a pergunta se a galeria deveria entrar neste outro mercado. Resolvemos viver a experiência para ter uma resposta e não ficar supondo o resultado. O que aconteceu, infelizmente, é que as obras desses jovens artistas não chegaram por conta do transporte. Contudo, só o fato deles estarem ali com o nome, com a fotografia e no mercado foi ótimo. É uma distribuição de imagem, de reflexão e de conexão. Não rendeu nada em dinheiro, mas os curadores que viram a peça no catálogo telefonaram pedindo portfólios. E isso resultou em exposições para dois artistas. Esse meio é tão carente que qualquer divulgação parece válida.

Em mais de oito anos de Galeria Vermelho, qual é a sua reflexão sobre o papel do galerista para a carreira do artista?

A gente aprende o tempo todo, mas só fazemos o que sabemos. Eu come-

cei como um professor e parece que hoje sou um amigo. O que eu faço? Eu acompanho desde a ideia do artista, a produção e a compreensão do que está acontecendo. Isso é importante porque eu divulgo e falo sobre aquela obra para compradores, curadores, diretores de museu. Então, você representa as obras e o artista. Eu procuro um conhecimento profundo daquela obra. Mantenho contato com o que está acontecendo em museus e em outros espaços para oferecer a obra do artista. Também acompanho muito as montagens das exposições em lugares diferentes, acompanhando os artistas e sempre buscando sistemas que possibilitem a divulgação. Se for cara, difícil e morosa a tentativa de tirar uma escultura do Brasil e colocar em uma exposição na Itália, por exemplo, pensamos em uma alternativa de o artista ir lá produzir a obra. São estratégias que criamos para divulgar a arte daquele artista. Hoje, o galerista faz, sobretudo, o seguinte: apresenta a obra da melhor forma possível; cria exposições honestas e sinceras com a intenção do artista; distribui as obras para outros lugares; cria relações de vendas, inclusive as transações institucionais; e, sobretudo, fica do lado do artista.

A Galeria Vermelho possui exclusividade dos artistas? Como é essa negociação com o artista? Como isso funciona?

Não. Temos algumas exclusividades, mas eu procuro inclusive outras galerias para eles trabalharem. É bom você ter companheiros de trabalho, contudo não vejo que só eu deva vender o sujeito. Muito pelo contrário. É importante ter representante na Europa, por exemplo. Precisamos usar ao máximo as capacidades dos outros também e dividir. É bom para o artista manter relações diferentes, isso o faz mais maduro. Para a galeria, também acontece isso. Existem galerias no México, na Colômbia, na Argentina, na França, em Portugal que a gente chama de irmãs. Isso nos dá latitude, você aprende outras formas de negociar, abre novos caminhos para o outro. Não existe isso só de briga de galerias, um também ajuda o outro. Se o meio está forte então você vai bem, não tem ninguém fazendo sozinho. Não sei como era antes, talvez fosse assim, mas hoje a gente sabe que ninguém vai sozinho. É preciso ter um sistema, senão a coisa não cresce.

Você comentou que trabalha muito com ex-alunos seus. E agora que você deixou de dar aula, como procura e encontra novos artistas? Qual é o processo?

É rara uma noite que eu não esteja em um ateliê. E de um ateliê você vai

pra outro. Há um cheiro que acompanhamos. Vou a exposições, a galerias, a centros culturais. Vou acompanhando o que o sujeito tem a dizer. Há alguns anos, eu fiz um projeto junto com o Itaú Cultural que se chamava Portifólio. O objetivo era mostrar um trabalho de fotografia de quem começava. Havia dois artistas de São Paulo, fui para Belém e trouxe outro de lá. Esse método é muito interessante. O projeto permitia a montagem de uma exposição com jovens artistas, foi a oportunidade de viajar e ter alguém bancando o conhecimento. Em Recife, me apresentaram um trabalho de um garoto que chama Jonathas de Andrade. Gostei muito, acabamos fazendo a exposição de um trabalho que ele tinha. Então, no dia a dia da galeria, fico em contato com as pessoas. A internet ajuda muito nisso também. Sem estar do lado do artista você também tem acesso ao que é feito. Vejo se o sujeito tem fôlego, capacidade de abranger outras questões, passo a conhecer sua reflexão. Com o Jonathas de Andrade, foi assim. Algum tempo atrás eu falei para ele que gostaria de trabalhar e ter uma relação comercial com ele. Começou uma conversa, ele entrou para a galeria e hoje eu o represento. Ele esteve na Bienal de Porto Alegre e está na Bienal de São Paulo. É prazeroso.

O que é o curador nesse universo artístico?

Dizem que é o cuidador. Eu fiz algumas curadorias, acho que umas melhores, outras piores, sempre no campo da fotografia ou da imagem. Mas é difícil falar o que é o curador, porque muitas vezes as coisas vão ficando tão fortes, mas acho que tanto o galerista quanto o curador estão a serviço da arte. Eu tenho uma função como curador e eu tenho outra como galerista, mas tenho que responder à arte e ao artista. É simples. Sem artista e arte, ninguém existe. Tudo isso é feito para a sociedade. Para mim foi sempre importante na galeria a porta estar aberta, ter horário de funcionamento o maior possível. Só não funciono no domingo porque isso geraria um custo muito grande, mas sábado é cheio de gente na galeria, inclusive criança. Abrir a porta da galeria e entrar porta à dentro de uma sala de aula para mim é a mesma coisa, você está aberto para as críticas, para reflexão. Tudo de bom e tudo de mau que possa vir. É a vida da arte. Então, o que eu quero dizer é que esses desenhos sobre o que é curador e galerista são mais nebulosos do que se imagina. Ambos também respondem a um tipo de mercado. O curador também ganha, ele possui seu mercado e precisa responder por isso também.

Como está a crítica sobre as artes plásticas em relação ao crescimento do mercado? A crítica também corre esse risco de ser mercado?

Acho que não corre esse risco. Quando eu falo em curadoria como um mer-

cado, eu estou falando que o mercado é ruim. A intenção do curador é gerar espaço para ele. Da mesma maneira, a crítica. Fala-se muito que não temos uma crítica muito ativa nos jornais e em publicações. Eu discordo. Acho que temos bons críticos que acompanham o que se realiza. Geralmente o curador e o crítico estão meio juntos. Vejo uma ligação entre eles no acompanhamento dos trabalhos artísticos. Talvez eu perceba mesmo isso porque estou próximo disso no Brasil. E fora nem sempre vi isso. Em Londres, por exemplo, há um dia que sai a crítica nos jornais e lá eles possuem uma boa fórmula. Aqui, a gente também tem crítico e o jornalismo sobre arte, que também acho superinteressante. Duas ou três vezes por semana sai alguma coisa sobre arte no jornal, uma apresentação, uma nota. Não vejo isso em outros lugares. O jornal traz coisas mais completas, a gente convive com isso. Por isso que discordo que não tem um acompanhamento crítico. Curadores e críticos estão muito juntos com a produção. Talvez eu esteja fazendo uma análise sem conhecer tão perto a crítica, mas vejo que a coisa acontece. Existe responsabilidade dos críticos e curadores com a obra do artista. Há acompanhamento e reflexões interessantes.

É interessante isso, porque a princípio toda a ideia de crítica idônea se baseia no afastamento e não na aproximação.

Não acredito nessa neutralidade. Eu quero ficar junto com os meus filhos e não vou deixar de ser idôneo por isso. Não acredito que distanciamento vai me fazer mais idôneo. Não compartilho desse vácuo que se fala e da tese de que você não precisa conhecer as pessoas. Quanto mais conhecimento tiver, melhor será a reflexão produzida. Como professor, também penso assim. Quanto mais eu conhecer meu aluno, melhor poderei orientá-lo. Se eu chegar à aula, e ficar escrevendo na lousa de costas, isso é mais idôneo? A mesma coisa acontece com o crítico. Se ele conhece o trabalho, poderá criticar melhor, de forma negativa ou positiva.

E o papel da academia na formulação da arte contemporânea? Ela está atenta, está trocando informações com a produção ou está parada?

É difícil falar em academia. Eu venho, como disse, dessa insatisfação como professor. Achei que o professor não estava atuando da forma como deveria ou gostaria. A academia é feita de profissionais, de professores, de pensadores e eu prefiro lidar com indivíduos. A USP e a Faap têm professores muito ativos no meio. São as escolas que eu tenho proximidade. Agora se for pensar a rotina das duas, não acho que estejam agindo nesse cenário. Não acho que abram tantas portas, não há exposições, acho isso pouco como instituição. As duas fazem

muito pouco como instituição. As pessoas que estão lá dentro possuem ação, estão atualizadas. Valem como pessoas físicas. Elas atuam, são artistas, são pensadores, são historiadores que atuam. Mas as instituições deixam a desejar.

Então, como fomentar a reflexão crítica como um trabalho de fôlego e profissional? A academia é uma possibilidade, mas o cenário brasileiro é complicado. A crítica também pode se tornar refém da curadoria.

Como atuar com esse conhecimento?

Quanto mais complexa for a produção do artista, mais complexo precisa ser o que envolve a arte. Não dá para ter só o crítico, só o curador. Muitas vezes as pessoas são criticadas por atuarem em diferentes áreas, mas acho muito saudável. É bom ter o crítico que faz um texto analítico e também faz curadoria. É ótimo ir permeando a arte não tendo uma única forma de expressão. A relação do crítico com o mercado é muito questionada negativamente. Se um curador faz uma coleção que não seja de uma instituição e, sim, em um modelo privado, isso é super criticado no meio. Mas eu acho ótimo. Fico feliz porque tem alguém com conhecimento e que estimula o colecionismo de forma interessante. Essas intersecções, para mim, são fortes. E se você não for ético fazendo uma coisa, não será fazendo outra. Sendo crítico ou não. As pessoas precisam desenvolver várias capacidades, não são gavetas fechadas. Quanto mais a produção estiver à prova, mais complexa se tornará.

E como acompanhar esse mercado da revenda de obras? Há dez anos uma obra foi vendida por US\$ 1 mil e agora ela vale US\$ 1 milhão, mas o artista não recebe nada. Como você vê isso à frente de uma galeria? É possível incentivar uma relação mais aberta, inclusive em valores, com o artista?

Isso é necessário. Não tem outro jeito. Fala-se muito desse mercado, de uma coisa nebulosa, claro que eu sei que é, mas eu não vivi esse mercado. Tenho uma galeria de portas abertas e não é nada nebuloso. Custa tanto, pode ter desconto ou não. A produção custou tanto, eu pago metade, o artista paga metade e pagamos imposto em cima disso. É uma conta razoavelmente fácil. Esse mercado nebuloso, em que o artista não fala, existe, mas não posso falar porque nunca vivi isso. Com a gente, não. O artista pergunta quanto custa e tudo tem preço. A gente paga imposto e divide. Acertamos de diminuir a produção para poder ganhar um pouco mais ou o inverso quando é necessário. Para ter um mercado precisa de preço.

E a revenda com a galeria?

Não tenho esse mercado de revenda, eu vendo somente. O mais próximo

disso é quando eu compro a obra do artista por dez e, depois, se vender por doze, dou um para o artista. Divido isso com ele. Mas se a venda também demorar mais que dois anos, talvez não seja possível dividir mais com o artista. Por quê? Os custos são altos, pago a reserva, manutenção da obra, restauração se necessário. Também é um investimento da galeria.

Fale de uma obra que te despertou para o mundo da arte.

Eu não diria uma obra de arte, mas uma convivência. Eu era muito amigo do artista plástico Leonilson e eu já tinha inclusive estudado arte, mas a convivência com ele me despertou para o que eu vivo hoje. A importância de alguém tomar conta da arte. Falo aqui no sentido de pensar com um carinho. É preciso dar atenção à arte como se dá a uma pessoa, uma coisa meio humana. É cuidar e ter a dimensão de que a arte significa a nossa qualidade de pensamento. Isso veio dos meus amigos artistas, mas o Leonilson tinha temperatura para fazer arte. Ele chamava toda essa função da cultura para a sociedade, para as crianças. Fui vendo que aquilo podia ser um projeto de vida. Comecei a fotografar a arte, a fotografar como um documento. E passei a cuidar de acervos dos artistas. Isso me seduzia. Durante a semana, eu fotografava moda, produtos, publicidade, mas, à noite e no final de semana, eu fotografava arte. Fazia reprodução e achava que estava fazendo alguma coisa em prol de um pensamento. Ao fotografar arte, eu conseguia perceber isso claramente. A convivência com o Leonilson foi importante como uma obra para mim. Aliás, não gosto de uma obra em específico, gosto da arte como possibilidade de reflexão do todo. A arte é relacionar um monte de referências e elaborar uma função: a reflexão da sociedade. Ou então você fica adorando coisas somente. Na galeria, claro, eu vendo coisas, mas estou vendendo mais do que isso. Não estou decorando a casa de ninguém, mas uma criança com pais que comprem arte podem conviver com ela. Penso que a gente carrega as pessoas de reflexão. É um jeito meio mágico de passar ideias.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/edu-brandao/>

Eliane Costa

Gerente de patrocínios da Petrobras

“É fundamental uma política cultural de estado. Não dá para viver de quatro em quatro anos de acordo com um mandato do ministro da Cultura ou do presidente da República.”

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 17 de maio de 2010, em São Paulo.

A formação em física levou Eliane Costa a conseguir, em meados dos anos 70, um emprego na área de análise de sistemas na Petrobras. Aos poucos, outra de suas paixões, a cultura, acabou levando-a a migrar das ciências exatas para a gerência de patrocínios culturais da companhia, cargo que assumiu em 2003. “As pessoas de fora têm um entendimento da ação da Petrobras na cultura maior do que os empregados.”

O que acontece é que, em geral, não há uma compreensão interna de que os recursos voltados para investimentos culturais sejam um “dinheiro diferente”. “Quando você patrocina o Grupo Corpo, por exemplo, que tem atributos de inovação, de excelência, você está buscando associar isso a valores da empresa”, explica Eliane. “A marca da companhia cresceu barbaramente nos últimos anos, e o patrocínio cultural contribuiu para isso.”

O modelo de patrocínio da Petrobras é tão reconhecidamente bem-sucedido que, lembra Eliane, muitas vezes o papel da companhia é confundido no imaginário público. “A Petrobras não é uma empresa de cultura, é uma empresa de energia que tem uma área de cultura”, esclarece. Mas a forte atuação em áreas culturais estratégicas acaba não passando impune. “Já estive em evento internacional em que as pessoas achavam que a Petrobras era uma produtora de cinema.”

Você fez física e entrou na Petrobras para trabalhar na área de tecnologia da informação e acabou, anos depois, na gerência de patrocínios. Como foi esse começo?

Sempre fiz várias coisas ao mesmo tempo. Antes da física, eu já tinha feito normal e científico – que agora nem se conhece mais o que são. O normal formava para ser professor primário, e o científico, que era o equivalente ao segundo grau, era para quem gostava de matemática. Eu gostava muito de matemática e de escrever. Os testes vocacionais piravam! Acabei fazendo os dois: um de manhã e outro de tarde, uma maluquice. Quando chegou o final do científico, tinha que escolher um vestibular e optei pela área de exatas. Ao mesmo tempo, fiz vestibular para física e passei na PUC do Rio de Janeiro. Também fazia pesquisa em música popular brasileira, sobre samba e choro. Sempre tive essas duas coisas. Fiz física, mas nunca trabalhei com física. Assim que acabei a faculdade, prestei concurso para a Petrobras. Naquele momento, como até hoje, trabalhar na Petrobras tinha todo um simbolismo, uma militância – isso era 1974. Trabalhar na Petrobras, em pleno movimento contra a ditadura, era a afirmação da busca por um Brasil que eu queria. Visto muito a camisa da empresa. Não estou na Petrobras como estaria em um banco ou em

qualquer outra empresa. Assim fui trabalhar lá. Só que naquela época, como física, entrei na informática, como analista de sistemas. Era uma coisa que nunca tinha passado pela minha cabeça. Trabalhei nessa área durante 17 anos. Mas ao longo desse período fui migrando mais para a área de comunicação, dentro da própria informática. Paralelamente, fui pesquisadora free lancer da Funarte sobre a história do samba e sobre o choro. Participei de algumas monografias como pesquisadora. Pedi demissão da Petrobras em 1982 para fazer formação em psicanálise. É uma carreira de muitas coisas, de muitas pontas. Meu pai dizia que eu tinha muita iniciativa e pouca “acabativa” (risos). Depois de um ano e meio fora, voltei para a Petrobras para a área de informática, mas percebendo que a minha coisa na informática não era o suporte. Eu já não desenvolvia aplicação, mas comecei a ir para a área da comunicação da informática, trabalhar com o relacionamento com o cliente e fui gerente de apoio ao usuário. Depois estruturei uma pequena área de comunicação no setor internacional. A partir dali, fui para o órgão de comunicação institucional, no qual existe a área de cultura. Fui para lá por uma casualidade, pois sempre trabalhei com cultura fora da Petrobras. Além de fazer pesquisa para a Funarte, fui produtora cultural, desenvolvi trabalhos em CD-ROM. Um deles foi sobre a história dos bairros portuários Saúde, Gamboa e Santo Cristo. Fiz o material sem muita pretensão, mas acabei ganhando o Prix Möbius América Latina por ele. Depois fiz outro sobre Copacabana, antes de eu ser gerente de patrocínio. Sempre tive essa atividade cultural, sou fundadora de um bloco no Rio de Janeiro chamado Escravos da Mauá. Toco cavaquinho, tenho uma roda de samba todo mês na região portuária do Rio e, na Petrobras, eu tinha uma vida na informática. A oportunidade de trabalhar na área de cultura da empresa surgiu a partir de um elogio grande que eu fiz à gerente de patrocínio, na época. Tinha feito um elogio tão entusiasmado de um projeto que tinha visto, patrocinado pela Petrobras, que ela quis me conhecer e me chamou para trabalhar como fiscal de contrato de música na área dela. No final de 2003, ela saiu e eu assumi essa gerência de patrocínios culturais. Assim, pude juntar as minhas duas vidas. Hoje, estou fazendo mestrado sobre a questão da cultura digital. Comecei a juntar efetivamente os meus quase 20 anos de informática, de tecnologia, com mais 10 ou 15 de comunicação e de cultura.

Como era a Funarte nesse período de pesquisa nos anos 80?

Nunca esqueço. Era um lugar que eu tinha gosto de ir, dava prazer. Na Sala Funarte, vi Dona Ivone Lara, Monarco, gostava disso. Fazia pesquisa de samba, frequentava roda de samba no Sovaco de Cobra, na qual se reuniam uns

chorões no domingo de manhã na Penha Circular. Frequentava também as rodas de samba no Teatro Opinião, na segunda-feira, para ver Xangô da Mangueira, Cartola, Nelson Cavaquinho. E via essas pessoas na Sala Funarte. Não era de graça, mas devia ser algo como uns R\$ 5 de hoje. Eu saía da Petrobras sem saber a programação, ia para lá e via shows antológicos, juntando Monarco com uma pessoa super desconhecida, mas que estava começando a se lançar no mercado. A Funarte tinha nessa época – e não estou dizendo que não tenha hoje – uma capacidade de mobilizar, de motivar pessoas para a música brasileira, para a cultura brasileira. Era impressionante. Se o show era às 18h30, uma fila enorme já se formava no quarteirão. Muita gente ia para lá sem saber o que tinha no dia, porque sabia que seria muito bom. Foi um momento de resgate de grandes nomes do samba, como Cartola, que tinha virado guardador de carros e foi redescoberto pelo Sérgio Porto, o Stanislaw Ponte Preta. A Funarte tinha a capacidade de ressonância e de motivação dos jovens para a cultura brasileira, para a música brasileira, para o samba especialmente. Era um papel muito importante, assim como o das rodas de samba do Teatro Opinião, que eu frequentava toda segunda.

Em outras entrevistas, você falou de uma preocupação sua com o funcionário da Petrobras, no sentido dele acompanhar o que a empresa patrocina. Como é essa relação?

É uma coisa que venho trabalhando muito na área de comunicação. A ação da Petrobras na cultura é muito mais compreendida e valorizada externamente. Hoje, dou palestras em milhões de lugares, de todos os tipos, e às vezes vejo que os públicos para os quais eu falo têm mais entendimento da ação da Petrobras na cultura, o tamanho que é, a expressão que tem, do que muitos empregados da empresa. No ano passado, começamos a fazer uns programas corporativos de televisão, em que eu sugeri algumas perguntas como: “A troco de quê uma empresa de energia como a Petrobras patrocina cultura? O que a Petrobras ganha quando patrocina cultura? É uma ação porque eu gosto de música?”. Isso me intrigava. Às vezes, até em assembleia de sindicato, eu ouvia: “Ah, em vez de estar patrocinando, a Petrobras devia estar aumentando salário”. Quer dizer, uma falta de compreensão até de que são dinheiros diferentes. Quando você fala de apoio à cultura, e principalmente do apoio à cultura com as leis de incentivo, você está falando de uma oportunidade em uma questão tributária. Salário está em outra localização nas contas da companhia. Comecei a fazer alguns programas com a área de comunicação interna, explicando a questão do patrocínio, que não é absolutamente uma

coisa voluntarista, personalista, de alguém que está ali e resolveu que a Petrobras vai patrocinar cultura. Mostramos que o patrocínio é uma ferramenta de comunicação da empresa, como a atuação que ela faz com imprensa, com publicidade. É uma ferramenta de relacionamento, de comunicação com o seu público de interesse, com os seus investidores, consumidores e público em geral. É uma ferramenta por meio da qual você busca comunicar a identidade da empresa. Por isso os projetos têm que ser bem escolhidos. Quando você patrocina o Grupo Corpo, por exemplo, que tem atributos de inovação, qualidade, excelência, renovação, você está buscando associar isso a valores da empresa. O correto é você pensar uma política de patrocínio que esteja em sintonia com o planejamento estratégico daquela empresa: aonde ela quer chegar, a visão, a missão, os valores associados, porque é nessa associação de valores que você vai comunicar. Há empresas que trabalham patrocínio muito na questão da veiculação da marca, a qualquer custo, disputando de forma mais selvagem no mercado – sem querer dizer que isso é um demérito. Mas a Petrobras trabalha com um viés de agregar mais reputação à marca por meio das suas escolhas. A marca de qualquer empresa hoje é um ativo da companhia. A reputação valoriza a marca. E a marca da companhia tem crescido barbaramente nos últimos anos. Acredito que o patrocínio cultural contribui para isso, possui ligação com o negócio da companhia.

O Yacoff Sarkovas falou que quando chegou à Petrobras foi preciso tornar os processos de patrocínios transparentes porque a empresa era conhecida por ser “uma caixa preta”. Também comentou sobre o momento da Petrobras em deixar de ser vista apenas como uma empresa de petróleo para virar uma empresa de energia. Como você vê essas questões hoje, após tanto tempo do programa Petrobras Cultural e com esse conceito de sustentabilidade?

O Yacoff foi nosso consultor em 2001, estruturou a política de patrocínios. A Petrobras já patrocinava desde a década de 80, inclusive o Flamengo e a Orquestra Petrobras Sinfônica, mas não existia uma política de patrocínio estruturada. Em 2001, ele vai para lá e estrutura prioridades, principalmente estratégias de seleções públicas. No início, de forma segmentada para música, artes cênicas, curtas-metragens e audiovisuais. Em 2003, quando eu já estava na área de patrocínios, a gente juntou todos esses segmentos em um programa só, que foi o programa Petrobras Cultural. Não só como uma indicação da Petrobras, mas como uma indicação de política pública de fortalecer a questão dos editais, de democratizar o acesso às verbas de patrocínio. Nos últimos

anos, um dos grandes ganhos da Petrobras na cultura foi ter começado a trabalhar em uma sintonia muito maior e permanente com as políticas públicas. Porque é inadmissível que uma empresa que chegou a colocar em um só ano – acho que em 2006 ou 2007 – R\$ 205 milhões na cultura, andasse para um lado e a política pública para o outro. A convergência dessas coisas é fundamental. Em 2003, a gente criou o Conselho Petrobras Cultural, com a presença de um representante do Ministério da Cultura e um da Secom [*Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República*], e a diretora de patrocínios, que preside o comitê de patrocínios estatais, a Ana Cristina Cunha. Quando a gente faz um balanço para ver os rumos do programa – a cultura digital a gente incluiu há dois anos, por exemplo – isso se dá a partir de sentimentos e das configurações do mercado. No caso da cultura digital, isso até extrapola o mercado brasileiro, são configurações globais. É importante que essas mudanças todas estejam caminhando em sintonia com o Ministério da Cultura sem perda de autonomia para a empresa. É um equilíbrio que a gente conseguiu nesses anos. A Petrobras não perdeu a sua autonomia empresarial, os nortes do seu planejamento estratégico, ao manter sintonia com as políticas públicas para a cultura. Mas esses processos sempre podem ser melhorados, a gente procura melhorar todo ano. Essa concepção de comissões de seleção pública montadas com pessoas externas à companhia agregou um olhar muito mais amplo. Patrocinar projetos de música julgados por gente de música, projetos de cinema julgados por gente de cinema, mas com a participação da Petrobras, também foi uma opção muito interessante. Essas bases que foram lançadas em 2001, ainda com o Yacoff, permanecem e foram potencializadas pela gestão Gilberto Gil a partir de 2003. Quando ele assumiu, estávamos felizmente no meio caminho de questões que se tornaram marcas de sua gestão: os editais, a democratização do acesso, o trabalho da cultura com uma profunda preocupação com a diversidade cultural. Não foi um processo difícil essa entrada da Petrobras, em 2003, no governo Lula, pois lá já se praticava a política de editais desde 2001. Havia uma sinalização dentro do edital de trabalhar não só o apoio à questão da produção, mas dando atenção à questão da difusão, da formação de públicos, da preservação de acervos materiais e imateriais da cultura brasileira. Eram valores e práticas da Petrobras que foram reforçados. Essa questão do patrimônio imaterial, por exemplo, ganhou muita força na gestão Gil e incorporamos no edital de 2003. A cultura digital foi no ano de 2007, se não me engano. O edital procura ser dinâmico, procura não se colocar como uma coisa que já chegou ao seu apogeu, pelo contrário, a gente busca avançar. A Petrobras não é uma empresa de cultura, é uma empresa de energia

que tem uma área de cultura. Mas a gente não tem uma estrutura que permita, por exemplo, comunicar mais e melhor os nossos patrocínios. Existem vários contratos de patrocínio que, quando vou ver, já acabaram, e a gente poderia ter tido a oportunidade de trabalhar de uma forma mais parceira. Claro, a equipe trabalha, os fiscais de contrato estão lá fiscalizando o patrocínio, o desenvolvimento do projeto, as parcelas desembolsadas, as contrapartidas, os relatórios. Em relação a determinados projetos, eu mesma quero estar presente o tempo todo, acompanhando, mas quando vou ver, já estou assinando o término de desenvolvimento do projeto. Em 2007, a gente tinha mil projetos ao mesmo tempo. Agora a gente tem, talvez, 600 projetos, e acabamos de dar os resultados da última seleção, com quase 300 projetos. De novo temos um número muito grande. E ainda dá para avançar nos editais e na ação de patrocínio, na articulação entre os patrocinados, na articulação da própria ação, trabalhar isso mais em rede, tentar atuar mais nas cadeias produtivas. A gente tem vontade de juntar todos os nossos projetos que trabalham com cultura digital. Parece uma coisa óbvia, mas há dois anos a gente está tentando e ainda não conseguiu, pois, na prática, a gente fica muito envolvido com a fiscalização, com os relatórios, com toda essa burocracia.

Há muitas críticas sobre o excesso de rigidez e de burocracia das leis de incentivo. Como você vê isso?

A estrutura baseada nas leis de incentivo são da década de 90. Isso faz com que as empresas tenham um papel preponderante na cultura, na injeção de recursos, via leis de incentivo. Isso teve prós na injeção de recursos, mas muitas fragilidades no sentido da concentração em projetos que trazem muita mídia, porque são as empresas que escolhem. E não escolhem via edital de seleção pública, em sua maioria. O viés dessa empresa é exclusivamente a divulgação da marca, então vai escolher os projetos que já estão na visibilidade da mídia. Sendo um mecanismo de financiamento por empresas, no caso das estatais, há muita amarra pela legislação. É preciso seguir a Lei 8666/93 [*que estabelece normas para licitações e contratos para a administração pública*] e uma série de processos. No patrocínio, a gente tem a questão da ilegitimidade da licitação. Por conta disso, há uma facilitação de processo de seleção. Por exemplo: a gente pode escolher por edital e por convite – a Petrobras patrocina por convite também. Alguns, a gente patrocina em caráter de continuidade, como a Orquestra Petrobras Sinfônica, o Grupo Corpo e vários festivais grandes de cinema. Existe seleção pública para cinema, mas para festivais de pequeno e médio porte. Os grandes festivais são projetos de continuidade da

Petrobras, no sentido que associam valores. Existe a seleção pública e a escolha direta permitida por essa via da licitação, permitido pela legislação e pelo próprio manual de contratação da companhia. Em 2009, tivemos uma CPI no Senado e, em vez de a gente trabalhar em articulação com a cultura, ficamos praticamente o ano inteiro atendendo a demandas dos parlamentares sobre como fazer e como fiscalizar patrocínios culturais. Mas, no geral, o que precisamos ao trabalhar com dinheiro público é encontrar o meio termo. Não é possível tanta burocracia, mas é preciso zelar pelo dinheiro público.

A Petrobras é uma empresa brasileira e também global. Trabalha com tecnologia e acaba vinculada à cultura brasileira no mundo e ao patrocínio de iniciativas em outros países. Estimula coisas dentro do país e traz coisas de outros países. Agora, com o pré-sal e o crescimento do papel do Brasil no mundo, como você vê o caminho da Petrobras na área de cultura?

Para começar, antes de falar da Petrobras, acho que a própria cultura no mundo contemporâneo desempenha outros papéis que seriam impensáveis alguns anos atrás. Se antes a cultura era uma coisa relacionada com erudição, refinamento, experiências contemplativas e transcendentais, cada vez mais a cultura hoje é usada em um plano da interseção das agendas econômicas e da justiça social, e cada vez mais vem sofrendo impacto da globalização, das migrações. Falamos em globalização do fluxo de capitais e de mercadorias, mas existe todo um fluxo de gente pelo mundo, de migrações voluntárias e involuntárias. Hoje, os jovens estudam na Europa ou nos Estados Unidos como há alguns anos estudariam na Unicamp. O mundo ficou pequeno, como diz Gilberto Gil. Ao mesmo tempo, você tem as migrações involuntárias, os acidentes, as questões ecológicas. O caráter globalizado do mundo não está só na circulação do capital, mas também no fluxo de pessoas. Há uma série de questões de multiculturalismo que eram impensáveis antes. A cultura passa a representar nesse momento uma forma de mediação de conflito. Ela passou a ser um recurso de promoção de sustentabilidade. A Petrobras está em 26 países hoje, é uma empresa multinacional brasileira. Recebo várias pessoas querendo entender como é a política de patrocínio da Petrobras, querendo entender como uma empresa de energia se relaciona com a cultura, como são os programas sócio-culturais brasileiros, como é isso de AfroReggae, como é fazer cultura em área de conflito. Isso tudo é muito novo. Ao estar em 26 países, a Petrobras hoje é meio confundida com o Brasil. Já estive em evento internacional em que as pessoas achavam que a Petrobras era uma produtora de cinema. Ela é muito confundida com a cultura brasileira. E a cultura brasileira

está em um momento especial no mundo. A cultura digital faz uma interface com essa questão, na medida em que permite a ressonância de conteúdos brasileiros. A cultura digital, junto com esse movimento físico, operacional da Petrobras, faz esse link com o movimento globalizado do mundo. Nesse momento, para o Brasil, a cultura digital tem um sentido muito estratégico de gerar transformação. Os Pontos de Cultura são um projeto sensacional, a concepção deles é uma singeleza, espero que eles realmente continuem e deem mais frutos do que já estão dando, porque são uma possibilidade de criar conteúdos brasileiros com uma diversidade absurda, em mídia digital, para serem disseminados em uma rede mundial. As fronteiras mudaram de sentido. É diferente você, hoje, falar de uma coisa que vai acontecer dentro de determinadas fronteiras quando você tem um veículo como a internet. Nesse sentido, a cultura brasileira, com o papel que a cultura no mundo de hoje pode representar, tem uma capacidade de ressonância não só pela infraestrutura tecnológica existente, mas pela vitalidade, pela diversidade.

As leis brasileiras em várias áreas atrapalham a difusão, tanto nacional quanto internacional da cultura. A Petrobras como empresa, ou mesmo você como produtora cultural, toma posição sobre isso? Há uma reflexão sobre esse panorama?

Participo e me interesso pelo assunto, obviamente pelo meu trabalho. A Petrobras em si trabalha só com a Lei Rouanet até hoje. Não trabalha com leis no formato de investimento. Por uma opção tributária oficial da empresa, só trabalha com lei de patrocínio, de incentivo, não de investimento como o audiovisual. Hoje, com a proposta dos novos fundos, não sei como a Petrobras vai se posicionar, porque é uma decisão que não é da minha área, mas da tributária. Quando houve a consulta pública sobre as mudanças na Lei Rouanet, a minha área, junto com a tributária, estudou essa legislação, as novas propostas. A área tributária colocou o ponto de vista dela, de preocupação com a questão do negócio da perda dos 100%. Pessoalmente, e aqui não estou falando em nome da área tributária da Petrobras, penso que as empresas precisam botar dinheiro não incentivado nos projetos. A própria Petrobras, no meu ponto de vista, poderia ter hoje na cultura, pelo papel que assumiu na área, pelo papel que tem na sociedade, uma ação menos ligada à Lei Rouanet. Mas isso não é uma posição da empresa. A área tributária tem a posição obviamente tributária e apresentou questionamentos com relação ao percentual mínimo, que é a proposta inicial que a Lei Rouanet tinha colocado. Os pontos de vista realmente são diferentes. Como eu não sou tributarista – ao contrário, a minha prioridade é a cultura – vejo isso com olhos talvez um pouco mais ampliados. A visão tributária vai ver ali o que vai ser benefício fiscal para a empresa. Hoje, a Petrobras poderia dar

um salto à frente e trabalhar com a lei de incentivo, mas dentro da ótica da política cultural sem incentivo. Por que estou falando isso? Porque a Petrobras trabalha sem incentivo no social, no ambiental, e até mesmo em projetos culturais, mas com um viés mais de evento, de relacionamento com praças prioritárias, de forma mais institucional. Dentro da política de patrocínio cultural da empresa, diante das nossas premissas e prioridades culturais, a Petrobras poderia ter esse foco menos ligado à questão tributária. Na minha área, por exemplo, a gente só patrocina com a Lei Rouanet. É verdade que nem tudo é 100% “incentivável”. Quando a gente teve R\$ 205 milhões na cultura em 2007, R\$ 150 milhões eram incentivados e R\$ 55 milhões, não incentivados. Toda a música popular brasileira é 30% “incentivável” e 70 % “não-incentivável”. Várias áreas são 30%. Mas são projetos pré-aprovados na Lei Rouanet, como exigência.

Qual a sua visão sobre a formação de produtores culturais no país?

Dou aula em uma pós-graduação de gestão cultural e de produção cultural, e não há muitos espaços. No Rio de Janeiro conheço dois: a Cândido Mendes e a Fundação Getúlio Vargas. Até olhei mais recentemente esses cursos, para montar um programa de formação, capacitação, atualização para a minha própria equipe de fiscais de contrato de patrocínio, que são formados em comunicação na sua maioria, sem formação em cultura. Eles precisam conhecer mais sobre cultura geral e cultura brasileira. Em todos esses cursos faltam algumas coisas. Uns são mais voltados para a gestão de empreendimentos culturais, outros para produção do evento, para área de entretenimento. No primeiro edital do programa Petrobras Cultural, se você comparar os projetos daquela época com os de hoje, já sente que são muito mais consistentes, mais articulados. São projetos que já não são ações isoladas, mas ações que buscam articulações com a cadeia produtiva daquele segmento, com a possibilidade de troca com a comunidade. A gente tenta fazer alguma coisa assim quando vai divulgar o programa Petrobras Cultural pelo Brasil. A gente costuma fazer uma caravana pelas capitais onde eu faço uma palestra, depois abro para debate. Várias das melhorias do programa a gente capta nesses fóruns. A Petrobras representa uma real oportunidade, e em alguns lugares quase que a única, porque é uma política nacional e, às vezes, a empresa local não se interessa mas há uma demanda muito grande. A gente faz esse debate com produtores culturais e a imprensa nas capitais. Inserimos algumas cidades importantes e introduzimos uma oficina de projetos culturais. A gente começou a perceber que, muitas vezes, havia a confusão entre uma ideia e um projeto. Muitas pessoas tinham ideias fantásticas, mas que não eram projetos. Havia

também o problema de formatação do projeto. A gente subiu um pouco o nível dessas oficinas, procurou se articular com o Ministério da Cultura, que estava fazendo oficinas muito interessantes, também descentralizadas. Essas oficinas do MinC eram em auditórios enormes, com as pessoas interessadas não em formatação de projetos, mas em entender as leis de incentivo à cultura e em como poderiam se colocar na cena cultural.

Como se libertar das leis de incentivo? Como pensar que o agente cultural tem que estar sempre atrás de editais, ou de incentivo?

Para mim, só tem uma maneira de se libertar. Quando falo “libertar”, não é no sentido de acabar com as leis de incentivo, mas de ter alternativas. A única maneira seria aumentar o orçamento do Ministério da Cultura, que é um caminho que vem sendo trilhado desde a posse do Gilberto Gil. Existe um Fundo Nacional de Cultura forte, os fundos setoriais fortes, porque há uma série de projetos que não cabem. Por mais que o edital da Petrobras não seja só focado em mercado, mesmo assim há ações que não cabem. Como viabilizar aquele projeto? Pelo Fundo Nacional de Cultura.

Mas como fazer para que o incentivo não seja a única forma de se fazer cultura? Como a participação estatal pode fazer para não ser a única grande fomentadora de cultura no Brasil, como tem sido? Como fazer a cultura ser sustentável?

Esse é o mundo ideal, mas não sei até que ponto que a gente pode ter essa expectativa de uma forma mais geral. Quando você vê que as grandes companhias de dança não são sustentáveis, que o cinema não é sustentável, como você vai exigir sustentabilidade de um projeto sensacional como o Nós do Morro? Como você vai exigir sustentabilidade desses projetos, se você não consegue ter sustentabilidade no âmbito da maior companhia de dança do Brasil? A questão é muito complexa. A sustentabilidade na cultura seria o melhor dos mundos, mas não sei se seria possível. Deve ter caminhos, sim, e talvez a gente já tenha abandonado alguns no bojo do processo que foi priorizado nos últimos 20 anos na cultura. Talvez a gente pudesse ter trilhado outros caminhos. Fala-se, por exemplo, na questão do teatro como projeto. Critica-se muito quem monta peça e não tem bilheteria. Não sei, já ouvi muitas pessoas dizendo isso, que é uma coisa absolutamente irreal. Não sei se teriam outros caminhos para serem descobertos além da linha das leis de incentivo do Estado. Mas foi o caminho que aconteceu.

E como você vê a questão da permanência do incentivo, de deixar de ser política de governo e virar política de Estado, como os Pontos de Cultura? Você reflete sobre como incentivar essa permanência, como criar estratégias de permanência na cultura?

Acho fundamental a política de Estado, o Sistema Nacional de Cultura, que foi estruturado. Não dá para viver de quatro em quatro anos de acordo com um mandato do ministro da Cultura ou do presidente da República. As maneiras de fortalecer isso foram as que o ministério seguiu ao longo dessa gestão, com as conferências municipais, estaduais, envolvendo esses espaços, não só de discussão, mas de mobilização. Uma conferência de cultura, hoje, tem uma pulsação muito grande. Essa política de Estado vai se dar tanto do ponto de vista das aprovações formais quanto de um respaldo da sociedade mesmo, do comprometimento, pela consolidação e pela permanência dessas políticas. Construir a política pública digital por meio do Fórum de Cultura Digital, Fórum de Acervos Digitais, é um caminho novo. E esse caminho dá respaldo para a construção de uma política de Estado.

O Brasil é um país que tem muito pouco intercâmbio técnico, entre maquinistas, outros produtores, gestores de outros países. Como promover e incentivar esse intercâmbio, inclusive pensando na América do Sul e na América Latina?

Essa questão da cultura digital dá essa infra-estrutura tecnológica. Cabe a gente usá-la a favor das lacunas que a gente vê hoje nessa cena. A construção dessas redes é fundamental na maioria das soluções dos problemas. Trabalhar mais na construção de redes, na troca dessas experiências, na questão da cultura digital, que é a generosidade intelectual, o compartilhamento de conhecimentos, a inteligência coletiva que o Pierre Lévy fala. Esse é o caminho que a gente tem hoje, que é o caminho diferencial. Se a gente acredita que o digital é o suporte tecnológico para poder criar em cima dele uma oportunidade de transformação, essa é uma das transformações possíveis, a troca de conhecimento.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/eliane-costa/>

Fábio Coutinho

Superintendente da Fundação Iberê Camargo

“A visão de um gestor cultural não é só se mover e trabalhar no dia a dia. Ele precisa saber tudo para poder pensar 20 anos à frente.”

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

Fábio Coutinho

O jornalista e produtor cultural Fábio Coutinho participou da produção de quatro edições da Bienal do Mercosul. Já trabalhou no Instituto Estadual de Artes Visuais, na Secretaria de Estado da Cultura do Rio Grande do Sul e no Museu de Arte do Rio Grande do Sul. É criador da Galeria de Arte do Clube do Comércio e da Tekne Oficina de Serigrafia. Nos anos 70, foi professor de história da arte e criou a Brique da Redenção, feira tradicional de arte e antiguidades de Porto Alegre.

Trabalhar na preservação do legado artístico e da memória de um dos nossos mais célebres artistas brasileiros é a premissa da Fundação Iberê Camargo, cuja superintendência cultural é comandada desde 2007 por Fábio Coutinho. “A fundação começa nos anos 90, próximo do final da vida do Iberê Camargo, quando ele demonstrou a vontade da continuidade da sua obra, de preservá-la.” A opção institucional de ter sido concebida como fundação, e não como memorial, explica Coutinho, é estratégica: “Assim ela pode abranger algo maior do que um museu.”

São muitas as atividades na rotina da fundação que celebram a memória de Iberê: exposições permanentes e itinerantes, catalogação das obras do artista e até um projeto pedagógico de iniciação para alunos e professores. As iniciativas extrapolam a sede porto-alegrense: por meio do programa para bolsistas, 14 novos artistas formados pela instituição já viajaram para o exterior. De acordo com Coutinho, o importante é saber aperfeiçoar a relação entre conservadorismo e modernidade. “Há muitos museus contemporâneos com estruturas extremamente rígidas que são exemplos para o mundo.”

Conte um pouco da sua história, de como começou a trabalhar com artes plásticas.

Eu fazia arquitetura e tinha dois objetivos básicos: ou paisagismo ou alguma coisa ligada à museografia, cenografia. Ao longo do curso, fui convidado para trabalhar no Museu de Arte do Rio Grande do Sul (Margs), para fazer um estágio. O Margs, na época, 1977, funcionava em uma sede de um antigo clube em Porto Alegre. O clube fechou e o museu foi para lá. Fui, então, para o Margs, mas não só como estagiário: eu era professor de história da arte também. E aí unimos uma coisa à outra. Logo que cheguei ao museu, senti que era tudo que eu gostaria de fazer: trabalhar com artes visuais. Nos anos 70, eu tive galerias de arte.

Como foi a entrada nesse universo das galerias?

Nessa época, além do Museu de Arte, tive muitas atividades. Eu não sei

como eu conseguia tanto tempo. Eu tinha o Museu de Arte, a galeria de arte, eu era professor de história da arte, e ainda criamos, em Porto Alegre, a primeira feira de antiguidades no Brasil, que é o Brique da Redenção. Fui o coordenador desse projeto durante cinco anos. Era tudo muito interligado.

Quando você assume a Tekne, a oficina de serigrafia?

Nossa! Eu nem me lembrava mais disso. A Tekne surge em 1981, mais ou menos, da necessidade, da vontade de fazer um trabalho específico com artistas plásticos, em função da tradição que o Rio Grande do Sul tem em gravuras. Lá foi criado o Grupo de Bagé, o Clube de Gravura. Existe toda essa parte da obra de arte como múltiplo. Mas nós não tínhamos serigrafia, uma tradição no Rio Grande do Sul, principalmente em litografia, gravura em metal, serigrafia e técnicas. Criamos, então, a Tekne. Inclusive, nessa época, a gente fez gravura com o Iberê Camargo – não preciso nem dizer que foi, certamente, das mais difíceis e mais complicadas que tivemos. Lembro que foi uma gravura que, se eu não me engano, teve 28 impressões para resultar na gravura final que ele queria.

O que é a Fundação Iberê Camargo?

É uma instituição que se dedica quase que exclusivamente à preservação, divulgação e conservação da obra de Iberê Camargo, que foi um importante pintor, gravador e desenhista brasileiro, nascido em Restinga Seca, no Rio Grande do Sul. A fundação começa nos anos 90, próximo do final da vida do Iberê, quando ele demonstrou a vontade de dar continuidade à sua obra, de preservá-la para abranger todo público: artistas, colecionadores, galeristas, imprensa, museus e instituições diversas. Um grupo de empresários no Rio Grande do Sul, capitaneado pelo doutor Jorge Gerdau Johannpeter, teve a ideia da criação da Fundação Iberê Camargo, junto com a viúva do Iberê, Maria Coussirat Camargo. A partir de então, começam os alicerces, o lançamento da ideia da fundação.

Como surgiu a ideia da sede que vocês têm?

Depois da criação da fundação, pensou-se em ter uma sede. Que dimensão ela teria? Não só física, mas que dimensão gostaríamos que a obra do Iberê atingisse? Então, de novo, sempre com muita consulta, pesquisa e trabalhos em grupo – que é uma das características da fundação – partiu-se para o planejamento dessa sede. Aí entram o governo do Rio Grande do Sul e a prefeitura de Porto Alegre, com a oferta de espaço. A fundação não tinha o espaço

físico para a construção. Havia, sim, a casa do Iberê e o ateliê. O Iberê tinha dois ateliês em Porto Alegre; o primeiro, mais na zona central. Ao retornar do Rio – porque também tem o ateliê no Rio, que ainda existe –, ele constrói uma grande área, com residência e outro ateliê – e a fundação iniciou ali. Era um espaço muito grande, mas pequeno para tudo que se desejava para a Fundação Iberê Camargo. O governo do Estado cedeu um terreno em frente ao Lago Guaíba, um local muito privilegiado geograficamente, com uma vista muito bonita, em uma antiga saibreira na encosta de um morro.

Como foi a escolha do arquiteto para a sede?

Analisamos quais arquitetos estavam fazendo os grandes museus. O Álvaro Siza Vieira já vinha de experiências com o Museu de Serralves, no Porto, em Portugal, e também com o museu em Santiago de Compostela, o Centro Galego de Arte Contemporânea. Foi assim que se chegou a Álvaro Siza. O projeto foi lançado em 2000, em Porto Alegre. A escolha foi extremamente feliz, em todos os aspectos, tanto que o projeto da Fundação Iberê Camargo recebeu o Leão de Ouro da Bienal de Arquitetura de Veneza, de 2002, resultando no único prédio da América Latina com esse prêmio, o que por si só é muito importante. Ou seja, a fundação já nasce ganhando um prêmio dessa estatura.

Quais são os principais projetos da fundação?

O centro do projeto é a preservação e a divulgação da obra do Iberê Camargo. Temos inúmeros projetos. Naturalmente, a base de tudo é o acervo. Com a criação da fundação, a Maria Camargo doou o total das obras que ela possuía, mais de duas mil obras. Depois, houve a aquisição também do acervo de obras da filha do Iberê, a senhora Gerci, uma filha não do casamento com a Maria Camargo – com a Maria ele não teve filho. De forma que a fundação tem hoje mais de quatro mil obras, entre gravuras, desenhos, aquarelas e baixas pinturas. Estamos em processo de catalogação da obra do Iberê, que é outro setor importante da fundação. Temos as gravuras totalmente catalogadas e estamos trabalhando agora com as peças únicas: pintura, desenho, guache, aquarela, essas obras todas; é um processo que já está bastante adiantado. A fundação possui três pisos expositivos, em que um deles é permanentemente ocupado por exposições do Iberê, com obras do nosso acervo. Nós fazemos duas exposições por ano do Iberê Camargo. Desse projeto do acervo se desdobra o nosso projeto pedagógico. Ele é desenvolvido para atender a um número muito grande de escolas, de alunos, em todos os níveis educacionais, mas não só estudantes como outros grupos também: turistas, terceira idade, comuni-

dades. As visitas à fundação podem resultar, inclusive, em oficinas, saindo da visita teórica e entrando na parte prática do projeto pedagógico, no nosso ateliê educativo. Também temos há muitos anos, ainda ligado a Iberê Camargo, o projeto Artista Convidado. Convidamos, mensalmente, um artista plástico, gravador ou não, para revisar gravura no nosso ateliê, na mesma prensa que foi do Iberê. Esse ateliê está montado hoje na sede da fundação. Então, é convidado para fazer uma tiragem – uma, duas, três, quatro, cinco, depende do artista, cada caso é um caso – e o resultado é que já estamos em quase 70 artistas, com, aproximadamente, 200 gravuras diferentes. Alguns artistas fazem quatro, cinco, seis, como é o caso do Paulo Pasta, do Waltércio Caldas, da Carmela Gross, da Regina Silveira, que fizeram mais do que uma imagem para esse projeto. Esse projeto resultou em uma exposição belíssima, que tivemos em 2009 e que se chamou *Dentro do Traço*, Mesmo, curada pelo professor Teixeira Coelho, do Margs, que é onde nós pusemos a grande maioria dessas gravuras. Temos ainda outro projeto feito para bolsistas. Todo ano, o Iberê contempla dois artistas jovens brasileiros para uma permanência no exterior. Em 2010, fizemos a décima edição. Já tivemos artistas que foram para Nova Iorque, Áustria, Buenos Aires, México, Londres, enfim, vários destinos do mundo, sempre em projetos de residência específicos para as artes visuais. Em 2010, organizamos uma grande exposição para mostrar o percurso desses 14 artistas que já participaram da fundação. São dez anos, 14 artistas. A fundação, no início, selecionava um artista; agora, convida dois. Também temos um projeto de exposições permanentes e exposições temporárias, sempre dentro do moderno e do contemporâneo.

Como é a relação com patrocinadores, o financiamento da fundação?

Que mecanismos vocês usam?

Usamos todos os mecanismos possíveis que temos para captação de recursos. Para a manutenção anual da fundação, usamos a Lei Rouanet e também a LIC, que é Lei de Incentivo à Cultura do estado do Rio Grande do Sul, que é por meio do uso de renúncia fiscal pelo ICMS. Mas também temos alguns patrocinadores, especialmente o Grupo Gerdau, que nos patrocina realmente direto, sem uso de incentivo. Isso também ocorreu para a construção da sede da Fundação Iberê Camargo, na qual o Grupo Gerdau foi um patrocinador, um doador de uma porcentagem muitíssimo alta para a efetivação da sede.

Como é a relação com a escola, em relação à formação dos monitores, dos arte-educadores?

Temos um curador pedagógico, Luis Camnitzer, um grande artista plástico,

professor da Universidade de Nova Iorque. Ele desenvolveu o nosso projeto educativo. É um projeto com vários vieses, recortes, uma teia muito grande para a abrangência de toda a obra do Iberê Camargo, mas não só. Em toda e qualquer exposição temporária que tenhamos, há um projeto específico para aquela exposição, além de um material educativo, para professores e alunos. Mas nós temos formação permanente de professores. Há uma formação específica de professores para aquela mostra, sempre com a presença do curador ou do artista – no caso de o artista ser vivo. A partir daí, o professor está credenciado a levar os alunos à fundação para conhecer as exposições que estão sendo apresentadas. Agora, não quer dizer que aquele professor que não fez formação não possa levar alunos. Claro que pode, e é sempre muito bem-vindo. Agora, naturalmente que aquele professor que teve uma formação específica chega com seus alunos num grau de intimidade, de conhecimento do que vai mostrar, muito melhor. Até porque ele recebeu o material antes. Então, quando os alunos chegam à fundação, eles já tiveram conhecimento das obras. Ou seja, a surpresa existe, mas não é total, porque já houve um conhecimento prévio, por meio de imagens, daquilo que vão conhecer.

Nos últimos anos, houve uma extrema valorização das obras de arte brasileiras no mercado internacional. Ao mesmo tempo, o mercado de arte é um mercado no qual existe muita dificuldade de se obter números. Como você vê essas duas questões?

Eu não tenho mais participação em mercado. Embora eu já tenha tido uma galeria de artes, me afastei completamente do sistema de artes no mercado, e não olho para uma obra pensando no quanto ela custa, quanto custou ou quanto poderá custar. Essa análise não faz parte do meu cotidiano. Mas a arte brasileira, realmente, está tendo uma cotação, uma valorização muito grande. Isso já há algum tempo, desde que começamos a entrar em um sistema internacional de leilões, de galerias, de feiras. Estamos num momento muito especial. É obvio que o mercado também é muito importante para que as instituições tenham um trabalho de divulgação, na afirmação desses nomes. E isso acontece com o Iberê naturalmente. Iberê é um dos artistas desse período que tem uma excelente valorização no mercado de arte brasileiro e internacional.

Conte um pouco dessa relação com galeristas – no caso da obra do Iberê com galeristas – e com curadores.

Ela se dá muito tranquilamente, porque são dois caminhos importantes, vão na mesma direção, na valorização da obra; só que um cuida da área cultu-

ral e o outro do mercado, digamos assim. Vejo ambos muitíssimo bem. A nossa relação com curadores é a melhor possível. Já tivemos grandes curadores e ainda teremos outros, trabalhando a obra do Iberê.

Como vocês definem os curadores?

Temos um curador pedagógico e temos também um conselho de curadores. O conselho de curadores da Fundação Iberê Camargo é o segundo conselho, composto hoje pelo Gabriel Pérez-Barreiro, que é diretor da Coleção Cisneros, uma importante coleção de arte com sede hoje em Nova York; pelo Moacir dos Anjos, atual curador da Bienal de São Paulo, nosso curador já há tempos; e pela Maria Helena Bernardes, que é professora, curadora também em Porto Alegre. A partir das nossas reuniões de conselho curatorial – eu também faço parte desse conselho – é que nasce, que surge, que se desenvolve toda a programação da Fundação Iberê Camargo, tanto no educativo, como no projeto Artista Convidado, no bolsista, na catalogação, nas exposições temporárias. A partir daí, convidamos os curadores para trabalhar ou na obra do Iberê ou na exposição temporária que venhamos a ter dentro da programação. Entre os curadores para a obra do Iberê, até há pouco tempo só tínhamos tido brasileiros. Agora, já estamos com curadores fora do Brasil; já tivemos argentinos e na próxima exposição do Iberê será um curador francês. Duas depois, um curador espanhol; e assim por diante. Então, são duas curadorias por ano: uma com um grande curador brasileiro, e outra com um grande curador não brasileiro.

Como pensar o ensino de arte nas escolas?

Já foi melhor no passado. Não houve uma interrupção, mas saiu um pouco do caminho. Hoje ele volta com muita força. Assim como as instituições, fundações e museus dão ênfase muito grande à área educativa, as escolas também estão tendo seus projetos culturais na área de museus – especialmente, no nosso caso, nas artes visuais – de forma bastante acentuada. As escolas aprenderam a usar as instituições muito bem. Sem precisar ter um museu dentro da escola, ela tem vários museus em exposição. E sobre o ponto de vista dos museus que não são uma escola, há milhares de escolas à sua disposição para trabalhar. Essa simbiose resulta em um projeto muito importante.

A escolha do modelo institucional fundação, por vocês, tem a ver com a própria influência do Grupo Gerdau de aportar recursos, de fazer investimentos diretos na instituição?

Penso que não. Engraçado, porque não somos um museu, somos uma fun-

dação. Onde, dentro desta fundação, temos uma área, um departamento museológico que preserva, divulga, conserva, expõe. Temos reservas técnicas; temos tudo que um museu tem, mas não somos um museu. Mas não é por isto, é porque no nosso caso a fundação pode abranger algo maior do que um museu, por ser dedicado a um único artista. O nosso acervo é composto exclusivamente por obras de Iberê Camargo. Então, a fundação vem nesse sentido, de não nos fixarmos museologicamente na obra do Iberê Camargo.

A palavra museu dá medo?

Não, pelo contrário. Um museu é sempre muito complexo. Mas eu já fui diretor, já dirigi museus, e gosto muito. Temos museus muito importantes, extremamente atuantes, no Brasil. A mim não dá medo. Acho que, inclusive, o cerne do nosso projeto, em Porto Alegre, na Fundação Iberê Camargo, é exatamente a parte museológica, de cuidar e expor permanentemente, como se fosse um museu. O trabalho mais expressivo dos museus é justamente o acervo. Enquanto uma obra de arte está no ateliê, o artista faz o que quiser: pinta, repinta, põe no sol, na chuva, qualquer coisa. Quando ela entra no museu, ela não é mais cuidada assim, porque aí tem outro objetivo. Entre mil outros objetivos, ela tem que passar no tempo, tem que ir muito adiante, tem que perpetuar essa coisa – temos que falar em séculos de preservação. Essa é a parte dinâmica do museu.

Como vocês lidam com uma fundação que pretende ter uma metodologia contemporânea no Rio Grande do Sul e ao mesmo tempo valoriza a cultura tradicional gaúcha?

Há um pouco de mito nisso. Somos tão conservadores e contemporâneos quanto qualquer outro estado brasileiro. Mas nós somos, sim, tachados e vistos como conservadores. Em alguns aspectos somos mesmo muito conservadores, e eu acho que é bom ser conservador. Assim como ser contemporâneo é uma coisa muito boa. A junção das duas coisas resulta em algo melhor. Tem tantos museus contemporâneos, com estruturas extremamente rígidas, conservadoras, tradicionais, e são grandes exemplos para o mundo. Então, ser contemporâneo não quer dizer que não possa ser conservador, e vice-versa.

A cidade de Porto Alegre, pela própria sequência de Fóruns Sociais Mundiais, e de eventos de visibilidade mundial, passou por grandes mudanças. Como você vê isso?

O Fórum Social Mundial trouxe, inegavelmente, uma visibilidade inter-

nacional muito grande para Porto Alegre. A gente percebe em coisas muito simples. Há 15, 20 anos, quando se pensava em uma viagem ao Brasil, só cidades como Rio de Janeiro, São Paulo e Salvador eram consideradas. Hoje, todo mundo conhece Porto Alegre. Então, o fórum foi, indubitavelmente, o maior divulgador de Porto Alegre no mundo. Lembro da segunda edição do fórum, que foi uma coisa impressionante: a multidão, a diversidade de pessoas de todos os tipos, raças, cores, origens, de várias classes sociais, culturais, financeiras. Houve uma edição em que havia eleições na França no ano seguinte e, com isso, seis ou sete candidatos a presidente da França passaram por Porto Alegre, além de ministros e chefes de Estado do mundo todo. Então, foi uma coisa muito, muito grande.

O MAM do Rio de Janeiro passou por uma crise com o incêndio do acervo. O MASP sofre uma crise financeira complicada. A Bienal de São Paulo passou por uma crise grande. Como você vê esses processos de crises institucionais?

É uma loucura. A Bienal de São Paulo é um referencial internacional, uma das mais importantes exposições de artes plásticas do mundo, junto com Veneza. Teve crise? Teve. Pode ser que tenham outras, espero que não, mas essas crises fazem parte das instituições. Casualmente, nós temos tido algumas crises meio seguidas, no Brasil, no âmbito das artes visuais, atingindo bienais, museus. Mas isso também acontece em outros lugares do mundo. Tem museus que às vezes estão no auge e, dali a pouco, caem, se juntam, mudam de um país para outro. É uma lástima que no Brasil tenhamos tido aquele trágico incêndio no MAM. Mas acho que, agora, a família Torres Garcia já está entendendo melhor. Estamos mais apaziguados, tanto que houve há pouco tempo a exposição do Torres Garcia na Caixa Cultural, no Rio, o que significa certa reaproximação. Isso faz parte, talvez, de uma conjunção de várias implicações: ou gestão, ou curadoria, ou patrocínio. O próprio Estado, às vezes, é mais ou menos presente, dependendo de o museu ser público ou não. Isso varia muito. Hoje nós temos, no Brasil, museus públicos extremamente atuantes, e museus privados excelentes.

A crítica Vera Beatriz Siqueira fala que Iberê Camargo é herdeiro do Picasso, do Guignard. Ele é? E o Iberê tem herdeiros hoje na arte?

Deixo isso para os críticos e curadores.

E quais são os próximos passos e planos da Fundação Iberê?

Nós continuamos com a nossa agenda de exposições. Estamos com a pro-

gramação pronta para 2011 e 2012, já fechando 2013, sempre nesses mesmos rumos. O projeto, com o tempo, vai ganhando maior abrangência. Estamos iniciando parcerias com universidades do Rio Grande do Sul para cursos de museologia, de formação de jovens curadores, curso de longa duração para a formação de mediadores, e assim por diante. Sempre atuamos com escolas, universidades, numa certa convergência entre elas e a fundação Iberê Camargo, aproveitando a sua estrutura toda, essa parte museológica que temos, para entrarmos cada vez mais nas áreas teórica, crítica e prática das artes visuais.

Para fechar: o que faz um gestor cultural na área de artes plásticas?

Tudo, desde a simples montagem de uma exposição até concepção e contratação, precisa ter visão da linha editorial, ver o que está acontecendo – no nosso caso, de moderno e contemporâneo. Perceber quais lacunas ainda são importantes na história da arte, no Brasil; entender o que é importante para Porto Alegre. Porque São Paulo e Rio são centralizadores, sempre foram; o Rio especialmente, e agora São Paulo. Coisas que podem ser óbvias para São Paulo podem não ser para Belo Horizonte ou para Porto Alegre. Nós não temos uma bienal como São Paulo tem. Então, é preciso sempre tratar de preencher essas lacunas, pensar à frente. Nós temos um projeto, na Fundação Iberê Camargo, para daqui a 20 anos. Sabemos perfeitamente onde estamos e onde queremos estar até lá. A visão de um gestor cultural não é só se mover e trabalhar no dia a dia: tem que saber tudo, para poder pensar 20 anos à frente.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/fabio-coutinho/>

Fabricio Ofuji

Músico e produtor da banda Móveis Coloniais de Acaju

“Mesmo se estivéssemos no *casting* de uma gravadora, nosso trabalho com o público não poderia parar. A relação precisa ser uma parceria, em vez de eles tomarem conta de tudo.”

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Rodrigo Savazoni no dia 18 de maio de 2010, em São Paulo.

Fabricio Ofuji

Fabricio Ofuji é produtor da banda brasileira Móveis Coloniais de Acaju. Mesmo não tocando nenhum instrumento no grupo, Ofuji é considerado o décimo integrante da banda, com a qual trabalha desde 2004, sete anos após a formação do grupo, em 1998. “Costumo brincar com isso. Se alguém me pergunta qual meu instrumento, respondo que eu toco móveis.” O grupo acabou por criar um novo modelo de carreira em um mundo de crise das gravadoras e crescimento da internet.

Em sociedade com os nove músicos do Móveis, Fabricio Ofuji compõe o quadro administrativo da banda-empresa homônima, responsável por organizar, produzir, vender seus produtos e planejar as turnês. Também é mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero e pesquisa a relação entre música e internet. No Móveis Coloniais, o grupo aposta nas parcerias, nas redes e no boca-a-boca. “Distribuímos discos de graça porque apostamos na formação de público.”

Ao mesmo tempo, existe uma preocupação da banda com o objetivo de chegar ao maior número de ouvintes possível. “Qual é a base para conseguir um patrocinador e apoios? A audiência. Por isso batemos nessa tecla de formação de público, de que pessoas estão ali para compreender, se divertir ou ouvir uma música interessante.” Na trilha da crise das grandes gravadoras, Ofuji ainda fala dos últimos redutos de lucro. “Se você pegar a lista dos mais vendidos nos últimos 20 anos, verá que as composições são muito parecidas: tem uma dupla sertaneja, uma cantora de axé e trilhas de novela.”

O que é um produtor de banda?

Tenho que falar um pouco do meu trabalho como produtor. Isso se confunde muito com a minha história dentro do Móveis Coloniais de Acaju, que é a banda-empresa da qual eu faço parte. No exterior, produtor se chama *manager*, a pessoa que gerencia a agenda do grupo, dos compromissos até a alocação das verbas. Paralelamente, você tem a figura de um agente, que seria o empresário no Brasil, responsável pela venda dos shows. O trabalho dentro do Móveis é um pouco mais complexo, porque, depois que adotamos esse modelo de empresa, dividimos algumas áreas internas. Inclusive, assim que formalizamos a empresa, contratamos um serviço de consultoria em administração, principalmente para organização interna. Era uma dificuldade coordenar um produtor e nove músicos. Para o trabalho ser eficiente, a gente fez uma direção colegiada para algumas decisões gerais e outras diretorias, como marketing, relações institucionais, comunicação, diretoria administrativa e departamento financeiro. Paralelamente, existe o setor de vendas, liga-

do ao marketing e ao financeiro.

A banda-empresa tem CNPJ e contrato social, certo? Quantas pessoas vivem dela?

Exatamente. Hoje, dos dez, nove estão dedicados exclusivamente à banda. Apenas um ainda consegue a flexibilização de ter outro trabalho. Mesmo assim a gente tenta agregar, uma vez que cada um tem uma formação. Não por exercício da profissão, mas por formação, temos dois biólogos, dois músicos, um cientista social, um economista, um jornalista, dois designers e um arquiteto de informação. Nós formalizamos a empresa em 2007, se não me engano. Há quem faça produção de banda, quem trabalhe com mixagem e captação de som direto. Os designers trabalham também na área de programação visual, o que tentamos incorporar à banda, sendo serviço oferecido. Por exemplo, como jornalista, se eu quiser fazer assessoria de imprensa para um determinado evento, posso fazer, sendo um serviço prestado pela Móveis Coloniais de Acaju Produções Artísticas.

Conte as histórias e as estratégias de vocês, como o Móveis Convida.

Só para contextualizar um pouco do ponto de vista de banda, sempre existe um pouco de dificuldade por se tratar de nove músicos. Banda e equipe já ocupam uma van, sem deixar lugar para os instrumentos. É um número grande e difícil para um mercado não tão consolidado como o de música independente. Primeiro apostamos em fortalecer o grupo em Brasília. Aproveitamos que eram pessoas de cursos diferentes e fizemos muitas festas em centros acadêmicos e eventos universitários, trabalhando bem a formação de público na cidade. Naquela época, em 2003 e 2004, ainda tínhamos o pensamento do “estourar”, de gravar o primeiro disco para ser uma coisa grandiosa. Essa mentalidade de trabalhar com um “produtor legal”. Chegamos a conversar com vários nomes, gravamos com o Rafael Ramos, do Rio, conversamos com o John Ulhôa, do Pato Fu, e com o André Abujamra. O André Abujamra até ia trabalhar com a gente mas a agenda dele é complicada, foi o ano em que nasceu o filho dele. Quando fechamos o acordo, ele liga pelo celular do México e diz: “Aceitei uma trilha aqui, foi mal, não vai dar”. Acabamos gravando com o Rafael e foi bem legal. Com o disco na mão, a gente falou: “Brasília, vamos fazer um lançamento legal aqui”. Chegamos a conversar com outros agentes de música, selos, gravadoras, produtores da cidade e do resto do Brasil, mas ninguém apostou muito na nossa proposta. Naquele momento, acreditávamos que tínhamos um projeto interessante, tanto que uma gravadora sugeriu fa-

zer uma prensagem inicial de mil cópias e nós queríamos três mil. Então encaramos o desafio de lançar três mil de forma independente. Em Brasília, em dez dias, vendemos 2.010 discos. Em 20 dias, organizamos um evento e chamamos outros produtores. Fizemos uma festa só, com o show de lançamento do Móveis, mais dois eventos agregados. Tivemos um público de 3.500 pessoas. Ali percebemos que a gente conseguia fazer eventos. Isso foi em 2005. Estávamos com o CD na mão, com um público em Brasília e, há algum tempo, a banda já se bancava, sem que ninguém precisasse tirar do bolso para investir. Falamos: “Vamos arriscar e viajar”. Começamos a fazer shows em São Paulo, Rio, Curitiba e sempre acreditando em festivais ou eventos maiores. Vale lembrar que era um momento anterior ao cenário atual de festivais, não havia um circuito de produtoras, como o Circuito Fora do Eixo. Isso ainda estava em maturação na época e nós já acreditávamos no nosso potencial. Se a gente tocasse para um público expressivo, de pessoas chave, formadores de opinião, ou mesmo produtores musicais, conseguiríamos manter um crescimento. Percebemos que seria interessante trabalhar com a ideia de promover o intercâmbio musical. Aliamos isso ao nosso *know-how* em promoção de eventos e criamos o festival Móveis Convida, que está em sua 12ª edição. Por serem todos músicos, a graça do Móveis Convida é que a gente quer o melhor para o músico no festival, então damos um tratamento legal. E aproveitamos que a banda possuía um público em Brasília. Um artista que nunca havia se apresentado na cidade, mas tinha uma expressividade nacional, já tocava para um público de pelo menos 2 mil pessoas. Nenhum festival independente ou grande consegue isso. No Humaitá Pra Peixe, no Rio, que é um festival que todo mundo conhece, inclusive como plataforma de lançamentos, você toca para 500 pessoas e faz um barulho. Mas, pelo menos da nossa perspectiva, o Móveis nunca teve uma projeção de mídia tão grande como outros artistas. Nosso contato sempre foi com o público. O Móveis Convida é um pouco o resultado disso. Tentamos trabalhar com o nosso público, para que ele preste atenção em outras bandas independentemente de serem atrações grandes – já fizemos Los Hermanos e Pato Fu – ou artistas menos conhecidos que achamos interessantes, como Coiffeur, da Argentina, Pata de Elefante, do Rio Grande do Sul, e Macaco Bong, de Cuiabá. As pessoas estão ali não só pelo Móveis, mas para ouvir o que estamos levando. O que foi mais decisivo para o festival foi adotarmos a postura de sermos sempre a banda de encerramento. Para não corrermos o risco de tocarmos em um horário muito tarde e ver boa parte do público ir embora, que é o que acontece quando a programação atrasa, trabalhamos para tudo sair no horário. O desafio foi na quarta edição, quando pela primeira vez trou-

xemos um convidado maior do que a gente: o Los Hermanos. E conseguimos. A partir do que fizemos em Brasília, tentamos aplicar nas outras cidades do Brasil, focados nessa coisa de público independente de estilo. São Paulo foi uma cidade boa, porque permitia fazermos um circuito na Augusta, coisas no Sesc, tocando para público de hardcore, de ska, de rock.

Você disse que, como músicos, uma das metas na organização dos eventos era o tratamento exemplar aos artistas. Do ponto de vista da produção, o que é isso?

Conhecemos a realidade do brasileiro e sabemos que em vários eventos você não pode contar que uma cidade tenha a mesma coisa que outra. Não dá para comparar o que é tocar em algumas casas e eventos de São Paulo, onde a estrutura boa, com cidade do interior ou de outro Estado. O fundamental, para nós, é a atenção ao artista. Não pode ser uma coisa: “Está vindo? Vire-se para estar aqui”. Se uma banda nos telefona, diz que está indo para Brasília e pede para ser colocada no festival, e nós não temos dinheiro, mas acreditamos no trabalho deles, dedicamos uma atenção, caso queiram vir mesmo nessas condições. Levamos a banda às rádios locais e conseguimos cobertura nos jornais, para que mais gente conheça o trabalho. Uma das principais características de um festival é essa, ter um ambiente de contato, de relação e de saber a experiência do outro. Além dos cuidados básicos: camarim, qualidade de som e de palco, público e horário. Nós trabalhamos com limites orçamentários – 97% do Móveis Convida é investimento nosso –, mas quando observarmos coisas interessantes em outros festivais, tentamos levar isso para Brasília. A experiência mais marcante foi em 2008, quando fomos convidados para o Pukkelpop, o segundo maior festival da Bélgica. Naquele ano, teve Metallica, Sigur Rós e The Killers como *headline*. Fora isso, The Flaming Lips, Block Party e uma infinidade de bandas. O curioso é que o *backstage* era comum, todas as bandas tinham tratamento similar. Você podia ter contato com todos os artistas, dividia o mesmo restaurante, o mesmo *catering*. Cada grupo de camarins possuía uma hostess e, se faltasse comida, era só chamá-la. Era o mesmo tratamento para o Móveis e para o The Flaming Lips. No Brasil, isso é muito precário. Em geral, quando há atração internacional, a outra menor sempre se dá mal.

Quais são os formatos de festival e de show que hoje você considera interessante?

Formato é algo que eu discuto bastante com outros produtores. O que me

incomoda são aquelas grades de programação infladas de atrações, com dez bandas seguidas no mesmo palco. Geralmente não há orçamento para a banda estar tocando ali; ela não tem seu próprio técnico de som, nem existe uma pessoa para operar o som de todos os grupos. Como público, eu também não consigo ver tudo, no máximo assisto direito três ou quatro bandas. Festival precisa dar condições técnicas para o artista e para o público. O ambiente precisa ser agradável, com lugar para descanso e praça de alimentação. Uma divulgação dos artistas bem definida também é importante para as pessoas programarem o que querem ver. Já o formato de um show é uma coisa curiosa. No caso do Móveis, sempre tentamos trazer uma inovação, seja na performance ou no repertório. Cada um de nossos dois discos tem 12 músicas, e nós acreditamos no potencial de todas, por isso o setlist é variado. E também atendemos aos pedidos quando o contato espontâneo com o público propicia isso. Aliás, agora está acontecendo uma coisa sensacional partindo do público: o “*flash móveis*”, que é um *flash mob* durante o show. Em um deles, compraram um saco de balões e entregaram para as pessoas com uma mensagem: “Na música tal, na parte tal, encha o balão, amarre e jogue” (*risos*). Em vários shows acontece isso. A relação com o público é muito forte. Ainda mais quando são ações espontâneas. Parte do público se auto intitulou “cupins”, afinal quem gosta de móvel é cupim. Até brinquei dizendo que eu não gostava muito disso porque cupim destrói móveis. Mas eles disseram que são cupins vegetarianos (*risos*).

Fale sobre a indústria fonográfica. Qual é o cenário e a opinião da banda?

A gente viu banda que foi aposta das gravadoras e que não deu em nada. Bandas, inclusive, que estavam junto conosco – eles foram para gravadora e nós, não. Aquele sonho de “estourar” foi ficando cada vez mais difícil atualmente. Fomos percebendo que gravadora não era garantia de trabalho. Com a experiência do disco independente, percebemos que o trabalho deveria ser muito maior, mesmo se estivéssemos no cast de uma grande gravadora. Nosso trabalho com o público não podia parar. Se a oportunidade surgisse, era para ser mais uma parceria do que eles abraçarem a gente e tomarem conta de tudo. Foi o que aconteceu: nosso segundo disco, *Complete*, foi uma parceria com a Trama, houve investimento por parte da banda e da gravadora. Os direitos gerais são da banda, apenas licenciados para a Trama. Foi muito interessante por ambos acreditarem na mesma coisa, na música na internet, gratuita, com divulgação de conteúdo para web. Assim, fomos perdendo contato com o que estava sendo feito nas grandes gravadoras. Uma coisa fundamental para nós é ter produtos para o público. O CD ainda é importante, tanto que o disco em

parceria com a Trama saiu em quatro formatos: o álbum virtual, gratuito, com encarte na internet; o disco normal em caixa de acrílico com distribuição nas lojas; o de papelão, *digipack*, que é vendido nos shows para aquela pessoa que gosta de um material mais elaborado; e fizemos ainda uma versão paralela, um CD-R com encarte mais simples, apenas para distribuição. Quando fazemos um show, há uma rede de pessoas envolvidas, trabalhando no bar, na bilheteria, na segurança, etc. Muitas vezes são pessoas sem acesso à internet ou que não podem comprar um CD nas lojas por R\$ 20. Então a gente distribui o disco para essas pessoas, porque apostamos muito na formação de público.

Na entrevista do André Midani, há um comentário sobre a facilidade das bandas estourarem hoje, ao mesmo tempo em que há dificuldade dos novos artistas consolidarem uma carreira. Já o Pablo Capilé, do Fora do Eixo, falou que a construção da carreira hoje pode ser sólida, mas os grupos tocam sempre, mas para menos gente. Qual é a avaliação que você faz disso?

Penso que a gente ainda precisa de um grande *hit*, um *blockbuster* que atraia o público, porque o custo de um evento é elevado. E temos uma carência grande de casas de shows no Brasil. O Paulo André Pires, do Abril Pro Rock, fala que existem muitas gambiarras, galpões que o pessoal acaba transformando em casas de show. O custo dos eventos acaba alto. Por mais que tenhamos leis de incentivo, editais para realização de festivais, a maior parte da receita vem do público. Mas, no nosso caso, não conseguimos chegar nem perto do que é o mercado do sertanejo e do axé. Eu acredito que um dia ainda teremos um circuito de shows de segunda a segunda. É preciso formar público, mas não é qualquer festival com várias bandas que você vai garantir um grande público. Logo, precisamos trabalhar com alguns artistas de maior expressividade. Pelo menos é o que a gente sente com o Móveis. Por mais que hoje exista essa cultura de pensar em nichos, o importante é você tentar alcançar o número máximo de pessoas. No Móveis, a gente fala que não trabalha com música, mas sim gerando alegria. A pessoa pode até não gostar do show da banda, mas ela vai se divertir. O Móveis está num caminho bom, mantendo uma constante aceleração, algo em que apostamos desde que adotamos a banda como principal fonte de receita. Então, em relação à carreira musical hoje, penso que ela é uma convergência desse estourar com a formação de público. Cultura é uma coisa universal. Quando fomos para a Europa, cantando em português, conseguimos ter um retorno

de público igual aqui no Brasil. A gente depende de fato é do público. O grande problema é formar público.

Com a crise das gravadoras e o crescimento das redes, o problema também é criação de um modelo de negócios que permita ao artista viver de seu trabalho. O Móveis Coloniais de Acaju talvez seja uma expressão dos artistas que encararam esse desafio. Como você avalia o cenário atual?

O recorte que temos é muito recente para avaliar alguns modelos que estão mais próximos da gente, como Associação Brasileira de Festivais Independentes (Abrafin), Circuito Fora do Eixo e Teatro Mágico. O Móveis acredita nessa construção de carreira porque ainda pegamos um pouco do conceito da Trama de fazer álbum virtual e download remunerado, iniciativas com um patrocinador financiando a música. Qual a base para conseguir um patrocinador e apoios? A audiência. Por isso batemos nessa tecla de formação de público, de que pessoas estão ali para compreender, se divertir ou ouvir uma música interessante. Agora estamos com um projeto chamado Adoro Couve, no qual a gente lança um vídeo de cover por mês, com cada integrante da banda escolhendo uma música. Já fizemos Flaming Lips, Cartola e Talking Heads. É uma forma de estudarmos e de conhecermos o processo de construção das músicas, bem como experimentarmos a nossa estética com vídeo. Somos uma banda que produz bastante conteúdo para internet, mantendo esse contato com o público. Fazemos um vídeo que tenha um tom engraçado, outro com tema sério. Assim vai. A estética de vídeo e a imagem sempre foram importantes para o Móveis. Tanto que uma das principais influências da banda tempos atrás era o Emir Kusturica, que é diretor e tem uma banda. Os filmes dele são muito legais, essa coisa dos Balcãs. É curioso falar isso, porque Móveis é anterior às bandas Beirut e Gogol Bordello, grupos que também usam essa estética do Leste Europeu. Existe um equilíbrio do qual não podemos abrir mão, por mais que a gente tenha essa atividade de marketing, o olhar precisa estar atento.

O Teatro Mágico, os Móveis Coloniais e outras bandas estão preocupadas com a diversão também. É um conceito que quebra a ideia de show, transformando-o em uma festa, com elementos de circo, brincadeiras e humor. É a nova construção de carreira?

Por mais que apostemos em diversão e alegria, é preciso ter uma mensagem. E sempre dar atenção ao que está acontecendo no Brasil e no mundo. Ano passado participamos de outro evento bastante importante, os 30 anos

do Tamar, aquele projeto de preservação das tartarugas marinhas. O diretor, Guy Marcovaldi, é um cara muito musical e ligou para nós porque queria uma atração mais voltada para o público jovem. Ele já estava com Lenine, Margareth Menezes e Luiz Caldas entre os artistas participando da comemoração. Havia até uma banda local na Praia do Forte tocando só as músicas que ele compõe sobre tartaruga. Quando fomos chamados, eu e mais três integrantes viajamos para a Praia do Forte para conhecer de perto o que era tudo aquilo. E já saímos com a ideia da música *Mergulha e voa*, para conscientização sobre a preservação da tartaruga marinha, aquela coisa de que a cada mil só uma consegue chegar à idade adulta. Também no festival Móveis Convida, a ideia é sempre ampliar as questões sociais. O Fábio Pedroza, baixista, foi professor de sociologia, então há essa preocupação de buscar a sustentabilidade. Todos na banda têm isso. O Tamar nos deu uma oportunidade para a gente se envolver diretamente. Nós sempre nos preocupamos em conhecer um pouco da realidade de cada cidade que visitamos. Temos um programa chamado Agora ou para Viagem?, no qual conversamos com músicos e produtores locais. Em Belém, fomos ao Ver-o-Peso para saber o que as pessoas fazem ali, o que elas comem, como enxergam a música e a cultura. Fizemos a mesma coisa lá na Praia do Forte, para entender o Tamar. Um vilarejo perto de Salvador que começa um projeto de conservação das tartarugas e logo consegue apoio de Petrobras e transforma aquilo em uma coisa turística. Qual é o impacto daquilo? Gerou empregos para as pessoas dali? Enquanto artistas, temos que estar de olho e apresentar isso para as pessoas. Quando as pessoas veem que a banda tem essa preocupação, coisas espontâneas também surgem. Uma garota do Rio apareceu com um projeto chamado Veia Social, estimulando a doação de sangue e nós já estamos dialogando. Por mais que o nosso carro-chefe seja alegria, procuramos atingir as pessoas não apenas com a música. Ainda temos uma barreira que é a consolidação da carreira artística. Quando você conquista maior projeção, acaba tendo uma responsabilidade maior por outras questões. Quem está falando na TV não pode só vender alegria, precisa ter outras mensagens.

Qual é o impacto da internet no cenário da produção cultural e musical brasileiras?

A história do Móveis está muito ligada à internet. Desde o início do grupo nós usávamos aquelas hospedagens livres que existiam, para colocar fotos da banda e até mesmo trechos de músicas. Em 2003, antes de vários artistas adotarem o download como um mecanismo de distribuição de música, o Móveis

colocou no site um EP [*extended play*] online com três músicas e encarte para imprimir, colorir e usar. Antes do mecanismo da rede, era mais difícil você ter acesso ao artista. Era preciso divulgar o telefone do empresário em uma grande mídia para ser contratado. Eu procuro enxergar esse lado positivo. Tempos atrás, você digitava só “móveis” nos mecanismos de busca e, na primeira página, já aparecia um link para a página da banda. Hoje caiu um pouco porque o conteúdo nosso direcionado reduziu e aumentou o número de lojas de móveis e de historiadores de móveis na internet (*risos*). Porém, ao colocar apenas “móveis coloniais”, se não me engano, é o primeiro link. Se procurar só por “acaju”, acho que também é o primeiro. Logo, facilitou o contato, que é uma coisa positiva. Além disso, para o artista é muito importante ter referência. O Capital Inicial tinha filhos de diplomatas que viajavam para o exterior e voltavam com discos; hoje, pela internet, você pode buscar essas referências de forma mais acessível.

Todos os músicos dos Móveis baixam músicas?

Todos baixam músicas ou ouvem por *streaming*. E compartilhamos muito. De fato isso pode ter ocasionado uma queda de venda de discos, mas por outro lado tem mais gente ouvindo. Um MP3 circula por muito mais pessoas do que um CD circulava. Acho que o impacto para uma indústria fonográfica, principalmente para as *majors*, que é onde essas discussões se concentram, foi só de alteração de foco. Os *hits* são os mesmos. Se você pegar a lista dos mais vendidos nos últimos 20 anos, verá que as composições são muito parecidas: tem uma dupla sertaneja, uma cantora de axé e as trilhas das novelas.

O show virou uma fonte de receita fundamental. Quando a indústria fonográfica tentou faturar com show, os artistas já haviam tomado conta do pedaço. Para vocês, qual a importância econômica dos shows para a estrutura da banda?

Principalmente por causa da centralidade do poder da internet, percebemos outras formas de valor que não fosse só a monetária. Para o Móveis, o show é o cartão de visitas e também a fonte de receita. Muitas vezes é o cartão de visitas porque você tem que trabalhar dentro da flexibilidade de conhecer cada praça. Pode ser um lugar em que você não é tão conhecido mas sabe que tem um potencial de público ali. Talvez aquele show seja um investimento e não uma fonte de receita. Há várias formas de equilibrar isso, igual à internet. Nós fazemos venda de CDs pela internet, bem como a divulgação de conteúdo, mas a receita majoritária – cerca de 70% – vem dos shows. Na divisão de

trabalho, a proporção de tempo e investimento é a mesma para produção de conteúdo (vídeos e programas de rádio) e para, digamos, relações institucionais, como fazer contatos. Isso é bem distribuído na banda. A cada show nós variamos a coleção das camisetas, por exemplo, além do conteúdo para web.

Já chegaram a pensar em trabalhar para outras bandas?

Muita gente nos questiona sobre essa possibilidade. Ainda acho complicado porque temos uma dedicação muito forte para a banda, são muitos compromissos. Enquanto eu estou aqui, a banda ensaia com o Teatro Mágico para fazer uma transmissão ao vivo na TV Trama, e o guitarrista está preocupado com o doutorado dele. Mas é uma possibilidade. Se procurar na Amazon, encontrará várias publicações nos Estados Unidos voltadas para logística de turnê ou sobre como divulgar uma banda; no Brasil, esse tipo de material é muito escasso. Eu estava elaborando algumas coisas juntamente com o guitarrista, que é economista, para apresentarmos para outras bandas: o que é uma banda, como atuar, de que maneira se comportar no palco.

Como o músico deve se comportar em um festival e no palco?

Você deve saber se está para se divertir somente ou também como trabalho. Uma coisa é ir lá para tocar, beber e sair; outra coisa é estar ali, fazer contato com outras bandas e mostrar o melhor de si. Em nosso caso, pelo grande número de integrantes, ainda há o respeito dentro do palco para cada um se ouvir. Não adiantava o guitarrista aumentar o volume dele no máximo, porque o técnico de som não ia colocar nada na caixa externa do PA. O som do palco muito alto no palco atrapalharia todos os outros instrumentos. Todos da banda já se políam para ter o palco com um volume bom, ideal.

Esse negócio de banda-empresa também deve ter um lado péssimo, que é o de vocês terem que dar bronca em vocês mesmos.

Mas o bom é que sabemos o quanto cada um está ganhando com isso (*risos*). Para formar uma banda com um vínculo formal entre os dez componentes, tivemos que fazer uma espécie de casamento com promessas. Precisamos pensar: “O que eu quero daqui a cinco ou dez anos?”. Não estamos construindo isso para ser uma coisa volátil, que uma briga ou um desentendimento possa acabar com tudo. Por mais que tenhamos atritos. Não vou mentir e dizer que todo mundo é de paz e amor, não é verdade. Até o mais calmo uma hora estoura. Esteticamente, também é uma diversidade. Eu falo que o Móveis é um resultado da sorte. Nem Chico Buarque e Beatles são unânimes na ban-

da. Sempre terá um que gosta mais de Joyce, outro de forró, outro de reggae. É o reflexo da personalidade de cada um.

É curioso o produtor musical ser considerado membro de uma banda. Você está em todas as fotos, compõe junto e tem o nome creditado, embora não seja guitarrista ou trompetista. Como funciona isso?

Costumo brincar com isso. Se alguém me pergunta qual meu instrumento, respondo que eu toco móveis, afinal eu sou o *master of puppets* (*risos*), estou controlando os outros móveis. Ou quando fazem uma comparação dizendo que uma banda é como um casamento, eu falo que sou o tailandês responsável por apimentar a relação (*risos*). Isso foi um processo natural. Gradualmente, as pessoas foram se dedicando somente à banda, mas eu fui o primeiro. Como atribuir valor a cada um dos trabalhos? Se eu tive a ideia original de uma música e depois os outros nove integrantes mudaram a criação, qual seria meu crédito na autoria? Chegamos ao consenso de que todos fossem responsáveis, ainda mais no meu caso, por ser o primeiro a abdicar de outras coisas para estar só no grupo. No início, eles trabalhavam no palco e a parte de backstage era quase toda minha: contratação, divulgação, ou até mesmo assistência de palco, roadie. Já naquela época, em 2005 ou 2006, o público tinha consciência de que eu era parte integrante da banda, alguns até pediam autógrafo. Nós não temos como mensurar qual é o valor de cada um ali, então nivelamos. A construção da banda é isso: muitas vezes quem faz o repertório do show sou eu, afinal todos trabalham em prol da banda. Aconteceu de maneira espontânea. Já a questão da imagem, de aparecer nas fotos, é indiferente para mim.

De onde veio o nome da banda?

O Móveis Coloniais de Acaju homenageia a Revolta do Acaju, que aconteceu no Brasil em mil oitocentos e alguma coisa, na Ilha do Bananal, a maior ilha fluvial do mundo, localizada entre Tocantins e Mato Grosso. Nesse evento, os ingleses, numa tentativa de tirar o Brasil dos então colonizadores franceses e holandeses, chegaram à Ilha do Bananal. Ali havia a produção forte de móveis, inclusive feita pelos indígenas locais, utilizando madeira cedro, aquela avermelhada, e o mogno, da cor acaju. Os ingleses colonizaram a região e começaram a exportar móveis para a Inglaterra. Quando os portugueses ficaram sabendo, foram reivindicar a terra e convocaram tanto índios quanto escravos. Foi o único evento da história do Brasil unindo portugueses, índios e já alguns possíveis brasileiros. Eles expulsaram os ingleses, e para comemorar, fizeram uma coisa incoerente: queimaram os móveis. O melhor é que acaba sendo a

Fernando Yamamoto

Fundador e diretor da Cia *Clowns* de Shakespeare

“A gente sempre trabalhou pela chave da comédia. E como já escreveu Brecht, ‘isso não é mostrar a vida como ela é, mas como ela não deveria ser’. É o que temos buscado.”

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

Fernando Yamamoto

No Rio Grande do Norte, diante da dificuldade de uma turma do ensino médio aprender literatura, o professor sugeriu que o grupo montasse uma peça de teatro. Isso facilitaria a compreensão dos textos estudados. Foi dessa iniciativa despretensiosa que surgiu o *Clowns* de Shakespeare, um dos mais prolíficos grupos teatrais do Nordeste, baseado em Natal. A origem do nome é um poema do Manuel Bandeira, que o grupo adorava, lembra Fernando Yamamoto. “Com o tempo, fomos nos aprofundar no clown e em Shakespeare. Nosso encontro com o palhaço foi completamente transformador.”

A empolgação desencadeada pela experiência transformou os participantes. Chegaram a levantar um espaço próprio, a Casa da Ribeira, para garantir as apresentações. Fernando Yamamoto é um desses fundadores do grupo. Ele é diretor de teatro, professor de artes cênicas e pesquisador teatral. O grupo já esteve em 70 cidades de 17 estados brasileiros e ganhou reconhecimento nacional. Hoje, o grupo sobrevive da participação em editais nacionais e também por temporadas fora de Natal. O *Clowns* de Shakespeare foi selecionado em 2010 pelo programa Petrobras Cultural para um projeto de manutenção.

Para Yamamoto, a realidade cultural de Natal poderia ser melhorada a partir de um diálogo com o turismo. “O turista fica na cidade por dois dias, para conhecer o litoral norte em um, e o litoral sul no outro.” Outro problema apontado por ele é que, até hoje, a capital sofre com a “recolonização” imposta no pós-guerra. “Chegaram a Natal mais americanos do que a cidade tinha de população. Nossa tradição cultural vem sendo duramente reconquistada.”

Por que o nome *Clowns* de Shakespeare?

Vou falar um pouquinho como a gente surgiu, para chegar ao nome. O grupo surgiu de uma brincadeira na escola de segundo grau. O professor de literatura estava com uma turma em dificuldade no último ano, ano de vestibular, e tinha um grupo de alunos com quem ele costumava conversar sobre teatro, cinema. Chamou essa moçada e falou: “Vamos montar uma peça de teatro para tentar dar uma ilustrada nisso?”. Foi tudo despretensioso, jamais ia imaginar fazer teatro na minha vida, não tinha ideia de que fosse mudar toda a trajetória. A gente montou um espetáculo que falava sobre as escolas da literatura brasileira, e foi uma experiência muito forte. A gente resolveu continuar. Aquele nem é considerado o primeiro espetáculo do grupo. Oficialmente, ele foi fundado no ano seguinte, em 1993. Influenciado por toda aquela aura em volta do *Sonho de Uma Noite de Verão*, do Cacá Rosset, do Ornitórrinco [*estreia internacional nos EUA em 1991; estreia no Brasil em 1992*], a gente resolve montar *Sonho de Uma Noite*

de Verão. Pouco tempo antes da estreia, para fechar material gráfico, essas coisas, a gente precisava assinar ou criar o nome para o grupo. E nesse primeiro espetáculo havia uma poesia do Manuel Bandeira chamada *Poética* [do livro *Libertinagem*, 1930], que a gente adorava, que falava mais ou menos assim: “Estou farto do lirismo comedido / do lirismo bem comportado / do lirismo funcionário público (...) que para e vai averiguar no dicionário / o cunho vernáculo de um vocábulo”. Ele vai destruindo todo tipo de formalismo, inclusive na própria pontuação, que a poesia não tem pontuação nenhuma, é toda quebrada. Lá na frente, fala: “Quero antes o lirismo dos loucos / o lirismo dos bêbados / o lirismo difícil e pungente dos bêbados / o lirismo dos *clowns* de Shakespeare // – Não quero mais saber do lirismo que não é libertação”. A gente adorava isso. Essa poesia estava dentro dessa peça anterior, que a gente tinha feito. Inconsequentemente, pelo fato de a gente estar montando Shakespeare, a gente resolve pegar a citação daquela poesia, sem ter ideia do tamanho do peso desses dois ícones que a gente colocava no nosso batismo: *clown* e Shakespeare. Shakespeare, sabendo muito mal o que era, e tratando-o de uma forma meio irresponsável, o que, por um lado, era até bom naquele início do trabalho. Com o tempo, fomos tentar aprofundar e descobrir um pouco o que era esse *clown* e o que era esse Shakespeare. Esse nosso encontro com o palhaço foi completamente transformador e revolucionário para a nossa forma de trabalhar, de fazer teatro.

Fale um pouco sobre as montagens do grupo.

A gente começa com essa montagem de *Sonho de Uma Noite de Verão*, ainda na escola, uma montagem com tudo de melhor e de pior. A gente tem até um pouco de vergonha dessa primeira montagem, porque a gente escrachava Shakespeare. Era uma coisa de adolescente, uma grande brincadeira. Só que, no entanto, isso chamou a atenção de muita gente bacana da cidade. As pessoas conseguiam enxergar que tinha alguma coisa interessante ali. Dos cinco integrantes do grupo hoje, três são fundadores, estão nesses 17 anos da história do grupo. Passada a primeira montagem, eu fui passar um ano na Inglaterra, onde estudei e fiz uma série de coisas. Na volta para Natal, chamei os meninos e então a gente montou *Noite de Reis*, um texto que eu tinha conhecido na Inglaterra. Diferente da primeira montagem, que era absolutamente escrachada e irresponsável, a gente faz uma leitura muito convencional do espetáculo, de três horas e meia, com atores amadores, sem tarimba, cansativa, mas com todos muito focados na busca de respeito, outra relação com o texto. Passadas essas duas últimas montagens, a gente encontra uma pessoa muito importante na nossa trajetória, que é o Sávio Araújo, diretor de teatro e professor da UFRN

[*Universidade Federal do Rio Grande do Norte*]. Ele havia dado uma oficina para a gente e falou que a gente precisava encontrar um caminho para lidar com Shakespeare. Ele brincava da teoria da curvatura da vara: “Vocês entortaram a vara para um lado; agora, entortaram para o outro. Está na hora de vocês soltarem essa vara, que ela vai apontar um bom caminho”. Era justamente a tentativa de encontrar essa forma de trabalhar que depois a gente ia entender no olhar mais subversivo do palhaço. Quando surge o *clown* na nossa história, foi importante para que a gente não acessasse Shakespeare por um viés museológico, mas tendo o cuidado que ele merece. E é quando a gente monta uma versão de *A Megera Domada*, que a gente chama de *A Megera do Nada* [1998]. Isso acaba sendo meio que uma marca do grupo, com Shakespeare, com Brecht: uma pequena intervenção no título da obra para demarcar que é a nossa *Megera*, e não qualquer outra. *A Megera* estabelece um primeiro momento do grupo, um marco histórico. Em seguida, a gente passa para um momento de criar alguns espetáculos, inclusive outra montagem de *Sonho de Uma Noite de Verão*, e alguns espetáculos menores no período de 1998 a 2002. Também foi quando o grupo mergulhou em um projeto ousado de construção de um centro cultural em Natal, que é a Casa da Ribeira.

O que é Casa da Ribeira?

A Casa da Ribeira foi um projeto de R\$ 1,5 milhão, levantado por uma molecada de 19, 20 anos. Durante cinco anos, a gente levantou dinheiro para botar a casa de pé. Quando isso aconteceu, a gente acabou virando refém da administração dessa casa. A gente virou burocrata: tinha que cuidar de contratar funcionário, trocar lâmpada, manutenção do ar condicionado. E a gente parou de fazer teatro.

O que era o projeto da casa?

Ele existe. Mas o projeto era um centro cultural com um teatro de 160 lugares, uma sala de exposições e um café. Hoje, está voltado para um viés mais social, apesar de ainda estar funcionando também para os artistas. Mas a cidade tinha só dois teatros, na época: o Teatro Alberto Maranhão, histórico, grande, em que você conseguia duas, três pautas por ano; e o Teatro Municipal, que era meio maldito, em uma área ruim da cidade, de estrutura muito precária – hoje, inclusive, está embargado. A ideia de temporada era uma coisa que não existia em Natal, como não existe praticamente no Nordeste todo. Temos em Salvador, no Recife, no máximo em Fortaleza. Com *A Megera*, a gente conseguiu fazer uma temporada em um espaço alternativo, em condições muito precárias de conforto para a gente e para o público, mas conseguiu manter uma temporada de 15

apresentações. Era uma coisa inédita naquele momento na cidade. A partir da experiência, falamos: “Vamos construir um espaço, então?”. Jovens e inconsequentes, tocamos esse negócio e, inacreditavelmente, deu certo. Era um espaço pequeno, mas lindo, superbem equipado, de bom gosto. Só que a gente acabou abrindo o espaço e virando refém dele. Algumas pessoas do grupo acabaram se identificando muito com isso, outras não – essas acabaram naturalmente voltando para o trabalho artístico, e algumas tocaram, estão até hoje. Então, hoje em dia, só existe esse vínculo histórico, afetivo, entre Casa e *Clowns*, mas não tem mais nenhuma ligação direta.

E o que é produzir teatro em Natal?

A nossa experiência é atípica para a cidade, uma exceção. Hoje, a gente consegue ter uma boa infraestrutura em uma sede que não é própria, é alugada, mas que tem uma estrutura muito legal de apresentação, que não é a Casa da Ribeira. Hoje, a gente consegue fazer temporadas em Natal. Não que isso nos mantenha por bilheteria, porque bilheteria não mantém ninguém em nenhum lugar. O que tem garantido nossa subsistência até agora é circular muito pelo país. A gente está começando o nosso projeto de manutenção da Petrobras. Durante dois anos, a gente vai viver um período um pouco atípico, porque a gente passa a ter um mantenedor pela primeira vez. É uma situação absolutamente de exceção. Em geral, o que existe em Natal – e acho que em boa parte do Nordeste – são grupos em que quase ninguém vive do próprio grupo. Quase todos possuem outras atividades, com muita dificuldade de acesso à informação e formação. Hoje em dia, mais formação, porque informação está um pouco mais acessível. Minha visão é otimista, acho que existe uma perspectiva de crescimento disso. As pessoas estão olhando muito para o Nordeste, vejo que o isolamento que o Nordeste tinha está sendo deslocado hoje, talvez, para o Norte. A gente já começa a ter vários grupos do Brasil inteiro passando pelo Nordeste, circulando, buscando projetos de intercâmbio. As coisas estão mudando, mas ainda é precária a situação: viver de teatro ainda é uma coisa praticamente impossível.

Conte um pouco do cenário teatral, desse mapeamento que você faz dos grupos teatrais no Nordeste.

O grupo circula muito pelo Nordeste e sempre procura uma circulação que ultrapasse a ideia de apresentar espetáculo e ir embora. Gostamos de estar na cidade, conhecer os grupos, tentar ter algum tipo de troca. Isso nos inquietava em relação ao que nós mesmos somos. A primeira etapa disso foi com a criação

do A Lapada, um movimento de grupos da Paraíba, do Rio Grande do Norte e do Ceará, com foco na troca artística, no procedimento de trabalho e pensamento. Paralelamente a isso, surge a *Revista Subtexto*, do Galpão Cine Horto. Na quarta edição, se não me engano, a revista convidou algumas pessoas para tentar fazer um mapeamento do teatro no país. Fui convidado para escrever sobre Rio Grande do Norte, Ceará e Maranhão. Eles queriam uma ideia do que existia pelo Brasil, uma provocação. Logo depois, consegui a Bolsa Funarte de Produção Crítica e desenvolvi essa pesquisa. A bolsa contemplava um formulário padrão em primeiro lugar para mapear as questões administrativas, artísticas e de gestão dos grupos. Desde coisas básicas como se o grupo possuía um CNPJ e sede até coisas mais elaboradas como se o grupo possuía preferência de configuração espacial e dramaturgia. Levantei cerca de 250 grupos do Nordeste e, desses, uns 150 me retornaram o formulário. A partir desse mapeamento, selecionei alguns grupos dos nove estados, grande parte deles das capitais, e fui até eles para fazer uma entrevista. Foram cerca de 50 grupos entrevistados.

Qual foi o resultado desse levantamento?

Um material muito rico. A bolsa contemplava financeiramente a publicação, estou tentando concluir essa etapa hoje. É possível fazer uma leitura panorâmica do cenário. Apesar dessas dimensões geográficas gigantes da região – nove estados, realidades tão diferentes – a gente consegue encontrar coisas em comum. Existe um vocabulário comum do tal do teatro de grupo. Fala-se em continuidade, em pesquisa, em intercâmbio, existe um discurso reconhecido por todos. Contudo, ao mesmo tempo, se você conhecer de perto o que significa cada experiência, é impressionante como são coisas completamente diferentes. O que acaba nos aproximando é uma afinidade ética talvez. Diante disso, penso que seja esse o grande problema da nossa articulação política. A gente precisa encontrar uma forma diferente de se articular – e que não passe pelo viés demasiadamente burocrático ou sindical das organizações de classe. Se a gente pensar em organização de classe, a gente tem que abranger desde os teatros mais comerciais até os mais experimentais. E a gente ainda se conhece muito pouco.

Desenhe um pouco os festivais de teatro do Nordeste.

A gente tem um grande festival do Nordeste, que é o Festival Internacional da Bahia de artes cênicas, ligado ao núcleo de festivais internacionais. Ele surge muito ligado já aos preceitos desse núcleo, ocupa um papel muito im-

portante no país, não há dúvida, ao trazer muita gente importante de fora. Mas não ocupa todo o espaço que poderia ocupar. Existem alguns festivais que estão no meio do caminho, que merecem ser citados. Um deles é o Festival Nordestino de Teatro de Guaramiranga, no Ceará. Guaramiranga é uma cidade de serra, então, é um festival de inverno. A cidade é minúscula, tem duas ruas e dois teatros. É um festival que já está na sua 17ª edição. Tradicionalmente, era um festival competitivo mas, desde muito tempo, os artistas vinham brigando para que deixasse de ser. E há uns três ou quatro anos, ele finalmente deixou de ser competitivo.

Qual é a importância de deixar de ser competitivo?

O festival provia uma ajuda de custo irrisória para os grupos irem, e quem ganhasse, ganhava um prêmio bacana. Isso acabava definindo muito quem ia ou quem não ia para o festival. Na nossa primeira participação em Guaramiranga, o grupo ainda circulava pouco, e a gente ficou muito feliz porque é um festival que tem importância na região. O nível de troca que esse tipo de festival possibilitava era muito forte; as realidades eram muito mais parecidas, com muitos grupos de grande afinidade. A possibilidade de a gente continuar a desdobrar as relações eram muito maiores, como a Lapada, que é fruto de Guaramiranga. Mas lá tomei uma rasteira desse pensamento que eu tinha, porque se alimentava muito essa coisa da competição, “quem é que vai ganhar”. O espetáculo que ganhava conseguia uma projeção de mídia, no Nordeste inteiro, enquanto os outros... A ideia da competição mais atrapalhava do que ajudava.

E quais são os outros festivais?

Ocupando um papel mais ou menos parecido com esse de Guaramiranga, o Festival Nacional de Teatro de Recife é um que, nesses últimos três anos, quando o Kil Abreu assumiu a curadoria, tem se preocupado em atividades formativas, com debate, intercâmbio. É um festival que tem crescido muito. Tem também o Festival Latino-Americano de Teatro da Bahia (Filte), que é realizado por um grupo que chama *Oco Teatro*, da cidade de Lauro de Freitas, da Grande Salvador. Também é um festival que tem trazido gente muito importante de toda a América Latina. O grupo Harém tem uma semana de teatro no Piauí, que também tem buscado esse tipo de troca. Fora isso, existe uma série de festivais que não necessariamente conseguem sobreviver por muito tempo, porque ficam a mercê de condições datadas. Em um ano tem, no outro não.

E as experiências do Festival de Cariri e do Festival de Nova Jerusalém?

Esqueci-me de falar de Cariri porque acabo nem considerando. A mostra de Cariri é um mês de atividades intensas, em várias cidades. Tem um valor inquestionável, enorme, leva muita gente boa. Agora, ele é tão grande, tão inchado de tantas coisas acontecendo ao mesmo tempo, que acaba descentralizado, com essa preocupação de não pegar só Juazeiro e Crato. A gente só participou uma vez, então posso estar sendo injusto. Mas a partir de outros olhares, do que eu converso, tenho a sensação de que ele não favorece tanto as trocas por conta da dimensão, você acaba não encontrando muito com as pessoas; é uma loucura. Não é o tipo de festival que mais me interessa. Mas eles conseguem fazer muito bem, e tem o seu valor.

E Nova Jerusalém?

Nova Jerusalém entra em uma questão que me toca profundamente, desses autos, desses grandes espetáculos. Eles estão mais próximos de um evento de marketing do que de um evento artístico. No Rio Grande do Norte – como em Pernambucano e na Paraíba – existe uma política cultural há muitos anos que é praticamente exclusiva desses autos, desses megaespetáculos de rua, nos quais se gastam R\$ 500 mil ou R\$ 1 milhão. Tudo para os artistas ensaiarem por dois meses e se apresentarem duas vezes. Não existe nenhum outro tipo de fomento durante o resto do ano. É uma grande distorção. Entendo todos os tipos de retorno de mídia, de imagem, de turismo, que os governos podem ter, mas é por isso que a gente defende: se você quer que tenha, jogue isso com o dinheiro do turismo, e não da cultura. Eles entendem que, com isso, estão fazendo política pública para teatro, quando isso, comprovadamente, não forma público.

Como vocês se mantêm hoje?

Nós, particularmente, do *Clowns* de Shakespeare, nos mantemos com editais nacionais. Sempre foi desse jeito, com editais nacionais. Uma exceção, que é importante ser citada, é o edital do Banco do Nordeste, que tem papel importantíssimo para a região. Não usa benefício fiscal, não usa renúncia. Ampliaram, desde o ano passado, o apoio do BNDES. É um edital que o país inteiro precisa saber que existe, porque tem fomentado muita coisa.

Como funciona exatamente?

É um edital que contempla todas as áreas, qualquer tipo de atividade. Não conheço muito bem as outras, mas falando especificamente do teatro, pode

ser manutenção, circulação, produção do espetáculo, projeto de pensamento, publicação. É um formato muito aberto, que tem beneficiado muita gente. Eles têm uma parcela relativamente grande de interesse em projetos que beneficiem cidades menores. Você pode mandar quantos projetos quiser. Também pode ser selecionado em mais de um. E recebe a avaliação de todos os projetos que mandou, passando ou não. Mande dois projetos, não passei em nenhum dos dois, mas recebo a conceituação de todos os itens dele, o que foi mais forte, o que foi mais fraco. Eles possuem essa preocupação.

Vocês fazem teatro em uma cidade que é um pólo turístico nacional e internacional. Em muitas das discussões sobre turismo cultural aparecem temas como o crescimento econômico e o turismo sexual. Como é isso?

Na nossa experiência dos pólos, a gente acaba ficando alheio a essas questões, porque a gente trabalha muito pouco em Natal. A ideia desse projeto com a manutenção da Petrobras, inclusive, é para tentarmos ficar um pouco mais em Natal, circular um pouco menos, movimentar mais o nosso espaço e o entorno. Em Natal, a gente sempre ouviu um discurso de que a permanência média do turista na cidade é de dois dias e meio. Sempre houve esse discurso no ar de que o turismo cultural seria o caminho para garantir uma permanência maior dessas pessoas por lá. O pouco que existe de ação voltada à cultura, tanto no estado do Rio Grande do Norte, quanto em Natal, é de um pensamento absolutamente equivocado, distorcido e desligado de diálogo com a classe. Por diversas vezes, a gente viu tentativas de grupos, de produtores, de tentar associar uma coisa à outra, de tentar associar essa ideia do turismo, mas é um circuito muito fechado. E, claro, existem circuitos que passam pela questão do turismo sexual. A praia de Ponta Negra, que é a principal praia urbana da cidade, é uma praia que natalense não vai mais. Há todo um cinturão turístico em que as pessoas da cidade não frequentam. Em geral, esse cinturão turístico é bem melhor cuidado, maquiado, em relação ao resto da cidade.

Mas é uma questão com a qual vocês convivem todo o dia, quer dizer: existe uma agressividade da indústria do turismo?

É a grande atividade econômica da cidade. Outras cidades do Nordeste podem ser até mais fortes turisticamente que Natal, mas elas também possuem outras atividades. Em Natal, a supremacia da indústria do turismo é uma coisa impressionante. O que acaba acontecendo é que a gente vive em dimensões paralelas mesmo.

É impossível pensar em uma política cultural que consiga pelo menos dialogar com essa questão do turismo?

A gente não consegue os acessos para discutir condições mínimas de política pública para cultura. É uma área que mexe com muito dinheiro. Natal é uma cidade curiosa. Durante a Segunda Guerra, ela sofreu uma recolonização, a população mais do que dobrou, muitos norte-americanos foram para lá. Natal é a primeira cidade do Brasil a tomar Coca-Cola, a mascar chiclete. Chegou mais norte-americano do que a cidade tinha de população. Isso causou uma barreira cultural para a cidade com efeitos até hoje, mesmo com Câmara Cascudo e com toda a tradição popular. Como o Nordeste inteiro, você possui uma tradição riquíssima, mas que vem sendo duramente reconquistada, porque é algo que está ligado ao imaginário da cidade.

Qual é a sua opinião sobre as universidades, a formação de produtores e a formação de técnicos no Nordeste?

No Nordeste, para a arte, com exceção do que acontece na Bahia, tenho visto uma distância completa entre a academia e a produção. Conheço, obviamente, melhor a experiência do Rio Grande do Norte, de Natal. Nacionalmente existe um movimento de aproximação por causa de pessoas que estão ligadas a essas duas pontas: o grupo Lume, o Antônio Araújo, o Sérgio Carvalho, muita gente. Essas pessoas têm conseguido estabelecer pontos benéficos para os dois lados. O teatro de grupo hoje começa a se preocupar com a sistematização dos seus procedimentos, visando ampliar a ideia do pensamento, não só para a cena, mas para outros suportes. No Nordeste, contudo, tenho uma sensação que isso ainda está num estágio muito embrionário.

Pelos teatros por onde vocês circulam no Nordeste, existe formação de técnicos, iluminadores, de todo esse pessoal que faz a estrutura do teatro?

Com algumas exceções, o geral é muito ruim. É gente que começa a trabalhar por acaso, que o vizinho chama ou porque mora perto. Mas mesmo com essa formação absolutamente prática e experiencial, algumas casas conseguem formar gente muito boa. A experiência de Nova Olinda, da Fundação Casa Grande, é com uma molecada que manja de equipamentos e possui uma habilidade enorme. Mas é exceção, não é regra. Em geral, são técnicos muito mal preparados.

Quando foi criada a Casa da Ribeira, alguns se identificaram com o trabalho ali de agitador, de produtor mesmo, e outros não. Quando vocês se desligam e voltam para o *Clowns*, como vocês fazem a administração no dia a dia?

A Casa da Ribeira foi fundamental para a gente. Como eu falei, a gente era uma molecada que aprendeu na marra, o que foi fundamental. Levamos para Natal o Grupo Galpão, a Companhia do Latão, os Parlapatões, o La Mínima, e começamos a ficar conhecidos dentro do circuito. Isso foi fundamental para o que veio depois. Hoje em dia, a gente tem uma estrutura muito mais modesta do que a Casa da Ribeira, mas que possui uma administração. É um mal necessário: fazer isso que a gente não gosta, mas sabe que tem que fazer para os outros. A gente tem um secretário no grupo, mas, na verdade, todo mundo se envolve.

Como preencher edital?

Antes de ter um secretário, a gente tinha que elaborar, escrever, fazer a planilha, encadernar, levar ao correio, separar certidão, ir ao cartório. A gente está formando essa pessoa para que, cada vez mais, ela consiga ter essa autonomia. Nós trabalhamos de oito a dez horas por dia. Rotina é uma coisa que a gente não consegue ter, mas, idealmente, a ideia é que a gente consiga ter um treinamento diário de quatro a seis horas, e que o resto do tempo fique para questões administrativas. Mas é como a gente funciona. Os outros grupos acabam tendo que ensaiar à noite, ou em fim de semana. A nossa realidade ainda é muito distante da maioria dos grupos.

Para fechar, fale um trecho de uma peça de vocês.

A gente falou em *A Megera*, mas também existe outra grande virada do grupo. Foi quando estávamos com dez anos de história, em 2003, e vivíamos um ostracismo artístico por causa da Casa da Ribeira. O Eduardo Moreira, do Galpão, foi dirigir comigo a peça *Muito Barulho Por Quase Nada*, foi um divisor de águas para a gente. Começamos a ter uma projeção nacional e a circular pelo Brasil. A partir daí, nos espetáculos seguintes – *Roda Chico*, *O Casamento do Pequeno Burguês*, *Fábulas e O Capitão e a Sereia* –, o grupo já começa a aproximar a questão do pensamento à prática. Mas é a partir de *Muito Barulho* que a gente começa a ter mais projeção, a circular, ganhamos o APCA [*prêmio da Associação Paulista de Críticos de Arte*] e o Shell. E isso acaba abrindo muitas portas. Todos esses espetáculos proporcionaram esse momento. Mas para citar um trecho de algum espetáculo, acho que vou citar o Brecht. Na abertura de *O Casamento do Pequeno Burguês* tinha uma fala muito curta, mas que para

a gente era muito significativa: “*Vimos não para mostrar a vida como ela é, mas sim a vida como ela não deveria ser*”. Brecht trouxe isso para a gente, essa transformação no olhar do riso. A gente sempre trabalhou pela chave da comédia. Não é nem mostrar a vida como ela é ou como deveria ser, mas como ela não deveria ser. É o que temos buscado.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/fernando-yamamoto/>

“O melhor para a política cultural é tentar aprimorar a renúncia fiscal e os fundos. Democratizar e conseguir mais recursos.”

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

O professor e pesquisador Francisco Correa Weffort é um dos principais nomes da política cultural brasileira. Foi ministro da Cultura por oito anos no governo do presidente Fernando Henrique Cardoso. Para ele, a política do setor não pode deixar de pensar as presenças do Estado e do mercado. “Sempre acreditei que o Estado tem o dever da cultura, tanto quanto o dever da educação”, diz. “Isso não significa que deva haver dirigismo.”

O conceito principal, segundo ele, é trabalhar com “duas mãos”. “Os fundos públicos, que devem ser aplicados a fundo perdido, e a possibilidade de captar recursos nas empresas com dedução fiscal”, explica. Sua gestão foi o primeiro momento de estabilidade após a criação do Ministério da Cultura. Weffort considera que Collor deixou um cenário de “terra arrasada” no setor. Mas elenca duas boas heranças: a Lei Rouanet e a Lei do Audiovisual.

Sua carreira como intelectual começou com os estudos na Universidade de São Paulo. Foi aluno de Fernando Henrique Cardoso, leu e releu *O Capital*, de Karl Marx. Dedicou-se a pesquisar os temas do Estado, das massas e das elites. Foi um dos fundadores do PT e depois mudou de partido. É professor aposentado desde 1995. O desafio da universidade é ter “significação geral sem perder o significado”, diz. “Inventividade e criatividade vinculadas à sociedade.”

O senhor já era um intelectual brasileiro conhecido antes de ser ministro. Como é essa trajetória acadêmica?

Sou professor, formado na Universidade de São Paulo em sociologia política. Meu interesse maior sempre foi estudar os partidos políticos, a história da política brasileira, o populismo, o sindicalismo. Na universidade, é normal que o sujeito pegue um ramo que lhe interesse e pesquise. Minha formação é essa. Tive que fazer muita elaboração teórica e muito conhecimento histórico-gráfico. Toda a minha carreira foi na USP. Alguma coisa eu fiz na Inglaterra, também passei um período no Chile, mas minha vinculação é com a USP.

Comente sobre o grupo de estudos de *O Capital* que o senhor participou no início de sua trajetória na USP.

Alguns do meu grupo chegaram a uma opção política, evidentemente por meio de estudos e de leituras na USP. Aliás, quando digo “Universidade de São Paulo”, falo de um complexo muito maior do que aquele do qual nós fazíamos parte, que era uma faculdade relativamente pequena na Rua Maria Antônia onde havia a Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. As lideranças importantes da época eram o Florestan Fernandes e o Antônio Cândido. O Fernando Henrique Cardoso e o José Arthur Giannotti ainda eram jovens profes-

sores. Nesse momento, em meados dos anos 1950, ainda no período Juscelino Kubitschek, estes jovens professores criam um grupo de estudos marxistas. O conhecimento de marxismo no Brasil é relativamente recente. Em São Paulo, mais recente até que em outros estados, como o Rio de Janeiro. O grande teórico marxista que nós tínhamos aqui era o Caio Prado Júnior, que era vivo, um historiador importante, mas que não era membro da universidade. Portanto, na universidade, o marxismo passa a ser adotado como matéria de reflexão com esta turma. Quase todos eram do grupo do Florestan Fernandes, que na época não era marxista mas, como grande professor que foi, fazia questão de dar uma variedade de autores. Entre eles, Marx, Weber e Durkheim. Esse grupo pequeno – José Arthur Giannotti, Fernando Henrique Cardoso, Paulo Singer, Roberto Schwarz, Michel Lowy, Fernando Novais e eu – se juntou para estudar Marx. O que significa uma operação intelectual que vale em si, mesmo que você seja contra Marx. *O Capital* é uma obra inteligente, muito bem elaborada. São três volumes importantíssimos, complexos. Passamos praticamente três anos lendo *O Capital*. Era uma coisa monacal, aquilo lá se faz dentro da igreja (*risos*). Éramos jovens, o Brasil era um país mais calmo, mais pacífico, ninguém estava fazendo política. A cada 15 dias, as pessoas se reuniam. Um lia um capítulo, o outro comentava, passávamos duas ou três horas trabalhando aqueles textos. Basicamente, a formação intelectual de várias destas pessoas vem deste grupo, embora nem todos tenham ficado marxistas, mas foi um grande livro que todo mundo leu. Isso deu um caminho para a política. Foi pouco tempo depois do suicídio do Getúlio Vargas. A posse de Juscelino foi complexa, perturbada, mas o período foi de crescimento econômico. Era uma época estimulante do ponto de vista intelectual. Mas estas pessoas na verdade não faziam política, porque as alternativas políticas existentes eram aquelas que o quadro brasileiro apresentava: o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), o Partido Social Democrático (PSD) e a União Democrática Nacional (UDN). Eventualmente até outro, mas não era propriamente aquilo que interessava do ponto de vista político aos intelectuais que tinham uma visão mais crítica. A participação política dos integrantes desse grupo de estudo se dá individualmente. O Fernando Henrique sempre participava de atividades político-administrativas típicas da universidade. Ele era representante dos auxiliares de ensino do conselho universitário. Isso hoje é rotineiro, mas na época tinha muita importância. Não havia tradição de jovens universitários assumirem essa responsabilidade. Era um cara importante do ponto de vista político. E era um homem com idéias de esquerda, sempre foi. Do mesmo modo, José Arthur Giannotti, Chico de Oliveira e vários outros.

A entrada para a política também aconteceu mais tarde, certo?

O caminho para a política foi individual, ocorreu na verdade em fins dos anos 1970 e início dos anos 1980. Todo mundo antes era do Movimento Democrático Brasileiro (MDB), eram pessoas das mais diferentes opções e opiniões e que queriam o restabelecimento da democracia no Brasil. Havia o Arena e o MDB. Um era o partido do “sim” e o outro era o do “sim, senhor”. A diferença ocorreu surpreendentemente na eleição de 1974, quando o MDB elegeu senadores na maioria dos estados brasileiros. A partir daí, as pessoas começaram a acreditar que era possível restabelecer a democracia. E foi curioso isso ter se originado em um fenômeno eleitoral. Esta também é a época do estabelecimento de um novo sindicalismo. O grande acontecimento do sindicalismo até aí tinha sido as greves de Osasco, na Grande São Paulo, e de Contagem, em Minas Gerais. Mas, em 1978, a Greve do ABC foi notável, provavelmente o primeiro grande movimento dirigido pelo Lula, que já vinha participando com outros sindicalistas de uma renovação sindical no Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo. São várias coisas que vão ocorrendo na sociedade e que levam a uma discussão sobre que tipo de partido deveria ser criado quando a democracia fosse restabelecida. Tinha gente que falava em um partido socialista, outros propunham a reforma do MDB, muita coisa. Alguns propuseram o Partido dos Trabalhadores (PT). As opções foram se dando assim.

Professor, o senhor foi um dos fundadores do PT, depois saiu do partido e foi ministro do governo FHC. Como foi isso? Transitar entre as lideranças de Lula e FHC?

Pessoalmente, eu tinha uma ligação muito pessoal com o Lula e uma ligação pessoal e muito mais antiga com o Fernando Henrique. Fui aluno dele, trabalhei com ele no Chile durante muito tempo. E os dois, Lula e FHC, são tipos inteligentíssimos! Duas figuras notáveis da história brasileira. E ponto. Isso é o que importa. Gosto dos dois.

Antes da sua gestão como ministro, o presidente Fernando Collor de Mello desmontou a estrutura cultural do Brasil. Por quê?

Esse é um dos itens realmente difíceis de entender. Há uma hipótese: o Collor teve que construir a sua imagem anti-Sarney na campanha eleitoral. E o Sarney tinha feito uma lei de cultura – quem fez a lei, na verdade, foi o Celso Furtado, mas de qualquer maneira, foi chamada Lei Sarney. O Collor era o ferabrás do moralismo. Atacou a Lei Sarney com tudo que pôde. Pessoalmente, acho que houve um erro grave. Precisou ser sanado depois. Acabaram com a

Lei Sarney quando deveriam ter acabado com as incorreções da Lei Sarney. O erro básico é este. Eu não sei se houve tanta fraude na Lei Sarney como se dizia, não se conseguiu provar grande coisa sobre isso na época. Mas, isso à parte, deveriam corrigir as janelas de escape para a fraude sem acabar com a lei. O Collor aproveitou a onda de supostas fraudes e acabou com a Lei Sarney, reformou o Iphan, reformou a Funarte, várias instituições culturais. Que eu saiba não beneficiou nenhuma. O que o período Collor deixou de benéfico – e eu não sei se é da influência direta dele ou de algum dos seus ministros – foi a Lei Rouanet. Ela foi criada para enterrar a Lei Sarney. A Lei Rouanet é uma espécie de Lei Sarney reformada. Não dava para fazer muito diferente. Não se inventa uma lei malaia para a cultura. É preciso estar mais ou menos dentro da nossa tradição. A outra lei que começa no período Collor é a lei do cinema, a Lei do Audiovisual, desenvolvida pelo Antônio Houaiss. Havia um profundo ressentimento do Collor com a área cultural. No fundo era isso. A área cultural não o reconhecia e ele não era visto como uma figura importante do ponto de vista cultural. Embora a área cultural não tenha muitos votos, ela tem prestígio. Contudo, algumas pessoas gostam de ter o seu nome associado ao prestígio da área, o que naturalmente carimbou o Collor de muitas maneiras. Foi uma pequena vingança, não fez bem algum.

Quando o senhor foi chamado para o governo FHC, como encontrou o ministério?

Quando cheguei ao ministério, encontrei a Lei Rouanet e a lei do cinema, que são leis importantes com todos os defeitos que possam ter. Encontrei algumas experiências deixadas pelas administrações anteriores, como o programa de bandas de música. Encontrei uma proposta extremamente interessante de recuperação da documentação histórica brasileira na Europa, do período do Descobrimento até a Independência. E também frangalhos das instituições do Ministério da Cultura, especialmente da Funarte. Era uma instituição importante e estava mal. Havia um clima de muita desesperança na cultura, essa é a verdade. O período Collor deixou, fora a Lei Rouanet, um clima de depressão. Quem já acreditava pouco passou a acreditar menos ainda. Foi preciso recuperar isso. O período da minha administração foi um grande esforço de recuperar a possibilidade de um Ministério da Cultura, embora o Celso Furtado, o Antônio Houaiss e o Sérgio Rouanet tenham passado por lá. Entre a fundação do Ministério da Cultura e a minha posse, tivemos nove ministros. Em oito anos! Tinha ministro que ficava seis meses, outro três meses. O Celso Furtado

foi o único que ficou mais. Era uma coisa fragmentada, parcelada, sem rumo. E nós acreditamos e fizemos outros acreditarem que era preciso ter um Ministério da Cultura.

Qual era o projeto político do seu ministério?

Sempre acreditei que o Estado tem o dever da cultura, tanto quanto o dever da educação. Isso não significa que deva haver dirigismo de Estado para a cultura, como não deve haver dirigismo para a educação. A sociedade, a começar pela família, tem o dever fundamental com a educação. E a sociedade – pela família, mas também em conjunto com as instituições culturais e empresas – tem o dever com a cultura. A política da cultura deve trabalhar com “duas mãos”: fundos públicos, que devem ser aplicados a fundo perdido, e a possibilidade de captar recursos nas empresas com dedução fiscal. Os fundos já existiam, em escala menor do que hoje, mas existiam. O pessoal fala muito genericamente nas funções do Estado e do mercado. O mercado é muito mais forte do que a presença do Estado na cultura, mas há um pedacinho do Estado que atua. E há um pedaço das leis que possibilitam a captação de recursos no mercado. Mas o que se capta é muito pouco, tanto no Estado, quanto no mercado. No meu entendimento, cultura é defesa do patrimônio histórico.

Como Mário de Andrade pensava...

Certo. Defesa do patrimônio histórico, defesa das tradições culturais, da música brasileira, enfim, tudo o que concebemos como política de cultura é coisa dos anos 1920 e 1930. E foi melhorando. Esses foram os anos do modernismo, que abriu a cabeça brasileira convervadoríssima para as coisas modernas. Até hoje, temos uma visão cultural inspirada naquela época: patrimônio histórico, defesa da tradição cultural, defesa da memória histórica nacional. O projeto da recuperação de toda a documentação histórica brasileira é isso. O desenvolvimento da cultura musical também não é invenção nossa, é coisa que vem desde Villa-Lobos, o maestro do Estado Novo, mas que sempre será o esforço de garantir a tradição, recuperar a memória, afirmar a identidade e abrir para as inovações. Devo acrescentar, portanto, um ponto à necessidade da presença do Estado e do mercado. É o desenvolvimento de uma política de Estado da área da cultura, visando o mercado como mercado. No Brasil, o mercado de cultura é muito forte. E aumentou. Precisamos olhar para o crescimento deste mercado para que o Estado tenha responsabilidades, tanto na proteção das tradições da cultura brasileira, quanto no incentivo das empresas privadas. Precisamos ter política industrial para várias áreas.

Como o senhor avalia os três instrumentos da Lei Rouanet: renúncia, Fundo de Investimento Cultural e Artístico (Ficart) e Fundo Nacional de Cultura?

O Ficart eu nunca vi aplicado, mas é uma janela para parceria com empresas privadas, uma possibilidade de entrada no mercado. Sem o Fundo Nacional de Cultura e sem o incentivo fiscal, não tem política de cultura. Tem que ter os dois. Se houver só dedução fiscal, você vai ter política cultural mais voltada para o eixo Rio-São Paulo do que para o resto do Brasil. Porque cerca de 80% dos benefícios fiscais ficam na região que tem maior mercado. Por outro lado, se houver só o Fundo Nacional de Cultura, vai existir um gueto. E, no decorrer do tempo, seria uma triste distribuição de minguados recursos para amigos de chope, não seria sério. Mas não é assim hoje e não era assim na minha época. Com a dedução fiscal, você tem como atender alguns e eles que arrumem a captação. Os pequenos recursos do Fundo Nacional de Cultura são usados para apoiar projetos em áreas que não têm capacidade de conseguir recursos de dedução fiscal. E o melhor é tentar aprimorar os mecanismos de um lado e de outro. Democratizar, abrir mais e conseguir mais recursos. Muito da polêmica discussão entre dedução fiscal e Fundo Nacional de Cultura advém da margem do orçamento público federal. Precisa ter um montante financeiro maior para que essa discussão seja uma discussão mais produtiva. Defendo a criação de políticas para fazer realmente com que o Estado tenha capacidade de estímulo do mercado. A música popular brasileira, por exemplo, é uma das grandes do mundo. E a nossa presença no mundo não tem relação com a nossa significação mundial, em termos de mercado. Precisamos jogar isso para o mundo. Os americanos fazem, por que não podemos fazer?

A Lei Rouanet e a Lei do Audiovisual estão mais voltadas para o fomento da produção do que da distribuição do produto cultural. Como o senhor vê isso?

É um problema sobretudo da área audiovisual. É um tremendo problema, que espero estar sendo tratado pela Agência Nacional de Cinema (Ancine). É um problemaço, porque do jeito que a lei está definida, o filme se paga na produção. Se o filme se paga na produção, o estímulo do produtor para jogar o filme no mercado com força é menor. Ele não tem risco, nunca deixará de ser um produtor medíocre. O que precisamos encarar é que se o Brasil quer ter uma indústria de cinema, precisamos nos comprometer com o mercado. Isso não significa tirar o Estado – o pessoal sempre raciocina mercado como anti-Estado. Não. É ter um olho no mercado com uma política de Estado que permita uma audácia real. Houve uma acomodação na área cinematográfica,

que não é uma acomodação artística, mas falo do ponto de vista econômico. O produtor faz o filme e tem uma circulação medíocre – aliás, só excepcionalmente tem uma boa circulação – e o Estado está com a consciência tranquila porque financiou a produção.

O cinema foi um grande foco na sua gestão, não é? Foi fortalecido e teve grande parte do incentivo fiscal indo para a área. Isso foi um projeto de fomento de vocês?

Não. O cinema sempre foi uma preocupação da política cultural do Brasil. Desde o período JK pra cá, sempre foi uma preocupação. Cai, sobe, volta, cai de novo, sobe, mas está lá. O período militar teve um cinema expressivo para as condições brasileiras. Depois, ele começa a recuperação do cinema no período Itamar e Fernando Henrique. E acho que continua. O Brasil tem uma necessidade comprovada pela experiência de ter um bom cinema. Na minha opinião, há um problema de política de mercado. Precisamos dar a importância correta a essas discussões. O importante é que faça, sejam elas obras significativas de mercado ou de experiência cinematográfica. O cinema brasileiro devia estar preocupado com a Argentina fazer um cinema melhor do que o nosso! Por quê? E eu amo a Argentina, acho uma beleza, Buenos Aires, eu acho uma maravilha etc. Precisamos olhar o caso do cinema argentino. Eles são mais ricos? Eles não são. Pelo contrário, para a miséria dos argentinos, hoje eles são mais pobres! Nós temos mais dinheiro do que eles, então por que o cinema deles é melhor que o nosso? Por que o público argentino vai mais ao cinema argentino do que o público brasileiro vai assistir cinema brasileiro? Tem alguma coisa errada conosco. Precisamos poder discutir isso com clareza e franqueza. Este filme recente deles, *O Segredo dos seus olhos*, é um filme tão bom que parece filme americano.

Como o senhor avalia a sua gestão no ministério durante os 8 anos?

Tendo em conta as circunstâncias da política de cultura da época que chegamos, fizemos muito. O Collor deixou a terra arrasada, essa é a verdade. As heranças positivas do Collor eu já mencionei: a Lei Rouanet. A outra herança é do Itamar, a Lei do Audiovisual. Muito do que foi feito de lá para cá, nós começamos. Algumas coisas vinham de antes. Por exemplo, o projeto de banda de música é importante, importantíssimo. Esse projeto começou na Funarte em 1974, e é um kit de banda de música que o poder público distribui nas cidades de interior. É uma maneira pelas quais a garotada aprende música, aprende a ler partitura – capacidade ou prazer que eu nunca tive. Uma coisa fantástica

você ver uma banda de música especialmente nas cidades de interior. Também a política de construção de bibliotecas públicas. Foram mais de 1.100 bibliotecas públicas. Este projeto continuou na gestão do Gilberto Gil. Destaco também o projeto Monumenta, uma negociação da minha gestão para a recuperação do patrimônio histórico. Logo no início da gestão, nós entramos com muita força no patrimônio. Em São Paulo, há obras monumentais, como a Pinacoteca do Estado – toda aquela reforma foi feita com apoio nosso. Acho que foi feito um bocado de coisas e ainda assim há muito o que fazer. A crítica mais fácil no Brasil é dizer que o sujeito não fez tudo o que devia ter feito. Isso falo da cultura, da economia, da Presidência da República. O Brasil é enorme e tem necessidades seculares. Minha sensação é de ter considerado um patamar inicial de onde começamos: após o buraco deixado pelo Collor, conseguimos consolidar um ponto de partida significativo. O Gilberto Gil e o Juca Ferreira seguiram. Espero que os outros sigam também. A única coisa que espero é que ninguém pense em inventar a pólvora de novo.

Nesse sentido, a reforma da Lei Rouanet vale? Como você tem visto a proposta?

Precisa de reforma, sim! Mas vamos devagar. É para reformar, assumir claramente se fará reforma dos pontos tal e tal. Não dá para acabar tudo. A zueira só serve para inibir os já inibidos empresários brasileiros de participar da cultura. Quando vejo alguém com autoridade na área do Ministério da Cultura fazendo críticas à Lei Rouanet, imagino quanto dinheiro está deixando de entrar de empresas que poderiam participar da atividade cultural e ficam inibidas. Aliás, a empresa não participa de atividade cultural, quem participa de atividade cultural é o funcionário ou o gestor da empresa “x”. Porque a empresa que produz pneu de automóvel não está preocupada com cultura, a empresa que produz gasolina também não. O objetivo é produzir pneu ou gasolina. Mas tem um fulano de tal que, por uma razão qualquer, gosta de cultura e, apesar de ser diretor comercial, quer ajudar e tem a possibilidade. Nessa hipótese, esse cara é um em uma diretoria de 12. Então, é necessário criar um clima no Ministério da Cultura para que essas pessoas sejam recebidas adequadamente. Deixa eu dar um exemplo: uma grande empresa tinha um grande concurso literário, com um bom prêmio, mas nenhum dos premiados dizia que tinha ganhado. Se por uma razão qualquer eu não faço a publicidade gratuita da empresa “x”, ela para de fazer o prêmio. Então por que a empresa entrou? Porque tem um cara lá dentro que achava que era importante participar da cultura, mas, depois, foi escanteado pelos colegas e acabou.

Mas existe essa crítica pertinente ao modelo da Lei Rouanet: cabe ao diretor de marketing de uma empresa julgar o mérito dos projetos?

Não. Não cabe julgar mérito nenhum. A coisa não é assim, quer dizer, o diretor de marketing não julga o mérito de um grande maestro, de uma grande orquestra sinfônica. Não tem diretor de marketing no mundo capaz disso. Se eu sou produtor cultural e programo a orquestra sinfônica com o grande maestro tal, falo para o diretor de marketing. Se ele quiser, tudo bem, se não eu procuro outro! Não vejo por que colocar assim. Não é o diretor de marketing quem julga. Temos que avaliar a capacidade que tem os produtores culturais de formular projetos que tenham uma tal significação que os marqueteiros vão brigar para pegar o projeto. Um exemplo disso foi quando eu entrei no Ministério da Cultura e foi feita a primeira exposição Rodin no Rio de Janeiro, no Museu Nacional de Belas Artes. Foi uma repercussão enorme, filas gigantes, depois ela foi feita aqui em São Paulo, na Pinacoteca do Estado. Naquele momento, ainda não havia a participação das empresas públicas em escala. Isso passou a existir no governo Fernando Henrique Cardoso e se consolidou no governo Lula. Passou a ter, mas ainda não havia. Na Petrobras, antes da exposição Rodin, alguns diretores queriam apoiar o evento, mas outros não. O pessoal da Petrobras entrou em contato com o secretário de Comunicação da Presidência da República da época, o João Roberto Vieira da Costa. Tudo estava no começo, todos tinham dúvidas. Pois bem, faz-se a exposição! Bomba! E não porque eles deram dinheiro, foi uma ajuda para deslanchar. A exposição estourou surpreendentemente. E a Petrobras passou a gastar dinheiro na televisão dizendo: “Nós apoiamos a exposição do Rodin”. Essa relação não precisa existir. A relação que a área de cultura precisa ter em relação à área de publicidade não é a do pires na mão. Precisa ter um projeto de grande qualidade que atrai recursos de tal modo até da maior empresa do Brasil. Até a Petrobras é levada a fazer uma publicidade na televisão dizendo que apoiou aquela exposição. Por quê? Deu publicidade. E a Petrobras entende isso até hoje. Por que qualquer empresa apoiaria o Ronaldo, o Fenômeno? Não vamos discutir se ele joga ou não, não interessa. O fato é que ele tem uma tremenda imagem pública e vale a pena. Ele não vai jogar de acordo com o que o diretor de marketing quer, ele joga o que pode.

Mas a renúncia fiscal é dinheiro público, certo? Também precisa haver critérios para a destinação desses recursos. O que o senhor acha?

É dinheiro público, óbvio que é. É dinheiro público que o Estado permite na lei atual, que numa parcela x, num percentual x, seja utilizado para determi-

nada finalidade, mas é dinheiro público, claro que é! Não é preciso adoçar a pílula, a pílula não é tão amarga (*risos*). É o seguinte: é uma renúncia fiscal do Estado. O Estado renuncia a arrecadação daquele dinheiro. Aquela empresa utiliza uma parcela daquele dinheiro para determinada finalidade que o Estado considera pública. Vamos ser razoáveis. O Estado renuncia a uma parcela do seu dinheiro, então faz uma renúncia fiscal, renuncia a uma parcela do dinheiro público para promover educação nas escolas, não para criar zona de meretrício! Não estou falando do governo Lula nem do governo Fernando Henrique, estou falando do Estado. O Estado tem um critério de interesse público para realizar a renúncia. Ele define o que é, o motivo que o leva a renunciar a aquela parcela que, aliás, era 6% do imposto a pagar da empresa, no começo do governo Fernando Henrique, depois, sei lá, depois de tantas crises no mundo, passou a 4%. Considere o montante da arrecadação da Receita Federal no Brasil, que não é pequeno, o renunciável é até 4%. Se vocês se dedicarem a verificar o número de empresas que poderia participar desses 4%, verão milhares! Verifique as que efetivamente participam. O nosso problema não é que existe um monte de empresa louca para investir a cultura. Não vai existir nunca. Os sujeitos não estão nem aí. O problema das políticas de cultura no Brasil é conquistar empresas para participar do processo por meio da renúncia fiscal, aumentando, portanto, os recursos que se podem utilizar no setor. Se a empresa não utilizar esse percentual, o dinheiro não será investido em desenvolvimento cultural! É preciso ter clareza disso. Deixa eu dar um exemplo. Nós batalhamos para conseguir o dinheiro do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), para a recuperação do patrimônio cultural brasileiro. Um dinheirão, para as condições brasileiras da época. Eu fiquei contente porque íamos aumentar o orçamento do Ministério da Cultura. Na minha cabeça, era isso. Mas não! Na cabeça da equipe econômica, o dinheiro que entrava de empréstimo ano a ano não aumentava o meu teto e, sim, supria uma entrada que o tesouro deixava de fazer. Ou seja, dentro do mesmo Estado existe uma ótica segundo a qual a cultura é secundária. Mesmo que a cultura consiga dinheiro para aumentar o seu próprio orçamento, chega um momento em que o sujeito acha que tem coisas mais importantes para fazer. Os critérios podem ser muito diferentes, então outras pessoas terão outra maneira de ver. E não estou achando que isso é uma coisa criminosa, não é isso. Mas nós batalhamos para conseguir um dinheirão do BID, pensei que ia aumentar o orçamento e não aumentava nada. Simplesmente diminuí o buraco do Tesouro, porque ele não ia mais pôr aquele dinheiro. E nós estávamos nos auto-financiando, esse é o negócio.

Gostaria que o senhor fizesse uma reflexão sobre cultura e tecnologia, a influência das novas mídias e do meio digital na cultura.

Por mais que a atividade cultural tenha sido descuidada pelo Estado, e eu creio que ela continuará sendo descuidada durante muito tempo, nunca deixaremos de dar atenção à política cultural no Brasil. Isso vem desde a independência do Brasil. A política de cultura envolve uma série de atividades que, desde a independência e o Império, o Estado considera importantes. E continuará fazendo. Um dos principais aceleradores disso será o desenvolvimento tecnológico. A escala da informação abre novos horizontes de participação cultural. Então, é um avanço democrático de uma maneira impensável há 30 anos. Logo, vamos ter bibliotecas virtuais espalhadas pelo país todo. Vamos ter porque também interessa à indústria vender aparelho de computação. Assim como não dá para pensar que se fez estrada de ferro no Brasil porque os empresários eram doidos para andar de trem. Isso foi feito, no começo, para vender máquina e equipamentos. É um lado de consequências positivas. Vamos abrir possibilidades de informação cultural para milhões e milhões. O outro lado, mais complexo, é que a revolução tecnológica assusta, essa é a verdade. Não a nós brasileiros, que somos particularmente provincianos e caipiras, mas a qualquer um no mundo. A revolução tecnológica é um fenômeno universal que ameaça realmente o significado e o desenvolvimento de tudo que você possa imaginar sobre cultura no mundo. Veja, por exemplo, a difusão da música. Acho muito positiva, mas o que significa para o autor principiante? Existe a possibilidade de que qualquer música se difunda via internet de uma maneira muito fácil. Não falo aqui da produção cultural de música que começa na escola, que começa em instituições fechadas, que tem públicos receptores imediatos capazes de julgamento. Falo de outra coisa: você está diante do mundo tão rapidamente. É a mesma coisa com a literatura e com o cinema. Assistimos agora a televisão em terceira dimensão e não sei mais o que vem por aí! Tudo significa revalorização da cultura, e, mais longe, revalorização da tradição, porque as pessoas se assustam. As pessoas precisam ter um pé no chão, um senso de identidade cultural. As pessoas não são átomos soltos no espaço. É muito complicado. Portanto, essa grande revolução tecnológica para o bem e para o mal vai acabar resultando em mais desenvolvimento cultural. É o que parece.

Para encerrar, qual o papel da universidade no contexto cultural?

A universidade tem um papel extraordinário de tentar pensar os problemas da sociedade e do mundo sem perder certas exigências. O drama da universidade é ter significação geral sem perder o significado. É um critério de rigor,

de prova documental, de consistência acadêmica, quer dizer, inventividade e criatividade vinculadas à sociedade. E a sociedade precisa entender porque ela precisa financiar isso. Vi na televisão uma informação sobre o dr. Christian Barnard, que há mais de 40 anos fez o primeiro transplante do coração. E eu me lembro, escandalizado, de saber que um médico da África do Sul tinha feito o primeiro transplante do coração. Era uma aventura fantástica, espantosa! Hoje se faz transplante do coração, basta ter coração! Ninguém mais fica escandalizado de saber que o fulano fez transplante. A universidade tem um papel inovador e que não foi capaz de realizar plenamente. E só vai realizar esse papel se mantiver dentro dos padrões universitários as exigências científicas e teóricas que tem que seguir! É isso que a gente espera que se faça. Assim, a universidade estará contribuindo com tudo.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/francisco-weffort/>

“Está provado que quem joga videogame tem mais atenção, mais metacognição, maior capacidade de tomada de decisão.”

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 11 de junho de 2010, em São Paulo.

Geber Ramalho é, desde 1997, professor do Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Ele idealizou, em 2000, a primeira disciplina universitária da América Latina voltada ao desenvolvimento de jogos eletrônicos. Paraibano, é formado em engenharia elétrica e ciência da computação com estudos no Brasil e na França. É também membro do conselho consultor do Porto Digital, no Recife, um ambiente de empreendedorismo, inovação e negócios de tecnologias da informação e comunicação de Pernambuco, que reúne mais de 100 empresas. É o único local brasileiro na lista da *BusinessWeek* com os 10 lugares do planeta onde mais se pensam o futuro do mundo.

Para Ramalho, a função dos videogames extrapola em muito o mero fator lúdico. “Todo jogo é educacional, ensina alguma coisa”, diz, citando *World of Warcraft* – jogo de interpretação de personagem online e em massa para múltiplos jogadores, ou MMORPG, na sigla em inglês para Massively Multiplayer Online Role-Playing Game. “Num jogo como esse, você tem que fazer cálculos, gerir quantidades de ouro, de madeira.” Ramalho contesta as ideias comuns disseminadas sobre o impacto dos games na vida das pessoas, como o excesso de violência. “Quando entram nesse tema, sempre digo: ‘Você deixa seu filho navegar em qualquer site na internet?’”

Até em vista dos números que essa indústria movimentada – *GTA 4* [*Grand Theft Auto IV, 2008*] faturou US\$ 310 milhões no dia do lançamento –, os games deixaram de ser, para ele, “coisa do nerd isolado do mundo”. “Os jogos que mais fazem sucesso são multijogadores”. Em sua avaliação, o mercado brasileiro no setor é bastante competente, tanto que 46% da produção nacional de games ganha o mercado internacional. Mas ainda falta uma produção mais inspirada na cultura brasileira. “A gente podia ter um *Guitar Hero* [2005] de música nacional”.

Vamos começar com a sua própria provocação. Game é software?

É a mesma coisa que perguntar se poesia é papel. Software é o suporte. Aliás, é um suporte importante, porque permite interatividade, mas é só o suporte. Um game que a gente faz hoje para os consoles de última geração, como Playstation 3 ou Xbox 360, possui de 10 a 12 artistas por programador. Você tem muito mais conteúdo, de fato, e jogo é conteúdo. O software está ali para dar o suporte. Não se deve confundir a mídia com o conteúdo.

Essa questão da arte e do game passa não só pela parte gráfica, mas pela questão da narrativa, da música, do argumento. Como se elabora esse processo?

O processo de desenvolvimento de jogos tem uma primeira etapa, que a

gente chama de *game design*, de definição do conceito. Um jogo, digamos, sobre a Segunda Guerra Mundial, vai ter quais personagens? Serão tais e tais. Você pode fazer o que com eles? Aí você bola a narrativa: ter missões ou não. Vai ter que estilo? É um RPG [sigla para *Role-Playing Game*, jogo de interpretação de personagens]? É um jogo de tiro – que a gente chama de FPS [sigla para *First Person Shooter*, ou atirador em primeira pessoa]? Toda essa narrativa é concebida pelo *game design*. Uma vez que o conceito do jogo está pronto, você passa para uma nova fase, dividida em duas pernas: a computação, que vai desenvolver a arquitetura do software, tudo que precisa fazer para definir como suporte; e a implementação do jogo. Essa fase entra na arte conceitual, precisa da identidade, se vai ser mais cartunesco ou mais realístico, mais *dark* ou mais colorido. É como a direção de arte no cinema. A partir dali, você vai ter diversos artistas. Alguns cuidam só do ambiente. Se você vai fazer um jogo que é ambientado em um restaurante, precisa desenhar todos os móveis. Isso mexe com arquitetura. Você também precisa definir as roupas, então, isso tem a ver com design de modas. O mais fascinante da área de games – foi o que me atraiu, porque sempre vivi com um pé na arte e um pé na tecnologia – é que é uma área que envolve muitos conhecimentos: de narrativa, de literatura, de história, de arte, de desenho, de parte gráfica, de som, de ambientação sonora, de trilha sonora, que é outro tipo de conhecimento, no caso, mais musical. E conhecimento de personagem mesmo, de desenhar ambiente, de desenhar roupa. Software é a mesma coisa: você tem que ter gente que entenda de engenharia de software, mas também que entenda de inteligência artificial, que é a minha área de formação, para criar os bonecos chamados de NPCs, os *Non Players Characters* [personagens não-manipuláveis]. Os personagens são guiados pelo computador, têm que ter autonomia para tomar decisões, fazer coisas que sejam plausíveis; mas você tem que ter conhecimento de redes, porque se jogam muitas pessoas, então, você tem um monte de problemas técnicos para resolver. Todas as áreas da computação se envolvem, quase todas as áreas de produção de conteúdo também. Uma produção de um jogo como *Halo 3* [2007] custou US\$ 60 milhões. Então assim, quando a gente fala de jogo desse nível de produção, é uma produção como um filme.

A importância dos games na indústria musical já é grande no mundo.

Você tem acompanhado isso?

Tenho. O Aerosmith entrou no estúdio para gravar, digamos, um disco que ia ser unicamente veiculado no *Guitar Hero*. Os jogos chamados musicais são hoje uma coqueluche. Há Beatles lá. Inclusive, meus filhos conhecem repertórios musicais hoje incríveis via *Guitar Hero*, *Rock Band*, essas coisas.

O que é o Porto Digital?

É um parque tecnológico, um *cluster*, um arranjo produtivo local, um espaço onde existe um conjunto de empresas na área de tecnologia da informação e da comunicação que compartilham um território, o que aumenta a visibilidade e a interação entre elas. Hoje, é a referência brasileira nessa área. Pelo menos no que se refere ao parque tecnológico. Sou conselheiro lá.

Como começou?

Começou por essa constatação do sucesso de algumas iniciativas, entre elas a do Vale do Silício e de outros lugares. Há uns trabalhos na área de economia e de administração (como o do professor Michael Porter) que mostram o quão importante é você ter as pessoas próximas fisicamente em uma determinada cadeia produtiva. Isso gera sinergia e uma competição mais saudável. A ideia de *cluster* não nasceu aqui, é uma coisa que existia. Existia a necessidade de a gente dar um passo estruturador maior lá no Recife para essa questão. Isso casou com a necessidade. Na época, o secretário de Ciência e de Tecnologia, Cláudio Marinho, tinha também de repovoar o bairro do Recife, no centro da cidade, na zona portuária, que, após a construção do novo porto do sul, o Suape, ficou meio entregue à zona de prostituição. Era um lugar que ninguém queria ir. Ele estava com esse problema na mão e, ao mesmo tempo, era um cara sempre próximo, com o olho muito atento à nova economia. Ali, ao mesmo tempo se resolveria uma parte do problema urbano e se criaria um espaço para as empresas. Isso aconteceu há dez anos por iniciativa e apoio direto do governo do estado, que investiu nesse projeto após a venda da companhia de energia elétrica Celpe. Ele então tem dois monitores principais: Cláudio Marinho e Silvio Meira, pelo lado da universidade, que é meu colega de trabalho.

Silvio Meira é do Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (C.E.S.A.R) também?

É, o C.E.S.A.R também nasceu dentro do centro de informática, como ideia de fazer essa ponte entre a academia e o mercado, para ajudar a gente em um problema. Nós formávamos os alunos e 70% deles iam embora, porque o mercado local pouco absorvia. Todo mundo ia embora, para fora do Brasil ou para São Paulo. Com isso, a gente conseguiu inverter a equação, ter uma retenção maior de gente. A ideia era sair dos limites dos muros da universidade e fazer uma intervenção no mercado, criando uma entidade, que não só faria a ponte, mas que incubaria novas empresas, disseminando a necessidade de nova qualificação profissional, novas tecnologias. Foi assim que surgiu o C.E.S.A.R.

Qual é o aspecto educacional do game, do jogo?

Todo jogo é educacional, ensina alguma coisa. Em um jogo de estratégia em tempo real, como o *World of Warcraft*, por exemplo, você precisa fazer cálculos, gerir quantidade de ouro, de madeira. Você precisa pensar o tempo todo: “Para criar um homenzinho ali, vou precisar de 50 elementos daquilo, 30 daquilo outro”. Na vida, as decisões complexas são as decisões multicritério. O que é isso? É a decisão que não é óbvia. Você precisa balancear na hora de decidir comprar um carro; a profissão que vai escolher; se vai casar ou não. Existe o lado bom, o lado ruim, um risco. Com um jogo, você aprende isso, você aprende metacognição.

O que é metacognição?

Metacognição é ser capaz de ter um conhecimento sobre o seu conhecimento. Eu pergunto: “Vamos consertar o meu carro?”. Você vai dizer: “Não entendo nada de carro. É melhor você levar para algum lugar”. Você tem um conhecimento sobre o que sabe. Está provado que o pessoal que joga tem mais atenção, tem mais metacognição, tem uma maior capacidade de tomada de decisão. Existe uma coisa fantástica que é saber trabalhar a decisão estratégica, uma coisa mais de longo prazo, com tato com o operacional. É o equilíbrio entre o meu objetivo de mais longo prazo e o que eu tenho de fazer mais de imediato, para gerir a demanda urgente. A gente vive isso. Tudo isso que falei está relacionado ao aspecto educacional, sem falar de qualquer conteúdo do jogo. A gente possui uma iniciativa inovadora em Pernambuco, que agora também está no Rio de Janeiro, que é a Olimpíada de Jogos Digitais e Educação, que é quebrar o hiato entre a *lan house* e a escola. Na briga entre elas, a *lan house* vence, porque é muito mais interessante do que a escola, que, aliás, é chatíssima. A gente bolou um conjunto de jogos, todos amarrados por um jogo maior, que é uma espécie de RPG, com um personagem que você evolui, tem uma série de desafios que são compostos, enigmas que fazem referência direta a matérias, a assuntos que eles estão estudando. São jogos que possuem uma aprendizagem colateral. Em um jogo sobre o corpo, por exemplo, você precisa evitar amebas e seres estranhos que circulam nas suas artérias, e se juntar aos anticorpos. Então, existe toda uma referência à biologia. Não é jogando o jogo que você se torna um cara que entende tudo de anticorpos, mas você cria um espaço para que o professor possa explorar aquilo em sala de aula. O objetivo é divertir, e, para isso, o meio é o conhecimento. O conhecimento é o meio, e não o fim. Essa mudança de perspectiva permite que você tenha, ao mesmo tempo, um jogo gostoso, que tem uma ligação com o

conhecimento. O jogo, com qualquer que seja o conteúdo, já educa. Ele pode ter uma conexão mais explícita com alguns conteúdos didáticos. Isso é uma tendência. Outro exemplo são os chamados *serious games*, jogos sérios, que são usados como simuladores. Hoje, nenhum piloto dirige um avião sem antes ter passado horas no simulador. A mesma coisa está começando a acontecer com gestão de empresa. O estudante pode estudar sobre administração, mas numa empresa ele vai passar por situações diferentes. A Jynx, que é uma empresa de jogos em Recife, fez um jogo para gerenciar restaurante de comida por quilo. Você precisa definir desde a decisão de qual bairro escolher, a política de preços, a política de formação, que promoção você vai ter. Você define todo o negócio e abre o seu restaurante. Aí você vai à falência ou não, mas, se for à falência, pelo menos ninguém perdeu muito dinheiro, porque era só um jogo. É uma área que cresce muito, essa de jogos que educam a práxis.

Desde o Atari, as mães reclamam da violência do game. Como é isso?

O game é uma mídia como qualquer outra. O game possui filme, livro, o que for dentro dele. Quando o pessoal fala sobre esse tema, sempre digo: “Você deixa seu filho navegar em qualquer site na internet? Você deixa seu filho ver qualquer filme? Se você deixa, então, deixe seu filho jogar qualquer coisa”. Lá em casa eu jogo muito, meus filhos jogam, é uma *lan house*, porque eu tenho três meninos, minha mulher gosta muito de artesanatos, scrapbook, essas coisas, então ficam os quatro jogando em rede. Você, como pai, tem que ter algum nível de controle naquilo que acha que não é adequado para o seu filho, seja lá qual for a mídia. Se você não está fazendo, não é problema de quem está produzindo, é problema seu. Existem filmes violentíssimos. Quem produz esses filmes não está errado em nada, é o que ele quer expressar como pensamento, arte, o que seja. Agora, os pais é que vão dizer se querem ou não que o filme seja assistido ou que o jogo seja jogado.

Você acha que, se a criança ou o jovem souber fazer uma escolha com multicritérios, vai escolher bem?

Isso pode não ser simples, porque a gente está numa geração de transição. Existem fatos curiosos. Nos Estados Unidos, a idade média do jogador é 35 anos. Porque eles começaram mais cedo do que a gente. A gente acha que game é uma coisa de adolescente. Estou com 44 anos e jogo. O jogo vai estar de tal forma no caldo de cultura que você não vai ter mais esse problema. Talvez a briga vá ser com a próxima mídia, que a gente ainda não conhece. Mas há dicas claras: todo jogo lançado no Brasil tem uma indicação, como em filme, de

idade mínima recomendada. As recomendações são um tanto rigorosas, mas se o pai não sabe avaliar, na dúvida ele tem um indicador ali. Baseado naquilo, ele não vai dar um jogo de 18 anos para o menino de dez jogar, não é?

Conte um pouco dessa história do Museu do Futuro Imaginário.

Reuniu-se um conjunto de game, de cinema, de música, de animação, a partir de uma provocação de um ex-reitor nosso que dizia: “Do que você vai ter saudade?”. “Vou ter saudade daquilo que eu não vou ver.” Tem um projeto muito interessante no YouTube, que chama The Fun Theory, a Teoria da Diversão. São intervenções lúdicas. Por exemplo, uma saída de um metrô, que tem uma escada rolante. O cara faz um teclado de piano na escada normal e as pessoas passam a andar pela escada normal. O lúdico possui um poder avassalador de mudar comportamentos. Os museus: você gastou dinheiro para construir, manter o acervo etc. O pessoal da escola vai, depois não volta, é muito vazio. Aí você pergunta: “Qual é a área, hoje, na qual mais se pode aprender sobre atratividade, sobre sedução?”. É a área de games. A área de games é uma escola. Costumo dizer para os meus alunos: “Se você for fazer software convencional, passe uma época antes na área de games”. Qual é a diferença importante entre software tradicional e games? É que você não é obrigado a jogar. Você é obrigado a usar uma planilha, um editor de texto, um navegador, mas você não é obrigado a jogar. Então, você joga porque aquilo diverte, acrescenta alguma coisa – ou você não joga. Games ensinam muito sobre atratividade. Quais são os mecanismos que você possui em jogo? Uma vez que o cara jogou e zerou o game, por que ele vai lá de novo? Ele joga de novo porque, às vezes, vai jogar um personagem diferente, desbloqueou um desafio. Quer jogar no nível de dificuldade maior ou jogar com os amigos, porque antes jogou sozinho. Você criou um conjunto de mecanismos em game, design e narrativa, para fazer o cara a querer voltar ali. A gente então pegou esse problema dos museus e fez um exercício de utilizar cada um desses mecanismos e dizer: “O que a gente pode fazer em um museu?”. Um exemplo de uma das aplicações chama objetos secretos. Você pega uma câmara de celular, vai aqui escrutinar um ambiente, e vai ver certos objetos que a olho nu não vê, porque eles estão superpostos. A imagem é superposta ao que você está vendo, é uma realidade aumentada. Você pode capturar esses objetos, colecionar esses objetos, e trocar por itens interessantes, que você vai dar para o seu avatar, porque você tem uma conta no museu, você é um ser unicamente identificado.

O que é um avatar?

O avatar seria um personagem. Você, na primeira vez que vai ao museu, é identificado unicamente como aquela pessoa, que tem aquele avatar ali, vai ter uma roupa mais bonita, vai ter uma coisa que vai evoluir, em função de como você evolui o museu também. Uma das maneiras de evoluir é capturando coisas. Só que às vezes você vai capturar dois chapéus, e você só queria um, aí tem uma rede social, que se cria, para as pessoas trocarem, como figurinhas, o que capturaram no museu. Mas você entra no museu hoje e ele sabe que é você: “Na última vez que o Geber esteve aqui, ele capturou tal e tal tipo de objetos, em tais lugares”. Aí eu posso fazer um percurso diferente daquele que eu fiz. Posso dizer assim: “Tem muito pouca gente na quinta-feira no museu. Vou criar uma promoção, com uma arma especial que você só pode capturar nas quintas-feiras”.

Depois da campanha do Obama, com o uso das redes na internet, você vê a chegada dos games nas campanhas políticas?

Nas campanhas políticas é uma boa provocação. Conheço iniciativas assim, de jogos sérios e de jogos de estratégia, que falam de política, diplomacia, mas nunca vi um jogo no qual você entendesse mais sobre a vida de um político, sobre a proposta dele.

Ou como administrar um país com as proposta de um político.

Perfeito, vou contar isso para algumas pessoas, para algumas empresas; é um filão fantástico! Os jogos têm entrado inclusive nas redes sociais. Um jogo que trabalha um conjunto de ideias sobre determinado candidato me parece uma ideia muito interessante. Uma coisa que eu posso dizer é que existe uma categoria de jogos chamada *advergames*.

O que é isso?

É a fusão entre *advertisement* – publicidade – e games. A Jynx, hoje, é a referência do Brasil nessa área. Você quer lançar um produto qualquer. Além de você ter a sua campanha no jornal, na televisão, na internet, você tem um jogo que brinca com aquele elemento.

Como você vê o impacto das narrativas dos games em outras mídias?

Dos games, a gente vai extrapolar para outras coisas. Uma das coisas que a gente vai extrapolar é a interatividade; ela é um elemento que vai estar presente em muitas outras coisas que não são games. Um exemplo é o Wii Report. As

peessoas querem falar, não só assistir ao que está acontecendo – veja o Twitter. Isso é um fato real, e gera, em termos de narrativa, possibilidades extremamente interessantes. Um exemplo concreto: você se lembra do *Blade Runner* [1982, dirigido por Ridley Scott]? Tem um jogo *Blade Runner* [1997] no qual você, logo nos primeiros episódios, decide se vai se aliar aos replicantes ou ser contra eles. Em função dessa decisão, o jogo tem caminhos completamente diferentes. No jogo *Fahrenheit*, você começa com um morto no banheiro; aí você ou esconde o corpo e vai embora, ou chama a polícia, e essas decisões vão implicar em outros caminhos. Então, de fato, você tem uma possibilidade de narrativa interativa, que é extremamente interessante e nova. E mais que isso: ela é também meio sem registro, tem narrativas paralelas. Nos jogos multijogador, além do jogo em si, você tem a galera com quem você joga. Então, tem um conjunto de histórias de uma comunidade em torno de um jogo. O *World of Warcraft* é um jogo multijogador, com dois milhões de pessoas que jogam online; quer dizer, está todo mundo conectado na internet. No jogo, existe uma fase na qual você tem o seu personagem, como no RPG, e vai subindo o nível de experiência dos personagens até o máximo. Quando você chega ao nível máximo, você só pode elevar o nível do jogo ganhando novos itens – armas especiais, roupas especiais – e isso você faz em missões que só podem ser realizadas coletivamente, porque sozinho não consegue. O jogo induz você a trabalhar em grupo; e os grupos que se juntam são chamados de guildas. As guildas são grupos sociais, uma grande família que se organiza, que tem horário para fazer as coisas, que tem conflitos, que tem chefe, de todo tipo: ambicioso, que se acha o máximo, que não acredita muito em si, uma riqueza incrível. O meu filho – hoje com 18 anos – com 15 anos era chefe dos paladinos; aprendeu barbaridades sobre as pessoas, como geri-las e motivá-las. É um negócio bárbaro em termos de aprendizado social, porque você vive experiências que talvez, na vida, leve muitos anos para poder estar numa situação como aquela. Os jogos deixaram de ser coisas de nerds isolados do mundo. Não são mais. Os jogos que fazem mais sucesso, hoje, são multijogadores.

Existe uma história dos games, desde Pacman, Mario Bros...

Claro. *Pong* [1972] foi o primeiro jogo, aquele que tem uma suposta bolinha, e uma suposta raquete, com cada jogador controlando de um lado. Depois *Pac-Man* [1980], e alguns jogos mais simples. Tem uma coisa incrível que se chamou *Mario* [1983], e mais tarde *Zelda* [1986], que é a entrada da narrativa real do jogo. Porque os jogos eram só pequenos quebra-cabeças, ou coisas que você ficava vivenciando ali, sem uma noção de níveis. Em *Zelda* há uma

narrativa, ela é uma princesa que eu tenho que salvar. Existe um livro que fala de objetivos, subobjetivos, que compara *Pac-Man* com *Zelda*. *Zelda* tem sete, oito, dez níveis de coisas para resolver. Você tem que salvar a princesa, mas, para isso, você precisa saber onde ela está. Para saber onde ela está, tem que conversar com fulano. É como *Final Fantasy* [1987]. Aconselho qualquer um de dez anos de idade para cima a jogar *Final Fantasy*. É um jogo todo entrelaçado por pedaços de filmes, com missões que não têm um impacto direto na história, mas que dão a experiência necessária para você poder enfrentar as outras coisas. Você caminha na história, misturando a história e a narrativa. *Final Fantasy* é um grande emblema desse tipo de aproximação.

O Brasil tem uma voz para videogame, uma linguagem? Dá para reconhecer se um jogo é brasileiro?

O Brasil tem uma competência acumulada relevante: 46% do que se produz de game, no Brasil, é exportado. Existem poucos setores industriais, no Brasil, com o nível de exportação como o setor de games. Então, pode-se dizer que tem qualidade, certo? A gente não está em todas as áreas, há grande dificuldade de entrar em console, a gente não consegue acordos com a Sony. Em termos de mercado, não tem uma linguagem brasileira, não há uma escola, uma coisa que você reconheça como game brasileiro; isso não tem ainda. Não sei se tem uma escola francesa, uma escola americana; os japoneses têm, mas nem tudo. Tem um monte de games que você seria incapaz de dizer que é japonês, porque tem uma coisa no game, talvez até pela economia de escala, que é muito universal. *Cidade de Deus* [2002] é um filme que tem a cara do Brasil, mas ao mesmo tempo você vê que ele tem muitos elementos universais. A tendência é buscar alguns elementos, mas manter certa universalidade. Dou uma disciplina nessa área desde 2000, e um cara estava fazendo jogo sobre o Lampião. Eu dizia: “Faça, mas vai ter que ser um jogo em que o cara que não entende de Lampião tem que querer jogar, senão, você vai vender pra quem?”. Uma vez produzido o jogo, você quer vender pro máximo de gente possível. É como dizia Tom Jobim: “Se você não é um músico muito bom, é melhor você fazer samba, porque fica mais fácil pra você fazer samba, e você vai vender bem samba. Se você for um músico muito bom, é melhor você fazer samba, porque samba você vai fazer melhor do que ninguém, então, vai vender samba. Agora, se você for um músico excepcional, faça samba, porque, de fato, ninguém vai conseguir fazer sambas tão bons quanto você”. É preciso que a gente encontre essa coisa do samba do Tom Jobim, que ao mesmo tempo tem universalidade sem deixar de ser extremamente local.

A venda de games foi a que mais rendeu da economia criativa?

O recorde de qualquer coisa de mídia – filme, livro, o que você puder imaginar – no lançamento é *GTA 4*, que faturou US\$ 310 milhões no primeiro dia.

É impressão, ou tem muito mais jogadores homens do que mulheres?

Nos Estados Unidos, são 60% de homens. No Brasil, deve ser mais. Eu falei que tem os *advergames*, mas tem uma quarta categoria de jogos, que são os chamados jogos casuais: você joga esperando o dentista, esperando sua namorada, esperando o ônibus. É uma coisa mais rápida, não são jogos de 80 horas, 100 horas, mil horas. São jogos de dois ou três minutos. Para esse tipo de jogo há muitas mulheres. Para os consoles, que são aquelas coisas que você liga na televisão e bota os videogames, há três grandes fabricantes: a Sony, que fabrica o PlayStation, que teve 1, 2 e 3; a Microsoft, que tem o Xbox e o Xbox 360; e a Nintendo, que teve o Cube, e agora tem o Wii. O Wii desbancou dez anos de superioridade da Sony; a Sony fez uma aposta em *hardcore gamers*, os que jogam por muitas horas jogos extremamente sofisticados, do ponto de vista do realismo gráfico, da inteligência artificial. Apostaram e construíram um console do PlayStation 3 com várias máquinas paralelas. A Nintendo, então, apostou no público casual, que joga pouco: mulheres, idosos. E a Nintendo fez o Wii, que é um jogo muito mais simples, mas tem um público mais largo. Em breve, teremos os jogos em que, quando o cara terminar de jogar, a mãe vai dizer: “Vá tomar um banho, para você poder almoçar. Porque você está suado por ter jogado videogame”. O Wii já é um pouco assim. Já peguei tendinite, bursite, jogando tênis com o meu menino. Essa preocupação com o público das mulheres, dos idosos, da dona de casa, é clara na estratégia da Nintendo, e ela também se esboça em uma tendência da Microsoft. Vocês já viram o Wii Fit? É uma espécie de plataforma que você põe no chão, como se fosse um tapete, e pode fazer exercício físico enquanto joga. Também é um público diferente que começa a se abrir.

Quais são as políticas mais estratégicas no momento para o fomento de games no Brasil, para exportação e consumo interno?

O MinC tem o Games BR, que é um concurso de roteiros, e agora um certo financiamento para fazer alguns jogos; mas é pouco dinheiro. O Ministério de Ciência e Tecnologia tem sido mais agressivo, e nos editais da Finep vem aceitando empresas de jogos, propondo projetos de inovação. Está financiando, mas ainda não tem uma política clara. Sei que tem uma política sendo gestada dentro do MinC para conteúdos digitais, que inclui games. Isso poderá

fazer uma diferença importante, porque vai fomentar o diálogo de games com cinema, animação, música. A gente tem explorado *crossmedia* muito pouco. Falando em termos de mercado, mas também de arte, as possibilidades são enormes, e a gente tem ficado muito estancado, cada um no seu canto. Precisamos agitar mais. Japão, Coreia do Sul, Índia, China, todos eles possuem política para essa área. Temos evoluído em relação aos anos anteriores, mas ainda é pouco quanto ao que se pode fazer.

Não ter uma política de transpor a música brasileira para o *Guitar Hero* atrapalha a música brasileira?

Não diria que atrapalha, mas a gente deixa de aproveitar. Inclusive, no último Música Brasil, tinha umas músicas do mangue beat, Chico Science, que a gente fez em Recife para o *Guitar Hero*. Podia, certamente, ser um veio a ser explorado. A gente podia certamente ter um *Guitar Hero* de música brasileira, fazer um acordo com Sony, com quem quer que seja. Seria uma iniciativa interessante. Não atrapalha porque os músicos continuam fazendo, mas tem muita coisa que não é explorada. Hoje você tem outros meios enormes de disseminação. A gente tem 2,5 mil bibliotecas no Brasil, duas mil salas de cinema e 140 mil *lan houses*! Então, é para se pensar. Não é deixar de fazer o que vinha sendo feito, nenhuma mídia vai abolir as anteriores; as coisas sobrevivem e convivem juntas. Agora, é preciso pensar além dos formatos. É possível fazer muito mais em termos de outra lógica de distribuição, de público, de produção. No Brasil, em particular no audiovisual, foca-se muito a produção, enquanto não há muito dinheiro estruturante que fomente inovação. É preciso focar na cadeia inteira.

Uma coisa muito curiosa nos games é o politicamente incorreto levado ao extremo. Isso é uma fuga do mundo?

Não sei. É uma análise psicológica interessante, as pessoas às vezes querem assumir uma personagem que, normalmente, não assumiriam no mundo real, porque não querem, ou porque as convenções sociais não deixam. Chris Krofer elenca as dez principais razões de se jogar. A principal é por enfrentar desafios. O cara que escreveu o livro *Theory of Fun for Game Design* [Raph Koster, 2004] diz que a diversão vem desse desafio de descobrir os padrões, testando os seus limites. Mas quando você joga, além de, socialmente, interagir com outras pessoas, conhecer mundos imaginários, você tem de viver personagens que não viveria. A não ser que você seja ator por profissão, você, normalmente, só vive um personagem, que é você mesmo. Os jogos abrem essa possibi-

lidade de você viver um personagem diferente. Porque as pessoas aderem ou não, eu não sei, mas deve ser interessante você de vez em quando poder viver outra coisa. Encontrei gente interessantíssima jogando The World Warcraft. Tenho um amigo belga que é marceneiro, há gente que vende cosmético e joga comigo, outro que é diretor de banco e assim vai. É uma experiência cultural extremamente enriquecedora: a vendedora de cosmético ser a chefe do cara que é um diretor de banco. Outro dia mesmo, um empresário da Guiana Francesa veio me visitar, porque vinha para o Recife comprar uma grande indústria de Pernambuco. Quando fomos jogar, meu filho, de 16 anos, era chefe dele – um cara da minha idade, que veio comprar uma indústria aqui. Veja que experiência rica.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/juca-ferreira/>

“O mais difícil foi aprender a ler o ministério, o que ele era e o que ele deveria deixar de ser. Ler um ministério ideal e o que ele deveria ser. Depois, desenhar novos programas.”

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 1 de junho de 2010, em São Paulo.

Quando perguntado sobre os momentos difíceis de sua gestão à frente do Ministério da Cultura, o cantor e compositor baiano Gilberto Gil aponta os questionamentos ao governo Lula e à competência de um ministro-artista. Gil tem graduação em administração, mas construiu sua carreira na música, é um empresário de si mesmo. São mais de 50 discos lançados – 12 de ouro e sete Grammys – e uma importância imensurável para a cultura nacional.

Gil começou a compor nos anos 60, ainda em Salvador, onde fez os primeiros contatos com produção cultural com o grupo que seria conhecido como Doces Bárbaros. Em São Paulo e no Rio, trabalhou com Augusto Boal, Vianinha e Guarnieri. Para ele, a televisão potencializou a arte brasileira em muitos aspectos a partir dos anos 60, sobretudo o teatro e a música. Já com a tecnologia, mudou radicalmente a forma de se produzir cultura, afirma, sobretudo com a internet. “A autoridade explodiu, ficou em aberto.”

Gil foi seduzido pela política com a auto-crítica da esquerda mundial na reestruturação da União Soviética, no final dos anos 80. Antes de eleger-se vereador em Salvador, em 1988, foi presidente da Fundação Gregório de Matos. Ao lado de Antonio Risério, Roberto Pinho e Waly Salomão formou um grupo que buscava a “aproximação entre a criatividade das artes e a gestão da administração pública”. Foi com o mesmo objetivo que aceitou o convite de Lula para ser ministro, cargo que ocupou de 2003 a 2008.

Por que você decidiu fazer o curso de administração na juventude?

Não tenho muita clareza sobre as razões objetivas. Creio até que elas não estavam muito presentes quando eu fiz a escolha. Não tinha nenhuma informação sobre o que era ser um administrador, o que era o mercado ou o universo em que os administradores propriamente operavam. Quando eu era pequeno, eu queria ser médico porque meu pai era médico. Depois, ao longo da vida, fui desistindo. Fui crescendo e fui desistindo, me fixei na engenharia. A gente escolhia basicamente as carreiras que eram ofertadas. Classicamente, naquele período, essas carreiras eram advocacia, medicina, engenharia. Nessa ordem na maioria das vezes (*risos*). Eu tinha, portanto, escolhido engenharia, era uma coisa que veio ao longo do ginásio com as abordagens que eu fui fazendo das matérias – física, química, matemática –, as ciências exatas contrapondo ciências humanas. Decidi que eu queria uma coisa mais ou menos assim. Gostava de desenhar. Certo momento, eu falei: “Vou fazer engenharia”. Prestei o primeiro vestibular de engenharia em Salvador e perdi. Quando eu estava me preparando para fazer o segundo vestibular, eu vi um anúncio do curso de administração. Tinha sido instalado em Salvador, na cidade da Bahia, o curso

da Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Aquilo era uma coisa nova, engraçada, estranha, eu li as coisas do anúncio e acabei decidindo fazer administração. Também porque eu achava que era mais fácil, o exame deveria ser mais fácil. As exigências quanto à física, química, matemática não eram tão grandes (*risos*). Essas matérias não estavam no vestibular de administração de empresas. Existiam outras que diziam respeito um pouco mais a minha sensibilidade de artista, de designer das coisas ligadas ao mundo das artes, enfim. Resolvi fazer administração basicamente por isso.

O seu primeiro contato com a produção cultural? Como você começou a dirigir os próprios shows?

Primeiro não foram os meus, não. Eu fui me encontrando com a produção artística na Bahia, na interface teatro-música. Tomei o primeiro contato com a produção a partir do pessoal do Teatro dos Novos em Salvador [*companhia de teatro que fundou em 1964 o Teatro Vila Velha*], junto com Caetano Veloso, Maria Betânia, Gal Costa, Tom Zé. Foi esse primeiro grupo no qual atuávamos como músicos e compositores. Já me armei um pouco como designer nesse sentido. Acompanhava o que todos iam cantar, como fariam, qual seria o tema, que canções diziam respeito a esse tema que a gente poderia desenvolver. Essas ideias de conceito para o show e da questão cênica envolviam todo um mundo que eu não conhecia: iluminação, cenografia, figurino, todas estas coisas. Foi o primeiro contato com estas várias produções artísticas. E foi ali em Salvador, exatamente a partir da formação deste grupo, que fui requisitado a fazer alguma coisa. Era inauguração do Teatro Vila Velha, da Sociedade Teatro dos Novos. O diretor da companhia Teatro dos Novos era amigo de vários de nós e pediu que fizéssemos um show como parte da programação dessa inauguração. Foi o *Nós, por Exemplo*, em 1964 [*espetáculo que teve a direção geral de João Augusto e a direção musical de Gil e Roberto Santana*].

O produtor Roberto Santana já estava nisso?

Ele veio fazer essa direção também. Veio trabalhar junto nisso porque ele era ligado a teatro também. Caetano também já estava tendo uma experiência, já estava ligado a teatro, tinha desenvolvido um trabalho musical para teatro com Álvaro Guimarães. E tinha muito gosto por isso, muito mais do que eu. Então, tinha Caetano, João Augusto, Roberto Santana e Betânia. Ela, inclusive, muito interessada por toda essa dimensão de dramaturgia e música. Hoje em dia é uma coisa óbvia, a carreira dela se desenvolveu a partir daí, uma grande atriz e cantora. Mas todos aqueles

ingredientes já estavam naquela primeira produção – *Nós, por Exemplo*. Em seguida, vieram outros shows individuais, o show da Betânia do qual eu também fui fazer parte, os shows da Gal, o do Caetano, o do Tom Zé, o meu próprio show. A sequência desse primeiro momento foi uma série de shows individuais. E tudo era novo: questões cenográficas, musicais, de produção. Foi um treinamento durante aquele período entre 1964 e 1965. Travei ali o primeiro contato com o universo da produção.

Era um processo coletivo?

Era. Todo mundo palpitava, alguns mais naquilo que tinham mais afinidade. Caetano palpitava mais na questão cenográfica, na montagem do show no palco. Eu, por exemplo, me restringia mais as questões propriamente musicais, mas olhando para tudo aquilo, vendo como era e sendo impactado por todas aquelas outras dimensões.

Desses produtores e inventores culturais dessa primeira fase sua, quais te influenciaram mais?

Roberto Santana, João Augusto, Caetano e a própria Betânia. Logo depois dali também tem o momento da chegada a São Paulo e ao Rio, quando conheci Augusto Boal, o Oduvaldo Vianna Filho (Vianinha), o Gianfrancesco Guarnieri, todos com que a gente dialogou. O Boal, por exemplo, dirigiu um show nosso, o *Arena Canta a Bahia* [1965]. Vianinha e Guarnieri montaram o show *Opinião* com a Betânia aqui no Rio e depois em São Paulo. Eu conheci essa gente toda, estabeleci vários níveis de contato com eles, aprendendo e criando a minha interface com a produção.

A produção de vocês era também a partir do novo, das influências. No processo de criação estética da tropicália tem até a genialidade das roupas, como as dos Mutantes e a Dromedário Elegante.

Nos Mutantes, isso veio da Regina Boni e da extraordinária esperteza e inteligência da Rita Lee inicialmente. E o menino também, Serginho Dias e Arnaldo Baptista, mas sob a batuta da Rita. Ela sempre foi e é até hoje a mais esperta das artistas brasileiras nesse quesito.

A roupa trazia humor, uma mistura com Chacrinha naquele momento, não é?

Ah, sim, tinha tudo. Havia Beatles, cinema americano, musical de Hollywood, boutique elegante da moda, escolhas irreverentes dos *drop out*, daqueles que

estavam caindo fora dos sistemas rígidos de escolhas da família, com mãe, pai, tio e tia. Era hippie nesse sentido, chegou toda esta estética hippie e a Rita juntava com muita habilidade tudo isso. Ela tinha um dedo para escolher um sapato que era uma coisa, uma meia que era outra, uma calça ou uma saia, ou um vestido que fosse outra coisa, uma capa estranha para o Arnaldo, uma cartola para o Serginho. Era a estética da desconstrução típica de modelos clássicos em trajes e indumentárias para palco, trazendo um pouco a rua para o palco, as cenas das ruas, das praças, trazendo o antiquário junto com a boutique da moda. Rita foi responsável por boa parte da criatividade que se instalou no Brasil.

Em 1969, você foi exilado para a Inglaterra, depois daquele show em Salvador. Quando você chegou em Londres, o que vocês viram de espetáculos, como era a produção cultural na Inglaterra?

Vi Pink Floyd, vi tanta coisa. Cheguei e travei contato com aquele mundo. Impressionava em especial a questão de como o som era tratado, os novos equipamentos de PA [*abreviatura de equipamentos de áudio para public address, geralmente se refere ao som que vai para a plateia*], aquelas coisas dos auto-falantes, com suas novas caixas e marcas. As firmas inglesas e americanas estavam fazendo inovações na amplificação dos instrumentos. Muita coisa impressionava. Desde os PAs até o quadrifônico que o Pink Floyd lançou na Inglaterra. Estávamos nesse meio, a conhecer tudo isso e aprofundar ainda mais na variedade dos grupos que estavam lá. De conjuntos de rock já clássicos até os *pré-punks* de Portobello. O show da Yoko Ono no Lyceum na véspera do Natal de 1970 já trouxe elementos das artes plásticas muito fortemente. A cenografia do show dela, por exemplo, era toda cambiante e muito ligada ao que a gente veio a conhecer depois como instalação por parte dos artistas plásticos. Era Yoko junto com John Lennon, George Harrison, Eric Clapton e outros naquela noite ali. Lembro que uma hora a cortina abria e tinha um saco no meio do palco. De repente, ela saía daquele saco. Aquele pacotão, aquele embrulho ali no palco e era ela que estava ali dentro. Isso me lembrava os *Parangolés* e os *Penetráveis*, do Hélio Oiticica. A Yoko era uma artista multimídia já e com interesses ligados muito firmemente ao desconstrutivismo das artes plásticas. Enfim, minhas experiências iam assim. Até a Roundhouse existia lá, era um palco parecido com tantos festivais que apareceram depois, como tantas casas noturnas que você vê hoje no Rio, em São Paulo, na Bahia, em tantos lugares. Roundhouse era um palco com grande auditório, com rotatividade de estilos, de grupos, teatro, circo e

música, cada coisa em um dia. Ainda tinham os festivais ao ar livre. Ao lado, ou paralelamente ao palco, acontecia todo um universo cenográfico com as barracas e as pessoas e os grupos se juntando em torno das fogueiras. Era muita coisa!

Você também integrou a produção cultural com uma dimensão política. Essa idéia de olhar para o coletivo da produção cultural e seu ambiente. Como foi essa relação?

Foi desde o começo. Já falei aqui daqueles primeiros momentos em Salvador e depois no Rio, em São Paulo, ali na esteira do que começamos a fazer com os Doces Bárbaros. Fica bem claro que ali você já tinha todas estas coisas. Um grupo de teatro inaugurando o seu espaço, mas que juntou dança, música clássica, música popular e o próprio teatro. Os primeiros contatos com estes coletivos estavam todos ali. E depois Rio e São Paulo. O Opinião no Rio, o Arena em São Paulo. No Arena, em São Paulo, a gente passava o dia todo. O pessoal chegava lá 14h e eu chegava um pouquinho mais tarde porque eu ainda trabalhava na Gessy Lever. Mas ficávamos trabalhando ali até meia-noite, uma da manhã, decidindo vários momentos da produção. Falava com o diretor, com o cenógrafo, com o figurinista, outra hora com músico. Tudo junto.

Você acompanhou a produção cultural no Brasil desde os anos 60. Como você vê a mudança deste cenário?

Quando você falou em mudança, a primeira coisa que veio à minha cabeça é a televisão. Primeiro porque ela exigiu o enquadramento à própria tela, à tela. Ela foi juntando coisas. Teve um papel importantíssimo de juntar esses coletivos: músicos, orquestras, cinegrafistas, figurinistas, maquiadores, cineastas, dramaturgos, atores. De meados de 60 até o final de 70, a televisão se desenvolve muito fortemente no Brasil. E, além da televisão fazer a absorção desses outros mundos, no Rio e em São Paulo principalmente, ela foi também influenciando estes outros mundos. A televisão influenciou muito o teatro, ele se fortaleceu com os artistas e com os seus estágios na televisão. A música também, os festivais musicais revelaram novos cantores, novos compositores, novos músicos. Tiveram também papel fundamental nessa coisa, forneceram base para o esparramamento que a música teve por outros territórios depois. É um período marcado pelo desenvolvimento dessa força da televisão. E, evidentemente, existe também tudo aquilo que passou ao largo da televisão, passou à margem desse processo e foi chamado de alternativo.

Porque a televisão também barrava muita coisa.

É isso que eu estou dizendo. Muita coisa veio ao lado, passou à margem da televisão, como Dzi Croquettes, por exemplo. Os próprios shows dos Doces Bárbaros não foram para a televisão, foram para o cinema, foi o disco e um filme que cuidaram do registro daquilo. Dou este exemplo, mas há milhares de centenas de exemplos do alternativo. Era uma alternativa ao *mainstream*, ao que vinha da televisão e ao *show business* mais produzido e gerido pelos interesses das gravadoras, enfim. Muita coisa aí eu diria que se refere a esse período de formação do universo da produção artística brasileira. Eu não estou nem falando do cinema porque é uma outra construção, é uma outra engenharia, outro conceito de produção. Estou me atentando mais à música, televisão e teatro.

O cinema lembra uma coisa à parte porque acaba por construir instituições, mais do que qualquer outro ramo, não é?

Ah sim! Porque precisa. É engenharia, justaposição de partes, construção, tijolo sobre tijolo, produções complexas, tempos longos, recursos mais abundantes, não pode ser instantâneo, não pode ser rápido. É uma produção custosa do ponto de vista do tempo, do espaço, dos recursos, da capacitação humana. Então o cinema teve que construir instituições fortes, por conta do desafio do financiamento e também da exibição. O show é outra coisa. Um show de música ou de teatro você monta e bota no palco, cobra o ingresso, faz o anúncio. Claro que tudo isso é complexo, mas isso se dá em espaços de tempo muito menores. O filme não. São muitas perguntas: “Quantas salas de cinema? Quantas poderão ser ocupadas? Quantas vão ser programadas? Como dividir a produção? Qual será a concorrência estrangeira na exibição?”. Daí o fortalecimento desse lado institucional dos coletivos do cinema: os produtores de cinema são uma turma, os diretores de cinema são outra turma, os técnicos de cinema, os estúdios de filmagem, as grandes companhias de iluminação, de fornecimento de material disso e daquilo, então o cinema precisa, é uma produção mais pesada, mais complexa.

Pegando a sua dimensão política, como foi a coisa de se candidatar a vereador de Salvador?

Candidatar-me a vereador foi um desdobramento de uma série de outros momentos de abordagem da dimensão da vida política. Primeiro, foi eu ter ido para a Fundação Gregório de Matos, que era o equivalente à Secretaria Municipal de Cultura de Salvador, na gestão do prefeito Mário Kertész. Era

um momento em seguida à *perestroika* e *glasnost*, os dois braços do movimento de revisão da União Soviética e de toda influência do comunismo real e do socialismo real. Mikhail Gorbachev tinha sido agente daquela desconstrução, daquele desmonte e eu tinha achado aquilo muito significativo. Porque se por um lado havia toda uma crítica da esquerda ao capitalismo e às formas perversas de gestão capitalista da sociedade, por outro lado faltava às esquerdas a auto-crítica sobre o lado difícil do socialismo real. Aquele desmonte foi uma comprovação de que essa auto-crítica, enfim, finalmente chegava ao seu dado concreto e isso servia para todos nós no mundo todo, era um alerta. Então foram os vários significados desse momento que me levaram a pensar: “Puxa vida, então eu acho que tem lugar para novas formas de política, formas criativas de política, formas artísticas, a política pode voltar a ganhar sua dimensão de arte mais ampla”. Fazer política é fazer uma arte. E, naquele momento, havia ali na gestão de Mário Kertész um grupo com João Santana, Roberto Pinho, Antônio Risério que já era um pouco isso, uma interface de criadores, gente criativa, pessoas das artes colaborando diretamente, criando interface direta com o poder, com a gestão, com a administração municipal. Então eu disse: “Quero ficar um pouco com vocês fazendo esse trabalho de aproximação entre a criatividade das artes e a gestão da administração pública”. Foi isso. Fui e fiquei lá um ano.

Você foi presidente da Gregório de Matos?

Fui presidente da Gregório de Matos, foi o jeito que o grupo achou de me levar pra lá. Porque eu não era propriamente um técnico ou coisa parecida. Eu tive formação no curso de administração, mas sou um artista. Presidi a fundação acompanhado de todo esse povo, o Waly Salomão, o Risério, o Roberto Pinho. Fiquei um ano. Ser vereador foi um desdobramento de tudo isso. O grupo achava que a gente poderia postular a candidatura a prefeito. Esboçou-se um lançamento da candidatura a prefeito, mas acabou não dando certo. Então, eu tinha a opção de deixar tudo e voltar para o meu lado artístico, ou então de continuar servindo de alguma forma ao projeto. Naquele momento a opção foi a candidatura a vereador, cargo em que fiquei quatro anos.

Fale sobre esse começo na política formal, na Gregório de Matos. Como foi a primeira impressão do artista e da gestão pública?

Aquele grupo e as características artísticas dele formavam o conceito de gestão cultural na cidade de Salvador naquele momento. Davam esse tom de nítida aproximação com o campo de criatividade artística, muitas releituras

das formas de fazer projeto, sobretudo de para quem, além de repensar as escolhas dos investimentos técnicos, de pessoal e econômico-financeiros. Foram uma série de projetos de como apoiar os grupos afro-nascentes, como o Olodum (que fez sua sede nessa época), criar os terreiros de candomblés, cuidar e intensificar as relações da Bahia com a África para potencializar o legado africano na Bahia e dar visibilidade aos seus vários produtos ou aos seus vários aspectos, também a questão dos poetas de rua, o teatro ambulante que retomava uma tradição do teatro de rua – o projeto se chamava Boca de Brasa. Enfim, era a gestão criativa.

O Gilberto Gil da política cultural é gestado ali?

Sem dúvida! E não é à toa que quando eu vou para o Ministério da Cultura eu levo uma boa parte daquela turma.

No governo Collor, toda a estrutura cultural brasileira é mudada: o fim do ministério, as leis de incentivo. Como você vê isso? Por que acabou-se com o ministério naquele período?

É a visão do presidente, o seu modo de compreender. O presidente Collor tinha uma visão do que costumam chamar de neoliberal, uma crença muito forte na autogestão, na autoregulação por parte da sociedade civil com apoio direto do mundo corporativo e do capital. Esse receituário neoliberal para as políticas públicas, quer dizer, a visão de política pública praticamente sem o Estado, fez as mudanças na cultura. Existem as histórias todas que o desmonte cultural no caso dele foi uma coisa pessoal, por não ter tido o apoio do universo cultural e artístico, mas, ainda que este ingrediente pudesse ter pesado um pouco, no fundo é a visão que ele tinha de Estado e de política pública. Ele queria entregar a gestão das coisas públicas ao mundo privado. É o catecismo neoliberal. Tenho a impressão que foi isso que acabou com o ministério, com o Conselho Nacional de Direitos Autorais e com uma série de coisas.

Como surgiu o convite para ser ministro? Por que alguém como você quis ser ministro?

Aquele momento da Fundação Gregório de Matos e da prefeitura de Salvador, incluindo todo o sentimento crítico de mudança na esquerda com o Gorbachev, isso se manteve como base para a manutenção de um desejo, de um querer, de uma vontade. Mas eu não pensava em nada disso mais, não tinha vontade de levar mais esse sentido de gestão criativa para a interface da política. Foi quando o presidente Lula me chamou.

Do nada?

Do nada! Da cabeça dele (*risos*)! Ele me disse: “Estou te chamando da minha cabeça”.

Era uma porralouquice, porque o PT fazia uma pressão danada.

E fez. Foi uma queda de braço do presidente Lula com o PT. Ele ganhou.

E é curioso porque você era amigo do Fernando Henrique Cardoso e apoiou o governo dele.

Mas apoiei Lula. E mais ainda: quando fui dar apoio a Lula, um ano e meio antes da eleição de 2002, fui eu, Juca Ferreira e Alfredo Sirkis levar o nosso apoio em nome de boa parte do partido [*Partido Verde*]. Naquele momento, eu disse a ele: “Esse apoio, pelo menos da minha parte, não retira o apoio que eu continuo e continuarei a dar ao governo Fernando Henrique Cardoso até o final”. Enquanto o PT falava da herança maldita, eu falava da bendita herança de Fernando Henrique. Ainda que houvesse certos aspectos neoliberais, mas, por outro lado, houve significados e ações importantes, coisas que se comprovaram depois. O governo Lula se beneficiou muitíssimo do que veio de lá do Fernando Henrique. O chamado para eu ir para o ministério foi uma coisa que saiu da cabeça dele, provavelmente juntando um respeito, admiração pessoal que ele tinha por mim, pelo artista, pela história, pela minha trajetória de vida e tal, inclusive as experiências, os experimentos políticos da Bahia e tudo isso e junto com a dimensão do Partido Verde que era importante. O partido se mobilizou naquele momento, pelo menos os principais.

Porque, depois, o partido nunca assume você como Partido Verde no governo.

O partido, oito anos atrás, era diferente. O partido cresceu muito de lá para cá. Tinha poucos parlamentares, tinha poucos representantes e já era bastante dividido. Tinha um PV de São Paulo, tinha um PV da Bahia, um PV do Rio de Janeiro, eram autônomos, eram grupos mais ou menos autônomos e tinha uma direção nacional. Mas uma parte do partido, aquela parte que apoiou o presidente, enfim, essa parte é a que ele queria reconhecer e essa parte era a parte que estava ao meu lado.

O Lula propôs alguma coisa para sua gestão?

Não, ele disse: “Faça do ministério como se fosse o seu palco”. Ele disse isso textualmente.

Que Ministério da Cultura você encontra?

Primeiro, desarrumado no sentido das atribuições das áreas de gestão. Muita confusão, muitas secretarias, muita sobreposição de tarefas. Requeru uma reorganização, um novo organograma que foi feito logo em seguida com a criação das secretarias, com o afastamento destas vinculadas. Depois também não tinha, do meu ponto de vista, daquilo que eu imaginava, uma visão da grande complexidade e da nova complexidade da questão cultural no Brasil, com os novos problemas, com as novas tecnologias e a relação dessas novas tecnologias na vida cultural, tecnologias exaustivamente utilizadas pela produção cultural, como é o caso das tecnologias digitais. Elas já começavam a se tornar ferramentas exaustivas da produção cultural e o ministério não olhava para nada disso. Também não olhava propriamente para a questão dos impactos destas questões na questão autoral, não olhava para a ampla diversidade cultural do Brasil com a necessidade de investimento no protagonismo de setores importantes, setores populares importantes da criação da produção cultural no Brasil. Enfim, um diferente do que eu imaginava que deveria ser um Ministério da Cultura.

Qual foi o momento mais difícil, mais árduo de todo esse tempo que você ficou?

Foram quase seis anos e meio. Penso que o mais difícil foi aprender a ler o ministério, o que ele era e o que ele deveria deixar de ser, ler um ministério ideal, um novo ministério, o que ele deveria ser. Tudo isso. Desenhar novos programas, novos projetos, novos meios de realização destes programas e projetos. A segunda coisa mais difícil é lidar com gente. Isso é difícil. Lidar com coletivos é difícil em todo lugar. Em um lugar com mais de duas mil pessoas, mais as equipes das instituições vinculadas, as interfaces com os governos municipais, estaduais e tal. A terceira coisa difícil foi ser um ministério de um governo em questão, um governo que chegava com mil interrogações, o governo do presidente Lula: com muita simpatia ainda que com muitas interrogações e com muita antipatia e com mais interrogações ainda de outro lado, além das interrogações sobre um ministro-artista.

Quero falar de um momento peculiar desse ministro-artista. Foi aquela sessão da Organização das Nações Unidas. Como foi aquilo?

O secretário-geral Kofi Annan me convidou. Ele sabia que eu provavelmente estaria lá como ministro do presidente Lula. E ele participaria da abertura da assembleia. Aquele era o primeiro ano do presidente, tinha uma delegação

de ministros e eu faria parte desta delegação brasileira. O secretário Kofi Annan me convidou para fazer um show, foi pura e simplesmente isso.

E você convidou ele para tocar bongô? Foi na hora?

No final do meu show, eu o convidei para tocar. Na hora mesmo. Eu disse: “Secretário Kofi Annan venha até aqui e tal”. E ele: “Mas o que você quer?”. Já respondi assim: “Eu quero que você toque alguma coisa com a gente”. Havia guitarra, violão, tudo. Peguei o tamborim e mostrei a ele. Aí ele viu uma conga e se sentiu mais em casa.

E o microfone da conga estava aberto mesmo? Ele tocou de verdade?

Estava. Ele tocou! É um africano.

Das suas realizações como ministro, quais você destaca?

Várias coisas. Na área de patrimônio, especialmente, ênfases no cuidado do patrimônio material. Houve um importante fortalecimento das políticas para museus no Brasil, uma reavaliação do trabalho do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), a idealização de novos museus que viessem atender a novas demandas mais específicas – Museu do Pantanal, Museu da Língua Portuguesa, Museu do Futebol –, uma série deles que diretamente foram empreendidos pelo ministério, por associadas ou com outras entidades do mundo privado. A diversidade, um apoio decidido ao conceito de diversidade cultural, inclusive objetivamente um trabalho junto à Unesco, a um conjunto grande de países que vieram a proporcionar a implementação da Convenção para a Diversidade Cultural, o Brasil teve naquele momento um trabalho importantíssimo junto com Espanha, Canadá, países africanos e sul-americanos. Foi um trabalho forte, a convenção foi aprovada e depois o ministério continuou a luta para os países ratificarem e reconhecerem a convenção. Para além de todo desdobramento desse ativismo convencional junto à ONU, à Unesco, aos organismos internacionais, houve um trabalho de identificação de um protagonismo popular cultural encoberto, não propriamente visível e que precisava vir à tona. O programa Cultura Viva e os Pontos de Cultura deram conta de um primeiro momento para esboçar esse mundo submerso da produção e do protagonismo cultural popular. Também cito o trabalho na área do cinema com o fortalecimento da Agência Nacional de Cinema (Ancine) e a tentativa de uma criação de uma agência que desse conta de todo o audiovisual. Não deu, mas coube ainda assim fortalecer a Ancine, trazer a agência para o âmbito do Ministério da Cultura. Esse movimento proporcionou a criação

da Secretaria de Audiovisual e a interação de uma parceria entre a secretaria e a agência no sentido de dar ao cinema um panorama novo, uma porta de re-entrada no ministério e no governo com novas reinvidicações: fortalecimento dos fundos, da política de financiamento, discussão sobre as políticas de distribuição, o déficit de salas de cinema no país, muita coisa. A política digital, claro, com o início do trabalho do Ministério da Cultura com as novas tecnologias da comunicação: as novidades nesse campo, as novidades do ponto de vista regulatório, os novos problemas e os desafios da chegada da tecnologia, enfim, criar uma área de diretoria digital no ministério foi muito importante. E, por fim, as questões pontuais de discussão e criação do Sistema Nacional de Cultura, a Conferência Nacional de Cultura, o Plano Nacional de Cultura, os debates para rever a Lei do Direito Autoral, o fortalecimento da televisão pública no Brasil e a postura de assumir as responsabilidades mais fortes do governo em relação à TV digital.

Só pra gente fechar, você está há dois anos fora, qual o futuro do “Gil político”?

Não tenho a menor idéia. No momento não tenho nenhuma vontade, o novo Gorbachev não apareceu ainda para me estimular a alguma coisa na política (*risos*). Acho difíceis as relações do mundo político hoje com o resto. Não tenho muita vontade, eu não vejo muito como dar e antever uma contribuição verdadeiramente interessante nesse campo. Mas a vida também é uma permanente interrogação. Não sei te responder.

A Copa do Mundo pode ser articuladora de possibilidades culturais?

A Copa do Mundo vai ser uma coisa interessantíssima. Eu sou futeboleiro, um fã e adepto do futebol. Fui partidário destas candidaturas da Copa do Mundo e das Olimpíadas. São momentos importantes. Alguém já achou que eu deveria ser ministro dos Esportes por causa das duas coisas. E eu não quero (*risos*).

O que é ser artista hoje, no meio da nova cultura digital? A própria visão de carreira está em cheque. Quer dizer, tal como foi visto até aqui, o que era uma carreira de um artista, em que ela se sustentava, em que ela se apoiava, como ela se desenvolvia, enfim, os vários processos. A importância do disco nisso, a importância dos meios de comunicação nisso, da televisão, de tudo isso, a importância do show business de um modo geral, enfim, tinham estes clássicos, estas entidades clássicas da produção cultural. Era nisso que se sustentava o conceito de uma carreira propria-

mente. Hoje não é só. Não é mais propriamente nessas colunas que uma carreira se sustenta. Portanto não é mais propriamente uma carreira como era visto antes. É uma série de outras coisas. É um conjunto de fragmentos de várias coisas que vão constituindo o agir do artista. O artista, hoje, em determinado momento, está associado a coletivos de redes sociais, em outros momentos ele está associado a fragmentos do velho edifício da produção cultural. Outras vezes ele é autonomia pura, ele é indivíduo sozinho tuitando (*risos*). As novas tecnologias, com a diminuição do tamanho, a portabilidade, a acessibilidade, a possibilidade de multiplicação de gentes, de pessoas fazendo coisas, filmando, gravando, transmitindo, editando isto e aquilo. Ficou difícil. Este mundo saiu das mãos dos especialistas, dos artistas, dos jornalistas, dos autores propriamente. A autoralidade explodiu, ficou em aberto. Portanto a visão da autoralidade aos cuidados do direito autoral também explodiu. Creative Commons é um pouco para isso, para agilidade, sua autoralidade vai imediatamente se registrar eletronicamente por meio da internet, sem a mediação da editora. Você, o autor, anônimo, é o próprio editor imediato do seu produto artístico. Fica agora outra questão: existe uma série de autores novos, anônimos, microautores e que precisam entrar neste mundo.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

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

Gil Santos

Coordenador técnico do Centro Coreográfico do Rio de Janeiro

“Sou aquele cara chato. Na direção de palco, olho se está tudo no lugar. Só falo que está tudo ‘ok’ em um espetáculo com as coisas realmente prontas.”

Entrevista realizada por Aline Rabelo e Fabio Maleronka Ferron no dia 03 de maio de 2010, em São Paulo.

Gil Santos

Gil Santos é coordenador técnico e administrativo do Centro Coreográfico do Rio de Janeiro – a primeira instituição brasileira focada na difusão da arte da dança. Ele atribui o êxito do centro à diretora artística Regina Miranda. “É uma pessoa de visão ampla, que pensou desde o banheiro para portadores de deficiência física até o piso para absorver impacto.”

Como parte da coordenação, Gil assume tarefas específicas nos espetáculos, como direção de palco ou trabalhos de maquinaria e iluminação. Ele diz que, na dança, o improviso é um elemento que funciona de forma diferente do teatro – daí a importância do trabalho de bastidor, como o dele. “Se a pessoa cai em cena, já tem que dar o BO (*blackout*) para ela sair, se arrumar e entrar linda novamente”, diz Gil, com a experiência de quem trabalhou em espetáculos como *Marias Brasileiras*, de 2009, com direção artística de Mabel Botelli, e *Estéreos Tipos*, de 2010, da Cia Híbrida.

Ele também lembra que muitas vezes acaba assumindo um papel de consultoria em relação às companhias que chegam para se apresentar no centro, já que nem sempre as condições do teatro são adequadas a um determinado espetáculo. Ele exemplifica com uma companhia que queira fazer uma apresentação de sapateado no piso de linóleo – o que não recomenda. “Se o camarada quiser fazer e danificar, ele se responsabiliza. Mas 100 metros quadrados de linóleo custam uns R\$ 5 mil. Ele vai pagar?”

Como você começou?

Foi muito ao acaso, pois eu trabalhava na parte administrativa com a coreógrafa Regina Miranda em um espaço cultural que ela tem no Rio de Janeiro. É o espaço que ela utiliza para os ensaios da Companhia Regina Miranda de Dança, a Cia de Atores e Bailarinos/Centro Laban-Rio. Eu trabalhava na parte administrativa, contatava pessoas para fazer trabalhos para teatro: luz, som, atuar como contrarregra, esse tipo de serviço. E comecei a me apropriar de algumas funções. A primeira delas foi contrarregra, depois passei a mexer com maquinaria, luz, cenários. Dona Regina veio a ser diretora de um espaço maior, que é o Centro Coreográfico da Cidade do Rio de Janeiro e eu fui para lá. Também viajo com a companhia dela para Minas Gerais, Bahia, sempre circulando e aprendendo mais.

O que você fazia como contrarregra?

Você tem que ver o que está na cena para montá-la, produzi-la, tirar objetos de cena. Se alguma coisa cai no palco, é preciso esperar o momento certo, o BO – *blackout* – para retirar essa coisa da cena. Isso é trabalhar como contrarregra.

Depois de contrarregra, você fez o quê?

Maquinaria. Fui aprendendo, pois tem espetáculo em que é preciso montar, pendurar carretinhos, lidar com elementos que entram e saem de cena. Tem que ter alguém que faz funcionar, e fui aprendendo a fazer isso, conhecendo o trabalho. Na verdade, a cada espaço a gente tem uma possibilidade de montagem diferente, de criar essas maquinarias diferentes. Você pode até ter alguma coisa já predefinida e, de repente, se não tiver uma pessoa que faça uma visita técnica antes, poderá ter uma surpresa

Você já viveu alguma situação assim?

Recentemente, no Espaço Cultural da Maré, no Rio de Janeiro. Dentro do Viadão Carioca [*projeto de 48 horas de cultura promovido pela Secretaria Municipal de Cultura do Rio de Janeiro*], o trabalho *Marias Brasileiras* tem elementos que entram e saem de cena. Lá não tem vara, não tem nada. A gente teve que fazer uma adaptação para o espetáculo. Cheguei lá e tomei um susto! Falaram para mim que era um espaço cultural. A gente entende que eles vão ter vara cênica, varas de luz, tudo isso. E não tinha nada.

E como você aprendeu a fazer isso?

Na força de vontade, na necessidade, vendo pessoas, vendo os outros. É aquela coisa de você ir ao teatro, ter contato com pessoas que fazem e ficar observando. Do tipo: “Isso um dia vai ser útil para mim em algum momento”. O profissional da área cênica hoje em dia tem curso de formação, mas há um tempo não era assim. Era um trabalho que se passava para o outro. Ainda hoje, apesar de existirem cursos, funciona muito assim. Eu mesmo exercito isso com jovens que trabalham comigo: vou passando o que sei.

Depois de maquinista, você começou a trabalhar com o quê?

Montando cenários com o César Sales, que é maquinista, mas também trabalha com cenários e me convidou para ajudá-lo. O termo é cenotécnico. Foi aí que comecei a mexer com essa coisa. Não cursei essa profissão, porque não podia pagar. Ela entrou na minha vida de forma forçada, devido a situações de necessidade. Hoje, na cultura, a gente ainda esbarra muito na falta de verba. As companhias de dança, de teatro, ou mesmo as pessoas que trabalham com música acabam contando muito com profissionais que fazem um pouco de tudo, pois se inventam de ter um cenário ou alguma coisa que foge do que estava previsto, vai bater no custo. As pessoas que podem somar, ajudar, são sempre as que têm alguma experiência, que já fizeram alguma coisa antes. Isso é bom pra todos.

E depois de cenotécnico, você foi trabalhar com luz.

Aí já é uma grande paixão. Tenho grandes mestres: Aurélio Oliosi, José Geraldo Furtado, Luiz Paulo Nenen. Vi o que esses camaradas fazem dentro de um espetáculo, o diálogo que conseguem estabelecer entre movimento e luz. É uma coisa que a gente tem que aprender. Tive a oportunidade de trabalhar com essas pessoas e foi uma satisfação. Comecei ajudando na montagem, subindo refletor, montando, afinando.

Para depois operar, desenhar.

Exatamente, para depois desenhar a luz. Um passo de cada vez mesmo, de forma bem gradativa. Você tem que ver, saber o caminho, e ter o compromisso de assistir ao espetáculo. Não basta chegar, botar lá em cima e virar as costas, como muitos jovens fazem. É muito importante que os jovens assistam ao espetáculo, vejam a luz, tenham esse compromisso para saber se é o que querem mesmo fazer, até para descobrir o que a gente, com a luz, pode levar para o espetáculo.

Qual a diferença entre um técnico de luz e um iluminador?

Um técnico tem que ter um conhecimento de carga, de refletores, do que tem nos espaços. Na verdade, os dois têm que ter esse conhecimento. Se você parar e analisar direitinho, esse conhecimento precisa ser igual tanto para o técnico quanto para o iluminador. Se o iluminador chega a um lugar e não sabe o que pode pendurar, dependendo de um técnico para analisar, esquece. Ele deveria ter esse conhecimento também. Mas o iluminador tem que ter mais percepção, ter mais leitura do trabalho, acompanhar os ensaios, ver as ideias que o diretor quer dentro daquele trabalho para poder montar a luz.

O técnico tem um trabalho mais operacional?

Exato. Ele monta, sobe e até opera a luz. Eu mesmo crio luz que outras pessoas operam. Eu mapeio, passo as deixas, e outra pessoa vai operar. São feitos os ensaios. A criação fica até a montagem, o desenho final e os ensaios. Depois que anotou as deixas, outra pessoa pode fazer.

Fale um pouco da experiência de trabalhar com teatro e com dança.

Trabalhei a maior parte da minha vida com dança. Já trabalhei com teatro, mas a dança é muito presente. Vim de uma escola em que a dança era a atividade mais forte. A dança contemporânea unifica essa coisa: pode ter dança, texto, mas o forte mesmo é o movimento. No teatro é diferente, o texto é a linguagem principal. Na dança, o movimento é o mais importante. Você vê o

tempo todo a partir do movimento. O diálogo é o movimento, apesar da dança contemporânea unir várias coisas.

Há quanto tempo você está no Centro Coreográfico, que é o primeiro do Brasil?

Desde o início da obra do espaço. Em 2000, o Centro Coreográfico já estava em obras. Fisicamente, o espaço não estava pronto, mas já existia a figura da diretora do Centro Coreográfico, que é a Regina Miranda. Ela ocupava um espaço lá no Rio Arte e trabalhávamos juntos. Fazia visitas ao espaço ao longo da obra, opinava, sugeria pisos e coisas para poder ter um funcionamento bacana em todos os aspectos. Dona Regina é uma pessoa com visão muito ampla. Pensou desde o banheiro para portadores de deficiência física até o piso com qualidade para absorver impacto, um piso próprio para dança. Ela pensava em tudo, é incrível aquela mulher, maravilhosa. E eu vim acompanhando essa obra toda. Quando o espaço foi inaugurado, em 2004, fui para lá com ela fazendo direção técnica. E estou lá até hoje.

Como são as companhias que trabalham no Centro Cenográfico?

Dividimos em companhias residentes – aquelas que vão para o espaço, desenvolvem projetos e ensaiam – e em companhias de temporadas. Há sempre uma companhia se apresentando.

Qual é o processo de tensionar o linóleo?

Primeiro ponto: você faz as cabeças, bota a fita nas duas extremidades. Enrola um tubo para poder dar uma tensionada e faz o outro lado. Depois, você vem fechando. A qualidade da fita é muito importante. Essa fitinha de demarcação, que hoje em dia é muito usada porque é mais barata, não adianta. Tem que ser uma fita de qualidade, caso contrário pode formar bolhas e o bailarino pode tropeçar naquilo. Com uma pessoa dançando, isso pode ficar perigoso.

Já aconteceu com você?

Já e não foi bom. Era uma companhia amadora e uma menina tropeçou. Ela caiu mesmo. Depois veio brigar comigo dizendo que era problema com a fita. Por isso que eu digo que não adianta botar uma dessas fitas plásticas, de menor qualidade, pois ela vai voltar, vai soltar. Não tem jeito, ela vai soltar.

Essa questão do improviso vai além até do que está acontecendo cenicamente. Como vocês lidam com isso? Repercute muitas vezes para o técnico?

Se estiver na luz, dou um “BOzinho”. É um caminho. Mas a técnica tem que estar muito ligada nessa situação. O iluminador ou o operador tem que ser muito sensível em uma situação dessas. Se uma pessoa caiu, já tem que dar aquele BO, para a pessoa sair, se arrumar e entrar linda novamente. E vamos embora! Se fosse texto, o camarada improvisaria, mas, para a dança, suja muito. Tem outras coisas que também sujam com dança, uma perna mal arrumada etc. Sou aquele cara chato. Na direção de palco, olho se está tudo no lugar, se tem algum fio na montagem aparecendo, se as pernas estão bem esticadas. Não sei se isso é defeito, se é bom ou não. Só falo que está tudo “ok” em um espetáculo com as coisas realmente prontas.

Fale um pouco sobre como funciona a parte administrativa do teatro.

Essa aí é dura, talvez a pior de todas. Sabe por quê? A pessoa tem que ter um cuidado com o bem público. Digamos que o camarada vai fazer um espetáculo de sapateado e quer fazer em cima do linóleo. Como administrador, diretor de palco, tenho que falar que não, que aquilo não rola. Mas se ele insistir, vou dizer: “Pode fazer, mas você vai pagar se danificar. Cem metros quadrados de linóleo hoje custam uns R\$ 5 mil. Vai pagar?” (*risos*). Também é preciso cuidado com as liberações do Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad), por exemplo. A produção também fica em cima, mas a administração tem que ter esse controle. Tem que ver as condições dos espaços, as melhorias. Se alguma coisa danificou na passagem de uma companhia, a gente tem que cobrar dela. Isso está em contrato assinado. Quando a companhia chega ao espaço, a gente entrega o camarim de uma determinada forma, com a luz de certo jeito. E a administração tem que estar em cima de tudo, o que é muito difícil. Se queimar uma lâmpada ou danificar um linóleo, você vai cobrar.

Como você lida com os borderôs?

Os borderôs são assim: 15% são retidos para a prefeitura e os outros 85% são repassados para a companhia. Além disso, são retidos 11 centavos por ticket emitido para a empresa responsável pela emissão dos ingressos, no nosso caso, a Ticketronic. Ela é uma dessas empresas de venda online de ingresso e o borderô já vem montado. Antigamente, tinha que fazer o cálculo, mas agora, eles já dão o resultado final e você só paga, só repassa. Depois, o que é retido é depositado para a prefeitura.

Como você faz coordenação técnica, direção de palco e, lá no Centro Coreográfico, o administrativo?

Administrativo é de segunda à sexta-feira até às 17h. À noite, faço o que posso: vejo ensaio e mais o que precisar. Além disso, trabalho nessas construções de luz. Na hora do espetáculo, se puder estar lá para operar é maravilhoso, mas se não puder, mapeio, crio tudo para outra pessoa operar. Até a montagem a gente pede para fazer sempre à noite – a gente adora a noite, porque ela é maravilhosa. A gente perde a noção, vai emendando uma coisa na outra, tipo o Viradão Carioca e, quando vai ver, chega na segunda-feira com aquela olheira... A pessoa está falando com você uma coisa e você está em outro lugar. E assim vai. Mas é legal, é bem gostoso. Acho muito importante estar falando sobre essa coisa de perder a noite, perder esse tempo, mas é muito prazeroso ver um trabalho, uma luz montada, aquela coisa funcionar e, no final, as pessoas falarem: “Quem fez isso? Ficou muito bonito”. Isso é muito gratificante.

Como que você enxerga a sua profissão e a importância dela?

Houve um tempo em que eu achava que trabalhava para sobreviver financeiramente. Hoje em dia, tenho muito prazer no trabalho que faço e sou reconhecido pelos profissionais do meio. Vejo que as pessoas entendem a importância do que faço e isso de alguma forma serve como referência para os jovens. Em minha penúltima apresentação de Marias Brasileiras, antes da Páscoa, tive uma surpresa. Eu ia trabalhar no Viradão Carioca, que acabou sendo cancelado depois, então ficaria uns dias longe do espetáculo. Eles me jogaram no meio de um teatro lotado, no meio de um monte de gente, e falaram: “O que vai ser de nós sem esse homem na próxima semana?”. Porque lá eu montava e desmontava tudo, toda semana. Falei para eles: “Nem que eu tenha que vir para cá de madrugada, vou montar para vocês”. Foi uma grande homenagem, começaram a falar do meu trabalho, o quanto era importante. Eu ouvia, tremia, chorava. Até hoje me emociono ao lembrar. Nesse dia, descobri que eu realmente era importante. Foram precisos alguns anos para que eu entendesse isso, quase 20.

“A Bienal de São Paulo possui tradição e gera mobilização. É um patrimônio brasileiro enorme. Países como Espanha ou a França adorariam ter uma bienal como a nossa, mas não têm.”

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 31 de maio de 2010, em São Paulo.

A visibilidade da capital paulista na rota mundial das artes começou com a criação, em 1951, da Bienal de São Paulo. Desde 2009, Heitor Martins responde pela presidência da Fundação Bienal de São Paulo, instituição criada em 1962 para cuidar da Bienal. Para ele, a essência do projeto não mudou desde a concepção. “A Bienal foi uma forma de inserção do Brasil no debate cultural internacional.”

Uma das principais preocupações da gestão Heitor Martins, também consultor financeiro e colecionador de arte, é a tentativa de diminuir a distância entre a arte e o público dito “não especializado”. Para isso, sua equipe desenvolveu um programa educativo de iniciação em que professores passam por um treinamento para estender a didática da arte à sala de aula. “É um programa único, idealizado para 400 mil pessoas. A Bienal de Veneza inteira tem 300 mil visitantes.”

Heitor vê com naturalidade a inexistência de dados estatísticos sobre o mercado da arte, por se tratar de um segmento peculiar, mas observa que o objeto de arte talvez seja o produto de maior valor agregado na economia. Cita o artista britânico Damien Hirst, capaz de arrecadar US\$ 500 milhões num único leilão. “A riqueza gerada em relação ao custo do insumo é única, porque parte de um pedaço de pano com tinta. É cultura se transformando em riqueza.”

É possível dissociar arte de política?

Não, porque as duas coisas estão intimamente ligadas. Desde o Egito Antigo até hoje, as duas coisas caminham juntas.

Por que vocalizar esse tema na Bienal em 2010?

É uma escolha dos curadores, não é uma escolha minha. Mas acho o tema muito pertinente. As bienais não ocorrem dentro de um vazio, você tem uma sequência de discussões que vão se construindo umas sobre as outras. Na trajetória dos últimos anos, a gente teve as duas bienais do Alfons Hug [25ª em 2002, e 26ª em 2004], que foram bienais muito plásticas. Isso leva a certa reflexão, na edição seguinte, da Lisette Lagnado [27ª em 2006] sobre o papel da bienal, a adequação desse formato, e que se acentua na Bienal seguinte, do Ivo Mesquita [28ª, 2008], com toda a questão do vazio e se a sociedade quer ou não um evento como esse. Essa 29ª Bienal está fechando esse ciclo de debate na medida em que a sociedade reafirmou o seu desejo de ter uma bienal forte, representativa, que se alinhe junto com a Documenta de Kassel [Alemanha] e com a Bienal de Veneza [Itália], duas das grandes mostras de

arte contemporânea no mundo. Ao fazer essa afirmação de que a sociedade quer ter essa Bienal, ela está reafirmando também essa conexão entre arte e política. Porque uma Bienal que se propõe a tirar um retrato da produção contemporânea mundial, ainda que vista por parte do Brasil, é por definição um retrato do binômio arte e política. Então estamos, de certa forma, concluindo esse processo.

O que é a Fundação Bienal e como ela começou?

Começou em 1950, com o projeto de Ciccillo Matarazzo. Eu não estava lá, mas imagino que a base desse projeto fosse justamente a que a gente está reafirmando agora: o desejo de conexão do Brasil com o resto do mundo no plano artístico, no plano das artes plásticas, e também num plano político. Existe um interesse de afirmação nacional, de inserção do Brasil dentro de um contexto de produção cultural, global; de fazer com que o Brasil seja de fato um expoente dentro desse processo. A Bienal cumpriu esse papel. O Brasil saía de um período de pós-guerra, de afluência. O Brasil se projetava internacionalmente em várias dimensões, e a Bienal era uma forma de projeção da nossa cultura, de inserção do Brasil no debate cultural, no debate plástico.

Além da construção da fundação, houve a construção do prédio da Bienal. Como foi essa construção?

Isso escapa um pouco do meu conhecimento. Mas ela começou dentro do MAM, em 1951, no tempo em que o prédio era relativamente acanhado para as necessidades dela. Em paralelo aos eventos da comemoração do aniversário de São Paulo, estava sendo construído o Parque do Ibirapuera, o pavilhão. Esse pavilhão, originalmente, não era para ser para a bienal. Havia a visão de ser um pavilhão das indústrias, algo assim. Ao longo do processo, ele acabou sendo desviado de seu destino, e passou a acomodar a Fundação Bienal. O pavilhão é muito simbólico. Nenhuma outra mostra – Kassel ou Veneza – possui um pavilhão com essas características, que fazem da nossa bienal, única. A arquitetura de Veneza influencia muito na mostra: você tem uma coluna de pavilhões pequenos, e a mostra fica muito fragmentada, determinada pela arquitetura. O fato de termos um pavilhão único, com pisos bastante amplos, com um pé direito bastante avantajado, dá flexibilidade ao desenho da mostra. Você consegue criar mostras que são muito diferentes umas das outras, porque tem muita liberdade arquitetônica, e isso é importante na caracterização do espaço. Se a gente conseguisse refrigerar o espaço, botar ar-condicionado, poderia fazer uma coisa incrível, que é ter um espaço amplo onde pudesse

mesclar arte moderna e contemporânea, que não é possível hoje, porque você não consegue mais trazer arte moderna para dentro do pavilhão. Isso seria uma coisa única no mundo. A gente não deve subestimar o papel do pavilhão e o patrimônio que ele representa.

Como lidar com isso? São forças ou são prisões para o crescimento do processo das bienais?

São forças, claramente. Porque a tradição te traz uma reputação, um prestígio e uma capacidade de alavancar recursos e de mobilização. Não existe outra instituição no Brasil que tenha essa condição. A gente fez uma lista de 150 de artistas e nenhum deles recusou o convite. Você consegue ligar para qualquer artista, em qualquer lugar do mundo, e convidar para participar da nossa Bienal. Esse artista aceita, participa e muitos deles até se dispõem a produzir trabalhos novos. Mas se você não tivesse essa tradição, esse olhar, você não conseguiria fazer isso – basta ver as dificuldades que outras bienais têm de mobilização. Esse é um patrimônio brasileiro enorme. Países como a Espanha ou como a França adorariam ter uma bienal como a nossa, mas não têm.

O Brasil se mostrou um país forte nas artes plásticas nos últimos 15 anos. Isso fortaleceu também a visão da Bienal diante do plano internacional?

Sem dúvida, as duas coisas estão intimamente ligadas. Se você pensar na própria evolução da produção artística brasileira até o surgimento da Bienal, ela não era uma produção que ocorria em pari passu com o que estava acontecendo ao redor do mundo. A Bienal tem um impacto enorme no desenvolvimento da nossa produção artística. Você não consegue pensar no movimento concreto ou neoconcreto no Brasil sem pensar no papel das bienais. Todos os artistas que se seguem bebem da fonte da Bienal, e passam por ela, a usam como uma plataforma de projeção, como um laboratório de intercâmbio. É impossível dissociar a força que a arte brasileira tem, desde os últimos dez anos, com o sucesso que a Bienal teve nos anos 90.

A ideia de bienal, de exposição a cada dois anos, como é isso? É uma regra?

Uns falam em trienal. Existe a Kassel, que é quinquenal. Acho que dois anos é muito e é pouco. É muito porque o mundo possui um calendário anual. Então, coisas que ocorrem em um ano e não ocorrem no ano seguinte geram uma dificuldade de criar ritmo, diálogo com patrocinadores e com o governo. A dificuldade de você fazer um programa educativo permanente é agravada

pelo fato de ser bienal, porque você tem um esforço de mobilização enorme para fazer o evento. Então, você cria uma estrutura e, no ano seguinte, ou essa estrutura fica completamente sem utilização, ou é desmontada e você tem que criar de novo depois. Sob o ponto de vista de produção, seria melhor você ter eventos anuais. Isso daria ritmo dentro da atividade e poderia utilizar os recursos, ter uma relação mais constante com a sociedade.

Como foi a engenharia interna? Quando você pegou a Bienal, o que você viu?

A gente viu essa plataforma, que tem 60 anos de tradição, reconhecida no mundo inteiro, que cumpre um papel central, dentro do setor de artes plásticas, dentro do setor cultural, no Brasil. Acreditamos que isso aqui era uma plataforma que poderia servir de base para se fazer muito mais. A gente vê a Bienal como oportunidade de itinerância, para levá-la para o resto do país, e levar o Brasil para fora. Seja como plataforma de arte e educação, seja como plataforma de mobilização das instituições de São Paulo, para você transformar São Paulo em um pólo de arte de verdade. É uma instituição incrível para você desenvolver projetos.

E como é a articulação, hoje, com os parceiros, com as empresas?

Essa articulação resulta no seguinte: a gente viu essas oportunidades, mas a Bienal não é uma empresa, não tem receita, não tem vida própria. Ela existe na medida em que a sociedade queira apoiá-la. Ela depende totalmente de recursos de fora. O envolvimento dos parceiros se dá por meio da construção de um projeto e da relação dele com a sociedade. A sociedade vai dizer se está disposta a apoiá-lo ou não. A elaboração do projeto e a aproximação com a sociedade, de maneira transparente, são muito importantes. No nosso caso, a sociedade, de fato, demonstrou que tem interesse em apoiar.

Vocês fecharam já o financiamento da próxima Bienal?

Fechamos. Conseguimos recuperar a situação financeira da fundação. A gente está começando a captar recursos para começar a fazer a reforma do prédio. Quer dizer, a sociedade deu sinais claros de apoio, seja por meio do Ministério da Cultura, que é um parceiro estratégico da fundação, seja por meio das empresas privadas com a Lei Rouanet. Quando a gente fez um jantar, dizendo que ia pedir uma contribuição de R\$ 2,5 mil, todo mundo falou que nós éramos loucos. E levamos 600 pessoas lá. É uma demonstração de que a sociedade tem interesse na instituição. Ninguém tira R\$ 2,5 mil do bolso para

fazer uma coisa que acha que não é do seu interesse. O valor simbólico desse evento foi muito grande, porque foi a primeira vez que a sociedade civil se mobilizou para fazer um aporte significativo de recursos para a instituição.

Como lidar com arte e educação, fazer essa ponte ter continuidade e não ser um projeto intermitente?

Nós delimitamos que uma das grandes vocações da Bienal é a educação no seu sentido mais amplo. Nosso país é bastante carente. O ministro da Cultura Juca Ferreira sempre diz que menos de 10% da população foi alguma vez em sua vida a um museu. Quando a gente faz uma mostra de 30 mil metros quadrados, é uma oportunidade única de você aproximar a população das artes, até pela escala da mostra. Para você fazer isso em arte contemporânea, é importante que essa aproximação seja mediada, porque a produção contemporânea é muito hermética. Para fazer com que essa experiência seja enriquecedora, é importante que você tenha um programa educativo, que facilite esse diálogo entre o espectador, que está indo a uma mostra pela primeira vez, e a obra. Daí toda a ênfase que a gente coloca no programa educativo. O que a gente está fazendo de programa educativo aqui no Brasil é realmente pioneiro. Não existe em nenhum outro lugar do mundo um programa com esse alcance, com essa complexidade.

Como funciona esse programa?

Ele começa em março, antes da Bienal. A fundação realizou convênios com a Secretaria de Educação de São Paulo, do estado, do município, das cidades ao redor. Existe um grupo de mais de 25 instituições – ONGs e algumas instituições privadas nesse total – que começam a trabalhar a Bienal a partir do educador. Você traz os professores, por exemplo, das redes públicas para um treinamento de dois dias sobre arte, sobre arte contemporânea. Ali, eles têm um contato com a Bienal, com a programação, com a proposta da curadoria, e recebem um material didático e uma formação de como trabalhar esses temas em sala de aula. A partir daí, eles voltam para as escolas – no caso das ONGs, para as comunidades de base – e trabalham o tema da Bienal em sala com os alunos – isso deve ocorrer ao longo de todo o semestre, com material didático, lúdico. Antes da abertura oficial da Bienal, em setembro, organizamos uma pré-abertura: durante os dois primeiros dias, a mostra está aberta só para os professores que participaram desse processo, de modo que eles possam vir já tendo participado do programa de formação. Nossa meta é levar algo como 400 mil estudantes, participantes do programa, para visitar a mostra em visi-

tas guiadas. Teremos, portanto, um batalhão de monitores e pessoas para auxiliar essas pessoas, que virão à Bienal junto com os professores. É um programa absolutamente único, pela extensão, pela magnitude. São 400 mil pessoas! Para você ter uma ideia, a Bienal de Veneza inteira possui 300 mil visitantes. O nosso programa educativo é, portanto, maior do que a Bienal de Veneza em alcance de público.

Isso lembra muito a Jornada Literária de Passo Fundo, que tem essa preocupação também, de não ser só um evento, mas ter uma preparação educativa e um desdobramento. Essa é uma diretriz a se seguir?

Um processo educativo, de formação, é central para você poder fazer com que a experiência do público seja mais rica, e o público poder aproveitar aquilo de uma forma melhor, poder se desenvolver, abrir o seu horizonte. É muito mais fácil para todos nós entendermos a arte a partir da educação. A gente estuda para poder conhecer a arte.

Como se deu a escolha dos curadores para essa próxima Bienal?

Fizemos um processo de seleção. A gente levantou uma longa lista de nomes possíveis e analisamos vários deles, segundo critérios temáticos e currículos, a partir de algumas diretrizes. A gente queria ter uma equipe curatorial e não um curador único. Gostaríamos de ter uma equipe jovem, de pegar pessoas que ainda não tivessem feito – ou liderado – uma Bienal. Queríamos certa renovação dentro do processo. A gente acredita muito nisso, de poder trazer visões diferentes. Formamos essa lista, olhando quem está produzindo, quem está trabalhando no campo das artes aqui no Brasil, quem está nessa interface entre arte brasileira e internacional. Entrevistamos uma série de pessoas, dirigentes de instituições, e fomos afunilando. Chegamos ao Moacir dos Anjos, como líder dessa equipe.

A visibilidade do Brasil lá fora, ter o país na agenda internacional, é importante? Isso influi na vinda de estrangeiros para ver a arte produzida aqui ao longo do ano?

É muito importante. A gente não pode pensar na Bienal em detrimento das outras instituições, mas sim na Bienal se somando às outras instituições. O mesmo ocorre com os museus, com os institutos. Quanto mais atividade cultural você tiver aqui, quanto mais público você puder atrair, melhor para todo mundo.

Há uma preocupação em pensar agendas comuns?

Há uma preocupação grande, tanto que há um programa, o São Paulo Pólo de Arte, que possui justamente esse propósito: começar uma ação coordenada de todas as instituições ligadas às artes plásticas em São Paulo para potencializar os programas educativos, ampliar o acesso ao público e consolidar essa posição de São Paulo como centro de produção e divulgação de arte.

Como funciona o Programa Brasil Arte Contemporânea e qual a relação de vocês com o Ministério da Cultura?

O Programa Brasil Arte Contemporânea é diferente do São Paulo Pólo de Arte. A Inglaterra, por exemplo, criou o British Council. Quando a gente convida um artista britânico para vir participar da nossa Bienal, o British Council apoia a vinda desse artista: provém recursos, cria instrumentos para que o artista britânico possa viajar, trabalhar no exterior e divulgar a sua produção no exterior. Não só para a Bienal, mas para qualquer tipo de mostra. O British Council tem um programa que apoia centenas de artistas todos os anos, para fazer os mais diversos tipos de mostra ao redor do mundo. Então, é um instrumento de divulgação da cultura britânica e da arte britânica; França Espanha e Estados Unidos também têm isso. O Brasil não tinha. Cada vez que um artista nosso é convidado para participar de algum evento fora, tem uma dificuldade tremenda na busca de recursos. Mesmo em mostras importantes, como de Kassel ou de Veneza, os artistas têm muita dificuldade em se organizar, conseguir apoios e recursos. O Programa Brasil Arte Contemporânea visa suprir essa carência. É um programa de apoio à divulgação da arte brasileira no exterior, que funciona a partir de concurso. É um programa central. Se a gente quer desenvolver a nossa arte e projetá-la no exterior, é importante ter esse apoio de base.

Existe também a questão da agilidade, da viabilidade da passagem aérea, de as datas baterem com as agendas dos próprios eventos.

Isso é um problema no mundo inteiro, no British Council, na França... Um problema de cada vez, certo? Vamos primeiro criar o programa, depois a gente busca o seu aprimoramento. Os ciclos nos outros países são anuais, e a nossa ideia é operar com ciclos semestrais, que já é o dobro da frequência. O mais importante é você ter regularidade e previsibilidade. A gente vai fazer um experimento de um ano, mas se você conseguir assegurar que esse programa vai se repetir todos os anos, você permite que os artistas se programem. Então, a questão dos prazos fica menos crítica, porque o artista já consegue imaginar:

“Quando eu precisar disso, esse programa vai estar lá e eu vou poder contar com ele”.

E o contrário: trazer artistas para cá, para residências, para trocas? Isso tem propostas? O Brasil tem se fortalecido como um lugar de incentivo?

Sim, penso que o Brasil se fortalece nessa área. As nossas galerias de arte estão começando a trabalhar com muitos artistas da América do Sul. É um sintoma do Brasil se consolidando como um pólo regional de produção de arte. Quer dizer, a maioria dos artistas hoje, na Argentina, no Peru, na Colômbia, quer ter uma galeria no Brasil. Muitas vezes, a galeria brasileira é a galeria principal desses artistas. Nós temos problema de residências, você vê pela própria Bienal. Esse não é o objeto do Programa Brasil Arte Contemporânea, não é a nossa prioridade. A gente pensou um programa que fosse do Brasil para fora, até para contrabalançar um pouco esse peso.

Como é a relação com o Itamaraty, com consulados e embaixadas nesse processo?

Nossa relação principal é com o Ministério da Cultura. Ele é o nosso interlocutor, nosso grande parceiro. O contato com o Itamaraty é muito mais limitado, até porque o Itamaraty atua muito mais fora do Brasil do que dentro. A gente tem certa cooperação com mostras oficiais em Veneza e com algumas outras bienais. A Bienal ajudava a cumprir esse objetivo. Mas o nosso interlocutor primário é o MinC.

Existem gargalos na legislação que atrapalham a feitura da Bienal? E a aquisição de obras estrangeiras no Brasil: é um ponto estratégico ou ele é secundário?

É importante a gente separar o que é Bienal do que é o Brasil. Sob o ponto de vista regulatório, não existe nada que seja um empecilho para a Bienal; ela funciona. O que a gente convive são com as amarras gerais que existem dentro do Brasil. O processo alfandegário é complexo, mais complexo para a arte e para o produto têxtil. É a natureza da nossa burocracia. A gente convive com um conjunto de regras de gestão de recursos de convênios, por exemplo, que são pesadas e antigas. Fazem com que a gestão financeira se torne muito complexa e isso dificulta bastante. Mas não é problema da Bienal. Ela sofre do problema como qualquer empresa que faça um convênio. Um hospital sofre com a mesma burocracia. Existe uma série de coisas aqui que foram criadas

ainda nos anos 50 e 60 e que são bastante arcaicas, mecanismos de proteção que tentam criar uma certa reserva de mercado. Importar obra de arte é um processo caríssimo, custoso, é tributado aqui como se fosse um bem de luxo. Nossos museus acabam ficando muito carentes de obras estrangeiras. O que há de obras estrangeiras depois dos anos 50 e 60 no Brasil é muito pouco comparado com a riqueza da produção mundial. Isso limita o acesso dos colecionadores, o acesso das instituições. Falta também um arcabouço regulatório para lidar com temas como direitos autorais, direitos sucessórios, a questão das famílias, dos herdeiros dos artistas, direitos de imagem. Tudo isso são entraves ao desenvolvimento do mercado. Você precisaria ter um conjunto de regras mais flexível, mais moderno, que facilitasse o intercâmbio.

Entrevistando galeristas, a gente soube de uma enorme valorização da arte brasileira nos últimos anos. Ao mesmo tempo, todos falaram da dificuldade em se obter números do mercado de arte. Como você vê isso?

Com muita naturalidade. O mercado de arte é muito fragmentado, distribuído. No mundo inteiro é assim. Não é uma indústria, não é um ramo de atividades no qual você vai ter dados fáceis, seja no Brasil, seja na França. É um mercado que ocorre através de galerias, que envolve pessoas físicas, colecionadores. É muito difícil você ter realmente acesso à informação. Não acho que isso prejudique, necessariamente, a dinâmica do mercado.

Mas a busca por produzir números ou, pelos menos, indicadores econômicos a respeito da movimentação de obras de arte é necessária? Isso é estruturante?

O que é estruturante e necessário é o entendimento da importância que esse setor tem para a economia. Existe uma visão de que arte é coisa de elite, um negócio supérfluo, não é? É uma visão absolutamente equivocada, porque arte é um dos produtos de maior valor agregado dentro da economia. É capital intelectual materializado. A Inglaterra produz um Damien Hirst, um artista capaz de produzir um conjunto de obras e fazer um leilão que arrecada US\$ 500 milhões. Isso é riqueza que está entrando para a Inglaterra, porque essas obras estão sendo vendidas para o mundo todo. Ele está gerando um produto que resulta em divisas ao país e com valor agregado altíssimo. Quando a gente produz a Beatriz Milhazes ou algum artista brasileiro que produz uma obra vendida com preço recorde, isso também é criação de riqueza com uma desproporcionalidade em relação ao custo do insumo – porque aquilo é uma tela, um pedaço de pano com tinta. Aquilo é a cultura se transformando em

riqueza e essa riqueza beneficia não só o artista ou o colecionador, mas todo o sistema. Você tem um efeito ao redor desse processo de criação intelectual, e de criação de valor, que é muito positivo para a sociedade. É por isso que Londres faz o investimento que faz para construir a Tate – agora, vai expandi-la. Ou uma cidade como Bilbao, que se preocupa em ter o Guggenheim. Quando você olha para a economia de Bilbao, é uma coisa antes e outra depois do Guggenheim, porque existe esse impacto econômico positivo que o setor de artes traz. E a sociedade brasileira não reconhece isso. Esse é um dos grandes entraves que você tem ao desenvolvimento do setor.

A crítica de arte, no Brasil, ao contrário de outras áreas culturais, tem se renovado e fortalecido. Você tem nomes novos e ao mesmo tempo a permanência de uma interlocução consistente. A Bienal tem uma preocupação também em lidar com isso, em criar um debate em torno da crítica?

Claro. Tanto que existem programas de seminário muito significativos. E isso não é uma característica dessa Bienal, é uma característica que vem marcando as bienais ao longo do tempo. Inclusive, a última edição, do Ivo, se deu muito mais nesse plano acadêmico, intelectual, do que no plano plástico.

Qual a sua opinião sobre a “Bienal do Vazio” [28ª edição, em 2008]?

Já comentei antes. A Bienal no Brasil tem que ser vista dentro daquele contexto da sequência de bienais. Ela tem cumprido um papel muito importante dentro desse processo. Porque você tinha um debate dentro da sociedade, de uma forma geral, de a Bienal ser um formato obsoleto, se ela devia existir, se ela deveria ser diferente, o que deveria acontecer com ela. Era um debate que acontecia no plano intelectual e no plano plástico também, porque a Bienal estava sendo minguada de recursos. O Ivo e a “Bienal do Vazio” contam um papel importante, na medida em que trazem essa discussão e a escancaram ao público. Na hora que você pega um pavilhão que existe há mais de 50 anos e fala: “Vou pegar esse espaço enorme e deixá-lo vazio”, você cria uma contradição no olhar do público, provoca uma reação. O público poderia ter ido lá e concordado com a proposta, mas se indignou. É uma afirmação da sociedade de que ela não quer uma Bienal vazia, quer uma Bienal cheia, que aquilo é algo que interessa a ela. Dessa vez a gente pode fazer uma Bienal com um alcance grande, até como uma reação à situação criada pela Bienal do Vazio.

E sobre o caso da pichadora gaúcha Caroline Pivetta da Mota, que pi-

chou o andar vazio junto a outros pichadores?

É mais uma forma de reação ao vazio. À medida que você deixa um andar vazio, um prédio vazio, as pessoas podem falar: “Aquilo era para estar cheio e está vazio. Quero encher aquilo”.

A reação da sociedade foi muito dura e cruel? Ela foi a única detida e ficou quase dois meses na cadeia.

Mostra a contemporaneidade dessa questão, dessa discussão de qual é o limite da arte, e esse é um dos papéis da Bienal. Ela trabalha a arte contemporânea, e, por conseguinte, trabalha sempre nesse limite, do que é arte, até quando as coisas são artes e em que momento deixam de ser. E essa não é uma definição que a Bienal faz, é uma definição que a sociedade faz. Quando Duchamp foi lá e pendurou uma pá na parede do museu, aquilo não era considerado arte. Aquilo que é considerado violento, descabido, fora da lei, num determinado momento pode ser incorporado dentro do sistema da arte, e coisas que estão dentro do sistema da arte podem ser também, ao longo do tempo, tiradas desse sistema. Uma das belezas da Bienal é justamente trabalhar essa fronteira. O tema é tão polêmico que a questão da participação dos pichadores dentro dessa 29ª edição foi a matéria mais noticiada. Saiu em jornais do Brasil inteiro, e você ouve as mais diversas opiniões, desde pessoas que acham que é importante às que acham que é um absurdo. Esse é o papel da Bienal: promover essa discussão na sociedade.

Numa entrevista ao programa *Roda Viva*, você disse que quase todo recurso da Bienal vêm de patrocínio por meio de renúncia fiscal. Como é essa dependência da renúncia para criar um evento, para operar uma fundação?

A gente precisa desmistificar um pouco a questão da renúncia fiscal também. Essa atividade de fundo da cultura se dá com recurso público na Europa, por meio de recursos diretos, e, nos Estados Unidos, por meio de recursos de incentivo fiscal. Os Estados Unidos criaram incentivos enormes, há doação de obras de artes, de bens, criação de *endowments*, que são baseados nos incentivos fiscais. A gente imaginar que vai ter dinheiro privado sendo canalizado por esse tipo de atividade de fundos é uma coisa que não acontece em lugar nenhum. Não acontece porque esse tipo de atividade é de interesse da sociedade como um todo, não de interesse de A ou B. Ela é típica de programa de Estado, de recursos públicos. O que falta no Brasil são mecanismos que permitam que esses recursos fluam de uma maneira mais estável, mais constante

e mais bem planejada. Nosso sistema é um pouco amarrado.

Como presidente da Bienal, como você vê esses avanços que tivemos nos últimos tempos? Como o mundo e esses artistas convidados veem o Brasil hoje?

O Brasil é visto hoje como potência emergente, de um país que está se afirmando dentro de um cenário internacional. Isso gera um interesse enorme sobre ele. Vivemos um momento muito bom, não só no campo das artes, mas na economia como um todo.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/heitor-martins/>

“A história da arte está sendo reescrita. Existe um claro entendimento de que o olhar eurocentrista ou norte-americano dos últimos 50 anos não se sustenta. O foco mudou.”

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

Jochen Volz é produtor, crítico de arte e um dos curadores do Instituto Inhotim, em Brumadinho, Minas Gerais, cujo foco é a arte contemporânea. Alemão radicado em Belo Horizonte, Volz é formado em história da arte na Universidade Ludwig-Maximilian, em Munique, e na Humboldt Universität, em Berlim. Antes de vir ao Brasil, foi curador do Portikus Frankfurt am Main e produziu o evento Gasthof 2002. Em 2006, foi curador da 27ª Bienal Internacional de São Paulo e, em 2009, foi co-curador da 53ª Bienal de Veneza.

O Inhotim foi idealizado nos anos 80 pelo empresário Bernardo Paz, dono do grupo siderúrgico Itaminas e grande colecionador de arte. O paisagista Roberto Burle Marx apresentou sugestões e colaborações para os jardins do local onde seria o instituto. Com o tempo, Inhotim se transformou em um espaço cultural, que unia acervo botânico e arte contemporânea. Volz explica que o Inhotim subverteu a relação do espaço para a arte. “Não é a arte decorando um parque ou o parque simplesmente como cenografia bonita para a coleção de arte. As duas coisas possuem o mesmo peso e dialogam.”

Para Volz, que também é professor de pós-graduação em arte contemporânea na PUC Minas, a relação entre o espaço e as obras de arte se tornou um novo formato de experiência para o público. “É a beleza de se perder e, mais ainda, poder se encontrar de novo usando o jardim e as obras como pontos de orientação para sua vida. De repente, uma das obras do mestre Hélio Oiticica vira um ponto de orientação, o que é provocador e inspirador.” O acervo artístico e paisagístico do Inhotim possui exemplares de importância central na arte contemporânea, com nomes como Amilcar de Castro, Hélio Oiticica, Roberto Burle Marx, Cildo Meirelles e Adriana Varejão, entre outros.

Qual a história de Inhotim? Por que criar um museu de arte contemporânea em uma cidadezinha do interior do Brasil?

Começou como um projeto particular do Bernardo Paz, que havia comprado, nos anos 80, terras para construir um sítio de final de semana, uma casa de campo. Já naquela época ele começou a trabalhar com vários paisagistas, entre eles o Roberto Burle Marx, de quem era amigo. Havia essa troca de conhecimentos, de plantas. Bernardo tinha forte ligação com a arte moderna e o paisagismo. A partir dos anos 90, aconteceram encontros dele com artistas da mesma geração – Tunga, Cildo Meirelles, Miguel Rio Branco – que fizeram com que ele ficasse mais interessado no questio-

namento que a arte proporciona do que no objeto em si. Foram os artistas, principalmente Tunga e Cildo Meireles, que o provocaram: “Já que você está colecionando arte contemporânea dentro do seu jardim, faça disso um projeto público”. Logo depois de 2000, ele começou a profissionalizar a coleção, contratando curadores e outras pessoas para trabalhar. Eu entrei em 2004, ano que marcou a história do Inhotim a partir da abertura da coleção para um público convidado. Ali começou a reflexão a respeito do significado de um museu e de uma coleção de arte contemporânea em Brumadinho, a 60 quilômetros de Belo Horizonte. Qual é a razão disso em um município de 30 mil habitantes? Quais são as possibilidades de uma instituição nova para a comunidade do entorno? Como inserir o questionamento sobre a arte na escola e na vida cotidiana dos habitantes? O evento de 2004 foi muito importante. A partir de então, toda a reflexão do Bernardo Paz e da equipe foi a respeito de como formar uma coleção pública. Em 2005, começamos a trabalhar com um forte aparato de arte-educação, primeiramente com visitas escolares e programas na comunidade. Em 2006, o museu foi aberto. O nome vem do bairro de Brumadinho onde ele está instalado. “Inhô Tim” era o senhor Tim, provavelmente um antigo fazendeiro inglês cujo nome virou Inhotim no jeito mineiro de falar. O que nos interessava desde o início era como criar uma instituição de arte que poderia se diferenciar de outras coleções, o que faria e o que não faria sentido fazer lá. Esse questionamento curatorial foi muito importante. Também surgiu o assunto do jardim e do paisagismo, que fora uma preocupação nos anos 80, com a influência direta ou indireta de Roberto Burle Marx e outros nomes. Pensamos que seria interessante profissionalizar essa área, contratando botânicos, agrônomos, curadores. Hoje trabalhamos com um curador botânico e durante esses anos criamos não só um parque mas uma coleção botânica. Esse conjunto é importante, porque não é a arte decorando um parque ou o parque simplesmente como cenografia bonita para a coleção de arte. As duas coisas possuem o mesmo peso e dialogam de forma interessante. Isso é essencial no Inhotim.

Artistas brasileiros vêm conquistando espaço internacional nas artes plásticas. O que fazer para o Brasil entrar no circuito do turismo de arte? O Inhotim tem essa preocupação?

Sempre pensamos. Isso influiu na própria escolha do nome. Primeiro seria Centro de Arte Contemporânea Inhotim, depois Inhotim Centro de Arte Contemporânea, e por fim apenas Inhotim. Nessa discussão, a idéia

era colocar o lugar, um bairro de 200 pessoas, no mapa. É muito importante ter as visitas de fora, pois coloca o Brasil no mapa das viagens internacionais, em grupos de museus estrangeiros. Nesses seis anos que estou morando aqui, percebo que isso realmente aumentou, por conta de um conjunto de razões que colocaram o Brasil no mapa internacional. No final dos anos 90, era mais por uma curiosidade de achar outros lugares no mundo – vistas eurocentristas e norte-americanas descobrindo outras regiões não muito discutidas. Mas, desde 2000, acho que há uma tendência muito clara da importância da arte brasileira no mundo – não só das artes plásticas. Realmente, o país virou um roteiro de viagens bastante interessante.

O visitante tem que viajar para chegar ao Inhotim, o que faz parte do processo. Como é o cotidiano do museu? O que significa criar um destino no interior?

Aquela era uma região muito rica culturalmente, mas não necessariamente um destino turístico. O museu é um destino e não um fluxo ou um passeio. Para mim, o modelo oposto seria o British Museum, em Londres, que toma um quarteirão, é gratuito e você pode entrar em um lado e sair do outro. Em vez de dar a volta no quarteirão, você passa por dentro. É maravilhoso, mas a nossa realidade é o oposto. Você precisa planejar sua viagem – de Belo Horizonte até lá demora uma hora e meia. A idéia do destino é diferente, porque você chega com outro preparo. Há uma curiosidade pela descoberta. Só recentemente foram colocadas placas pelo caminho. Nos últimos anos, vários visitantes pensavam: “Será que vou chegar lá?”. Ao chegar, não existe um prédio no qual você entra e descobre tudo de uma vez. Quando começa a visita, você não tem a menor noção do tanto que verá e do tanto que não vai conseguir ver nesse dia. É preciso subir uma montanha para descobrir determinadas obras. Elas são colocadas lá para você ter essa preparação, fazer um exercício físico para chegar lá. Isso era um experimento, mas funcionou bem: você está exausto e encontra uma obra no meio do mato! Até mesmo se perder no parque é um momento muito importante. Em nossas reflexões, falamos muito sobre o Inhotim ser um labirinto. É a beleza de se perder e, mais ainda, poder se encontrar de novo, usando o jardim e as obras como pontos de orientação para sua vida, ou simplesmente para chegar ao restaurante ou ao centro educativo. De repente, uma das obras do mestre Hélio Oiticica vira um ponto de orientação, o que é provocador e inspirador. São outras noções de tempo e espaço, experimentações que a gente não conhece tanto na cidade. Leva

tempo até chegar a algum lugar, e esse tempo é seu. Você não está preso dentro do trânsito ou do metrô e pode se mover para descobrir coisas.

Pensando no futuro, para onde seguirá o trabalho do Inhotim?

Todo museu e qualquer instituição trabalha com um dilema. Você quer crescer mas está muito longe disso, então inventa maneiras para encurtar a distância. Tudo o que queremos, a princípio, é que as pessoas se percam ainda mais, ficando um, dois ou até cinco dias, como a gente brinca, para visitar o museu. Em todas as outras experiências profissionais que tive na vida, do ponto de vista curatorial, você sempre começa pelo limite. Você sabe que tem tantos metros quadrados para ocupar, que no dia tal a sua exposição vai abrir. E nós começamos normalmente sem espaço, sem tempo e também sem recursos determinados. Tudo parte de uma conversa, um convite. O início é provocar um diálogo. A partir daí se dão essas criações. Para os projetos que inauguraram em 2009, os processos se iniciaram em 2004, em sua maioria. Um deles começou em 2001, 2002. São projetos de longo prazo, e é um privilégio poder pensar neles.

O Brasil conquistou espaço no mercado estrangeiro como exportador de arte. Quais são os gargalos que impedem o Brasil de ser um comprador de arte estrangeira e de poder atualizar os acervos públicos?

A atual situação de exportar e importar obras de arte é muito complicada. É difícil para uma coleção brasileira, principalmente para coleções públicas, querer obras de artistas estrangeiros. Essa situação prejudica totalmente a discussão artística no país. Há os famosos como Oiticica e Cildo, mas ninguém quer ser discutido simplesmente como arte brasileira. Artista quer criar uma relevância e diálogos mundiais. Em Inhotim, optamos por um caminho: é uma coleção internacional no Brasil, mas não uma coleção brasileira. Para os artistas com quem nós trabalhamos, isso é interessante. Você consegue criar diálogos, por exemplo, entre obras do Cildo Meireles com as do norte-americano Chris Burden. Há um diálogo na própria articulação dos dois artistas, porque um fala do interesse que tem na obra do outro. Isso dá para a obra do Cildo outra relevância, para que a arte brasileira possa ser discutida mundialmente e também aqui.

Quais museus serviram como referência para a criação do Inhotim?

Uma das referências é o projeto da Dia Art Foundation, de Nova Iorque, que sempre teve uma sede, mas, nos anos 70, começou a trabalhar com projetos fora do museu. Eles produziram uns projetos-chave que até hoje fazem parte do guia

cultural e acontecem em lugares diversos, longe de Nova York. Essa idéia de uma instituição poder trabalhar com obras na paisagem, e considerando isso arte do próprio acervo, foi bastante interessante. Nosso caso é um pouco diferente porque a instituição simplesmente foi para a paisagem. Outra referência foi o Walker Arts Center, em Minneapolis, nos Estados Unidos, que, no final dos anos 80 e início dos anos 90, descobriu vários programas-chave para trabalhar com a comunidade, com iniciação artística e uso do acervo. Por outro lado, existe a referência de alguns jardins de escultura da Europa e dos Estados Unidos, embora nós entendamos que esses jardins não sejam exatamente o que nos interessa. Mesmo assim, eles são um ponto de partida para nossa reflexão.

Como foi sua experiência como co-curador da 53ª Bienal de Veneza, em 2009?

A Bienal de Veneza é um projeto muito interessante e muito grande. Eu tive a sorte de ser o único co-curador, trabalhando junto com o Daniel Birnbaum que era o diretor artístico da Bienal de Veneza. Antes de eu me mudar para cá, nós já tínhamos trabalhado em Frankfurt, durante quase quatro anos. Tivemos um diálogo muito forte por vários anos, tanto sobre ideias de exposição quanto conversas com artistas. Nós começamos a dialogar desde o momento de criar um tema para a bienal, o que é super difícil, porque o tema dá um título para a bienal como um todo, incluindo as apresentações nacionais e a exposição internacional que nós curamos, baseada nos trabalhos de 90 artistas. Para mim havia um desejo muito forte de contar com arte brasileira e latino-americana. Foi um momento muito especial poder criar certos diálogos que foram novos, pelo menos para mim e para grande parte do público. Por exemplo, ter duas obras nas entradas dos dois espaços expositivos, ambas explorando certa construção de fios: a *Ttéia*, de Lygia Pape, exposta no Arsenale, e uma grande teia do artista argentino Tomas Saraceno. Também colocamos uma sala com vários artistas meio abstratos, de Blinky Palermo, a Philippe Parreno. Havia artistas interessantes na bienal, como Wolfgang Tillmans, Sherrie Levine e muitos outros. Foi muito gostoso poder colocar quase ludicamente essas obras em diálogo.

Ainda não existe uma inserção da arte contemporânea na educação básica brasileira. O que o Inhotim pensa a respeito disso e quais são as ações educativas do museu?

Atualmente, nós trabalhamos em três frentes – na verdade, são quatro se contarmos a educação ambiental. No entanto, em referência à educação de arte, trabalhamos com três programas. Um deles é o Laboratório Inho-

tim, projeto com vários módulos no qual eu trabalho com 30 alunos por seis meses. A maioria é de jovens do município de Brumadinho que são provocados a identificar o patrimônio cultural local. Eles encontraram, por exemplo, as várias comunidades quilombolas que são praticamente desconhecidas por muitos da região. No segundo módulo, eles começam a trabalhar com o acervo e, no terceiro módulo, recebem certa formação profissional. Outro projeto promove visitas escolares, algo que fazemos desde 2005, sempre ligando um forte programa de formação de professor com um programa de visitação. A idéia inicial era que isso envolvesse a rede escolar de Brumadinho e dos municípios do entorno. O interessante é que a gente consegue acompanhar a produção dos alunos antes e depois da visita. Orientamos e ajudamos os professores a introduzir a arte contemporânea no próprio trabalho. Outro programa é o Escola Integrada, desenvolvido pela Prefeitura de Belo Horizonte, que traz 400 alunos por dia para Inhotim. É uma visita especial que dura um dia inteiro, envolvendo arte e meio ambiente.

Qual avaliação você faz da crítica de arte brasileira? Como fomentar espaço de crítica e reflexão sobre a arte contemporânea?

Acredito que haja um problema com a crítica que não é exclusivamente brasileiro, mas talvez mundial. Isso se relaciona com certo desligamento das artes plásticas ou talvez das artes entre si. Sinto um desligamento das artes plásticas com a poesia e com a literatura, visto que não temos essa cultura de escrever sobre a arte, a não ser por esse lado mais jornalístico, que às vezes é menos interessante e não agrega discussão artística às obras. Da parte de muitos artistas e curadores existe um grande desejo de sair um pouquinho do nosso lugar e provocar esse diálogo com outras formas artísticas, para agregar, dar uma voz, uma escrita e a uma reflexão.

No Inhotim, muitas vezes vocês constroem o processo conjuntamente com o artista, isto é, a obra e o museu são pensados juntos. Você mesmo disse ser um projeto de médio prazo, no qual uma obra demora seis ou oito anos para ser construída. Isso é um caminho para a arte contemporânea?

É uma noção de curadoria. Novamente, isso se relaciona com a noção de espaço e de tempo. Em vez de partir do lugar que deve ser preenchido e ocupado por obras de arte ou intervenções artísticas, o curador pensa o projeto e os artistas definem o lugar. Esse diálogo me interessa. Até tenta-

mos fazer isso em outro contexto, como na Bienal de Veneza. Em vez de dividirmos o espaço em 60 metros quadrados individuais, por exemplo nós definimos de acordo com os projetos. É o projeto que define a arquitetura, e não o oposto. No Inhotim, esse é o nosso caminho, porque significa que você consegue realmente trabalhar uma idéia em conjunto. Claro que existem certas orientações dadas pela curadoria, mas que eu considero como ajuda, simplesmente. Sinto que o curador é mais o sócio do que aquele que manda onde ir. É um facilitador. Ele provoca o artista a pensar naquilo que ele não tinha ainda muita clareza. No nosso caso, como são projetos que às vezes demoram cinco anos para ficarem prontos, a técnica é totalmente ligada à produção e ao estúdio do próprio artista. O artista trabalha com o jardineiro e com botânicos na criação do entorno. É super interessante, há uma troca de idéias. Essa ligação eu vejo como uma conversa de todos nós em volta da obra de arte, de um acervo, de uma ideia ou em torno de um questionamento crítico.

Inhotim virou uma organização da sociedade civil de interesse público (Oscip) e deixou de estar tão ligado à figura física do Bernardo Paz. O que fazer para tornar esse tipo de instituição auto-sustentável, sem depender tanto do mecenato?

É difícil, mas acredito que existam caminhos. Estamos nessa busca. Criamos uma pessoa jurídica independente da pessoa física. É uma instituição que opera o museu e cuida do acervo. Atualmente, estamos em um processo muito interessante de doações de pessoa física para o acervo da figura jurídica, que, apesar de ser privada, tem caráter público. Para se tornar sustentável é um caminho longo junto à sociedade. Uma vez que você coloca um patrimônio desse à disposição de um público tão grande, com um acervo de tanta relevância, como é o nosso caso, fica a cargo da sociedade sustentá-lo. Nessa transição do privado para o público, existem caminhos que nós conhecemos: a Lei Rouanet, projetos de manutenção, planos de atividade anual, tudo isso. No caso do Inhotim, temos o desejo de criar uma auto-sustentabilidade por meio do próprio lugar. Se o lugar vira destino turístico, é preciso criar formas para que as pessoas aproveitem mais tempo e para que essa estadia seja revertida em favor da manutenção dos acervos do museu. Por isso também nossa idéia de fazer uma visita que dure cinco dias. Há ainda outras formas de buscar a auto-sustentabilidade, por exemplo, no meio ambiente e na área botânica. Inhotim está virando um jardim botânico reconhecido, com uma das maiores coleções

de plantas do mundo – provavelmente tem a maior coleção de palmeiras, então já virou destino de cientistas, biólogos e botânicos.

Certamente faz diferença para um cliente que vem do exterior ir para um lugar onde haja um circuito de artes. Você percebe uma qualificação do circuito brasileiro?

Sim. Percebemos que as pessoas que vão ao Inhotim já visitaram várias outras cidades e instituições brasileiras de arte. O interessante é que o trajeto não é mais no eixo São Paulo-Rio. Há pessoas que visitam Salvador, depois Inhotim, Porto Alegre e vão para Buenos Aires. Isso demonstra que o Brasil é um destino diversificado, e as pessoas percebem. A gente percebe que há essa curiosidade de vir para o Brasil não necessariamente por causa da praia, mas para conhecer também cultura. Estamos inseridos no circuito local de Minas Gerais, que apresenta muito barroco – Ouro Preto, Sabará, Congonhas –, o modernismo da Pampulha, as construções de Oscar Niemeyer e o contemporâneo no Inhotim.

Nos últimos anos, houve uma imensa valorização de alguns artistas brasileiros. O que explica isso – esse posicionamento é brasileiro, é sul-americano, é latino-americano? Existe um movimento coletivo ou é simplesmente um movimento econômico atrelado individualmente a alguns artistas?

Como curador e crítico, eu estou feliz por não precisar pensar sobre isso o tempo todo. Claro que existem algumas lógicas do mercado: se uma coisa está na moda, muitas pessoas querem e, de repente, os preços sobem. Tudo bem, acho ótimo que um artista consiga viver da própria obra. Porém, há uma coisa mais interessante acontecendo, que tem a ver com o reconhecimento da arte brasileira, internacionalmente falando. Por exemplo, a grande turnê da retrospectiva do Cildo Meireles e o reconhecimento que a obra dele conquistou no exterior nos últimos dois anos. A história da arte internacional está sendo reescrita, talvez mais pelas coleções do que pelos livros. Mas existe um claro entendimento de que o olhar eurocentrista ou norte-americano dos últimos 50 ou 60 anos não se sustenta. Está sendo preciso rever a importância de figuras como Hélio Oiticica e, na geração mais recente, Tunga, Meireles e muitos outros. Hoje o Cildo é reconhecido com uma das figuras-chave da história da arte dos últimos 40 anos. E não apenas no contexto da arte brasileira. O foco mudou e as regras do jogo também. Então, criam-se coleções em que a arte brasileira

tem que estar presente. Isso tem um impacto nos preços que, às vezes, são equivalentes aos de Nova Iorque e Londres. Esse aumento nos valores também é um reconhecimento da arte brasileira como um todo. É um processo recente e vale tanto para o Cildo quanto para o Oiticica, que foram as grandes exposições dos últimos 15 anos. Antes disso, eles não faziam parte do cânone da história da arte eurocentrista.

Nós temos outros nomes que estão chegando. Como você vê a nova geração brasileira das artes plásticas e quem são as promessas?

Eu moro e gosto de trabalhar no Brasil porque vejo que a nova arte brasileira está produzindo coisas incríveis e fazendo questionamentos super interessantes. Acho fundamental esse encontro com obras de fora, por isso a Bienal de São Paulo tem tanta importância para a arte brasileira. A grande questão é: se toda a experiência com arte internacional sempre estava ligada à bienal, como faremos para criar as alternativas caso a bienal não tenha mais todo esse peso? Talvez outras instituições possam criar acervos internacionais. Isso teria um grande impacto para jovens artistas. Aliás, a quantidade de jovens artistas que viaja para Minas para ver o acervo do Inhotim é incrível. Em poucos lugares do Brasil é possível ver artistas permanentemente montados e em diálogo como lá.

Você acredita que exista a possibilidade do Brasil virar um ambiente de referência de arte no mundo, com pessoas vindo para períodos de criação por aqui?

Acho que já está acontecendo. Vejo, por exemplo, que a importância dos programas de residências de artistas estrangeiros no Brasil é tão importante quanto as viagens de jovens artistas brasileiros para fora. Projetos como Capacete, no Rio de Janeiro, e outros são essenciais porque trazem pessoas para cá. Sinto que esse diálogo já acontece e está crescendo.

Fale um pouco sobre o Inhotim hoje. Como são os arranjos de flores, a cozinha, os detalhes do espaço?

Foi um pouco da aventura começar o museu em uma região onde não havia nem cinema mais. O bairro Inhotim não tem cinema há 25 anos. Foi uma situação em que tivemos que inventar muitas coisas. Belo Horizonte também não é rica de instituições culturais – há o Museu da Pampulha e outras iniciativas mais recentes. Não conseguimos partir necessariamente de um acúmulo profissional. Isso vai do restaurante até a maneira de tra-

balhar com paisagismo. Por exemplo, procuramos durante um ano parceiros para tocar o restaurante e todo mundo achava uma loucura fazer um museu em Brumadinho. Resolvemos assumir isso. A cozinheira particular do Bernardo Paz virou a chef do restaurante e hoje servimos facilmente 600 refeições em um domingo. O restaurante virou destino para passeios de final de semana. São 80 pessoas trabalhando nesse conjunto de restaurante, café e lanchonete. Ou seja, gerou um número grande de empregos na região. Hoje, o museu é o maior empregador no município de Brumadinho, mesmo tendo duas mineradoras enormes ali ao lado, a Vale do Rio Doce e a MBR. O mesmo vale para o jardim. A maioria dos jardineiros é da região. Há casos especiais, como uma pessoa que vem de uma comunidade quilombola e, depois de trabalhar primeiramente no jardim, logo mostrou um grande desejo e habilidade de mexer com arranjos de flores. Há quatro anos é ela quem cuida de todos os arranjos, juntamente com outras três pessoas. Assim é o Inhotim.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/jochen-volz/>

Luciane Gorgulho

Chefe do Dep. de Cultura, Entretenimento e Turismo do BNDES

“Os setores criativos e culturais vão ganhar espaço e o Brasil começa a despertar para isso. São setores ambientalmente corretos e servem para enraizar culturas e populações.”

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 1 de junho de 2010, em São Paulo.

Luciane Gorgulho

Luciane Gorgulho é chefe do Departamento de Cultura, Entretenimento e Turismo do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), criado em 2006 para desenvolvimento e operação de novas ações e instrumentos financeiros para a economia da cultura, incluindo novas linhas de financiamento e investimento ao setor. “Isso significa que temos uma equipe dedicada a entender melhor os setores ligados à cultura, estudar quais são seus gargalos e suas necessidades de financiamento.”

O BNDES mudou a atuação na área da cultura nos últimos anos. “Anteriormente, o banco já apoiava a cultura, mas com uma ótica de patrocínio comum, de retorno de imagem.” Hoje o banco explora projetos culturais que estejam relacionados com o desenvolvimento do país. O setor que recebe mais atenção ainda é o audiovisual. Para Luciane, isso acontece porque o banco já tinha experiência nessa área. “O BNDES apoiou durante muitos anos a produção cinematográfica via editais anuais.”

Essa experiência prévia com o cinema, segundo Luciane, foi importante também na qualificação do papel do BNDES em relação a outras estatais que apoiam a cultura, como a Petrobras, ou empresas privadas que não têm o desenvolvimento como missão institucional. Isso justifica, por exemplo, a investida do BNDES em editais de manutenção de acervos “com vistas à preservação de arquivos museológicos, bibliográficos, livros raros de imigrantes, tudo que seja de interesse histórico”. Um país que se pretende desenvolvido, afinal, cuida de sua memória.

Como o BNDES trata a cultura? O Brasil tem vocação econômica para a cultura?

O BNDES, como principal financiador do desenvolvimento brasileiro, passou a considerar a cultura como um dos seus eixos de atuação. Isso foi mais forte de quatro anos para cá. Anteriormente, o banco já apoiava a cultura, mas com uma ótica de utilizar as leis de incentivos para ações de patrocínio, de retorno de imagem. Mais recentemente, colocou a cultura dentro das suas políticas de financiamento. Hoje, a cultura é um departamento dentro do BNDES, assim como o departamento de indústria automobilística, de insumos básicos, de máquinas e de equipamentos. Isso significa que existe uma equipe dedicada a entender melhor os setores ligados à cultura, estudar quais são seus gargalos, suas necessidades de financiamento e desenvolver produtos financeiros que sejam adequados ao perfil dessas indústrias.

Como funciona esse departamento?

Como todo departamento dentro do BNDES, ele tem um foco setorial. E os departamentos setoriais se ligam a áreas. O Departamento da Cultura está dentro da área de indústrias. Existem áreas de infraestrutura, social, e cada um desses departamentos tem uma dupla missão: entender os setores que pretende apoiar e executar as ações de financiamento. O departamento é responsável por receber os players de financiamento, analisá-los e propô-los à diretoria.

O BNDES Procult tem três formatos: financiamento, renda variável e não reembolsável. O que são eles?

O Procult foi um programa piloto que desenvolvemos em 2006, quando começamos a observar a cultura com esse novo olhar, de ser um setor a ser financiado, não só a ser apoiado com uma ótica de patrocínio. Nós entendemos que o BNDES, como um banco de desenvolvimento, tinha que ter um papel diferenciado dentre as outras estatais – como a Petrobras e a Eletrobrás – ou as grandes empresas privadas – porque elas não possuem o desenvolvimento como parte da sua missão institucional. Dentro desse conceito, nós desenvolvemos um estudo pioneiro, preliminar, sobre setor audiovisual, baseado na experiência que o banco já tinha, por ter apoiado durante muitos anos a produção cinematográfica via editais anuais. Esse foi o setor eleito para um olhar mais aprofundado, no primeiro momento, para entendermos a sua dinâmica, os seus elos. Principalmente por ser um setor que já conhecíamos melhor, existe um custo de aprendizado menor no processo. Analisamos o setor, em toda a sua cadeia produtiva: produção, distribuição e exibição, além das empresas que permeiam esses três elos. Analisamos a agregação de valor em cada um desses elos da cadeia. Hoje, por exemplo, existe uma dificuldade muito grande de geração de valor no elo da produção, muito por conta da estrutura que se criou ao longo dos anos, pelas leis de incentivo, pelo desmantelamento da produção cinematográfica. Isso está se recuperando. Por outro lado, na distribuição, você talvez tenha o elo de maior agregação de valor da cadeia, mas ele é dominado pelas mídias e pelas empresas estrangeiras, e não pelas empresas nacionais. Se por um lado isso ajuda a financiar a produção nacional, por outro, há elementos que prejudicam o florescimento maior na distribuição nacional e também na produção de filmes brasileiros. Durante muitos anos, o Brasil desenvolveu leis de incentivo muito focadas na produção. Os outros elos ficaram de lado, especialmente a exibição, que não recebeu praticamente nenhum tipo de incentivo. O resultado é que o parque exibidor brasileiro caiu de 4 mil salas, na década de 70, para cerca de 2 mil salas. Agora,

está voltando a se recuperar lentamente, e um dos fatores que está contribuindo para isso são as prioridades de linhas de financiamento do BNDES. A parte de infraestrutura seriam os estudos, as empresas de pós-produção, legendagem, e todo tipo de fornecedores de serviços para essa indústria. Então, o Procult entrou com uma linha de financiamento, que é o instrumento principal que chamamos de “linha de reembolsáveis” – ou seja, é empréstimo adequado aos setores culturais. Na parte de exibição de cinema, por exemplo, financiamos a construção e reforma de salas. Na política convencional de crédito do BNDES, até por força de regras de risco e do Acordo de Basileia, existem limitações do máximo de risco que o banco pode tomar diante de determinados clientes. Esse é um percentual ativo, patrimônio líquido daquele cliente, um percentual dos números daquela empresa. E também existe uma classificação de risco, que a nossa área de crédito faz e que estabelece um patamar abaixo do qual nós não podemos emprestar. Além disso, a política do banco é trabalhar em termos de garantias com fiança pessoal e garantia real na taxa 130%. Por garantia real entendem-se imóveis e ativos fixos. Esses dois fatores que eu falei eram uma barreira muito grande para setores que não são baseados em ativos fixos, que não têm fábrica como os setores tradicionais; são setores mais baseados em itens intangíveis. Hoje em dia, em geral, o exibidor não é dono do imóvel, ele aluga, é um prestador de serviço. Não tem aquela garantia para oferecer. Por conta disso, flexibilizamos essas regras internas, tanto de exposição ao risco quanto das garantias, para poder viabilizar essa linha de financiamento chamada Procult. Em sala de cinema, nós passamos a aceitar o fluxo de recebíveis da bilheteria como garantia principal. Em termos de limite de exposição ao risco, eles são flexibilizados no âmbito do Procult em até R\$ 10 milhões por grupo econômico. Ou seja, podemos emprestar até R\$ 10 milhões para cada grupo econômico de empresas, abrindo mão das regras de risco genéricas que o BNDES segue.

Sabemos que vocês têm uma preocupação de fomentar e desenvolver microcrédito cultural a empresas mais ágeis e a pequenas empresas. Que preocupação é essa?

Além das linhas de crédito diretas, o BNDES também possui outros instrumentos e uma preocupação muito grande em reforçar o microcrédito. Principalmente desenvolver formas de financiar os setores formados por empresas de menor porte de qualquer setor, não só cultural. Para isso, o BNDES tem dois instrumentos principais: uma linha de crédito automática, chamada BNDES Automático, e o Cartão BNDES. O cartão talvez seja o mais interessante para

a área cultural: funciona como um cartão de crédito empresarial, no qual a empresa recebe um limite de crédito rotativo e tem prazo de quatro anos para pagar, com taxa de juros bem mais competitiva do que os cartões de crédito tradicionais. Isso tem viabilizado muitas micro, pequenas e médias empresas a terem acesso a financiamento.

O que são esses produtos culturais que uma pequena empresa de cultura tem que adquirir para se estruturar?

Por exemplo, uma produtora audiovisual pode adquirir desde equipamentos como câmeras, parte de instalações, montagens, equipamentos de som, computadores, instrumentos musicais. Praticamente qualquer bem produzido no Brasil pode ser adquirido, basta o fornecedor daquele produto se credenciar para isso.

E se o pequeno empresário, por exemplo, precisar montar um site para a empresa dele? Serviços não entram nessa conta?

Serviços até então não vinham entrando. O BNDES começou a inserir alguns serviços no Cartão BNDES. Começou pelos ligados à questão da inovação, serviços voltados à pesquisa científica e universitária. Isso já é um primeiro passo, para começar a tentar abranger os setores de serviços. Aliás, pelo sistema do cartão, os serviços são um pouco mais difíceis de controlar, de apropriar, porque pelo portal, quando você faz uma compra, é venda online. O serviço é um pouco mais difícil de fazer nesse formato.

Muitas vezes, empresas de cultura estão vinculadas a empresas de tecnologia, de inovação, às vezes em clãs ou cadeias produtivas de economia criativa. Essas ligações são vista por vocês como uma possibilidade de desenvolvimento em um país como o nosso?

Com certeza. A gente acredita que a cultura é um setor com bastante potencial de expansão, e fazendo esse link com a questão tecnológica, existem muitos setores que caminham juntos nesses dois assuntos, como videoarte, games e outros. Um setor que me chama a atenção é o de animação. Dentro do segmento de audiovisual, que a gente conhece melhor, a animação une de uma forma muito especial a parte tecnológica com a parte de criatividade de conteúdo. Com isso conseguimos apoiar de forma diferenciada.

Um dos casos de sucesso que se ouve falar do BNDES é a articulação com o Banco do Nordeste do Brasil (BNB). Como foi isso?

Isso já é um lado mais não reembolsável. O instrumento não reembolsá-

vel é o financiamento do setor cultural, que é um instrumento financeiro que escasseou depois do modelo de abatimento fiscal das leis de incentivo. Há tentativa para tentarmos retomar isso – nós e os outros bancos públicos também. A Caixa Econômica Federal tem um esforço muito grande nisso, está fazendo um piloto de voltar a financiar os setores culturais. É importante ter acesso ao crédito, mas a proposta é outro instrumento, que é o recurso não reembolsável, a fundo perdido. Esse recurso, no BNDES, é bastante escasso. Enquanto o BNDES fez o desembolso de cerca de R\$ 130 bilhões em 2009 para todos os setores industriais, apenas 1% ou menos é recurso não reembolsável. Nosso estatuto social prevê a destinação de 10% do lucro a cada ano, limitado a 1% do patrimônio líquido do banco, para setores culturais. Para ações não reembolsáveis, isso tem dado na faixa de R\$ 300 milhões por ano. É usado para ações na área de inovação, desenvolvimento tecnológico, ações na área social, desenvolvimento de projetos, ações na área ambiental e cultural. É um montante restrito, que procuramos utilizar prioritariamente naqueles setores que não têm qualquer viabilidade econômica, que são tipicamente sustentados por subsídios, como museus, restauro de patrimônio histórico. Então, a nossa prioridade principal continua sendo o patrimônio histórico, como há muitos anos. O que vem mudando um pouco é a gente olhar para essa ação do patrimônio histórico com uma ótica de cadeia produtiva e do seu entorno, com o turismo cultural, desenvolvimento urbano, econômico, social e geração de emprego e de renda. Tudo a partir do patrimônio. Quer dizer, a gente está procurando abranger não só o restauro, mas o patrimônio articulado a toda uma política de desenvolvimento. Outra ação não reembolsável forte que nós temos é o edital de acervos.

Como é isso?

São preservações de acervos museológicos, arquivísticos e bibliográficos. Ou seja, livros raros, arquivos antigos dos imigrantes ou qualquer outro tipo de arquivo que seja de interesse histórico. Esse é um segmento muito carente de apoio. Há quatro ou cinco anos temos esse edital. A ação não reembolsada do BNDES é direcionada prioritariamente à questão de memória. Existem outras ações não reembolsáveis com outros objetivos. Uma delas é a parceria com o BNB.

Como é o programa BNB de Cultura?

É um edital para apoio a pequenos projetos culturais com recursos não reembolsáveis. Apoio ao desenvolvimento de projetos, em vários setores, de lin-

guagem, das artes, sempre na região Nordeste, a partir de oficinas de capacitação dos entes locais. É um trabalho muito bonito, que vem a cada ano mostrando mais resultados. Por força da nossa parceria, o Ministério da Cultura articulou um encontro entre todos os bancos oficiais para desenvolvimento de ações na área de cultura: BNDES, BNB, BASA, Caixa Econômica, Banco do Brasil e poderemos incluir no futuro os bancos de desenvolvimento regionais. O que fizemos foi tomar os recursos que o BNB tinha disponível – eram R\$ 3 milhões por ano; agora, R\$ 6 milhões – e apoiar mais projetos, com valores maiores. Então, essa foi uma ação de atender ao segmento dos pequenos. Lógico que não conseguimos atender diretamente. Somos um banco sem agências, temos uma sede única do BNDES. Enquanto o Banco do Brasil e a Caixa Econômica têm 100 mil, 200 mil funcionários, o BNDES tem 2 mil. Quer dizer, é um banco voltado para grandes projetos. Então, a gente tem que ter criatividade para conseguir atender pequenos projetos, e essa é uma das formas, por meio de parcerias, além dessa ação com o BNB. Outras ações não reembolsáveis que pensamos em desenvolver ainda estão sendo estruturadas; seria o que chamamos de “ações estruturantes da cadeia produtiva da cultura”.

Um trabalho em médio prazo?

É, pensar em articulação com o ministério, com outros gestores, sobre que ações, que gargalos existem hoje nessa cadeia e fazer com que com esses modestos recursos do BNDES sejam mais efetivos, apoiando um segmento específico, uma ação que vai ter desdobramentos, que vai ser trabalhada com parcerias, visando suprir algum elo dessa cadeia produtiva que esteja carente.

Você acha que a percepção do valor da cultura brasileira está mudando dentro da cadeia de gestores públicos?

Cada vez mais os setores criativos e culturais vão ganhar espaço no mundo, e o Brasil está começando a despertar quanto a isso. É uma tendência o crescimento de setores de serviços, de conteúdo, de lazer e de entretenimento. São setores estratégicos de incentivo de geração de renda e de empregos de qualidade. São setores que podem contribuir, inclusive, com a formação cultural e educacional da população. São setores ambientalmente corretos, não poluem, servem para enraizar culturas, populações, regiões. A marca Brasil tem muito espaço para ser aproveitada. Ela não é a mulher de biquíni na praia, mas o que o Brasil possui de criativo ligado ao ativo natural. É uma oportunidade que a gente vai ter nos Jogos Olímpicos, na Copa do Mundo, de se preparar para mostrar isso, de vender o Brasil como uma marca de criatividade, de sofisticação, de conteúdo.

Como trabalhar a formação do gestor cultural?

Não conheço tão bem esse campo. Precisaria fazer um diagnóstico, um mapeamento do que há disponível no mercado. Mas acredito que uma maneira seria identificar que habilidades são necessárias hoje, em termos de profissionais, para dar conta desse crescimento, fazer parcerias com universidades e investir em cursos de capacitação, sempre com preocupação no resultado. O Brasil tem pouca cultura de monitorar resultados na ponta. É preciso ter metas, saber exatamente o que esperar desses cursos, que tipo de profissional se quer criar. É uma ação estratégica para compor todo um mosaico de ações, que são necessárias para a gente atingir esse cenário de cultura.

Na sua visão, como gestora, você acha que um edital público é um instrumento ou uma política de desenvolvimento?

Ele pode ser as duas coisas. No BNDES, utilizamos dois instrumentos. Em alguns casos, utilizamos edital; em outros, a política de apresentação de projetos. Lembrando que toda a estrutura decisória tem uma governança muito forte, até pelo motivo de a cultura não ser tratada com uma ótica de patrocínio. Qualquer projeto que está pleiteando recurso entra e preenche um caderno chamado Consulta Prévia, com todas as informações necessárias. Isso é analisado pelo Departamento de Prioridades, que vai avaliar se aquele tema está aderente às políticas operacionais do banco. O departamento faz uma instrução de enquadramento, que vai pro comitê de todos os superintendentes, que avaliam o mérito daquela proposta e estabelece o enquadramento. Depois vai para a área operacional, que é um desses departamentos que eu chefo, para uma análise mais aprofundada da parte jurídica, financeira, econômica. Depois disso, passa por superintendência, assessoria jurídica, reunião do colegiado de diretoria. Há muitos mecanismos de governança, que, mesmo em casos em que não se utilizam editais, você garante um processo com lisura. O edital é um instrumento muito útil, uma forma de convocatória: abre-se o edital, divulga-se e fecha-se essa janela. Isso serve mais como um instrumento de marketing, de certa forma, porque você está dizendo assim: “A partir de hoje, tenho recursos disponíveis”. Para o cliente chegar até aqui, vai ser um esforço muito grande. O edital é propício quando o cliente está muito espalhado, quando não te conhece, e você não o conhece. É uma forma, inclusive, de mapear o mercado. Pode até ser um processo temporário. Depois de alguns anos com edital, você pode conseguir ter identificado aquele segmento de uma forma tão íntima e profunda, que você pode desenvolver ações permanentes que não dependam de uma abertura de edital, de uma convocatória.

No setor audiovisual, temos um edital de cinema desde 1995. Ao longo desses anos, foi havendo um conhecimento desse mercado, de quem são os produtores, como se dá a dinâmica desses agentes. Com isso, desenvolvemos as linhas de financiamento, os fundos de investimento, os Funcines, que são montados para a produção audiovisual e podem ser montados para outras coisas também. O banco já atua com Funcines e pretende atuar também com o Ficarte. Em ambos os instrumentos, você é sócio do projeto ou sócio da empresa; participa do resultado. Se tiver resultado, você recebe uma parte. Se não tiver, não recebe. Ou seja, é recurso investido.

O banco é um forte financiador hoje dos mecanismos de integração na América do Sul, como as estradas que ligam o Brasil ao Pacífico. Esse aspecto de integração chega ao Departamento de Cultura?

Sinceramente, não. O que existe é uma tentativa de não tratar a questão do impacto cultural ou social como uma esfera, como um conhecimento do Departamento de Cultura ou da área social. O BNDES, hoje, financia qualquer grande projeto, como hidrelétrica de um pólo industrial, estrada, ferrovia, com a preocupação de minimizar o impacto no entorno. Para isso, existe um subcrédito, uma parte do recurso, que pode ser emprestado a aquele cliente com custo zero, para que ele faça investimentos sociais. O próprio BNDES tem os seus recursos próprios não reembolsáveis para fazer ações que minimizem ou potencializem os impactos – minimizem os negativos e potencializem os positivos – de qualquer novo empreendimento que está sendo financiado. Então, isso é uma estratégia muito forte que está sendo colocada dentro do banco. Todos têm esse mandato.

Como vocês pensam a linha de financiamento de crédito? São seminários internos, vocês chamam, por exemplo, pesquisadores do Ipea ou consultores? Como se dá o posicionamento das ideias?

As duas coisas. Há muitos seminários promovidos pelo BNDES. O banco possui área de estudos tanto para os setoriais quanto para os de instrumentos. Sempre se observam outras experiências relacionadas e procura-se aprender também com as próprias realidades. Mas eu diria que o BNDES tem uma posição de aprender fazendo. Não fica planejando tanto. Faz um estudo para entender melhor determinada situação e propõe alguma coisa baseada na experiência prévia. Quanto a essas mudanças que ocorreram, foi justamente nessa questão das garantias reais, da possibilidade de usar recebíveis. Hoje, eles podem ser utilizados para financiar grandes projetos de infraestrutura. Antigamente, existia uma tradição de que a garantia real é que era boa, como imóvel, porque o jurídico pode ir lá e executar essa garantia para ressarcir os recursos do caixa do banco. Mas chegou-se à conclusão de que,

na prática, nesses casos, são valores bem abaixo do valor das garantias. Chegou-se a falar em 40% do valor. Isso significa que existe a garantia na prática, mas ela não está realmente garantindo. Então, abriu-se a possibilidade de outros tipos de garantia como recebíveis – que são, inclusive, mais eficazes, possuem liquidez mais imediata. É claro que existem riscos, porque se uma sala de cinema que foi financiada quebrar, ela não tem o recebível como garantia. Contudo, o BNDES tem tradição em fazer análises criteriosas.

Como um empresário pode adquirir uma linha de crédito cultural?

Há dois caminhos. Uma de forma direta com o BNDES e outra de forma indireta, que são recursos do BNDES repassados por meio de bancos comerciais – públicos ou privados. Na parte direta, o valor mínimo de apoio é R\$ 1 milhão. Então, a primeira coisa é fazer uma conta rápida e saber: R\$ 1 milhão, com prazo de pagamento em torno de oito anos – um ano e meio ou dois anos de carência, oito anos no total para pagar, ou seis a depender a amortização. Então, você tem que ver se esse R\$ 1 milhão onde for aplicado vai gerar um resultado adicional suficiente para pagar a dívida, os juros, além de gerar lucro. Vencida essa barreira, existe um roteiro da consulta prévia, com todas as perguntas que precisam ser preenchidas, e que, no fundo, são perguntas que orientam a análise e até uma reflexão sobre a estratégia. Sou uma empresa, quero esse recurso para fazer o quê? Isso faz sentido dentro da minha estratégia? Entendemos que o roteiro ajuda a própria empresa a pensar sua estratégia. Depois acontecem os trâmites da apresentação dos documentos. Quer dizer, no caso do Procult está dispensado o limite mínimo e a regra de risco com o percentual de ativo e de patrimônio mínimo. É claro que nada substituiu uma boa análise financeira.

E como ensinar a fazer um projeto para o BNDES?

Não acho um bicho de sete cabeças fazer um projeto. Havendo um roteiro, é um exercício de reflexão. Ninguém melhor do que a pessoa que realmente vai fazer aquilo, mais do que um consultor, para saber responder às perguntas-chave. Contratar um consultor também é válido, mas muitas vezes é só para economizar tempo.

O que é economia criativa? Que conceito é esse?

Economia criativa, como o nome já diz, é toda a produção que se origina na criatividade. Mas eu gosto de separar, porque existem vários conceitos. O da Unesco, o da Unctad e por aí vai. No BNDES, adotamos mais economia da cultura do que economia criativa. Nos setores de economia criativa, existe a criatividade técnica, que é o que deriva para a inovação, para o software, para o desenvolvimento de uma coisa

mais sofisticada, usando a tecnologia. E existe a criatividade mais autoral, de conteúdo. Nesse lado mais técnico, o banco já apoia essas empresas de softwares, de telecomunicações, fármacos. Toda a parte de inovação mais afeita à pesquisa científica já era uma área de atuação do banco. A novidade, portanto, foi a economia da cultura, que são esses outros setores, que, anteriormente, eram apoiados, sim, mas com uma ótica de patrocínio. Passaram a ser olhados como setores meritórios de receberem créditos e políticas públicas.

Quando adotou o conceito de economia de cultura, quer dizer que o BNDES reconheceu que cultura existe economicamente.

Ele reconheceu, principalmente por ter um departamento para isso. Hoje, na verdade, o departamento inclui cultura, entretenimento e turismo, porque, de alguma forma, em alguns aspectos, há essa sinergia, e também porque não dá para ter um departamento para cada coisa. Há muita sinergia entre a área de patrimônio histórico e a de turismo. Em outras áreas, talvez menos. Você tem hoje, dentro da estrutura operacional, profissionais dedicados a esse tema; uma política com uma dotação orçamentária bastante grande, nas suas diversas linhas: reembolsáveis, não reembolsáveis, e renda variável. Essa, que a gente não comentou, é quando você participa como investidor, como sócio, seja por meio de participação acionária, minoritária, na empresa, seja por meio de um fundo de investimento. Existem vários fundos de investimentos. No setor cultural, existem os Funcines [*Fundos de Financiamento para a Indústria Cinematográfica Nacional*] e o Ficart [*Fundo de Investimento Cultural e Artístico*]. O banco já atua com Funcines e pretende atuar também com o Ficart. Em ambos instrumentos, você é sócio do projeto ou sócio da empresa, participa do resultados. Se tiver resultado, você recebe uma parte. Se não tiver, não recebe. Ou seja, é recurso investido. Em resumo, temos esse mix de instrumentos: o empréstimo, o investimento e o não reembolsável, que, utilizados de forma organizada e planejada, podem dar bons resultados.

“Não fazer o autor ser lido é uma forma de matá-lo. Os dois pontos mais achatados no país foram a livraria e a biblioteca.”

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

Formada em geologia, Mileide Flores descobriu a paixão pela ciência lendo Julio Verne. Nascida em família de livreiros, no Ceará, para ela livrarias vão além do comércio. “É um espaço em que você harmoniza o seu futuro, talvez a sua vida.” Flores é integrante da Comissão Nacional em Defesa do Livro e é curadora da Bienal Internacional do Livro, no Ceará. Em abril de 2010, a bienal teve sua 11ª edição com uma homenagem à escritora cearense Rachel de Queiroz. “A bienal tem um foco muito grande no debate. Temos um espaço de discussão, um espaço para conhecer o escritor, o que é muito importante para as pessoas e para as crianças perceberem que o autor existe de fato.”

Mileide Flores cobra uma política para formar leitores em vista do precário incentivo cultural brasileiro. “Nós temos uma população não leitora – aquela que lê, mas não entende – muito grande. Temos uma dívida social alta com essas pessoas.” Ela também considera que as editoras se despreocuparam com a formação de público. “O editor não vê o livreiro como parceiro. Falta perceber que cada um tem uma função dentro nessa cadeia.”

Nos anos 70, a proliferação de obras didáticas e religiosas possibilitou que a comercialização de livros migrasse para mercados não especializados. Nesse cenário, matou-se a importância do livreiro, fonte da formação de leitores. “O livro, por si só, não faz leitor. O que faz leitor é quando acontece uma intermediação para que a pessoa leia.” Outro impeditivo para o estímulo da leitura é a forma como o produto livro é compreendido. “São poucos que o colocam na sua cesta básica de sobrevivência.” Mileide não esmorece, principalmente depois de se deparar, em sua livraria, com um analfabeto manuseando, maravilhado, livros de ponta cabeça. “Aprender a ler talvez seja a forma que essa pessoa imagine para mudar de estágio social.”

Mileide, o que é uma livraria para você?

Para mim, a livraria significa quase a história da minha família, no sentido emocional. A livraria, não só a nossa, é um espaço no qual você faz os seus encontros e também em que acontecem os desencontros. É um caminho para o crescimento, não só profissional, mas humano. Costumo falar que se o mundo fosse visto pelo binóculo da livraria, ele seria diferente, porque lá você tem os acervos que fazem ver as coisas de forma diferente. Para mim, a livraria não é só um espaço de venda de livro. É um espaço que você harmoniza o seu futuro, talvez a sua vida. Para mim, a livraria é tudo isso: mistura emoção e um pouco da nossa história. Somos livreiros há 54 anos.

Qual é a história da sua família com as livrarias?

A nossa livraria começou na Praça do Ferreira, em Fortaleza, no ano de 1956, como uma banca de revistas que vendia livros mais focados em literatura política. Com as perseguições dos anos 50 e 60, a livraria sofreu bastante. Meu tio, que foi o fundador, era comunista de carteirinha, foi perseguido e, junto com ele, a livraria. Passamos por muitas dificuldades e, na década de 70, acabamos nos especializando no que chamamos de livro didático. Mas o livro didático não dá prazer, não é algo para livreiro vender, é um aviamento de receita. A pessoa chega com uma receita do colégio, faz o aviamento dela e termina sendo um diálogo meio frio, muito comercial e cheio de tensões. Você não está atendendo o cliente leitor daquele livro, está atendendo um intermediário, os pais. Então, sinto que esse momento do livro didático fez com que a livraria perdesse suas características, apesar de ter sido uma maneira de mantê-la viva. Hoje, não trabalhamos mais com o didático, paramos de vender há sete anos e voltamos um pouco à origem, não só em acervo como em tamanho. Não voltamos a ser uma banca de livros, mas somos uma pequena livraria de bairro na cidade de Fortaleza.

No Brasil existem cidades com apenas uma livraria para cada 50 mil habitantes. Ainda há um número muito grande de excluídos. Como você vê isso após tantos anos trabalhando com livros?

Sempre analisei a questão do livro e da leitura sob uma ótica muito política. Não dar acesso foi, durante muito tempo, uma opção política no país. Há uma passagem no livro *A Conturbada História das Bibliotecas [escrito por Mathew Battles, 2003]* que fala da dinastia Qin, na China, na qual um dos seus imperadores dizia que para dominar um povo era preciso mantê-lo com fome e controlar seu impulso intelectual. Então, ele não mandava só queimar o livro e a plantação de arroz, mas também matava o escritor. Eu sempre analisei a ausência de livrarias no país sob essa ótica. Houve uma mudança de época, uma mudança de tempo, mas não houve uma mudança de pensamento. Não distribuir e não fazer o autor ser lido é uma forma de matá-lo. Os dois pontos que mais foram achatados no país foram esses: a livraria e a biblioteca.

Quando Jack Kerouac explode como escritor nos Estados Unidos, nos anos 50, Henry Miller escreve uma carta para ele dizendo: “Jack, se as pessoas temerem você, irão espancá-lo, matá-lo. Se temerem demais, irão silenciá-lo”. Não distribuir é isso, é o silenciar?

É calar a voz. Se voltar um pouco à história do livro no Ceará, vai perceber que ele entrou via França e Portugal, em um momento em que 90% da po-

pulação era de analfabetos. Nós estávamos construindo uma biblioteca que seria inaugurada sem livros – só o espaço – até que perceberam que para ter uma biblioteca era necessário ter livros, então fizeram uma campanha de doação. Hoje, nós temos a Biblioteca Pública do Estado do Ceará com o terceiro maior acervo nacional em obras raras. Mas, naquela época, os livros do estado iam para os três municípios onde moravam as famílias oligárquicas. Por isso, quando as pessoas dizem que a elite brasileira não lê, eu questiono. Ela lê o que ela quer ler, justamente para poder fazer o domínio da forma que ela quer. A ida desses livros para esses espaços manteve essas famílias no poder.

As políticas públicas dos últimos anos do governo foram muito baseadas na compra de livros para bibliotecas, no fortalecimento das editoras a partir de compras públicas, mas visando a biblioteca, não o mercado do livro como um todo. Ter a chance de possuir um livro é um fator de cidadania, um direito do cidadão?

É preciso associar o livro à leitura. Aliás, foi justamente a ausência de uma política para a leitura que transformou o livro apenas em um ato negocial, de compra e de venda. O governo é um grande comprador de livros, na maior parte dos casos de livros didáticos. E, para mim, livro didático é um formador de conteúdos superficial. Essa falta de percepção sobre o livro fez com que essa rede de vendas dominasse até as políticas educacionais. A Lei do Livro [*Lei nº 10.753, que institui a Política Nacional do Livro*] que o presidente Lula assinou estava escrita desde a década de 90, era um interesse político. Quase não há diferença entre editora, distribuidor e livraria – todos fazem praticamente tudo. É preciso delimitar ou esse mercado não será organizado. Na discussão da política do livro e no discurso da formação do cidadão, eu ainda não consigo identificar a função que se busca para o livro. Há dentro dessa política uma noção muito dura e intensa sobre a questão econômica do livro. As editoras são muito fortes, principalmente porque é um mercado em que a grande negociação passa pelo livro didático. E os livros de literatura, de arte ou fotografia ainda são poucos ou deixam muito a desejar. Apesar de toda essa campanha de uma biblioteca em cada município, você precisa ver como esse livro está chegando lá. O Plano Nacional do Livro de Leitura conseguiu um viés para a situação, mas precisamos de muito mais. Nós temos uma população não leitora – aquela que lê, mas não entende – muito grande. Temos uma dívida social alta com isso, com a própria caracterização de um povo cidadão,

como prevê a Constituição.

A biblioteca supre sozinha o acesso ao livro e à leitura, ou a posse do livro é também necessária, é também um direito?

É um direito. Eu sempre coloco a questão da livraria e da biblioteca como se elas fossem da mesma origem. A livraria se perdeu ao longo do tempo, principalmente nos anos 70, quando o livro didático entrou com força. A década de 70 foi quando mais se fechou livraria nesse país, e, a partir daí, houve um crescimento de dois tipos de livraria: a didática e a religiosa. E essas não precisavam do livreiro. Na didática, bastava alguém que soubesse ao menos o alfabeto para arrumar a prateleira em ordem alfabética de disciplina, porque não existia nenhuma relação de vínculo, nem com o livro, nem com a pessoa que estava ali o adquirindo. Isso afasta a figura do livreiro e causa um distanciamento do livro como leitura. Porque o livreiro é um mediador e o livro por si só não faz leitor. Não é como uma bola, por exemplo, que você entrega a qualquer pessoa, analfabeta ou não, e ela sai jogando, sabe o que fazer com ela. O livro, não. Ele precisa de algum conhecimento anterior e precisa de uma intermediação para que você abra e processe essa leitura. Esse é o ponto mais crucial da questão, é a falta dessa passagem. Abrir apenas uma biblioteca no interior, na capital, no bairro – ou abrir uma livraria sem o livreiro presente – pouco vai adiantar. É preciso um estímulo, porque o livro não está no dia a dia do consumo do brasileiro. Ainda são poucos que colocam em sua cesta básica de sobrevivência um livro, então ele precisa realmente dessa mediação que o apresente. A maioria das casas brasileiras não possui livros. E as que possuem, em grande parte, são para decoração. Quer dizer, o livro ainda está numa categoria de elite. Eu tenho o livro, eu possuo o livro, eu sou intelectual. E o outro que não possui, não pode comprar e nem tem uma biblioteca ao seu lado, se sente subtraído em relação a isso. Eu gosto da discussão sobre o livro porque ela passa por todas essas questões: educacionais, culturais, sociais e morais.

Você pode fazer todas essas transversalidades. Como você analisa o preço do livro no Brasil?

A grande maioria dos editores não percebe o livro enquanto leitura, está muito mais centrada na questão econômica da venda. Como nós temos um governo que adquire uma porcentagem altíssima do que é vendido no Brasil, então por que vou formar leitor se eu tenho a minha venda garantida? Isso foi o que mais dificultou a questão sobre o livro como leitura, como agente

social. E o livro, sob o ponto de vista também do editor e do livreiro, se tornou uma ferramenta de brigas, vamos dizer assim. O editor, hoje, não vê mais o livreiro como parceiro. O grande problema foi quando o livreiro percebeu que ele não era parceiro e também quis competir sendo editor – e ele não é. Então, essa falta de percepção do que cada um tinha como ação, como função dentro dessa cadeia, fez com que a população não percebesse mais a livraria. Hoje, uma das coisas que mais me irrita é quando eu digo: “Sou livreira”, e a pessoa pergunta: “O que é ser livreira?”. Ou então quando uma pessoa pergunta qual é a minha editora, depois de ver meu cartão de visitas de livraria. Então, em algumas regiões, ela não passa nem como uma casa de consumo de livros, não tem mais essa percepção social. Eu sou capaz de reconhecer a necessidade da sapataria, mas não da livraria, porque é um tipo de comércio.

A bienal de livros é uma instituição formadora de público?

Sim, mas também depende do tipo de bienal que é feita. Eu faço parte da comissão que coordena a Bienal do Ceará, que desde 2000 mudou totalmente o foco. Até 1998, era uma bienal de exposição de livros. Era uma bienal de editores, mas os grandes nunca apareciam, não conseguíamos fazer com que se deslocassem e acreditassem que iam vender livros em Fortaleza. Então mudamos o foco da bienal em 2000, começamos a fazer um evento temático. Na época, eu era presidente do Sindicato de Livrarias do Estado do Ceará. Fizemos uma bienal em que as grandes editoras estavam presentes por meio do mercado local. Essa era a forma da própria livraria local perceber que ela tinha que se modificar e das editoras perceberem que lá existia tanto o mercado livreiro como o mercado leitor. A população que frequenta a Bienal do Ceará gira em torno de 500 mil pessoas e esse número só não aumenta porque não aumentamos o espaço. Muitas delas não vão comprar livros, mas já percebem que aquilo é um parque de diversões. Isso faz com que as escolas e os alunos frequentem a bienal. Temos um projeto que se chama Notinha Legal, em que entregamos ao aluno de escola pública, de escolas comunitárias, de associações, de ONGs, um valor para que possa adquirir um livro. Porque também, só a visita escolar, sem que a criança tenha o poder de escolher um livro, é um pouco estranho. Além disso, há dois anos conseguimos fazer com que o governo do estado, dentro da política de formação continuada do professor leitor, destinasse uma verba para que o professor pudesse ir à bienal e adquirisse um livro de sua escolha, para sua formação profissional ou pessoal. A bienal não é só um espaço de exposição de livros, ela tem um foco muito grande no debate. Temos um espaço de discussão, um espaço para conhecer o escritor,

o que é muito importante para as pessoas e para as crianças perceberem que o autor existe de fato, não é só um nome. O Ceará passou por maus lençóis nos resultados de nível de leitura, na questão da educação. Eu acredito que isso contribuiu para que esses projetos, essas ações, fossem feitas. Tanto que existe uma expectativa muito grande em ver a próxima pesquisa, ver se realmente todas essas ações conjuntas estão dando resultado. A Bienal, além de seu espaço de exposição de livros, tem também um foco muito grande em debates, espaço para conhecer o escritor. É bom para que as crianças percebam o escritor não só como algo cujo nome está no texto, mas que ele existe de fato – se ainda não morreu. Na cabeça de muitos, pela própria adoção dos livros nessas escolas, parece que o escritor só tem o livro dele lançado depois que morre, no caso dos clássicos: Machado de Assis, José de Alencar. Que, aliás, são adotados como leitura de forma errada, são lidos para gerar ficha, tirar nota. Isso também contribuiu para essa geração não se formar leitora. Falo também por mim: sou de uma família leitora; se fosse pelo colégio, te juro, eu não abria um livro!

Sobre a escolha pessoal: quando você não dá um livro, mas uma nota para que a criança possa escolher, você estimula para que ela seja atraída à leitura, não é?

Justamente. Ela sai feliz! Existem colégios em que o professor junta as crianças da sala e diz assim: “Com isso aqui, dá para a gente comprar bons livros, vamos juntar a notinha de todo mundo, fazer a escolha e a gente lê coletivamente”. A brincadeira e a criatividade em torno de uma ação dessas são infinitas. Quando o professor é leitor, a relação professor-aluno faz diferença.

Como você tem visto a descentralização e a abrangência da cadeia produtiva do livro?

Essa é uma preocupação que já está posta. Faço parte do Fórum da Rede Nordeste do Livro e da Leitura, no qual a gente discute muito a questão da perda de identidade da população fora de alguns eixos. As características das linguagens regionais foram sendo perdidas, porque as linguagens passaram a ser universais. Por exemplo, as pipas, as pandorgas e os papagaios. Não sei mais qual região usa pipa, qual usa pandorga. Passamos a discutir por qual razão isso estava acontecendo e descobrimos que os autores que tinham uma linguagem mais regional não estavam sendo lidos. Os professores muitas vezes ensinavam usando um *best seller* ou autores de outras regiões, enquanto o autor local era totalmente desconhecido. Então, juntamos nove estados do

Nordeste e, com parceria do Ministério da Cultura, começamos a fazer fóruns de debate e de reivindicação de compras da produção regional por parte da Fundação Biblioteca Nacional. Nossa proposta é que 50% do acervo da Biblioteca Nacional dentro dos estados nordestinos seja de escolhas regionais. Antes de nossa articulação, essa porcentagem era 23%. As bibliotecas passaram a comprar e, dentro da estrutura de compra do estado para a sua biblioteca, já vem um encaminhamento do próprio ministério para que sejam adquiridos livros de produção local. Eu acredito que isso vá gerar uma qualificação dessa produção regional. É uma coisa muito recente, não dá para falar de resultados ainda, mas só em ter conseguido fazer essa mudança no pensamento do grande comprador de literatura nacional, já consideramos um sucesso.

Você acha que o centralismo dos livros didáticos no Brasil corre perigo também de não abarcar o regional?

Ah, com certeza.

E como reverter isso?

A gente já tem escutado que o crescimento da ação leitora por parte da população está começando a exigir determinados retornos. As editoras didáticas já têm algumas dificuldades de trabalhar todo o seu catálogo de livro de literatura, já está se exigindo certa qualidade, principalmente no interior. Nas escolas, existe uma dificuldade na entrada de grandes editoras em determinados assuntos, como história, geografia, porque você passa a ter escritores daquela região produzindo livros sobre a história regional, do estado, da cidade, muitas vezes por meio de editoras locais. E os livros de literatura produzidos por autores locais começam também a ter o seu espaço. No Ceará, nós temos um parque editorial muito pequeno, muito acanhado, mas temos uma produção de qualidade.

Em um país continental como o Brasil, a descentralização do parque editorial não seria uma forma ativa de fomentar as outras partes da cadeia produtiva do livro?

Pois é. E também a própria circulação. Em uma livraria como a minha, a competição com a internet é desumana, principalmente porque eu posso até querer entregar o livro para o meu cliente da forma mais rápida possível, mas são 15 dias que me separam de São Paulo. Eu tenho que buscar esse livro, passar por todo um trâmite – pedido, execução, envio, recebimento, processamento e entrega. Isso leva entre 12 e 15 dias. Mas se o consumidor pedir

pela internet, vai receber, muitas vezes, em menos tempo, porque a livraria está mais perto das editoras. Eu não acredito que a livraria vá desaparecer, o cheiro do livro, o sabor do livro dentro de uma livraria tem outro gosto. A grande preocupação é com o desaparecimento da pequena livraria, porque a pequena livraria tem um conjunto de ações sociais muito grandes. Ela está inserida na rua, geralmente nos bairros onde as grandes livrarias não têm interesse em estar. Ela também é uma formadora de leitores, e talvez seja da melhor forma, da melhor qualidade. Mas essas livrarias não estão conseguindo se manter nessa competição. E, além da descentralização da produção, quais outras políticas para isso? Outra questão é a lei do preço fixo, que eu prefiro chamar de lei do fomento do livro e da leitura. Essa lei traria alguns benefícios para o pequeno livreiro. Muitas vezes, o leitor está lá, dentro da livraria, conhecendo o livro, abrindo, tocando, mas prefere comprar em uma rede de supermercados, porque lá eles estão dividindo mais, dão mais descontos. Existe essa briga entre aquele que tem a responsabilidade da leitura, com aquele que simplesmente tem o livro como uma jogada de marketing, de propaganda do seu comércio. E o livro vai estar lá, disposto ao lado do salame, do queijo. E tudo que ele ganhar, ele pode repassar para o seu cliente, enquanto a livraria de pequeno porte não pode fazer isso. É um problema sério. A lei do preço fixo deveria ser mais discutida, tem urgência. É um mercado que não tem regulamentação nenhuma.

É pensar a livraria como um aparelho cultural, e não, simplesmente, um comércio?

Isso. No Ceará, demos entrada na Associação Nacional de Livrarias, pedindo uma discussão maior sobre as retiradas do PIS/Pasep e do Cofins, por entender que eram impostos cobrados em cima de um estabelecimento com visível ação social. O retorno do governo era justamente retirar para que ele pudesse não pagar em imposto, mas pagar em ação. Isso realmente aconteceu, mas aconteceu de forma equivocada. Apesar dos editores dizerem que o livro não aumentou o preço, ainda não conseguiram me convencer dessa conversa, o livro continua caro. Temos feito várias ações de negociação com o governo. A informação que temos é de que vão sair editais para que o pequeno livreiro possa participar, para que a ação cultural possa acontecer dentro da pequena livraria. A justificativa é que as grandes redes conseguem parcerias com o editor, levam o escritor e toda uma ação cultural para dentro da livraria, sem nenhum custo, mas o pequeno livreiro não consegue. Estamos na expectativa de que isso se torne possível, para que a gente possa movimentar

não só o escritor que frequenta a livraria no seu dia a dia, porque normalmente o pequeno livreiro é amigo de vários escritores locais, mas que também outros apareçam e se possa realmente desenvolver uma ação cultural. Essa é a única forma da livraria se manter. Se a pequena livraria fechar, ela não reabre, ela não retorna.

Além de uma bienal, desses eventos que chamam a atenção da população para o ato da leitura e da questão educacional, quais são os exercícios possíveis de fomento?

Existem vários. O Brasil está cheio de pequenas ações. Isso ficou muito visível a partir de 2005, quando se mapeou e se percebeu que o Brasil só não estava pior nos índices de leitura por conta dessas ações de voluntários. Existe um projeto no Maranhão que se chama Jegue-Livro, em que as pessoas saem lendo, no meio da rua, da praça. São ações como essa que aproximam o livro da população, mostram que o livro não é algo intocável. Na bienal você percebia que muitas crianças andavam com o bracinho para trás, como se não pudessem tocar no livro. Foi a partir daí que desenvolvi o Notinha Legal, para diminuir essa distância, acabar com essa ideia de que livro é algo que você não pode tocar, que não pode rasgar, nem molhar de suco, porque senão você perde o livro. Mas o livro também é para ser perdido e para a gente se perder nele. Uma experiência que me emocionou muito foi um analfabeto ter passado uma tarde inteira na minha livraria vendo todos os livros de cabeça para baixo! E aquilo foi me causando certa curiosidade, o que ele estava vendo que estava o encantando? E como chegar para ele e dizer que estava de cabeça para baixo? Era um adulto! Aí eu falei para ele: “Mas tu gosta de ler, né?”. E ele respondeu assim: “Eu gosto de livro! Ler, eu ainda não sei, mas eu vou aprender e vou ler livro”. Aquilo me emocionou muito, porque é o valor simbólico do livro e da leitura. Para essa população que não lê, essa é talvez a forma que eles encontram de passar de um estágio social, vamos dizer, para outro. Uma das coisas que eu mais fico com raiva é quando você só trabalha a questão da leitura a partir do texto, porque aí você exclui essa população.

O ministro da Educação Fernando Haddad chegou a falar que ficou muito impressionado em ver que crianças que tinham acesso à internet acabavam recebendo notas melhores em português e em elaboração de texto – ao contrário de todo discurso vigente de que a internet está destruindo a língua. Como você vê o impacto do digital? Quais são os perigos e as possibilidades do digital para o livro e para a leitura?

Sou pega nessa armadilha o tempo todo, porque para mim ainda é um bicho meio estranho. Está certo que a gente tem que trabalhar com ele, mas o computador não é o meu amigo do peito. Brinco que a criança, hoje, nasce com um chip, enquanto eu tremo em apertar a tecla Enter. Vejo essa máquina que para mim é estranha, mas que para a criança já faz parte da vida, como uma grande ferramenta para a leitura. É por meio dela que talvez a gente diminua as distâncias. Ler na tela ou no impresso é uma questão de escolha. Eu vou sempre preferir o impresso, mas vai haver pessoas que não. Além disso, é uma maneira de fazer uma população, que não estava mais escrevendo, escrever – mesmo numa linguagem truncada, como o uso de “vc” em vez de “você”. Fui criada no interior, onde não tinha luz nem água encanada. Nenhum escritor ia para minha cidade. Mas eu tinha os quadrinhos, dos Irmãos Metralha, da Maga Patalógica. Aquilo me deixava doida! Se essa máquina existisse naquela minha cidade, tivesse pelo menos um computador, com certeza eu teria acesso a outro tipo de leitura. É um país muito grande e eu acho que o computador vai diminuir essas distâncias. Eu não tenho medo, como também não acho que livraria vá fechar e que o livro vá deixar de existir pela existência dessa máquina. Ela é uma ferramenta que, ao ser usada, qualifica e pode aumentar leitores que, com certeza, vão terminar no livro de texto.

Para acabar, fale de um livro, de uma leitura sua que você se delicia até hoje.

Julio Verne é o responsável pela minha formação acadêmica, sou geóloga, e ele tem culpa nisso. Gosto de Viagem ao Centro da Terra, mas o livro menos conhecido dele, *Heitor Servadac*, que conta a história de pessoas que saem no rastro de um cometa, com os cálculos e aquela coisa toda, é o que mais me influenciou. Aquilo sempre me fascinou muito. Então, Julio Verne ainda é o meu escritor. Tenho praticamente todos os livros dele, inclusive uma cópia da única entrevista que ele deu a jornalistas. Aqui, acho que foi publicada na Folha de S.Paulo, há uns dez anos. Sempre tenho em mente que um dia vou ter um livro autografado por ele. Júlio Verne fez toda a diferença no meu olhar. E ele é o culpado, de forma carinhosa, pela minha escolha profissional.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/mileide-flores/>

Paulo Henriques Britto

Poeta e Tradutor

“O tradutor tem de tentar recriar, fazer um pastiche do original. A gente não deve ter vergonha de dizer isso.”

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 30 de abril de 2010, em São Paulo.

Paulo Henriques Britto

Poeta consagrado, tradutor, contista, ensaísta e professor. É com esse arsenal biográfico que Paulo Henriques Britto se tornou hoje um dos principais artesãos da palavra no Brasil. Seu trabalho como tradutor, de inglês para português e vice-versa, resultou na edição de cerca de 100 obras. Já traduziu William Faulkner, Elizabeth Bishop, Don DeLillo, Wallace Stevens, Truman Capote, Emily Dickinson e tantos outros. Nascido no Rio de Janeiro, em 1951, dá aulas na Pontifícia Universidade Católica (PUC), onde ganhou por unanimidade o título de Notório Saber em 2002.

Britto começou na área após viver nos Estados Unidos, onde foi estudar cinema. Morou por lá entre 1962 e 1964 e entre 1972 e 1973. Após o retorno ao Brasil, as traduções apareceram como um “bico” para complementar a renda. Gostou e foi fazendo. Muita coisa mudou no ofício da tradução, da época em que Britto começou até hoje. Primeiro, na própria valorização da profissão que, por muito tempo, sequer contou com um curso acadêmico formal. “Havia uma ideia de que não se devia investir muito na tradução, porque o que valia mesmo era o título e o autor.”

Boa tradução, de acordo com Britto, precisa ser um pastiche, uma recriação. “Em tradução de poesias você precisa ser fiel ao significado, à linguagem figurada, às metáforas e ao plano do significante, ao ritmo, ao esquema de rimas, ao esquema métrico”, diz. Não gosta de usar conceitos como “transcrição” ou “transluciferação” para definir o trabalho de um tradutor. “O ideal da tradução poética é você pegar todos os níveis do poema e tentar encontrar soluções que sejam correspondentes no português. E é o que se faz nas melhores traduções. Para mim, tradução não é ‘trans’, é tradução mesmo.”

Como começou seu trabalho de tradução literária?

Na minha época, tradução não era uma opção profissional. Ninguém decidia ser tradutor como ofício da vida. As pessoas viravam tradutoras por acaso. Não havia formação, nem escola de tradutor. Pegavam um bico e acabavam se descobrindo tradutoras. Então, por uma dessas contingências da vida, você virava tradutor. Eu, por exemplo, tinha largado a faculdade de matemática, fui para os Estados Unidos estudar cinema, fiquei um ano e meio estudando na Califórnia. Descobri que não tinha a menor condição de ser cineasta, que eu não tinha nascido para aquilo. Aí me interessei por linguística, voltei para o Brasil e comecei a estudar. Para ganhar a vida, fui dar aula de inglês, primeiro como professor particular, depois no Instituto Brasil-Estados Unidos (Ibeu). Para complementar minha renda, um amigo meu, que era da área de medicina, disse que a editora Imago estava precisando de tradutor para uma

obra do Freud. Quando vi já estava traduzindo. Depois da Imago, fui para a Brasiliense, para a L&PM, e acabei na Companhia das Letras. Entre o final dos anos 70 e o final dos 80, a tradução era minha principal fonte de renda. Eu já era professor da PUC, onde entrei em 1978 para ser professor de tradução. De lá para cá, as coisas mudaram. Eu entrei para a pós-graduação e hoje em dia a tradução ocupa um espaço bem menor na minha vida. Eu estou muito mais dedicado à pós-graduação e à graduação na PUC. Mas continuo traduzindo uma média de uns dois livros por ano.

O fato de não existir formação em tradução no Brasil afetava o produto final?

Não tenho a menor dúvida de que a qualidade do livro traduzido no Brasil melhorou muito. Comecei a traduzir em 1973 e 1974, ainda peguei o finalzinho de uma espécie de pré-história da tradução. Não havia nenhum tipo de controle de qualidade, a coisa era feita de qualquer jeito. Os livros saiam das mãos do tradutor e iam para o revisor, mas o revisor não tinha contato com o tradutor. A palavra que predominava era a do revisor. O que acontecia era que o tradutor batia o olho e via que aquela primeira solução óbvia não daria certo, então fazia uma pesquisa imensa e encontrava uma solução não óbvia, mas que era no caso a melhor. Aí o revisor, apressado, sem fazer cotejo nem nada, riscava aquela solução que o tradutor encontrou a duras penas e botava a opção óbvia. Não havia diálogo com o revisor. Aconteceu muitas vezes de o meu livro passar por dois revisores e ninguém fazer o trabalho final de compatibilização. Não havia coerência nenhuma. Havia uma ideia de que não se devia investir muito na tradução porque o que valia mesmo era o título e o autor. A ideia era que as pessoas compravam com base nisso. O nome do tradutor não tinha o menor destaque, e demorou um tempo para as pessoas compreenderem que uma má tradução matava o livro. O mercado rejeitava. Na área de livros universitários, eu me lembro de muita gente de ciências sociais dizendo: “É preciso ler Max Weber, tem que ler na tradução em espanhol ou inglês, porque a brasileira é uma porcaria, não dá para usar”. E agora, há alguns anos, a Companhia das Letras fez uma tradução decente que evidentemente matou aquela primeira [A *Ética Protestante e o “Espírito” do Capitalismo*, 2004, tradução de José Marcos Mariani de Macedo]. Ainda que o nome de um bom tradutor, por si só, não venda um livro, certamente um trabalho de má tradução destrói completamente o produto. A partir dessa percepção, as editoras começaram a investir mais no tradutor, dar mais destaque, mais valor. E o trabalho de revisor passou a ser mais inteligente, com vai-e-vem,

contato direto com o tradutor. O revisor faz a revisão e manda para o tradutor aprovar as mudanças que foram feitas, tudo é negociado, tudo é discutido. Hoje em dia o produto final é muito melhor.

Você já disse que, antes da internet, para pesquisar o nome de uma planta, você tinha que pegar um ônibus e ir à Biblioteca Nacional. Agora é só entrar no computador. Como isso altera o trabalho do tradutor?

O computador e a internet foram duas revoluções. Uma revolução dentro da revolução. Alteraram drasticamente o trabalho do tradutor, sob todos os aspectos. O aspecto da pesquisa é o mais evidente. Todo tradutor tinha o caderninho em que ia anotando as dúvidas e, uma vez por semana, ou por mês, ou no final do livro, ele ia à Biblioteca Nacional ou à biblioteca da sua cidade fazer a pesquisa, compilar, pegar uma pilha de livros, e começar a comparar um com o outro. Hoje em dia, você consulta o Google e elimina quatro ou cinco horas de trabalho. Na parte de pesquisa realmente a mudança foi imensa. Agora, acho importante destacar também essa negociação entre o tradutor e o revisor, que é fundamental, e isso só se tornou possível por causa da internet. Eu moro no Rio de Janeiro e quase a vida inteira trabalhei para editoras de São Paulo, então esse mecanismo de o revisor depois entrar em contato com o tradutor, para ele aprovar as mudanças feitas, era inviável nos tempos em que você dependia basicamente de correios, fax e telefone. Hoje em dia, como a coisa é feita pela internet, eu mando o arquivo eletrônico para lá, o revisor me manda no Word com aqueles comentários do lado e eu vou aprovando ou rejeitando um por um, justificando porque eu não aprovei essa ou aquela mudança, e devolvo o arquivo para lá. Vai tudo via internet. É uma troca que leva um ou dois dias e que se fosse pelo correio exigiria uma semana.

E o que um curso acadêmico traz em qualidade na formação do tradutor?

Essa é a outra grande novidade do momento atual: a profissão de tradutor, com curso reconhecido pelo Ministério da Educação. Hoje em dia, você tem um número de instituições que oferecem a formação de tradutor em nível superior. É um grande diferencial. É claro que não é necessário ter diploma de tradutor para ser aceito por uma editora, mas ajuda. As portas se abrem para você. No sistema que nós trabalhamos na PUC, nos dois últimos semestres o aluno já faz estágio como tradutor. Nós encaminhamos alunos com vocação para tradução literária para as editoras, o aluno já chega lá com o nosso aval, sabendo que o primeiro trabalho dele vai ser revisto, em parte, pelo professor do curso, e isso já abre portas para o mundo da tradução. Outra coisa que

mudou muito foi o mercado. Quando eu comecei a fazer tradução existiam basicamente três mercados distintos para o tradutor: o do autônomo que trabalha com editora, como eu sou até hoje; o do tradutor técnico, aquele sujeito que trabalhava para uma firma, a Petrobras, por exemplo, sempre teve um corpo de tradutores técnicos que são seus funcionários; e por último o do tradutor juramentado, que é o sujeito que faz concurso, como um tabelião, é vitalício, cuja tradução tem valor legal. Hoje em dia isso mudou completamente. De cada 10 alunos que se formam em tradução, apenas um ou dois acabam em editoras. O resto é absorvido por dois novos grandes mercados, o de legendagem e o de softwares. O número de filmes que passam nos canais de TV a cabo hoje em dia, seriados ou shows com legenda é enorme. Você não imagina o exército de tradutores que tem trabalhado dia e noite, sem parar, para manter essas TVs a cabo funcionando. Antigamente, entravam em cartaz dois ou três filmes no cinema, então dois ou três tradutores davam cabo do mercado. Hoje em dia, com a TV a cabo e mais os filmes que são produzidos e vão diretamente para locadoras, o volume de tradução que tem que ser feito para a legendagem é imenso. O outro mercado enorme é o de tradução de software, a cada momento estão sendo lançados no mercado vários softwares, todos são desenvolvidos em inglês, sem exceção, e precisam ser traduzidos e adaptados para o português. Esse mercado tem um nome especial. Não se fala tradutor de software, o termo é localização. Só no Rio de Janeiro, existem quatro ou cinco firmas de localização. Em São Paulo deve ter mais ainda. Isso absorve um número imenso de tradutores. Esse tradutor e o de legendagem, ao contrário do tradutor de livro, são empregados. Ele trabalha para essa firma, usa um equipamento que a própria firma disponibiliza, usa um software para traduzir software. Já o tradutor de livros, que é de um mercado que eu conheço, e que é o que eu formo hoje na PUC, virou a parcela menor do mercado de tradução. Em matéria de remuneração, o mais mal pago de todos é o tradutor literário. Não tenho a menor dúvida. Os tradutores de software e de legendagem são geralmente bem pagos.

Nesses mercados, quem ganha melhor, claro, é o tradutor juramentado. Para você ter uma idéia, durante 24 anos não houve concurso para tradutor juramentado no Rio de Janeiro. Eu conheço gente que se mudou para São Paulo, e que deu endereço de parentes em São Paulo, para que quando tivesse um concurso lá pudesse entrar. Agora teve um no Rio. Esse é o que paga melhor. Trabalha com uma lauda pequena, reduzida, que tem um preço tabelado, alto. É um trabalho formulado, depois de traduzir por alguns anos certificados, diplomas, fica tudo igual. É como uma forma de bolo. O tradutor literá-

rio que está começando uma carreira numa editora pequena é o mais mal remunerado. Com o tempo, quando a editora descobre que ele está agregando valores ao produto, se um livro com o nome dele vende mais e não é rejeitado pelo mercado, evidentemente ele vai sendo atraído por editoras que pagam melhor. As editoras também vão pagando uma lauda diferenciada para o tradutor que pega aquele livro que é difícil, que ninguém mais quer pegar.

A tradução de poesia é um trabalho para poetas?

É uma pergunta complicada. Para traduzir poesia, você precisa dominar certo artesanato do verso. Não sei se quem domina o artesanato do verso necessariamente é poeta. Aliás, nem todo poeta domina necessariamente o artesanato do verso. Hoje em dia isso está tão dissociado. Você pensa no século 19, qualquer estudante de medicina, qualquer bacharel em direito era capaz de compor um soneto, um mau soneto, provavelmente, mas ele era capaz de compor. Havia um artesanato mínimo da palavra poética que todo mundo que passava pela faculdade, pela universidade, dominava. O resultado disso é que as pessoas tinham mais formação até para ler poesia. É uma pessoa que sabe escrever um soneto, mesmo um ruim, que aprendeu o mínimo do rudimento, vai ser capaz de ser um melhor leitor de poesia e, certamente, ela tem condições de ser um melhor tradutor de poesia. Houve um divórcio completo entre as ideias de artesanato e de educação artística. Eu acho que isso é mal. É bom que todo artista passe por um artesanato e, sem dúvida alguma, eu acho importante que todo poeta passe por essa fase do artesanato. Uma das matérias que eu dou na graduação da PUC, fora o curso da tradução, é a oficina de criação poética. É um curso em que nas primeiras três ou quatro semanas as pessoas só fazem contar sílaba mesmo. É para contar sílaba, botar acento, fazer escansão. E a pessoa que teve certa base de artesanato poético entende como funcionam os métodos da língua, entende quais são os mecanismos do ritmo, tanto do português e da língua da qual ela vai traduzir, e está habilitada a traduzir poesia. Se for poeta melhor ainda. Mas o mínimo que se exige é que ela tenha certo domínio, certo artesanato da palavra poética nos dois idiomas, principalmente no idioma para o qual ela está traduzindo.

Você está há mais de 30 anos nesse segmento. Como evoluiu o mercado de livros traduzidos no Brasil?

Em primeiro lugar, o mercado aumentou muitíssimo, hoje em dia você tem muito mais editoras. O que está havendo, evidentemente, é uma certa especialização, o que é normal. Há um certo número de editoras que só trabalham

com autoajuda. Essas editoras são uma espécie de formador de público. As pessoas que leem muito pouco são as pessoas que leem autoajuda. Elas começam a ler com esses livros. E muitos tradutores, quando começam a carreira, vão justamente para essas editoras, que têm exigência mínima de legibilidade. É um mercado imenso com livros que vendem em quantidades industriais. Do outro lado, há as editoras universitárias, que são aquelas que editam títulos de filosofia, ciências sociais, que têm um público muito reduzido, mas altamente exigente. Muitos desses leitores até podem ler o original, mas se sai em português uma versão boa, respeitada, com notas na língua dele, ele vai dar preferência a ler a tradução brasileira. No meio disso, entre o sublime e o grotesco, digamos assim, há toda uma gama de editoras atuando em diferentes áreas e nichos. Isso é muito interessante porque você pode direcionar o tradutor para o seu nicho. Se existe um sujeito que possui certa formação em engenharia, e no meio ele bandeia para letras e tradução, ele é um candidato perfeito para fazer tradução de livros de engenharia e de arquitetura. Se outro sujeito tem uma formação em direito e vai para o curso de tradução, o perfil dele é o de tradutor de livros de direito. E, na hora do estágio, eu já o coloco em contato com uma editora que atua nessa área. Houve essa especialização, editoras que vão mobilizar certo número de tradutores, que vão se especializar cada vez mais no nicho deles. É assim que a coisa funciona. Quando eu comecei a trabalhar era muito diferente. Existiam muito menos editoras, e a mesma editora editava livros de uma gama extraordinária. O tradutor tinha que ser meio pau para toda obra. Eu lembro que quando era garoto, a grande editora do Rio, que comprava os livros todos, era a Civilização Brasileira. Ela editava de tudo, de literatura a *O Capital*, de Karl Marx. E alguns *best sellers* também.

Era um livro por dia, não era?

A Civilização Brasileira não tinha perfil. Era uma editora que editava absolutamente tudo. De poesia a marxismo. Hoje em dia não existe mais isso, a maior editora do Brasil, que é a Record, tem vários selos e cada um funciona como uma editora especializada, que trabalha com os seus autores e seus tradutores. Há uma especialização dentro dos selos da Record. O mercado está muito mais setorizado. Isso é bom. E não tem mais aquela coisa que falei no começo, do tradutor e do revisor trabalharem desfazendo o trabalho um do outro. Agora há um certo clima de trabalho em equipe. Um sabe o que precisa do outro. E há um reconhecimento fundamental da editora de que a última palavra é do tradutor. Porque o nome que vai sair lá como responsável pelo texto é o do tradutor. O tradutor tem que brigar, defender as posições dele.

Claro que o revisor também tem o direito de meter o bedelho, mas em última análise, com o tradutor explicando o ponto de vista dele, o revisor tem que aceitar.

Um tradutor de poesias recebe pelo direito autoral dos livros ou pelo trabalho da tradução?

Essa história é complicada. Existe uma legislação no Brasil, aprovada nos anos 80, se não me engano, que obriga a editora a dar certa parcela dos direitos autorais do livro para o tradutor. Uma parte vai para o autor e outra parte para o tradutor. Independente de ser prosa, poesia ou o que for. Na prática, as editoras obrigam o tradutor a assinar um contrato no qual ele abre mão voluntariamente da parte que lhe cabe dos direitos autorais para a editora. Se não assinar isso, ele não vai receber nunca mais trabalho dessa editora. Eu tenho uma experiência de trabalhar há muitos anos com a Companhia das Letras então, muitas vezes, eles me dão a parte que me cabe dos direitos autorais. Quando o autor é morto, e já está em domínio público, normalmente o tradutor recebe toda a parte que iria para o autor. Isso a Companhia das Letras sempre fez. Se eu traduzo um autor que já está em domínio público, eu entro como se fosse o autor e a parte de direitos autorais que iriam para o autor vão para mim. A situação depende muito do tradutor e de sua relação com a editora. Por lei, as editoras teriam de pagar. Na prática, você vai assinar um contrato e é esse contrato que vai estipular o quanto você vai receber, e se você vai receber alguma coisa.

Os poetas concretos iniciaram um grande debate sobre a transcrição da poesia no Brasil, em oposição à teoria clássica, na qual a tradução tem que manter uma fidelidade ao original. Como você se posiciona nesse debate?

Um dos meus projetos de pesquisa na pós-graduação é justamente a tradução de poesia. É o projeto que mais me mobiliza e me interessa no momento. A tradução de poesia no Brasil já possui uma certa tradição. Somos um país com um nível de tradução poética de excelência reconhecida. Os principais responsáveis por isso foram, sem dúvida alguma, os poetas concretos. Eles que elevaram o patamar. Já havia bons tradutores de poesia antes deles; Manuel Bandeira e Guilherme de Almeida fizeram coisas excelentes, mas era muito desigual. Eram poetas que faziam tradução. O mercado normalmente lançava coisas inacreditáveis: edições que não eram bilíngues, sem o original, sem o menor cuidado com a forma, sem nenhum paratexto, sem representação, sem nota, sem nada. A partir dos concretos, começou a surgir um nível de

exigência muito maior. Eles começaram a fazer uma tradução poética de um nível muito elevado e com isso aumentou o nível de exigência. Minha grande formação como tradutor de poesia se deu na leitura dos livros, dos paratextos, das traduções. Principalmente do Augusto de Campos, que foi quem eu mais li. Até porque o Augusto trabalha muito com o inglês, o francês e o espanhol, que são línguas que eu leio, enquanto o Haroldo de Campos traduzia do alemão e do grego. A teoria dele me interessava muito, mas, na prática, eu não tinha muito como provar. Quem sou eu para julgar uma tradução do hebraico? Então, o trabalho do Augusto de Campos foi, para mim, uma revelação. Em relação às posições teóricas dele, a única coisa que eu nunca consegui engolir foi a ideia de que eles fazem transcrição e não tradução. O Haroldo de Campos chegou a dizer que a tradução dele era transluciferação. Convenhamos, tradução é tradução. As traduções deles são melhores que as traduções do mercado. Eles são, sem dúvida alguma, alguns dos melhores tradutores de poesia do Brasil. Mas o trabalho que eles fazem é tradução, não há porque chamar aquilo de outra coisa. É uma tradução muito bem feita. Trabalhamos muito os textos teóricos e as traduções deles no curso com meus alunos. E como o trabalho deles é melhor do que a retórica! O Augusto de Campos, mais de uma vez, disse que o importante na tradução é o significante, que as pessoas que leem significado são cegas. Ele cita uma frase perigosa do Walter Benjamin: “O contato entre a tradução e o original, no plano do sentido, é como o ponto em que uma reta tangencia um círculo” [*ideia retirada do texto “A tarefa do tradutor” ou, em alemão, “Die Aufgabe des Übersetzers”, de 1923*]. As consequências dessa afirmação para o tradutor podem ser desastrosas. Você não pode se preocupar só com o significante e se lixar para o significado, a prática não é essa. A melhor tradução que o Augusto de Campos fez foi de um poeta que sempre me pareceu impossível de traduzir, o Gerard Manley Hopkins. Quando você lê essa tradução, e todas as suas grandes traduções, vê que ele é extremamente cuidadoso tanto no plano do significante quanto no do significado. Como a poesia concreta é uma poesia que semanticamente tende ao vazio, que só valoriza a forma, o Augusto de Campos, por questões ideológicas, costuma dizer isso sobre o significante. Mas é uma balela! O trabalho dele mostra que ele dá pesos iguais, como deve ser, para ambos. As melhores traduções do Augusto de Campos mantêm uma fidelidade imensa em todos os níveis. É isso o que eu trabalho com meus alunos. Em tradução de poesias, você precisa ser fiel ao significado sim, à linguagem figurada, às metáforas e ao plano do significante, ao ritmo, ao esquema de rimas, ao esquema métrico. É o ideal da tradução poética: pegar todos os níveis do poema e tentar

encontrar, em todos eles, soluções que sejam correspondentes no português. É o que eles fazem nas melhores traduções deles. Agora, para mim, tradução não é “trans”, é tradução mesmo, porque a gente não tem que dar um nome diferente à isso. Tradução é tradução.

Cite alguns outros tradutores que você gosta.

Temos muito tradutor bom em poesia no Brasil. O Jorge Vanderley, que morreu há alguns anos, fez uma tradução muito boa dos sonetos de Shakespeare. Infelizmente, ele morreu depois de fazer o *Inferno*, de Dante, mas antes de terminar *A Divina Comédia*. A tradução dele é primorosa. José Paulo Paes também foi um ótimo tradutor, muito importante, que traduziu poetas como Konstantinos Kaváfis, um poeta grego que não tinha tradução aqui. Há muita gente boa fazendo poesia. Na geração mais jovem, em São Paulo, existe o Alípio Correia de Franca Neto, um bom tradutor de poesia.

Você já afirmou que entre a posição tradicional que estabelece uma diferença clara entre original e tradução, de um lado, e a postura de autores associados a desconstrução e ao pós-estruturalismo, que tendem a relativizar ou mesmo negar essa oposição, de outro, você tende a se posicionar como tradicionalista. Como é isso?

Isso é um problema. Porque me vejo, muitas vezes, forçado a adotar uma posição até tradicionalista. O mundo da teoria e da tradução virou, de repente, uma área de pesquisa de ponta. Uma área que não tem nem 30 anos ainda, chamada “estudos da tradução”. É uma área de alto envolvimento. Com muita gente atuando, editoras especiais que só trabalham com isso, revistas internacionais de tradução. Há um ponto a falar sobre isso também. O que acontece é que muita gente que estuda tradução são pessoas da minha geração, que tiveram, de uma maneira ou de outra, a experiência de Maio de 68. Essas pessoas envelheceram, viraram universitários, e todo o radicalismo que em 1968 era canalizado para a vida política, agora está sendo jogado na teoria. Saem posições que me parecem ecos tardios de um certo ethos de 1968. Pessoas que, naquela época, estavam dizendo “vamos queimar as bibliotecas”, hoje em dia fazem afirmações que a meu ver são completamente descabidas. Por exemplo, existem pessoas no mundo dos “estudos da tradução” que dizem que essa diferença entre o original e a tradução é uma coisa totalmente reificada. Outros falam que o original é como um homem e a tradução como uma mulher. Isso é machismo, é uma manifestação do falocentrismo do Ocidente. E não existe diferença entre o original e a tradução? Como não? O cara que escreve

o original não saiu do nada. Como se escrever a *Divina Comédia* e traduzir a *Divina Comédia* fosse a mesma coisa, porque se Dante parte de outros textos, Guido Cavalcanti, poetas provençais, o tradutor também parte. Eu acho isso um delírio! Uma coisa é negar qualquer valor à tradução, dizer que a tradução é um trabalho mecânico e burocrático. Não é. Agora, dizer que traduzir a *Divina Comédia* e escrever a *Divina Comédia* são a mesma coisa, dizer que escrever uma obra e traduzir uma obra são a mesma coisa, isso é uma maluquice! É um tipo de radicalismo que não tem como levar a sério. Tem um sujeito no mundo acadêmico inglês que diz que Shakespeare se tornou este grande clássico por causa do poderio da Inglaterra. Como a Inglaterra foi um grande poder no mundo então eles impuseram Shakespeare ao mundo. Eu fico pensando, já que Portugal e Espanha foram importantes durante tanto tempo, por que o Camões nunca foi imposto ao mundo como o Shakespeare? É uma loucura. A Itália, que eu saiba, nunca foi uma grande potência, então de onde saiu essa centralidade da Divina Comédia? Essa coisa de politizar tudo, de ver tudo em termos de radicalismos dos anos 60, eu acho que não tem o menor sentido. Nos debates nesta área de tradução, muitas vezes eu tenho que defender posições conservadoras, porque não aguento esse tipo de radicalismo. O cara querer dizer para mim que o trabalho como tradutor e o trabalho como criador são a mesma coisa, não dá. Não são a mesma coisa. São trabalhos que realmente têm muito em comum. A gente não pode cair no extremo tradicionalismo também. É claro que o trabalho de redação, o trabalho de revisão, que tem na criação poética e na criação artística, também vai existir no trabalho de tradução. Mas esta semelhança só vai até certo ponto. Você querer anular a diferença da tradução sinceramente é falta de bom senso. Tem um grupo de tradutoras feministas no Canadá, em Quebec, que acha que é dever da tradutora subverter os textos falocêntricos. Então elas fazem traduções de textos escritos por homens que subvertem o autor. Sinceramente! Se eu quero ler um autor machista, eu quero ver o machismo dele, até para poder criticar.

A ideologia na tradução pode ser uma questão mais ou menos explícita. Como você vê isso no Brasil? A ideologia está sempre presente, não é?

Existe uma postura, que é muito pós-estruturalista, que diz que se é impossível anular uma coisa, a gente tem de maximizá-la. Eu acho esse raciocínio completamente maluco. Há alguns teóricos da tradução que dizem que é impossível o tradutor ser completamente neutro, ele tem que se colocar ao máximo. O tradutor americano Lawrence Venuti diz o seguinte: “Quando eu

traduzo um texto do italiano, do século 19, eu faço questão de colocar um caco, uma gíria nova-iorquina do século 20 no meio para mostrar que eu estou aqui e que eu sou um americano do século 20”. Eu perguntei para ele se ele não assina as traduções, se ele não faz prefácio, porque o leitor tem de ser muito idiota de comprar um livro traduzido do italiano e não saber que foi traduzido por um norte-americano. Mas a ideia dele é que já que ele não consegue ser neutro, ele tem que se afirmar o tempo todo. Eu discordo disso, acho que o tradutor tem de tentar se apagar sim. Quando estou traduzindo o Henry James, por exemplo, fico tentando imaginar o que o Henry James faria se escrevesse em português. A forma de me colocar no texto é assinando, é colocar na primeira página “Tradução de Paulo Henriques Britto”, é fazer uma introdução, colocar notas. Senão, é de novo esse raciocínio ideológico. Como tradutor, eu estou tentando recriar, fazer um pastiche do original. Porque eu acho que a boa tradução é um pastiche. A gente não deve ter vergonha de dizer isso.

Você já fracassou em uma tradução? Já disse: “Este autor eu não consigo”?

Já. Já aconteceu muitas vezes. Com poesia isso é fatal. Para mim a tradução é pastiche. E para você conseguir fazer isso com um texto, é preciso ter certa afinidade com ele. Às vezes acho o cara muito bom, mas o pastiche dele não funciona. As coisas não batem, eu não consigo recriar os efeitos que o cara faz em inglês. Aí eu deixo de lado. Já aconteceu isso mais de uma vez. Quando é um texto de prosa, é um pouco mais fácil. Claro que há traduções que eu sinto que não ficaram tão boas, então eu peço para a editora não me passar mais traduções desse autor. Quando eu pego e dá certo, a própria editora sente que dá certo, então eu vejo que esse autor eu sei traduzir bem. E aí a tendência é eles me darem mais desse cara.

É possível traduzir um autor com o qual você não estabelece uma relação afetiva?

Ah, sim, certamente. Já traduzi coisas que eu não gosto nem um pouquinho, mas trabalho e tudo bem.

E sobre o prazer na tradução?

O ideal é que você pegue um autor que você goste, que você sente que sabe imitar o estilo dele, fazer um bom pastiche, e que aquilo dê prazer. Isso é uma delícia. Anos atrás, a Companhia das Letras me chamou para fazer *O Arco-íris da Gravidade*, do Thomas Pynchon [1998], que é um grande nome do romance pós-moderno. Eu sempre tive um pé atrás com essa geração, tentei ler alguns

autores contemporâneos ligados a ele, mas não gostei muito, então eu não queria fazer. Mas a editora insistiu, ninguém queria fazer, o livro era um abacaxi, um calhamaço de oitocentas e tantas páginas. Eu acabei pegando o trabalho e comecei a me empolgar. Adorei o livro e hoje já traduzi três livros do Pynchon. Virei um Pynchonólogo. Perdi minha má vontade toda com ele, apesar de ter certas coisas que até hoje me incomodam um pouco. Mas ele é um escritor realmente magnífico. Ele é o cara que mais me ajudou até hoje. De todos os autores que eu já traduzi, e olha que eu já publiquei 100 livros, esse cara foi o que mais me ajudou, que mais me deu toques. Eu mando listas de dúvidas de quatro páginas e ele me responde em oito páginas. Explica, ajuda, dá dicas. Ele é um excelente autor para se traduzir.

O que você acha de livros que não são traduzidos a partir da língua original?

O ideal é traduzir diretamente. Esse é o sonho do tradutor. No Brasil, por exemplo, circulou por muito tempo aquelas edições famosas do Tolstói e do Dostoiévski, da Aguilar, que todo mundo tem em casa, e que foram traduzidos do francês. Isso não é o ideal. Nós estamos saindo dessa fase em que tudo partia do francês. Esses autores estão sendo finalmente lançados no Brasil em traduções feitas diretamente do russo. O Witold Gombrowicz, autor polonês que eu gosto muito, teve as primeiras versões lançadas nos anos 60 com tradução do francês, mas agora está sendo relançado pela Companhia das Letras, todo traduzido do polonês. Isso é a maturidade do país. Você ter tradutores capazes de traduzir a maior parte das línguas européias, das línguas orientais. Apesar de que sempre vai haver uma lacuna. Talvez você não tenha um tradutor de lituano, então paciência. Mas o ideal, num país com uma indústria editorial evoluída, é que você conte com tradutores bons de praticamente todas as línguas que tenham uma obra importante. Isso é o ideal.

O José Paulo Paes e o Haroldo de Campos são dois casos de tradutores que trabalharam com diversas línguas. O José Paulo Paes passou pelo grego, pelo francês e pelo alemão. E ele mesmo diz que não é um grande conhecedor destas línguas. Isso é uma questão interessante. Pode parecer paradoxal, mas, a rigor, a única coisa que é muito importante para o tradutor é dominar a língua para a qual ele traduz. Os alunos costumam dizer: “Eu resolvi fazer tradução de inglês porque eu sou bom em inglês”. Isso não é irrelevante, mas eu vou dizer que é secundário. O principal é você ser um bom redator de português. Então, para você ser um bom tradutor de poesia, você precisa ser um ótimo redator, ser muito bom em português e conhecer muito bem, como comentei, o artesanato da poesia. Conhecer a língua estrangeira é o de menos. Você vê o caso da poesia russa

moderna, dos irmãos Campos e do Boris Schnaiderman. Os irmãos não sabiam russo, mas sentaram com o Boris, que é russo e explicava o que estava escrito. Com base naquilo, criavam a poesia em português. É perfeitamente possível um bom tradutor de poesia traduzir de uma língua que ele nem conhece, desde que ele tenha acesso, evidentemente, a uma pessoa que seja um informante. Eu não sei russo, mas conheço um cara que é russo e pode me auxiliar. Posso pegar uma tradução desse poema russo para o inglês, para o francês ou para o espanhol e fazer uma triangulação, uma paralaxe. Posso recriar este poema em português. É claro que é muito mais trabalhoso e que o ideal é você conhecer a outra língua também. Mas a única coisa fundamental é você dominar a língua para a qual traduz. Pessoas como José Paulo Paes, que não dominava essas línguas todas, mas tinha bom senso, bons dicionários, bons informantes, e tinha acesso a outras traduções para línguas que ele dominava, conseguiam fazer ótimas traduções para o português. Eu acho isso perfeitamente válido.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/paulo-henriques-britto/>

“Bibliodiversidade é ter o sofisticado e o que interessa para um grande público. Livraria não se mantém com fundo de catálogo.”

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 29 de abril de 2010, em São Paulo.

Mineiro de Belo Horizonte, Rui Campos se mudou aos 20 anos para o Rio de Janeiro e se tornou, quase por acaso, livreiro. Em 1975, teve sua primeira livraria, a Muro, comprada de amigos endividados. Campos montou a livraria sem experiência alguma em administração, mas com “entusiasmo”. A Muro mudou de nome em 1983 para Danzibao. Uma filial na Travessa do Ouvidor deu a sugestão para o terceiro e atual nome: Livraria da Travessa. Hoje, já com sete lojas no Rio de Janeiro, tornou-se uma das principais importadoras e distribuidoras de livros.

Rui Campos defende o que chama de “bibliodiversidade” para as livrarias. Ou seja, ter um catálogo amplo que abrigue *best sellers* e livros de interesses específicos à disposição dos leitores. Para Campos, a livraria, para ser bem-sucedida, precisa se enquadrar nas peculiaridades de sua própria natureza. “Já pensou um cliente pedir Sobrados e Mucambos, do Gilberto Freyre, e o livreiro dizer que não tem?” Outro aspecto é a localização. A Travessa de Ipanema vende mil livros por dia. “Para isso, preciso que duas mil pessoas entrem na loja; ou seja, se não fosse um ponto interessante, elas não entrariam.”

Campos diz que o mercado editorial sobrevive graças ao *best seller* e se diz favorável à Lei Lang, aquela que estabelece a necessidade de preços fixos para os livros na França. É um tema polêmico. “Os grandes editores puxam o tapete de qualquer discussão sobre isso. Não é que discutem e se colocam contra: eles não discutem”. A consequência, ele crê, é que a livre precificação faz o mercado ser inflacionado por uma falsa política de descontos. “Na verdade, é a política de embromar o cliente.”

Como começou a sua primeira livraria, a Muro?

O começo foi por acaso, mas aquele acaso que acontece como uma coisa predestinada. Eu tinha 20 anos e não tinha noção que teria alguma paixão ligada ao mundo dos livros. A minha juventude nos anos 70 foi muito agitada, no sentido de tentar uma participação política. Era uma época braba. Eu morava em Belo Horizonte e tentava participar de diversas formas, pelo movimento estudantil, teatro etc. Eu tinha um fascínio grande pelo Rio de Janeiro. Aliás, acho que todo mineiro tem um olho no Rio, principalmente naquela época. Era um fascínio pela cidade, pela sua geografia, pelo estilo de vida do carioca, pelas meninas, pelo “x” do sotaque. Era um pouco o símbolo da liberdade, da cidade cosmopolita onde as coisas aconteciam. Esse eterno drama do mineiro, de se sentir enraizado e, ao mesmo tempo, ter um sonho de conquistar o mundo. Eu tinha um pouco disso. E o primo de uma namorada minha tinha uma livraria no Rio, chamada Livraria Carlitos, que era um tipo de incrível

exército de Brancaleone. Era um grupo de pessoas ligadas ao cinema que abriram uma livraria para ganhar dinheiro e fazer filmes. Falavam, tramavam e pensavam nesses termos. E eles abriram essa livraria no Leblon, fizeram certo sucesso em 1973 e depois mudaram para Copacabana. Eles eram bastante ambiciosos, a livraria tinha perfil de importadora, ficava perto do Copacabana Palace, era uma coisa ampla, com livros de todo o mundo, mas não tinha uma base e estrutura comercial elaborada. E nessa coisa acelerada que é a cabeça dos jovens cineastas e empreendedores da época, eles abriram uma filial em Ipanema, e convidaram minha namorada, a Marta Luz, e eu para tomar conta. Chegamos ao Rio em janeiro de 1975 e um ou dois meses depois a Carlitos anunciou que ia fechar a filial. Economicamente, o negócio era um desastre. Mas a livraria era superpretensiosa, no bom sentido. Importavam livros da França, Inglaterra, eram ousados. Eles tinham em Copacabana um depósito abarrotado de livros sofisticadíssimos, de alta filosofia.

Você comprou a livraria deles?

Logo depois da minha chegada, para conter um déficit que era cada vez maior, eles resolveram fechar a loja de Ipanema. Eu tinha 20 anos e não tinha noção nenhuma de administração, mas tinha muito entusiasmo e me dedicava muito. Então fizemos um acordo e eles acabaram vendendo essa loja para gente por uma pequena quantia e aí ficamos com a livraria de Ipanema.

Por que Muro? É uma referência à guerra fria, a Sartre, a ditadura militar?

Não sei por que, mas a razão social era Muro. Carlitos era o nome fantasia. Eles fizeram da filial uma empresa separada, autônoma. Eles não lembram, mas o nome provavelmente deve ser inspirado em Sartre [*O Muro*, 1939]. Quando assumimos o controle da livraria resolvemos deixar o nome Muro e funcionou. Nome é sempre uma coisa maluca, eu tenho dúvidas, é um troço que me assola. Às vezes, eu fico pensando no nome Travessa, as pessoas acham sensacional, mas eu tenho dúvidas. Até um tempo, mesmo a Travessa sendo bem conhecida, eu pensava em mudar o nome. Tem uma frase muito boa sobre nomes que é “nome é um copo vazio”. Se você pega, por exemplo, Porcão, Casas da Banha, são nomes horríveis, mas é um copo vazio que você enche devidamente ou não. Eu sofro muito com esse negócio de nome. Então Muro foi um nome que pegou, mas sempre achei estranho, assim como Travessa. Dazibao, que foi outra livraria do Rio, também

é estranho. Bem como Azougue...

Na época da Muro você estava morando com o poeta e compositor Tavinho Paes?

Pois é, na época da vinda para o Rio eu era duro. Essa aventura na Muro foi muito heróica, muito interessante. Era uma época de muita felicidade, mas de pouquíssimo dinheiro. Outro dia, passando na rua General Osório, lembrei que eu juntava grana para comer pastel lá e beber caldo de cana. Eu não podia comer pastel todo dia, era uma extravagância. O primeiro lugar que moramos no Rio foi na Tijuca, dividia apartamento com um amigo muito querido. Os seis primeiros meses a gente morou nesse apartamento na Tijuca, depois começamos a procurar um lugar mais perto de Ipanema. A idéia era dividir com os amigos, porque saía mais barato, e foi isso que aconteceu, alugamos um apartamento e procuramos pessoas para dividir. Eu e Marta ocupamos um quarto, o segundo ficou com Luis Augusto, que era produtor cultural, e o terceiro quarto não foi o Tavinho que ocupou, foi o Demétrio Gomes, que era muito ligado ao Tavinho. Era uma dupla de poetas, doidos, performáticos. Demétrio e Tavinho eram uma entidade. Quem levava o Demétrio ganhava de brinde o Tavinho. O Demétrio era bem mais fácil de conviver, era aquele cara bonito, charmoso, bacana, que as meninas adoravam. Mas era também mais quieto, mais profundo. Depois, ele se matou. Isso fazia parte daquela época. É curioso, porque quando a gente fala dos anos 70, o pessoal diz “como era alegre, como era legal!”. Mas tinha a repressão, a gente disfarçava, mas a repressão era braba. E não era só a repressão, era a depressão também, muita gente não sobreviveu. Não tinha muita graça. Hoje é muito comum a gente tratar isso como um episódio divertido. Realmente, a gente tentava fazer com que fosse divertido, mas era difícil viver sob censura. A gente era muito vigiado, perseguido. O medo da polícia era uma coisa constante. As pessoas eram torturadas, desapareciam, eram jogadas de avião. No limite era assim, ninguém sabia exatamente o que tinha acontecido, mas a pessoa sumia.

Ter uma livraria como a Muro era um risco naquele momento?

Era quase uma obrigação participar e colaborar com a oposição. Os termos hoje são muito diferentes. Oposição hoje é uma coisa, naquela época era outra. Oposição era todo mundo junto, um bloco só contra a ditadura. Dentro dessa oposição existiam “trocentas” vertentes, mas eu, nesse meu início de vida profissional, não fazia muita distinção. Era tão forte a pressão que era como se todos fossem do mesmo grupo. Tem uma coisa linda, que acho que foi

o Cacaso quem disse, que é como se todos estivessem escrevendo o mesmo poema. Era um grande poema de geração escrito por diversas mãos, todas colaborando no mesmo texto. Hoje em dia, é muito menos romântico nesse aspecto, porque é cada um por si.

Como era o mercado editorial naquela época?

Hoje em dia, você tem ferramentas maravilhosas, softwares de gerenciamento, que permitem você administrar uma livraria de grande porte, fazer filtragens de estoque, ter velocidade de reposição, e tudo isso de forma maravilhosa. Naquela época era tudo na mão, a gente fazia fichinhas, tínhamos até a pretensão de manter tudo organizado, de fazer fichamento de entrada e saída de cada coisa, mas era muito comum perder o controle. Aí era na intuição mesmo. A escolha de livro era feita na conversa com o vendedor, cada editora tinha o seu representante, seu vendedor que visitava as livrarias. A gente tinha um fichário, mas era difícil manter atualizado. Cada livro que chegava você botava “mais um”, depois vendia e anotava “menos um”. Você tinha ou não tinha talento para aquilo. E eu descobri que eu tinha um talento incrível. Até hoje têm determinadas editoras que eu conheço o catálogo de cor. Quer dizer, o de dez anos atrás, o atual eu não conheço. Por exemplo, da editora Perspectiva, eu sou capaz de dizer qual título corresponde ao número da coleção Debates. A coleção Estudos, por exemplo, o número dois é a do Mimesis [*Mimesis: a representação da realidade na literatura ocidental, 1953*], do Erich Auerbach. É aquela coisa do português do armazém, o seu Cabral da casa Lidador. É meu ídolo. O dia que eu conheci seu Cabral, eu falei “esse cara é meu ídolo”, porque ele sabia tudo, controlava tudo de cabeça. E eu tenho um pouco disso.

Você escolhia os títulos? Já tinha uma idéia de qual seria o perfil da Muro?

Esse talento para a escolha e para o controle eu sempre tive. A gente conseguiu formar uma equipe na Travessa que consegue perceber tendências. Uma vez um cliente me perguntou: “Mas quem escolhe esses livros?”. E espontaneamente falei: “Você!”. Conversando com o cliente, estando aberto para perceber o que as pessoas querem, o que existe por aí, o que está acontecendo de importante, você forma suas escolhas.

Você diz que 20% dos livros sustentam os outros 80%. Como é isso?

Essa lei vale para diversas situações, e também para o mercado de livro. 20% do que é vendido financia os 80%. É a Lei de Pareto. Claro que a porcentagem é uma coisa aproximada, mas em geral é assim, porque é a venda desse *best sel-*

ler que vai manter a livraria. Você não mantém uma livraria vendendo livro de fundo de catálogo. Por exemplo, *A Interpretação das Culturas* [1973], do Clifford Geertz, a Travessa de Ipanema vende cinco por ano. Em outro tipo de mercado qualquer, por exemplo, num supermercado, um produto que vende cinco a cada ano não vai chegar nem perto. Numa livraria isso é diferente, já pensou uma pessoa chegar à livraria e pedir *Sobrados e Mucambos* [1936], do Gilberto Freyre, e o livreiro dizer “não tem”? Não é possível, não é uma livraria que se preze. E quantos *Sobrados e Mucambos* você vende por mês? Dois? Mas as pessoas querem e precisam ir a uma livraria onde elas encontrem essas coisas.

É isso o que você chama de bibliodiversidade?

É ter desde aquele texto mais sofisticado, aquele livro que interessa a meia dúzia de pesquisadores, até o cara que escreve para um nicho que tem um grande público. É você ter toda essa oferta, dar voz a todo tipo de pessoa, de manifestação cultural, de transmissão de conhecimento que uma civilização precisa. Se for o *best seller* financia esse negócio, ele é vendido a um preço vil se olharmos pelo lado do mercado. Se um livro é vendido no supermercado a dois tostões e na livraria vai ser vendido pelo preço de capa, você não vai conseguir financiar aquela livraria, a bibliodiversidade não vai ter onde se manifestar, não vai estar ao alcance do público para qual ela teria muita utilidade.

Em Paris e em outras cidades têm muitas livrarias de nichos, de interesses específicos. Isso seria uma bibliodiversidade ainda mais saudável? Você acha que seria possível ter livrarias temáticas no Brasil?

Seria possível desde que não houvesse esse mercado selvagem, capitalista, essa coisa de o *best seller* ser vendido em qualquer lugar a preços muito baixos. A verdadeira livraria, onde você vai encontrar a bibliodiversidade, fica inviabilizada por esse negócio. Mas agora existe a internet, que é uma grande novidade, e está reorganizando tudo. É uma ferramenta muito legal para esse tipo de coisa, você pode procurar, você pode encontrar um texto. Antigamente, se dizia que a internet serviria para vender *best seller*, mas a internet tem se mostrado uma grande ferramenta para o fundo de catálogo, para a famosa cauda longa.

Qual a sua opinião sobre a Lei Lang, do preço fixo?

Eu sou um defensor. Até hoje ninguém nunca me mostrou porque a Lei Lang não seria uma solução quase mágica para poder resolver a questão do livro. Você entra na questão econômica, coloca uma regra ali e isso dá uma viabilizada, você transforma o mercado numa coisa muito democrática e com

muita possibilidade de atingir a sua verdadeira missão. Isso tem que ser visto com cuidado, porque as pessoas dizem que o mercado não pode decidir, que é preciso ter liberdade, mas para o mercado cultural isso não é verdade. Ele não pode ser pensado como uma coisa qualquer, então essa intervenção e a aplicação da Lei Lang atinge diversos setores de uma forma positiva. Eu nunca vi um argumento contra essa lei que eu concordasse. Cerca de 95% dos editores franceses defendem a Lei Lang, todos os candidatos da república, tirando Le Pen, também se manifestaram favoráveis. E para os livreiros brasileiros, qual a reflexão sobre isso? É muito comum você ouvir falar que a Lei Lang foi feita para preservar as pequenas livrarias, mas essa é só uma das vantagens. O maior defensor, que é o símbolo da Lang, é o Jérôme Lindon, antigo editor da Minuit francesa, um célebre editor francês, que dedicou a vida a defender a Lei Lang. Todos os editores franceses são a favor, os livreiros também. A força que a Lei Lang tem na França vem dos editores. No Brasil, eu acho que os pequenos livreiros são favoráveis, mas as grandes livrarias – não sei dizer com certeza – talvez não sejam favoráveis.

Na França existiu um embate contra o preço Fnac.

Exatamente. A Fnac, à medida que foi proibida de vender por preço diferente do preço de capa, conseguiu em troca uma margem de 5%, ou seja, ela poderia vender com 5% de desconto. Mas, por iniciativa própria, ela resolveu que não faria mais esse desconto. Hoje ela vende pelo preço de capa. O que me impressiona no Brasil são os grandes editores que combatem e puxam o tapete de qualquer discussão sobre isso. Não é que eles discutam e se coloquem contra, eles não discutem. Todas as vezes que isso foi proposto, eles fugiram e não participaram. O Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) principalmente. Eles não querem discutir, não querem falar sobre isso. Hoje as coisas mudaram um pouco, diante dos novos mecanismos de distribuição, de vendas na internet, acho que a lei precisaria se adaptar. É preciso pensar nisso. Você abriu filiais em Ipanema, Leblon, Barra, enquanto o Brasil tem uma carência enorme de livrarias.

Não vale a pena, como empresário, abrir uma Livraria da Travessa em um município onde não tem livraria?

A diferença entre ser um bom negócio ou não é a sua capacidade de administrar. Primeiro, você tem que ter talento e conhecer o negócio, tem que ter vocação, até porque livraria não é muito rentável, existem coisas muito mais rentáveis para quem quer só um negócio. A profissão de livreiro é uma coisa

muito prazerosa para quem gosta, tem suas vantagens, mas ela é de uma administração quase que torturante. Pegando como exemplo a Travessa de Ipanema, lá tem 80 mil livros, cada livro é único, insubstituível, e não pode faltar. Cada um tem que estar lá, cada um tem um ISBN [*International Standard Book Number*], são centenas de editoras diferentes. Administrar isso é um troço maluco. Hoje em dia, você tem a consignação, que é um excelente negócio nesse aspecto, porque em vez do livro estar num estoque de editora, para ser pedido por uma livraria que decida bancar, pagar e depois torcer para que venda, o livro vai para o estoque da livraria. O problema é que isso tem que ser muito bem administrado. Então, no começo, na boa época da Muro, a nossa capacidade de administrar consignações era muito pequena, a gente tinha algumas coisas em consignação, mas a maioria era comprada mesmo, e isso requer um investimento, você tem riscos muito maiores. Então, hoje, você consegue fazer crescer, ampliar o número de lojas, de filiais. Essa expansão que a Travessa teve foi possível por essas facilidades e por essa falta de obrigação de investimento em estoque. Mas não é fácil.

Uma coisa fundamental numa livraria, e não adianta sonhar diferente, é perceber o ponto comercial, o lugar onde você vai tentar a instalação da loja. A livraria que você vai fazer tem que conversar com o público, tem que ser a livraria que aquele público quer. É preciso ter um público enorme para viabilizar uma livraria. A Travessa de Ipanema hoje vende mil livros por dia, é muita coisa! Para você vender mil livros por dia você precisa que entrem na sua livraria pelo menos duas mil pessoas por dia. Ou seja, tem que ser um ponto interessante, não adianta achar que não. Hoje todo shopping antes de inaugurar pensa em qual livraria espetacular eles vão colocar, porque livraria é uma coisa que atrai pessoas, entretém. Várias livrarias são muito boas em oferecer isso. Tem que ter de tudo, a bibliodiversidade tem que ser espetacular, tem que ter uma arquitetura bacana, o espaço tem que estar bem iluminado, bem refrigerado, tem que ter um som ambiente que não interfira, tem toda uma concepção. Outro dia, me perguntaram em qual livraria eu me inspiro, eu disse Ralph Loren, Casa Lidador, Leonardo da Vinci, ou seja, qualquer comércio que seja bacana. Porque não é só a questão do livro em si, é pensar o espaço. Tem que ser um lugar agradável, maravilhoso, que as pessoas queiram ir, que elas possam passar horas legais, se conectar com o que está sendo lançado no mundo, com o que está sendo publicado na Europa. Ou seja, um lugar integral, com todas essas características. Na hora de escolher um lugar, você tem que pensar se tem massa crítica, se tem público suficiente para justificar o investimento, se vai ser viável a venda de centenas de livros diariamente.

Tudo isso você tem que pensar para ter um modelo de livraria como é a Travessa, a Cultura.

Como é a profissão do livreiro no Brasil e no mundo?

Às vezes as pessoas falam que a Travessa está maravilhosa, que parece até uma livraria de Paris, e eu digo que não, porque em Paris não tem isso. É curioso, Paris é a Disneylândia do livreiro, do amante do livro, mas lá não têm livrarias como a Travessa, a Vila, a Cultura. Há centenas de livrarias pequenas, especializadas, só de jardinagem, só de náutica, só de cães, é lindo esse jeito francês. Tem também a Fnac, que é essa grande loja de departamento, e tem a Gilbert Joseph, que tem livrarias de quatro andares, mas muito voltada para o público universitário, aquele público Sorbonne. Essa é a característica européia. O outro lado é o modelo americano, que são essas verdadeiras lojas de departamento, como Barnes and Nobles, a Borders, que são aquelas big livrarias sem muito charme, mas que são maravilhosas também. Um modelo não é melhor do que o outro, são estilos diferentes de atuar, até na questão comercial mesmo. Na França e em quase toda Europa, tem a Lei Lang, tem o preço fixo, já nos Estados Unidos é um salve-se quem puder. Na Inglaterra, já teve lei do preço fixo também, depois mudou, foi atrás do modelo americano. Lá eles têm grandes livrarias, que, aliás, são maravilhosas, mas agora, sem o preço fixo, eles ficam anunciando grandes descontos. Eu fico olhando daqui e achando graça, porque os livros das editoras inglesas vêm com o preço impresso na capa, então você vai em uma dessas lojas de departamento e um livro que tem um preço impresso na capa de 12,99 euros, é vendido por 7,50 euros. Você pensa que está ganhando um desconto. Eu, como importador, compro por oito euros – vem na nota, mais o desconto de livraria fica parecendo de 50%. Na verdade, eu compro por quatro euros. Aquele preço de 12 euros é só para atender a esse tipo de marketing. O livro poderia custar oito euros, tanto que eles vendem para mim no Brasil por oito. Só que, para poder parecer desconto, eles colocam um preço mais alto na capa. O preço é inflacionado para atender a essa política dos descontos, a política de embromar o cliente.

O preço de capa no Brasil está alto e muita gente relaciona isso às tiragens baixas. Quais seriam as políticas possíveis para o livro ser acessível a um público maior, um público jovem, estudante?

Isso é verdade absoluta. Quanto maior a tiragem, menor o preço do livro. E você consegue uma tiragem maior vendendo mais. Mas também é necessário ter uma rede de livrarias maior para conseguir essa tiragem maior. Se em

vez de 50 livrarias para as quais você vai vender, existissem 500, esse seria o melhor dos mundos. Se cada cidade do Brasil tivesse uma livraria porreta, a tiragem ia aumentar e o preço ia baixar, esse é o grande caminho. A discussão sobre lei do preço fixo é bastante sofisticada e não é possível abarcar ela toda aqui, mas acho que é essa lei que preserva as livrarias. Ela não permite que o *best seller*, que é o financiador da livraria, seja vendido a um preço chamariz em outros lugares, e isso faz com que o lucro desse *best seller* fique na livraria, viabilizando o negócio. Aí você consegue ter uma rede de livrarias bem maior, tiragens maiores e preços menores.

Você fala em política do *best seller*. O que é isso, especificamente?

É você utilizar o lucro do *best seller* para o mercado livreiro. O benefício de um livro que atrai, um livro que ganhou as páginas da imprensa, o gosto do público, é que vai impulsionar o mercado livreiro e o mercado editorial. Vamos pegar como exemplo o *Harry Potter* [escrito por *J.K. Rowling*]. Vão ser vendidos um milhão de exemplares no Brasil. Você fala: “As livrarias vão ganhar um impulso! Vendeu *Harry Potter* à beça, o cara reformou a livraria dele com o dinheiro que ele ganhou”. Não, porque virou *best seller* no mercado de não sei onde, na banquinha, sendo vendido pela metade do preço. O mercado coloca uma margem de 0,5%, um preço baixo, e essa rentabilidade que era para ser canalizada para impulsionar o mercado livreiro é diluída nesses pontos de venda que, em diversos casos, não são o mercado livreiro. Na internet, a gente vê muito isso: “Vou botar esse livro aqui no meu site, vai entrar um monte de gente, vai fazer cadastro, depois eu mando uma mala direta”. Essa venda foi embora. A editora vendeu do mesmo jeito, o livro chegou à mão do público – nesse ponto tudo bem –, mas não beneficiou o mercado livreiro, que tem a missão da bibliodiversidade, de não só vender *Harry Potter*, mas também o Zé das Couves que escreve para um nicho menor. Esse aí não vai encontrar meio de distribuição para ele.

As livrarias também estão se tornando lojas de luxo e existe quem se sinta excluído por isso. Uma pessoa não vai sair da Cidade de Deus e entrar na Travessa do Leblon, não só pela questão geográfica, mas porque ela vai se sentir inibida. Existe um público maior no Brasil que não está sendo contemplado?

É verdade que as periferias da cidade têm tido cada vez menos acesso à cultura, e têm cada vez mais consumido uma cultura de lixo. É espantoso atualmente como está forte essa coisa de cultura das celebridades, de ficar em torno

de fofoca, é deprimente. Então você tem que oferecer para as pessoas outro tipo de coisa. Por outro lado, eu como empresário não posso fazer nenhuma coisa que me inviabilize. A gente tem uma vontade danada, tenta democratizar, essa é uma preocupação. Por exemplo, a Travessa tem aquela cara bacana, mas não é uma coisa para poucos, não é uma coisa cara, pelo contrário. Você não vai pagar mais caro numa livraria bacana, seja qual for, do que numa outra livraria. É muito legal você ver pessoas que não têm muita intimidade com os livros e com esse ambiente pegando um livro e achando aquilo maravilhoso. É legal quando você vê que está conseguindo oferecer isso. É como se fosse a primeira vez que a pessoa está tendo acesso àquela coisa maravilhosa que são os livros expostos, os livros ao seu alcance. Isso é bonito.

Para encerrar, indique um livro para a gente. Indicar um livro? (risos).

Atualmente ando monotemático, tenho lido ciências, divulgação científica. O livro pelo qual estou apaixonado, que é maravilhoso, é aquele do Richard Dawkins: O *gene egoísta*. Fala da teoria dos memes, que são os genes da cultura; que, da mesma forma que os genes perpetuam a sua carga de informação genética, os memes seriam o equivalente para as ideias, para a cultura. Achei esse conceito fabuloso, e é uma coisa científica. Todo mundo deveria ler pelo menos esse capítulo dos memes.

Vincent Carelli

Documentarista e diretor da ONG Vídeo nas Aldeias

“O olhar externo sobre os índios sempre teve a tendência de focar e pontuar o que é exótico. Já a produção indígena traz um sentimento oposto. Isso humaniza os índios, aproxima as pessoas.”

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 30 de abril de 2010, em São Paulo.

Vincent Carelli

As oficinas da ONG Vídeo nas Aldeias incentivam os índios a construir seu próprio filme, sua própria temática e sua própria linguagem. Desde 1987, a iniciativa já resultou em mais de 70 filmes, sempre com o intuito de apoiar as lutas dos povos indígenas para fortalecer suas identidades por meio do audiovisual. Nascido na França, em 1953, o indigenista e documentarista Vincent Carelli é o articulador da proposta. “O audiovisual assume uma contribuição fundamental para os próprios índios – à medida que eles adquirem consciência e refletem sobre seus processos de mudança.”

Sua história com os índios começa quando acompanhou o irmão nas terras xikrin quando tinha 16 anos. “Isso abriu minha cabeça para o mundo.” Participou do Projeto Povos Indígenas no Brasil, do então Centro Ecumênico de Documentação e Informação e hoje Instituto Socioambiental (ISA). Recentemente, o Vídeo nas Aldeias lançou uma caixa com cinco DVDs e dez filmes produzidos pelos próprios indígenas. “As oficinas do Vídeo nas Aldeias buscam uma apropriação coletiva do processo audiovisual. Eles dialogam com a câmera, se expressam. O desejo coletivo das pessoas se expressa na forma de se relacionar com a câmera.”

Filho de pai brasileiro e de mãe francesa, o documentarista Vincent Carelli finalizou em 2009 o longa-metragem *Corumbiara*, sobre o massacre nunca investigado de índios isolados da Gleba Corumbiara, no sul de Rondônia. “É um filme que emociona, que comove as pessoas, que leva a uma reflexão e fico pensando de quantas Corumbiaras é feita a história do Brasil.” Para ele, a contribuição dos índios para a formação brasileira precisa ser redimensionada diante de tantos preconceitos do nosso senso comum. “A cordialidade, que é um diferencial do Brasil, é herança indígena e o país desconhece.”

Como foi sua breve passagem por um curso universitário na USP?

Bem, comecei a conviver com os índios aos 16 anos. Isso deu um rumo na minha vida e por isso acabei nas ciências sociais. Mas quando entrei na faculdade, já havia lido muita coisa de etnografia indígena. Passei somente um ano na USP e vi que a minha vida não era essa. O meu problema era existencial mesmo. Tranquei minha matrícula depois desse primeiro ano e nunca mais voltei. Fui morar com os índios Xikrin, no Pará. E levei uns dez anos para voltar a São Paulo.

Como se deu esse contato com os índios? Como isso aconteceu?

Foi no sul do Pará. Meu irmão queria ser padre e tinha um guia espiritual dominicano. Era um padre dominicano francês de vocação tardia que tra-

balhava com os Xikrin. Nessa época, os Xikrin estavam abandonados e esse padre era um missionário que não fazia proselitismo, estava ali para ajudar. Então, eu enchi o saco pedindo para ir e me levaram. Fui eu e a Lux Vidal, uma professora da USP. Eu tinha 16 anos e isso abriu minha cabeça para o mundo. Tive uma compreensão mais ampla da humanidade. Aliás, acho que a experiência do choque cultural – principalmente neste mundo globalizado – é vital na formação dos jovens. O choque cultural é fundamental para o jovem não ficar enclausurado no seu mundinho. É evidente que isso pode se dar de muitas formas. Nem todo estudante brasileiro pode ir a uma aldeia indígena e nem existe aldeia suficiente para isso (*risos*), mas alguma forma de choque cultural é fundamental na formação das pessoas.

E o seu trabalho com o audiovisual começou quando?

Sempre fui fotógrafo. Fazia *still*. E, na experiência com os índios xikrin, eu presenciei o momento em que eles viviam isolados na mata e ainda realizavam cerimoniais fantásticos. Eu tinha o sentimento de estar sozinho ali presenciando uma coisa que o mundo nunca tinha visto. O audiovisual nasce disso. Não era possível que aquelas coisas pudessem desaparecer sem que o mundo as conhecesse. Era a função do registro. Naquele momento, me aprofundi na fotografia, o audiovisual veio mais tarde. Mas o registro foi uma coisa que se impôs, pois eu estava tendo acesso a um mundo marginalizado e absolutamente fascinante. A resposta a essa exclusão foi o audiovisual. Mais tarde, já nos anos 80, participei da criação de um projeto chamado Povos Indígenas no Brasil, organizado pelo Centro Ecumênico de Documentação e Informação, que hoje é o Instituto Socioambiental (ISA). A ignorância sobre o mundo indígena era tão profunda que não existia no Brasil um banco de dados confiável sobre o tema. Sequer um censo, muito menos dados que pudessem servir para jornalistas, pesquisadores e, principalmente, agentes do governo. Não havia mapas, não havia nada. A proposta desse projeto era criar uma rede de alianças – independente de ideologias – para reunir missionários, antropólogos, indigenistas, pesquisadores, fotógrafos, viajantes e quem mais quisesse com o objetivo comum de reunir dados sobre essas populações. A iniciativa era sobretudo de superar as divergências, porque esse mundo também é muito dividido: indigenista não suporta antropólogo, que, por sua vez, não suporta missionário e assim vai. Dentro da proposta básica deste grupo, queríamos criar um banco de dados sobre a realidade indígena neste país. Assim, trabalhei 10 anos nesse projeto, ajudei a costurar alianças. Fiz o arquivo fotográfico do projeto e juntei oito mil fotos sobre os povos indígenas. Juntei to-

dos os arquivos públicos, cruzei com os arquivos de museus, de antropólogos. Com isso, ficou evidente nesse trabalho que estas fotos e o material histórico recolhido tinham uma enorme importância para os índios, pois essas coisas nunca retornam para eles. Os índios vivem processos de mudanças extremamente intensos e a questão da memória para eles é fundamental, por conta das novas gerações. Então, toda vez que eu ia para a aldeia levando estes materiais havia um interesse e um fascínio enorme. Desta maneira, a ideia de que o audiovisual assume uma contribuição fundamental para os próprios índios – a medida que eles adquirem consciência e refletem sobre seus processos de mudança – acabou por gerar o projeto Vídeo nas Aldeias.

O antropólogo Claude Lévi-Strauss faz um elogio ao filme *Kiarãã Yõ Sãti ou O Amendoin da Cotia*, de 2005, do povo Panará. Ele o avalia como “o melhor filme que eu jamais tenha visto sobre os índios da América do Sul”, elogia o enquadramento, a qualidade das imagens. Diz assim: “Temos constantemente a sensação de poder ver a vida indígena de dentro”. É isso que vocês buscam?

O Lévi-Strauss era de uma lucidez incrível. Ele tocou na questão-chave nesse comentário: o sentimento de se sentir transportado para a realidade indígena e enxergá-la de dentro. Ele sacou o ponto essencial da coisa e isso já estava assim. Depois recebemos outra carta dele, também manuscrita, quase ilegível. Foi um ano antes de sua morte [*Lévi-Strauss morreu em 2009, pouco antes de completar 101 anos*]. Era um dos nossos fãs. Evidentemente foi um cara que até o fim da vida se atualizava e lia tudo o que saía da antropologia e iconografia indígena brasileira. Aos cem anos podia assistir a este filme e localizar essa questão.

O “sentir-se transportado” que o Strauss mencionou pode ser uma forma de construir aquele choque cultural que você considera importante? Esses DVDs seriam formas de construir choques culturais?

Sim. Essa produção dos cineastas indígenas são filmes de imersão, que podem gerar uma vivência e uma empatia com estes personagens. Hoje a gente está levando esses filmes para a rede escolar, pois eles são didáticos, mas não no sentido literal da palavra. Eles não estão aí para explicar como são os índios ou como é determinado mito. Ali está o humor indígena, a sacanagem, a alegria de viver. Às vezes, a gente fica se perguntando: “Mas como isso será interpretado? Qual será a leitura de quem assistir?”. A questão é que os índios são sinceros, abertos, eles se expõem nos vídeos. O ponto central dos filmes

não é explicar os índios, é criar empatia por meio dessa imersão sensitiva no mundo indígena.

O Lévi-Strauss também fala da perfeição da escolha dos enquadramentos, dos temas, das locações. Como vocês planejam um filme com os índios?

A gente estava falando de filme autoral, quando o cineasta ou alguém chega a uma aldeia, por exemplo, com uma ideia: “Quero fazer um filme assim e assado”. Mas o processo do Vídeo nas Aldeias é completamente diferente disso. Primeiro porque a gente chega diante de uma demanda. A gente não chega para dizer: “Oi, estou aqui, vocês querem fazer um filme com a gente?”. Não é assim. Os filmes surgem de uma demanda deles – ou de jogos ou de uma liderança já com uma preocupação de resistência cultural, sabendo que este audiovisual vai potencializar esse discurso. Quando chegamos já existe um desejo coletivo do filme e que resulta também em um processo de criação coletivo. Desde a escolha do tema. Muitas vezes é o que está acontecendo ali naquele momento. O processo de filmagem começa pelas oficinas e também é uma imersão com a aprendizagem coletiva dos jovens cineastas. É tudo coletivo. Primeiro se filma, depois assiste junto e, à noite, cinema na aldeia. As salas de edição e de oficina são espaços abertos. Toda a aldeia, conforme o seu ritmo, vai passando por ali, vendo as imagens que estão sendo produzidas. A postura dos índios em relação ao filme é de apropriação total. Assim é a produção do Vídeo nas Aldeias. Partimos de uma experiência completamente negativa que todos eles tiveram: a frustração com audiovisual. Chegam à aldeia o cara da TV Globo, o antropólogo, o fotógrafo, o jornalista, qualquer um, mas o material produzido nunca volta para a aldeia. É certa expropriação, apesar de a intenção ser a melhor possível. O fato é que quando você vive na aldeia e percebe visitantes vindo e indo embora, isso gera uma expectativa. Depois, quando assiste ao vídeo na televisão, fica frustrado. Há comentários assim: “Poxa, mas isso ele inventou. Que história é essa? Cortou isso, cortou aquilo. Nós não somos isso. Ele inventou aquilo e não disse o fundamental”. É a experiência negativa deles. Portanto, as oficinas do Vídeo nas Aldeias buscam uma apropriação coletiva do processo audiovisual. Eles dialogam com a câmera, se expressam. O desejo coletivo das pessoas se expressa na forma de se relacionar com a câmera. Há um texto interessante da crítica de cinema Andréa França sobre isso [A *livre afirmação dos corpos como condição do cinema, publicado em 2006*]. As culturas indígenas são esteticamente sofisticadas, então, quanto ao enquadramento, existe uma relação inata dessas culturas

por esse olhar. É claro que existem os mais talentosos, os menos talentosos, mas a sofisticação estética já existe. Há índios com enquadramento clássico, lindo, e isso nem se ensina. O cara pega a câmera e faz de maneira impressionante. A gente fez filmes em oficinas de 20 dias. Em 2001, os Ashaninka fizeram o filme *Shomôtsi*, que o cineasta Eduardo Coutinho considera uma obra-prima. O enquadramento é coisa de cinema, brota naturalmente, está na formação deles. Em resumo, os temas são escolhidos por eles e tudo vai brotando da vida. Como hoje em dia a televisão já chega a muitas aldeias, isso lhes dá uma cultura televisiva, mas não cinematográfica. Eles adoram filmes de ação, futebol e jornal. O trabalho começa por desconstruir essa linguagem televisiva que, evidentemente, o índio tende a executar: o repórter, a entrevistada. Trabalhamos muito com um cinema direto, sem entrevista formal, um cinema de observação. O cara precisa estar atento. Não só o olhar, mas escutar. Esse é o primeiro ponto importante. No começo, adotamos uma série de regrinhas: é proibido zoom, só plano aberto; se quiser detalhe, chega junto com a câmera. É aquela coisa do documentário, a relação do autor com o seu personagem e com o seu assunto. Isso o cara precisa enfrentar sozinho, porque nunca estamos no local da filmagem. Ficamos meio reclusos em um espaço e eles vão procurar seus personagens. Esta é uma experiência fundamental para quem está aprendendo a fazer documentário.

Vocês já fizeram oficinas e filmes em muitas aldeias. A produção deles é contínua?

A proposta é uma formação continuada. Hoje já temos vários cineastas formados, editando, com seus equipamentos em mãos. Pouco a pouco viramos produtores. De formador a produtor e distribuidor. Tudo é novo para eles, os equipamentos, a internet. Aliás, são internautas apaixonados. Mas como são de uma cultura oral, o domínio da escrita ainda é muito relativo. Contudo, a escrita é o grande meio para se chegar a esse mundo da competição por financiamento cultural. Acabamos por cumprir um pouco essa função de produtor, de escrever um projeto para um edital, de ajudar a captar recursos, de participar de algum evento.

E a questão da autoria nessas obras coletivas. Quem assina? Quem é o responsável?

Tudo é intrincado. Primeiro porque os cineastas são escolhidos pelo coletivo e são podados à medida que eles deixam de seguir a vontade coletiva. O jovem cineasta possui um compromisso de escutar e de atender às deman-

das da coletividade. A gente assina contratos com eles que contemplam essa questão. Existem os autores, que são os cineastas, mas os direitos de imagem são coletivos. Para registrar e distribuir um filme no Brasil, se você precisar ter o RG do filme [*o Certificado de Produto Brasileiro (CPB), emitido pela Agência Nacional de Cinema (Ancine)*], a burocracia não aceita sem existir um autor especificado. No final, digo que os personagens que eles filmam são tão autores quanto os cinegrafistas. Se alguém na aldeia aceita o desafio e entra na brincadeira de ser seguido e se deixar filmar, ele também começa a criar aquela personagem junto com o cineasta. Ele propõe cenas, dialoga com aquela produção, passa a ser tão autor quanto o cara que está filmando. São produções de autoria coletiva. Agora, por questões burocráticas, acabam assinando o coletivo, cinco ou seis autores, ou algum especial, porque sempre existe aquele cara que se apaixona pelo negócio e diz que é o negócio da vida dele. Esse é o cara.

Você é um crítico dessa burocracia dos editais, principalmente dos modelos dos Pontos de Cultura. Como preparar as pessoas para fazer os convênios, tocar a burocracia e executar os trabalhos?

Eu acho que não é uma questão de preparar as pessoas. A questão é mudar as regras do jogo. Ouvi uma vez do secretário-executivo do Ministério da Cultura, Alfredo Manevy, uma frase genial falada por uma velhinha que recebeu o Prêmio Culturas Populares lá no Nordeste: “O prêmio eu agradeço, é de Deus. Agora o regulamento é do capeta” (*risos*). E é mesmo! Nós que somos deste meio – sou “ongueiro” desde os anos 80 – apanhamos com todos esses regulamentos, imagine todo esse pessoal. No começo da gestão do Gilberto Gil, quando fizeram essa revolução na questão cultural, eu acho que havia uma guerra interna no poder Executivo, entre os funcionários de carreira e os criadores dessa política. Nesta guerra, os funcionários públicos pareciam odiar a possibilidade de ONGs e Oscips receberem dinheiro público. Com isso, o número de regras só piorou. A criação da tal comissão paritária, lá no meio do processo, impôs as mesmas regras para o Executivo e para ONGs na execução dos recursos públicos. Isso era um desastre não só para os índios, mas para a cultura popular, que, pela primeira vez, foi introduzida em um modelo de subvenção. Você jogou na inadimplência milhares de organizações populares. Imagina um cara que tem um maracatu na periferia de Recife. Você diz que a sede dele pode ser debaixo de uma mangueira, mas depois você pede uma planilha. Pelo amor de Deus! A questão não é preparar as pessoas para atender a essas exigências, mas mudar as exigências. Precisamos repensar

isso. Esses modelos de financiamento do Ministério da Cultura precisam virar políticas públicas e não política de governo. Isso precisa ser institucionalizado com mudanças nas regras. A proposta é muito legal, mas a experiência desses oito anos mostra um impasse. É preciso dar aí um novo salto.

O ensino das culturas afro-brasileira e indígena nas aulas de história se tornou obrigatório com a Lei 11.645/08. Quem deve ensinar essas culturas nas escolas?

Os professores, não existe saída. A questão-chave da implementação dessa lei é a formação dos professores. O grande investimento que precisa ser feito é a reciclagem. É impossível os professores ensinarem uma matéria que eles nunca tiveram, nunca aprenderam, porque senão o tiro sai pela culatra. Aí será um desastre. Se cada um chegar e quiser ensinar aquilo que acha que sabe sobre os índios, aí nós estamos lascados. A questão do conteúdo é difícil, porque estamos topando de frente todos os equívocos nacionais sobre a questão indígena. Não é fácil. É evidente que é uma decisão politicamente ousada e bem-vinda, mas precisamos ajudar para implementar isso. Precisamos de investimento na formação dos professores e na produção de material. O Vídeo nas Aldeias acabou de distribuir três mil kits para escolas públicas do ensino médio com a coleção *Cineastas Indígenas – Um Outro Olhar* e publicou um livro chamado *Guia para Professores e Alunos*. Estamos tentando topando de frente com os grandes equívocos sobre a realidade indígena. A gente usou um texto do professor José Ribamar Bessa Freire, em que ele cita frases do senso comum: «Índio é tudo igual»; «Índios vão desaparecer»; «São culturas atrasadas», tudo isso para representar esses preconceitos. Usamos essas frases para trabalhar as suas desconstruções. Também buscamos uma releitura da história do Brasil, trazendo a perspectiva e a versão dos índios dos períodos históricos que eles viveram. Os índios do Acre, por exemplo, viveram o ciclo da borracha, que é um período histórico. Dá para fazer uma releitura da história do Brasil, pois ela tem muitas versões e muitas leituras. Agora, a distribuição dessa caixa de DVDs é um trabalho experimental. Queremos ter retorno sobre essa coletânea que distribuimos nas escolas. Sabemos que alguns filmes já foram vetados, por serem provocativos. Um exemplo é *Huni Meka ou Os cantos do cipó*, de 2006, que fala da cultura do ayahuasca na região acreana. Fizemos alguns laboratórios no magistério sobre esses filmes e parece que todos os professores falavam: “Esse filme não passa na minha sala de aula”. Imagina isso! É um tema atual – adolescentes e drogas. Mas a resposta dos professores é que as escolas não estão preparadas para alguns filmes, por isso queremos

retorno sobre esse material, para sabermos por onde os debates podem entrar. O Brasil é muito grande. As visões e as leituras destes filmes serão diversas. A gente está tentando coletar este *feedback* para ter um entendimento sobre como estes filmes são vistos, se ajudam, em que atrapalham. Inclusive para orientar futuras produções para a escola.

E a distribuição comercial deles é possível? Ou eles ficam presos à marginalidade do audiovisual? A demanda por este tipo de filme em festivais está crescendo?

Sem dúvida. Eu comecei em 1986 e não havia espaço na televisão pública naquela época. Ou ouvia algo assim: “Essa não é o formato, a linguagem, o tamanho. Vamos remontar o filme”. Não era nada. Hoje, a TV Cultura de São Paulo, com programa *A’uwe* já passou mais de 40 filmes nossos, aos domingos às 18h30, no horário nobre. Em 30 anos houve abertura. É um movimento nacional de despertar do Brasil que não conhece o Brasil. A valorização da diversidade cultural brasileira e as políticas implementadas criaram outro ambiente no país. Desde o começo estes filmes são muito bem vistos em festivais. Hoje em dia há um pipocar de festivais e mostras pelo mundo. Em qualquer cidadezinha do interior existe um. E os filmes dos índios estão sendo muito bem recebidos. Eles possuem um diferencial que surpreende as pessoas. Eu ouvi muito isso no fim das projeções: «Eu nunca tinha visto um filme apresentando a realidade dos índios assim”. Mas esse “assim” é o quê? É o fato de você se sentir dentro. Porque o olhar externo sempre teve a tendência de focar e pontuar o que é exótico: «Olha, que estranho, eles comem isso!». Sempre está focado em quão diferentes os índios são. Já a produção indígena traz um sentimento exatamente oposto. O dia a dia, o humor, isso humaniza os índios. Ele ri do que eu riria, ele chora, entende? Para além das nossa diferenças – do “eu como isso e ele come aquilo” –, nós somos gente! Isso aproxima e surpreende as pessoas.

Passamos há pouco por um julgamento político muito importante para os índios: a homologação contínua da terra indígena Raposa Serra do Sol, em Roraima. Como você encara isso para a cultura indígena?

Foi superimportante, claro. Isso foi alardeado como a grande vitória pela imprensa, mas é preciso lembrar que a decisão veio junto com quase 20 reservas gravíssimas apresentadas pelo ministro Menezes Direito, do Supremo Tribunal Federal. O reconhecimento da Raposa Serra do Sol gerou o maior pacote legal de expropriação dos direitos indígenas dos últimos 50 anos da

história brasileira. Substituímos o conceito de segurança nacional pelo conceito de utilidade nacional. Mais fez com que esse último conceito superasse qualquer outro direito. Se o Brasil precisar fazer uma hidrelétrica no meio da aldeia, ela vai sair e ponto. Porque isso é de utilidade nacional. Ao mesmo tempo, é um conceito muito parecido com a prepotência do conceito “segurança nacional”. Se essas condicionantes forem levadas a sério, nenhuma reserva poderá ser ampliada. E existem muitas sendo revisadas. Penso que os ministros do STF tiveram que engolir a Raposa diante do forte clamor nacional e internacional, mas eles empacotaram as ressalvas, uma questão grave para ser resolvida. A Advocacia Geral da União sequer contestou e elas são inconstitucionais. Mais grave do que isso foi que as ressalvas puxaram o debate dos militares – apoiados pela direita – sobre o “perigo” da presença de terras indígenas em áreas de fronteira, porque seria um perigo para a segurança nacional. Não sei se na Escola Superior de Guerra se estuda a história do Brasil, mas quem ajudou a demarcar as fronteiras atuais foram os índios. Eles ajudaram a Comissão de Limites, comandada pelo Marechal Rondon, a demarcar o território nacional. Parece que eles não estudam história. Quem convive com os índios sabe muito bem que eles possuem um sentimento de pertencimento ao Brasil, de cidadania brasileira. Isso é de uma ingratidão imensa, nos remete de volta ao arquétipo do outro como estrangeiro e inimigo em potencial. Os índios são tratados como potenciais traidores do Brasil e, por isso, estar em zona de fronteira, é uma ameaça ao país. Nessas horas, a direita e a esquerda nacionalistas se juntam contra os índios. Era para acabar com terra indígena em zona de fronteira, então o Lula, para temporizar, falou: “Vamos colocar um batalhão de fronteira em cada reserva indígena”. A Raposa Serra do Sol trouxe tudo isso. Duas grandes forças antagônicas.

O Vídeo nas Aldeias serve para um crescimento nas conquistas políticas das aldeias e para os índios como um todo?

Sem dúvida nenhuma. Há uma importância política, porque minorias invisíveis passam a ser vistas. Isso é estratégico politicamente. Questões como identidade e afirmação da diferença são vitais para a sobrevivência das minorias. A questão cultural é a questão política das minorias. Por isso, a valorização cultural por meio do audiovisual possui repercussões políticas internas nas comunidades e também para a representação nacional dos índios. Hoje, o projeto Vídeo nas Aldeias é muito conhecido no mundo indígena. Das 800 propostas ao Prêmio Culturas Indígenas de 2009, do qual eu fui jurado, 85% eram de registros audiovisuais. Existe uma demanda reprimida enorme aí.

Por quê? Existe uma importância estratégica para eles no seu processo de revitalização. Nós estamos saindo da Idade Média para o que os índios chamam do “tempo dos direitos”. Nós estamos saindo de uma situação em que o índio que era índio não queria ser. Hoje não. Há direitos específicos. Estamos nos movendo para outra radicalmente diferente. Muitos índios foram arrasados culturalmente, mas neste ambiente de valorização, estão tentando juntar os cacos. E mesmo aqueles que estão com uma cultura totalmente operante estão preocupados com a questão da transmissão e do interesse da nova geração em aprender. O cinema é muito interessante para os jovens que estão fascinados pela tecnologia, pelo tênis *Nike*, pelo celular, pela câmera. Mas na hora do processo de filmagem eles precisam falar com quem? Com os velhos. E este processo do cinema, do documentário, da ficção, do que seja, gera uma dinâmica interna na comunidade, de reencontro de gerações. Os velhos ficam felizes e os jovens descobrem coisas que estavam ali e que eles nunca perguntaram. Eles falam: «Pô, mas você nunca me contou essa história». O velho diz: «Você nunca perguntou». O encontro de gerações é muito importante, pois é aí que se dá a transmissão, a revalorização, o resgate. O cinema é muito interessante nesse sentido. Precisamos criar novos centros de capacitação, ampliar o acesso dos índios aos meios audiovisuais. Isso não é só uma instituição que vai fazer, mas um conjunto delas.

Você fez o filme *Corumbiara*, de 2009, que lembra a denúncia de um massacre. O que é este filme e até que ponto o Vídeo nas Aldeias o influenciou?

É um filme biográfico, de balanço de vida, é um filme de guerrilha. O cinema é a única forma de superar a impotência prática de você ver um crime acontecendo e ninguém tomando conhecimento da coisa. A imagem foi o grande recurso. A única volta possível de um crime de genocídio, que aconteceu na Gleba Corumbiara, em Rondônia, e que nunca foi investigado. No filme, há provas inequívocas da existência do crime e quando eu digo que não serviu de nada é porque não foi aberto o caso. Ficou um debate se o crime prescreveu ou não prescreveu, mas eu penso que, em um tribunal internacional, o crime de genocídio não deve prescrever nunca. De qualquer jeito, os índios também foram atacados 10 anos atrás e isso não teria prescrito. Fiquei muito satisfeito com a acolhida do filme no Brasil. Muitas vezes a gente acha que o estrangeiro valoriza mais, e de fato, o Vídeo nas Aldeias foi reconhecido muito cedo no exterior e só agora com o Ministério da Cultura é que o projeto foi redescoberto. O filme *Corumbiara* é genocídio, guerra, loucuras, milhares de gentes morren-

do todo dia. Catástrofe é o que não falta em todo o mundo, mas no Brasil, *Corumbiara* tocou fundo. É um filme que emociona, que comove as pessoas, que leva à uma reflexão e fico pensando de quantas Corumbiaras é feita a história do Brasil. Se ele não moveu a Procuradoria da República a tomar uma atitude, fez muita gente pensar e ainda vai fazer muita gente pensar sobre a dívida histórica que este país tem com os índios. O último grande intelectual brasileiro a ter uma relação visceral com os índios foi Darcy Ribeiro. Se você ler *O Povo Brasileiro*, ele recria quase que ficcionalmente e de uma maneira muito bela os 100 primeiros anos da história do Brasil, antes dos africanos chegarem. Ele fala do cunhadismo tupi-guarani [*relação de parentesco estabelecida com os estranhos da comunidade*], os jogos de alianças, ele reconstitui isso e entende essa cordialidade do Brasil. Darcy reconstitui o começo da formação cultural brasileira, essa amabilidade brasileira. Essa cordialidade, que é um diferencial do Brasil, é herança indígena e o país desconhece. O etos do Brasil e do povo brasileiro deve muito aos índios.

Esse discurso de que a herança indígena nos deu a rede, a mandioca, não sei o quê mais não significa nada. A contribuição indígena para a formação do Brasil é muito mais profunda que isso.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/vincent-carelli/>