

BAIXO MACHO PARA DE

ORGANIZADORAS

ELIANE COSTA E
GABRIELA AGUSTINI

ADAILTON MEDEIROS

ANDERSON QUACK

BINHO CULTURA

ELIANE COSTA

GABRIELA AGUSTINI

GEORGIA NICOLAU

JAILSON DE SOUZA E SILVA

JUNIOR PERIM

MARCUS VINÍCIUS
FAUSTINI

RICARDO ABRAMOVAY

RICARDO SARMENTO
COSTA

SERGIO BRANCO

TERESA GUILHON BARROS

YASMIN THAYNÁ



DE BAIXO
PARA CIMA

O ORGANIZADORAS
ELIANE COSTA E
GABRIELA AGUSTINI

X ADAILTON MEDEIROS
ANDERSON QUACK
BINHO CULTURA

A ELIANE COSTA
GABRIELA AGUSTINI
GEORGIA NICOLAU
JAILSON DE SOUZA E SILVA

B JUNIOR PERIM
MARCUS VINÍCIUS
FAUSTINI

E RICARDO ABRAMOVAY
RICARDO SARMENTO
COSTA

P SERGIO BRANCO
TERESA GUILHON BARROS
YASMIN THAYNÁ

© Alguns direitos reservados Eliane Costa e Gabriela Agustini.



Coordenação editorial

HELOISA BUARQUE DE HOLLANDA

Produção editorial e revisão

JACQUELINE BARBOSA

Projeto gráfico e diagramação

ADRIANA MORENO

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO NA FONTE

SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ

D32

De baixo para cima/organização Eliane Costa, Gabriela Agustini. - 1. ed. -
Rio de Janeiro: Aeroplano, 2014.

352 p.; 12 x 19 cm.

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7820-114-2

1. Cultura. 2. Antropologia. I. Costa, Eliane. II. Agustini, Gabriela.

14-18060

CDD: 306

CDU: 316.7

24/11/2014 24/11/2014

Disponível em: <http://www.debaixoparacima.com.br>

Alguns direitos reservados.

Aeroplano Editora e Consultoria Ltda.

Praia de Botafogo, 210/sala 502 – Botafogo – Rio de Janeiro (RJ)

CEP 22.250-040

Tel.: (21) 2529-6974 – Telefax: (21) 2239-7399

www.aeroplanoeditora.com.br – E-mail: aeroplano@aeroplanoeditora.com.br

Facebook: www.facebook.com/Aeroplano.Editora

Twitter: www.twitter.com/Ed_Aeroplano

Patrocínio:



Sumário

Apresentação.....	6
1. Refletindo sobre o tema	15
Tropicalizando a economia criativa: desafios brasileiros, na perspectiva das políticas culturais Eliane Costa	16
As periferias roubam a cena cultural carioca Jailson de Souza e Silva.....	55
Liberdade de expressão e direito autoral como fundamentos da cultura Sergio Branco	79
A economia híbrida do século XXI Ricardo Abramovay	104
Com a palavra... Binho, Faustini, Perim e Quack!.....	132
2. Elaborando sobre uma experiência	191
O momento dos laboratórios como espaços de criatividade, inovação e invenção Gabriela Agustini	192
O desafio de uma política de economia criativa aberta e em rede Georgja Haddad Nicolau	219
Ponto Cine: arroz, feijão e cinema Adailton Medeiros	242
Redes de afeto e pertencimento no carnaval de rua da região portuária carioca Ricardo Sarmento Costa e Teresa Guilhon Barros	271
A vida na era do upload Yasmin Thayná	311
Bibliografia reunida.....	330
Organizadoras.....	345
Autores/Entrevistados	346

Apresentação

Este é um livro de provocações. Sem nenhuma intenção de esgotar o assunto, buscamos trazer reflexões e pontos de vista que nem sempre têm estado presentes no radar dos debates que se dão em torno da Cultura, da Inovação e de suas interfaces com a chamada Economia Criativa, concepção que ainda está em aberto para muitos dos intelectuais, pesquisadores, formuladores e agentes do campo cultural brasileiro.

A expressão que escolhemos para título deste livro – *de baixo para cima* – vem sendo utilizada por inúmeros autores. Algumas vezes, mesmo em textos escritos em português, ela aparece no original em inglês, *bottom-up*, da mesma forma que seu oposto, *top-down*. Nos últimos anos, *de baixo para cima* tornou-se uma metáfora forte para descrever processos participativos, de engajamento e colaboração, surgindo, tanto em discussões sobre liderança e gestão, quanto no desenvolvimento de softwares. Nessas disciplinas, assim como em outras, podemos ser submetidos a processos *de baixo para cima* ou *de cima para baixo*.

No século XX, o rádio, a televisão e as grandes corporações de mídia consagraram a comunicação no modelo de *broadcast*, isto é, *de um para muitos e de cima para baixo*. No apagar das luzes do mesmo século, no entanto, a popularização da internet e das tecnologias digitais descentralizou os polos de emissão, passando a permitir a circulação, em larga escala, e em todas as direções, de diferentes pontos de vista, vozes, cores e sotaques, em trocas polifônicas, *de muitos para muitos*: “tudo junto e misturado”, como no rap de MV Bill.

No universo da Cultura, ainda são hegemônicas as ações que se desenvolvem *de cima para baixo*, de forma hierárquica e verticalizada, em um modelo industrial tradicional. Nos últimos anos, porém, vêm ganhando corpo iniciativas que se orientam em outro sentido, valorizando o conhecimento comum e as contribuições de cada agente do processo. Constituem o que se poderia identificar como uma “inteligência coletiva criativa”, uma desdobra da postulação do estudioso francês da cultura contemporânea Pierre Lévy. Esta, calcada nas premissas de que ninguém sabe tudo, de que todos têm algo para contribuir e de que a inteligência individual é sempre fruto do que se aprendeu em experiências e interações anteriores com outros indivíduos, tem como base e objetivo, de acordo com o autor, “o reconhecimento e o enriquecimento mútuo das pessoas”.

Todos os artigos deste livro dialogam, de alguma forma, com articulação, compartilhamento, colaboração, mobilização, protagonismo, diversidade e direitos culturais – temáticas cujos horizontes foram fortemente ampliados, direta ou indiretamente, pelos paradigmas comunicacionais contemporâneos.

A própria internet é uma rede de redes de computadores, um sistema que foi pensado *de baixo para cima*. Uma rede emergente e distribuída. Suas pontas são inteligentes e não há um centro que organize os fluxos de dados e informações. Por isso, desenha caminhos que permitem trocas de muitos para muitos. A cultura de baixo para cima também se movimenta em uma rede distribuída, que articula conceitos, agentes, projetos, programas, políticas, cidadãos e urgências.

As experiências em Cultura, Inovação e Economia Criativa focalizadas neste livro nasceram no contexto das redes distribuídas e da popularização das tecnologias digitais, sendo, por conta disso, fundamentalmente marcadas pela ideia de compartilhamento e de construção horizontal do saber. Porém, mais do que a infraestrutura tecnológica desse cenário, prioriza-se aqui sua apropriação cultural. Procura-se refletir, neste livro, sobre processos emergentes que passaram a modular a criatividade nos últimos anos, bem como sobre realizadores culturais que vêm tensionando modelos concentradores e convencionais.

Ao longo das próximas páginas, reunimos o pensamento de articulistas que procuram compreender e debater as transformações vivenciadas pela produção dos bens simbólicos nos últimos anos, com especial atenção à cidade do Rio de Janeiro. São ensaios, relatos e artigos que refletem, a partir de diferentes perspectivas, sobre a combinação de criatividade, inteligência de rede e desejo de transformação.

Boa parte do material procura dialogar com a noção de cultura periférica, seja porque são iniciativas que se desenvolveram nas bordas geográficas e/ou sociais da ci-

dade – “num processo de disputa do imaginário carioca”, como registra Jailson Souza e Silva, coordenador do Observatório de Favelas e um dos autores convidados –, seja porque se baseiam em uma concepção de *inovação* social e cidadã, distinta, portanto, da concepção convencional atribuída ao termo.

O primeiro caso se funda no papel desempenhado pelo Rio de Janeiro nas últimas décadas do século XX, como celeiro da cultura de baixo para cima, no movimento que passou a ser identificado como “cultura da periferia”. No texto de abertura da coleção *Tramas Urbanas*, da Editora Aeroplano, Heloisa Buarque de Hollanda se refere a esse fenômeno como “um dos movimentos culturais de ponta no país, com feição própria, uma indisfarçável dicção proativa e, claro, projeto de transformação social”.

Sucedendo a importante geração de ONGs que se puseram em ação na cidade, especialmente a partir da década de 1970, como FASE, ISER, IBASE, CEAP, CECIP, entre outras (e, na maioria dos casos, em forte diálogo com estas), emergiram, especialmente a partir de 1993, potentes contrapon-tos ao discurso de *apartheid* social que então dominava a cidade, e que mirava, especialmente, nos jovens e na cultura da favela.

Vale lembrar que 1993 foi o ano em que aconteceram, no período de um mês, as chacinas da Candelária e de Vigário Geral, cujas imagens nos envergonham até hoje. Mas é neste ano, também, que se consolida, na mesma favela, o Afro-Reggae, com a proposta de promover justiça social por meio da arte e da cultura afro-brasileira. Ao AfroReggae, seguiu-se uma geração de projetos cujas lideranças são oriundas das próprias comunidades e territórios populares da cidade.

Vinte anos depois, alguns desses protagonistas propõem, neste livro, outras narrativas para o Rio de Janeiro.

A segunda frente, não menos importante, destaca os espaços de troca e invenção ilustrados, principalmente pelos espaços de trabalho coletivo (*coworkings*) e pelos laboratórios de fabricação (*makerspaces, hackerspaces, fablabs*) que proliferam pelo mundo afora, e no Brasil, com modelos e perspectivas variadas. Dedicados a trabalhar com as novas tecnologias, promovem a integração de artistas, designers, engenheiros, educadores, cientistas, entre outros profissionais dispostos a buscar soluções para problemas cotidianos, urbanos, sociais e ambientais. Envolvendo diversidade, transdisciplinaridade e generosidade intelectual, trabalham com modelos abertos, em ambientes de criação baseados no compartilhamento de infraestrutura e de recursos, traduzindo perspectivas de *inovação* e de *sucesso* que não se restringem à direção hegemônica dos direitos de propriedade intelectual.

Como veremos, dessas duas diferentes perspectivas de periferia, brotam iniciativas que interferem no cotidiano e no território. Em comum, vivenciam a Cultura como processo, para além do produto ou do evento cultural, no contexto de uma revolução digital que é, antes de tudo, cultural.

O posicionamento do Brasil diante dos novos horizontes suscitados pela emergência global da cibercultura é entendido neste livro como um movimento político específico, fortemente induzido por políticas públicas desenvolvidas em âmbito federal, com importante impacto nos diferentes territórios locais. Inspirado na “encruzilhada de matrizes milenares e tecnologias de ponta”, na tese das três dimensões indissociáveis da Cultura (a simbólica, a cidadã

e a econômica) e na promoção de diversidade cultural no ciberespaço, a experiência brasileira, que passou a ser identificada como Cultura Digital, foi um caso bastante específico de encontro entre aspiração cidadã e ação pública para produzir transformação social.

Há uma forte sincronicidade entre os movimentos brasileiros da “Cultura da Periferia” e da Cultura Digital, ambos eclodindo a partir de meados da década de 1990 e sendo igualmente potencializados por políticas públicas na primeira década do século XXI. Com o projeto *De baixo para cima* queremos contribuir para a articulação de novos diálogos, discussões e fazeres entre esses campos cujas invenções cotidianas já se alimentam mutuamente.

A potência da diversidade nas redes culturais periféricas, o reconhecimento internacional à experiência brasileira da Cultura Digital e o enorme contingente de novos protagonistas que se agregaram ao tecido cultural do país nos últimos anos, bem como a proliferação de novos arranjos produtivos, modelos de inovação e ambientes de compartilhamento de conhecimento conformam uma cena muito rica e singular que deve inspirar e pautar políticas públicas e privadas.

O livro *De baixo para cima* (também em e-book) se estende por uma plataforma digital homônima. Complementando e ilustrando as discussões e desafios que são aqui levantados, o website www.debaixoparacima.com.br apresenta *cases* e agrega outras reflexões. As experiências escolhidas são apenas uma amostra da efervescência que o campo da cultura de rede vive no país (e no mundo), traduzindo uma forma de atuação bastante contemporânea. Também no site, vídeos compilam as questões-chave discutidas nos artigos, servindo, ao mesmo tempo, de ponto de

partida e aprofundamento para as discussões que se abrem nos ensaios, artigos e entrevistas.

Os artigos que compõem o livro estão também presentes, integralmente, no website. Ali, seguindo uma lógica não linear e de hipertexto que é própria da internet, o leitor pode escolher por qual autor começar, que links deseja aprofundar, quais vídeos deseja assistir e por onde quer "navegar". Todos os conteúdos estão liberados mediante licença *Creative Commons*, permitindo assim sua reprodução e reapropriação.

Somos muitíssimo gratas aos autores e entrevistados que dão substância a este livro e emprestam a reputação de seus nomes e trajetórias ao nosso projeto. Em ordem alfabética: Adailton Medeiros, Anderson Quack, Binho Cultura, Georgia Nicolau, Jailson de Souza e Silva, Junior Perim, Marcus Vinícius Faustini, Ricardo Abramovay, Ricardo Sarmiento Costa, Sergio Branco, Teresa Guilhon Barros e Yasmin Thayná.

Juntamos aqui também o nosso agradecimento a Rodrigo Savazoni, cuja consultoria na articulação dos textos foi essencial para que concluíssemos esta empreitada. Obrigada, ainda, a toda a equipe que atuou no *De baixo para cima*, devidamente detalhada nos créditos que compõem a plataforma digital, em especial à nossa produtora Marina Vieira.

Certamente, muitos outros nomes poderiam estar aqui como autores e entrevistados; outros tantos nos vídeos e nos *cases*. É possível fazer uma coleção inteira de livros como este, o que confirma o vigor brasileiro nesse campo. Optamos aqui por um recorte, entre muitos outros igualmente possíveis.

O projeto *De baixo para cima* foi contemplado no edital Fomento Carioca 2013 da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, por meio de sua Secretaria Municipal de Cultura, a quem, neste momento, agradecemos especialmente, estendendo o nosso muito obrigada a cada um dos integrantes da equipe da SMC, sempre a postos e dedicados a solucionar as dúvidas e os impasses naturais da produção.

À Heloisa Buarque de Hollanda, à frente da Editora Aeroplano – conosco desde a inscrição no edital – nossa gratidão e admiração de sempre.

Dedicamos este projeto a todos os que trabalham, cada um do seu jeito, por uma sociedade – e por uma cidade – mais justa, inclusiva e generosa.

ELIANE COSTA E GABRIELA AGUSTINI

1

REFLETINDO
SOBRE
O TEMA

Tropicalizando a economia criativa: desafios brasileiros, na perspectiva das políticas culturais

ELIANE COSTA

“É a linguagem que está a serviço da vida,
não a vida a serviço da linguagem.”

PAULO LEMINSKI¹

Durante uma das muitas “Rodas de Conversa” que integravam a programação da 5ª TEIA, o Encontro Nacional dos Pontos de Cultura e das Redes da Diversidade do Programa Cultura Viva, realizado pelo Ministério da Cultura em Natal, em maio de 2014, o depoimento de uma senhora, dona Eunice, representante do Ponto de Cultura *Quilombola construindo a igualdade no campo*, localizado em Inajatuba, comunidade rural do Maranhão, deixou a todos perplexos.

Ela contou que, há alguns meses, a sede do projeto teve a conexão à internet interrompida. Julgando que se tratava de um problema técnico, ela ligou para o número de apoio. Foi então informada que não era uma pane passageira: sua

conexão fora intencionalmente desligada, pois “o contrato de conexão com aquela região já tinha expirado há muito tempo”. Ao ponderar que precisava manter ativas as oficinas de informática de seu Ponto de Cultura, foi informada de que, então, deveria procurar outra solução, pois o acesso à internet havia sido, mesmo, cortado.

Seu depoimento foi pungente, relatando a falta que a internet fazia à sua comunidade, muito isolada, em especial às mulheres “que já tinham se acostumado” a entrar na rede, se inteirar de novidades e oportunidades, vender seu artesanato e se comunicar com outros grupos quilombolas. Contou, também, que é professora há mais de 20 anos na comunidade, e que a internet “está fazendo falta demais” às suas crianças e jovens. Encerrou seu depoimento lamentando ainda que, apesar de ter solicitado tambores ao Programa Mais Educação, do MEC, a escola, localizada na comunidade quilombola, havia recebido... violinos.

ALGUMA COISA ESTÁ FORA DA ORDEM

Em outra “Rodá”, na mesma TEIA, três jovens representavam o projeto Conexão Felipe Camarão, que se desenvolve, há doze anos, no bairro homônimo da periferia de Natal, marcado pelo contraste entre a riqueza cultural e a pobreza socioeconômica. Ao chegar a sua vez, os rapazes – que hoje atuam como monitores da iniciativa, se profissionalizam como instrumentistas, compõem e estudam na Universidade Federal do Rio Grande Norte – relataram, com propriedade e articulação, o que a experiência no projeto havia significado para suas vidas e para sua visão de mundo. En-

tusiasmados, porém bastante conscientes das dificuldades que, rotineiramente, assolam o projeto, ressaltaram o quanto se sentiam comprometidos em levar adiante a iniciativa, para que outras crianças de sua comunidade “pudessem ter a mesma sorte”.

O projeto Conexão Felipe Camarão tem uma lista invejável de realizações. Partindo do reconhecimento da forte expressão cultural oral da comunidade, representada pelo *Auto do Boi de Reis do Mestre Manoel Marinheiro*, pelos bonecos do Mestre Chico de Daniel e pela rabeca do Mestre Cícero da Rabeca, promove oficinas de boi de reis, adereços e figurinos, percussão, flauta, píforo, rabeca, capoeira, João Redondo (teatro de bonecos) e cultura digital. Desenvolveu ainda uma luteria para a fabricação de rabecas, formou o Orquestrim Felipe Camarão e é referência para o Ministério da Educação, no âmbito dos debates sobre educação integral.

Tive a oportunidade de conhecer o bairro de Felipe Camarão em 2004, quando um projeto muito singelo, de registro fonográfico do *Boi de Reis do Mestre Manoel Marinheiro*, foi um dos contemplados na seleção pública nacional do programa cultural da Petrobras, empresa na qual eu ocupava, desde o ano anterior, a gerência de patrocínios. Impressionada com o carisma do Mestre, que, já idoso e doente, viera ao Rio de Janeiro vestido com suas roupas tradicionais para a cerimônia de divulgação dos projetos vencedores, fui conhecer de perto a iniciativa.

Encontrei ali uma comunidade muito pobre, com forte presença nas páginas policiais dos jornais e nenhuma autoestima. Dos moradores com quem conversei na ocasião, os que conheciam os mestres não viam nestes qualquer

motivo de orgulho, tampouco se reconheciam na cultura popular local.

O Mestre Manoel Marinheiro faleceu poucos dias após o lançamento do CD que registrou seus cantos, porém sua esposa, Dona Isa, segue costurando as fantasias e adereços e liderando as encenações, que reúnem dezenas de crianças e jovens do bairro, grande parte dos quais participa do Boi, tocando, dançando ou cantando suas músicas. Os três mestres do lugar foram, em seguida, reconhecidos como griôs² pelo Programa Cultura Viva, bem como Dona Isa, que é Griô Guardiã do Auto do Boi de Reis de Felipe Camarão e não esconde de ninguém o orgulho que sente por essa condição.

Voltei ao projeto, dez anos depois, convidada para dar uma palestra cujo título era *Cultura, redes e contemporaneidade*. A plateia, atenta e interativa, reunia professoras da rede pública local, jovens participantes das oficinas de cultura digital desenvolvidas pelo Conexão Felipe Camarão, além de senhoras da comunidade. No mesmo evento, era homenageado Jorge Mautner, que falou sobre o Tropicalismo em meio à ruidosa garotada já vestida para apresentar o Boi de Reis e sair em cortejo pelas ruas do bairro.

A comunidade está muito mudada e hoje reconhece o Boi de Reis como seu. A conquista do patrocínio pela maior empresa do país, a vitória no edital de Pontos de Cultura e, em seguida, a chancela oficial aos seus griôs, tinham fornecido ao projeto a chancela que este precisava para o reconhecimento de sua relevância. As escolas locais, bem como o poder público municipal e estadual, inicialmente alheios ao que se passava ali, hoje compreendem o fortalecimento da identidade cultural local e a importância de sua

integração como potencial educativo para a comunidade. Um galpão transformou-se na Escola de Saberes Conexão Felipe Camarão e o bairro, no dizer dos jovens que falavam sobre o projeto na TEIA, mudou-se, no jornal, das páginas policiais para as culturais.

Mas... alguma coisa parece estar fora da ordem. Embora o Orquestrim tenha sido convidado para abrir a TEIA 2014, os prêmios *Agente Cultura Viva* e *Agente Escola Viva* (que o projeto ganhou do próprio Ministério da Cultura) jamais chegaram, apesar de terem sido publicados no Diário Oficial no final de 2010³. A loteria está parada, bem como o Núcleo de moda, estilos, costumes, figurinos e adereços, cujos produtos chegaram a ser vendidos por um ano no Polo de Moda de Natal. Sem financiamento, as atividades estão, temporariamente, interrompidas: o projeto depende de recursos de patrocínio, que demoram... e este ano estiveram por um fio.

ESTE ARTIGO

Do que estamos falando? O que permite que tantas e tão potentes energias sejam tão frequentemente desperdiçadas em nosso país? O que falta para que a diversidade cultural brasileira, potencializada pela nossa extraordinária capacidade de apropriação do cenário das redes e tecnologias digitais, já saudadas por tantos pesquisadores estrangeiros, se tornem, de fato, eixos articulados e articuladores de uma política intersetorial de desenvolvimento para o Brasil, com institucionalidade suficiente para enfrentar, sem descontinuidade, os desafios do século XXI?

Tomo essas indagações como ponto de partida para refletir, neste artigo, sobre diferentes perspectivas de apropriação, pelo Brasil, do conceito – ainda não totalmente consolidado – de Economia Criativa. Como se sabe, essa temática foi incorporada pelo Ministério da Cultura (MinC) em 2011, no primeiro ano da gestão de Ana de Hollanda⁴, no bojo de uma forte guinada na orientação estratégica das políticas para o setor cultural. A formulação chegava à esfera da política pública sete anos depois de ter aportado em terras brasileiras, durante a XI Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD/2004), em São Paulo.

A troca de comando no MinC, a partir da posse da nova presidente Dilma Rousseff, desativa as prioridades que até então estavam apontadas para a diversidade e a Cultura Digital, capitaneadas pelos Pontos de Cultura, frente principal do Programa Cultura Viva, lançado também sete anos antes, na gestão de Gilberto Gil⁵. A mudança se reflete, igualmente, no organograma do ministério: para abrir espaço para a nova Secretaria de Economia Criativa (SEC), são fundidas as Secretarias de Cidadania Cultural e de Diversidade Cultural, tudo isso gerando uma percepção de *oposição* entre diversidade e economia criativa, que perdura no meio cultural até hoje.

A questão, no entanto, parece ser um pouco mais complexa, devendo sua análise levar em conta aspectos estruturais que, tanto na esfera global, quanto no cenário nacional, já determinavam, desde então, os contornos dessa discussão.

TERRENOS EM DISPUTA NA ARENA GLOBAL

Se a dicotomia entre diversidade e economia criativa pode ter sido superestimada no calor da reviravolta no MinC, é também verdade que algumas disputas envolvendo essas duas temáticas já fervilhavam no cenário global, desde meados dos anos 2000. Discutiam-se, por exemplo, o tratamento diferenciado aos bens culturais na esfera das relações comerciais, bem como a necessidade de proteção às culturas nacionais diante dos abusos das megacorporações da indústria do entretenimento.

O então emergente contexto das redes havia agregado novos paradigmas a essas questões, trazendo também exaltados debates, presenciais e virtuais, sobre as possibilidades (e impossibilidades) de compartilhar e remixar⁶ arquivos digitais, DRM⁷ e criminalização de usuários, criação de espaços públicos na rede (os *commons*)⁸, copyright e copyleft⁹, o quadro global de exclusão digital, banda larga pública, software livre e cultura livre, posicionando-se, de um lado, os direitos culturais e de acesso ao conhecimento, e do outro, os direitos de propriedade intelectual.

É nesse contexto que a mencionada conferência 2004 da UNCTAD traz ao Brasil as discussões sobre Economia Criativa. A formulação, desenvolvida originalmente na Inglaterra¹⁰ no final da década de 1990, definira os setores criativos como aqueles “que têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais e apresentam um potencial para a criação de riqueza e empregos por meio da geração e exploração de propriedade intelectual”, conforme registra o documento *Creative Industries Mapping*, publicado

pelo Departamento de Cultura, Mídia e Esportes britânico (DCMS)¹¹ em 1998.

No mesmo mês em que a UNCTAD realizava sua conferência na capital paulista, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) alertava a Organização Mundial do Comércio (OMC) e a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI)¹² sobre sua intenção de elaborar, a pedido de dezesseis ministros da cultura de diferentes países, uma convenção que criasse direitos e obrigações dos governos com relação à proteção da diversidade cultural, legitimando o direito desses países de desenvolver ou preservar políticas culturais nacionais relativas à produção e à circulação de conteúdos culturais, frente à pressão imposta pela concorrência internacional¹³.

Ainda em 2004, o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) adotava, como tema de seu Relatório de Desenvolvimento Humano, “a liberdade cultural num mundo diversificado”. O documento colocava a liberdade cultural em pé de igualdade com a importância da democracia e as oportunidades econômicas, ressaltando que a escolha de uma identidade cultural, bem como a possibilidade de exercê-las sem desvantagens, são vitais para o desenvolvimento humano.

Finalmente publicada pela UNESCO em outubro do ano seguinte, a Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais teve grande participação do Brasil em sua elaboração e preconizou a utilização das novas tecnologias “para incrementar o compartilhamento de informações, aumentar a compreensão cultural e fomentar a diversidade das expressões culturais”, alertando, ainda, sobre os riscos de desequilíbrio entre países ricos e pobres.

Em 2010, novo relatório da UNCTAD¹⁴ reconhece que “uma variedade de modelos tem sido criada, nos últimos anos, como forma de oferecer uma compreensão sistemática das características estruturais das ‘indústrias criativas’”. Ao mesmo tempo, reforça a confusão semântica que marca o campo, usando a expressão “indústrias culturais”, definida como subconjunto das “indústrias criativas”, para descrever atividades que vão desde o artesanato e as festas culturais, até o audiovisual e as novas mídias. Curiosamente, o relatório utiliza a mesma expressão que esteve no centro das discussões lideradas por Adorno & Horkheimer, nos anos 1940, como crítica à situação da arte na sociedade capitalista industrial, em que esta seria simplesmente mercadoria, sujeita às leis de oferta e procura do mercado.

O relatório, porém, parece extrapolar suas prerrogativas quando propõe o que identifica como uma *ampliação* do conceito de criatividade – na verdade o *restringindo*, por conta de sua subordinação ao foco da propriedade intelectual:

A abordagem da UNCTAD para as indústrias criativas se apoia em ampliar o conceito de ‘criatividade’, passando-o, de atividades que possuem um sólido componente artístico, para ‘qualquer atividade econômica que produza produtos simbólicos intensamente dependentes da propriedade intelectual, visando o maior mercado possível.’¹⁵

Como se sabe, as facilidades de acesso e compartilhamento trazidos pelo cenário contemporâneo das redes, das tecnologias digitais e das trocas *peer-to-peer* (P2P)¹⁶ agregaram novas sensibilidades ao direito da propriedade intelectual, que, nesse contexto, vem sendo chamado a dialogar

com demandas globais urgentes relacionadas ao direito de acesso ao conhecimento e à garantia de espaços públicos de uso comum (os *commons*) na rede.

Essa discussão é indispensável quando se reflete sobre uma Economia Criativa assentada, desde o início, na geração de propriedade intelectual. Vale lembrar, por oportuno, a observação de uma das maiores autoridades brasileiras nessa área, o advogado e professor Ronaldo Lemos, que, em seu livro *Direito, tecnologia e cultura* (2005), reforça o alerta da Convenção da UNESCO:

O Direito é hoje o campo de batalha em que estão sendo definidas as oportunidades de desenvolvimento tecnológico para os países periféricos, bem como a estrutura normativa derivada da tecnologia [...] e o futuro da liberdade de expressão na internet.¹⁷

A importância da busca do equilíbrio entre os direitos de propriedade intelectual e os de acesso é amplificada quando se leva em conta o quadro de exclusão digital que marca o planeta. De acordo com a Internet World Stats, entidade que monitora o uso da rede no mundo, apenas 40,4% da população mundial estão conectados à internet (em 1995, esse número era inferior a 1%), o que corresponde a 2,92 bilhões de pessoas, com previsão de chegada aos 3 bilhões no final de 2014.

Quando se considera todos os internautas do mundo, verifica-se que 75% deles estão em apenas 20 países. O Brasil está em quinto lugar nesse ranking, com 53,38% de sua população conectada. Estados Unidos, Alemanha, França, Reino Unido e Canadá têm, todos eles, mais de 80% de suas

respectivas populações conectadas¹⁸. Os 25% restantes estão distribuídos entre 178 países, cada um representando menos de 1% do número total de internautas no mundo.

Os quase 60% de desconectados representam o que Manuel Castells considera “uma das formas mais danosas de exclusão em nossa economia e em nossa cultura”¹⁹ ou, mais objetivamente, “o quarto mundo”²⁰:

Por intermédio da tecnologia, redes de capital, de trabalho, de informação e de mercados conectaram funções, pessoas e locais valiosos ao redor do mundo, ao mesmo tempo em que desconectaram as populações e territórios desprovidos de valor e interesse para a dinâmica do capitalismo global. Seguiram-se exclusão social e não pertinência econômica de segmentos de sociedades, de áreas urbanas, de regiões e de países inteiros, constituindo o que eu chamo de ‘o quarto mundo’.²¹

Castells considera que a capacidade de criar redes é a principal forma de manifestação do poder na sociedade informacional contemporânea.

OS DESAFIOS DA CENA BRASILEIRA DO FINANCIAMENTO À CULTURA

No contexto brasileiro, não é possível pensar em Economia Criativa sem levar em conta, como pano de fundo estrutural, os desequilíbrios que marcam a cena do financiamento à cultura no país e interpelam as políticas públicas voltadas ao setor.

Como sabem todos os que militam nesse campo, essa cena gira em torno das leis de incentivo, que, logo após sua criação na década de 1990, passaram, de meros mecanismos de financiamento, à principal política do governo para o setor cultural. Deixando de atuar como indutor direto da cultura e passando a incentivar o patrocínio privado mediante benefício fiscal, o próprio Estado consolidou um quadro em que o recurso *público* (do imposto) é aplicado de acordo com prioridades e escolhas *privadas* (dos patrocinadores). A prevalência da lógica do mercado sobre o interesse público cristalizou, como era de se esperar, inúmeras distorções, desequilíbrios regionais e práticas viciadas.

Em 2013, por exemplo, o mecenato totalizou R\$ 1,27 bilhões. Desse montante, 94,72% corresponderam à renúncia fiscal (isto é, tornaram-se deduções no imposto de renda dos patrocinadores), enquanto que o desembolso efetivo das empresas (chamado usualmente, no meio cultural, de “dinheiro bom”), foi de apenas 5,28%. Esse último percentual, que era de 70% em 1993, veio diminuindo ano a ano, como se pode acompanhar no site do sistema SalicNet²², do MinC. Tal constatação mostra a falência da ideia de que a Lei Rouanet iria *injetar* recursos na cena cultural: ao contrário, fica evidente que as empresas estão, cada vez mais, preferindo se concentrar nos projetos 100% incentivados, o que, na prática, significa “otimização tributária”, isto é, não injetar dinheiro algum.

O desequilíbrio entre recursos públicos e privados no âmbito do patrocínio incentivado fica ainda mais evidente quando se leva em conta que parte significativa do percentual aqui identificado como de origem “privada” provem, na verdade, de empresas estatais, ou de economia mista –

Petrobras, Banco do Brasil, BNDES, Eletrobrás, Correios – que, há 20 anos, têm presença expressiva na lista anual dos dez maiores patrocinadores, fortemente concentrada nas mesmas organizações.

O mesmo sistema, SalicNet, nos leva também a constatar que a relação dos dez proponentes de projetos que mais captaram recursos de patrocínio a cada ano, é, igualmente, bastante concentrada. E, ao contrário do que se poderia supor, envolve também órgãos da própria estrutura cultural pública, por meio das associações civis que as representam. Essa tem sido a maneira encontrada pelo Ministério da Cultura – cujo orçamento é historicamente pífio²³ – para viabilizar alguns de seus mais importantes editais de seleção pública de fomento direto nos últimos anos, como o Prêmio Culturas Indígenas, o Prêmio Nacional de Expressões Culturais Afro-brasileiras, o Projeto Pixinguinha (música), Myrian Muniz (teatro), Klaus Vianna (dança), Carequinha (circo), Conexão Artes Visuais, Cultura e Pensamento, entre outros. Isso equivale a dizer que, na Lei Rouanet, como também nas esferas estaduais e municipais, o cobertor das leis de incentivo é curto e disputado inclusive pelo próprio poder público.

Mas é no quesito distribuição regional que o SalicNet aponta o maior desequilíbrio: em torno de 80% dos recursos captados via mecenato vão, a cada ano, para a região Sudeste, o que, na prática, significa dizer Rio de Janeiro e São Paulo, ou melhor, suas capitais (e, por que não dizer, alguns poucos bairros dessas capitais, onde se concentram as empresas patrocinadoras, as produtoras e o próprio público com maiores condições de acesso ao consumo, à produção cultural e aos gabinetes). A região Norte, a menos aquinhoadada, fica com cerca de 0,5%.

Na outra ponta, a dos patrocinadores, percebe-se que, mesmo nas instituições mais referenciais, ainda constitui um terreno em disputa o efetivo exercício da cidadania corporativa, ou do investimento social privado, permanecendo dominante a já desgastada perspectiva do marketing cultural. Embora sejam essenciais e louváveis as iniciativas de diversos grandes patrocinadores, majoritariamente de natureza estatal, de adoção de editais de seleções públicas nacionais, prevalece ainda, com frequência, a ótica tributária sobre a política cultural, o foco na busca da *visibilidade* da marca em vez de na *reputação* que ela poderia conquistar com escolhas social e culturalmente responsáveis, a obsessão pelos projetos 100% incentivados, a escolha de iniciativas pontuais em detrimento de ações continuadas e estruturantes, o foco exacerbado em produtos e eventos no lugar de uma compreensão mais ampla e contemporânea sobre Cultura.

Os próprios editais, corporativos ou públicos, enfrentam, neste momento, reclamações de parte dos produtores culturais. Embora essa modalidade de escolha de projetos tenha, efetivamente, combatido práticas históricas de “apadrinhamento” de proponentes com maior facilidade de acesso aos tomadores de decisão nas empresas e no ministério, o tempo mostrou que o processo deixa a desejar se não for acompanhado de outras ações mais estruturantes e que levem em conta especificidades e gargalos de cada segmento.

Uma alternativa que vem crescendo nos últimos anos, embora ainda restrita aos projetos de pequeno e médio porte, é o financiamento colaborativo (*crowdfunding*)²⁴. Mobilizações coletivas para arrecadação de fundos não são uma

novidade, porém as novas possibilidades de articulação, colaboração e cooperação próprias do cenário das redes trouxeram novos horizontes a essa prática. Consulta rápida a algumas das plataformas brasileiras pioneiras mostra que mais de mil projetos já foram concretizados dessa forma nos últimos anos, em segmentos como música, cinema, artes visuais, tecnologia, jogos, HQs, teatro, dança, circo e outras.

Ampliando o conceito, começa também a se desenvolver o financiamento cruzado (*crossfunding*)²⁵, modelo que combina o financiamento colaborativo e a captação tradicional junto a empresas. Embora ainda embrionário, o mecanismo parte do princípio de que o *crowdfunding* cria uma validação social para o projeto, uma vez que um grupo de pessoas já se mobilizou em prol daquela causa. E que essa validação social pode se tornar um argumento a mais quando o projeto é, em seguida, apresentado a uma empresa, que já analisará a ideia conhecendo seu público, tanto em perfil como em tamanho.

Nos últimos anos, com a chegada ao Brasil da temática da Economia Criativa, o termo *startup*, antes restrito às empresas promissoras no campo tecnológico, começou a ser utilizado, também, para identificar empreendimentos emergentes no campo cultural/criativo, notadamente nos segmentos que tem maior apelo mercadológico – jogos digitais e aplicativos para smartphones, por exemplo. Ato contínuo, propagou-se a ideia de que modalidades de financiamento que são usuais no campo das *startups* – como investidores-anjo²⁶, fundos de capital-semente²⁷, entre outras –, finalmente estariam se abrindo para os artistas e produtores culturais.

Não é bem assim. O investimento-anjo não é, como seu nome pode sugerir, uma atividade filantrópica, nem com fins essencialmente sociais: o investidor-anjo, da mesma forma que os gestores dos fundos de capital-semente, buscam, fundamentalmente, negócios inovadores de alto impacto e retorno rápido do investimento, com potencial de escalabilidade e expansão para outros mercados, condições que não espelham, propriamente, a natureza da imensa maioria dos projetos no campo da Cultura, onde a própria concepção de *sucesso* embute outras complexidades.

Não se trata, portanto, do empreendimento ser tecnológico, cultural ou criativo, e sim de ele ter, ou não ter, *apelo mercadológico* – e isso vale tanto para os investidores, interessados no retorno de seu investimento, quanto para a maioria das empresas patrocinadoras, que praticam o marketing cultural buscando aumentar a visibilidade de suas marcas.

A cena brasileira do financiamento cultural, portanto – exceto para segmentos muito específicos – continua majoritariamente dependente do patrocínio incentivado (que, como já discutido, nada mais é que um fomento público *indireto* via renúncia fiscal, só que sujeito às escolhas do mercado) e do fomento público *direto*, este com recursos bastante escassos, dado o reduzido orçamento da pasta da Cultura.

Nesse quadro, muitas iniciativas, mesmo não tendo apelo mercadológico, acabam não tendo outra saída senão tentar disputar a atenção dos patrocinadores. No outro extremo da mesma distorção, produções midiáticas, que cobram alto por seus ingressos e atraem grandes públicos, buscam, mesmo assim, a aprovação na Lei Rouanet, não tendo maio-

res dificuldades para, em seguida, obter patrocínio junto a essas empresas.

Não se pode, portanto, refletir sobre Economia Criativa no Brasil – especialmente quando o tema chega à esfera das políticas públicas – sem que se considere esse pano de fundo estrutural, complexo e, por que não dizer, perverso, no qual, como visto até aqui: (i) *já é* o mercado quem, na prática, escolhe os projetos que vão, ou não vão, acontecer a cada ano; (ii) o reduzido orçamento do Ministério da Cultura *não* permite que ele viabilize, impulse, e/ou estabilize, as iniciativas culturais que não são midiáticas, não tem viés de mercado e portanto não despertam interesse junto à grande maioria dos patrocinadores e investidores; (iii) *já são* bastante limitadas, nesse contexto, as perspectivas das iniciativas culturais provenientes do Brasil profundo, que, com frequência, sequer chegam a disputar, na prática, esses recursos.

AS TRÊS DIMENSÕES DA CULTURA

Uma concepção contemporânea de Cultura e, por conseguinte, a definição da abrangência das políticas culturais, se coloca também como um vetor crucial quando se reflete sobre a institucionalização da Economia Criativa no Ministério da Cultura.

A ampliação da noção de Cultura, sob uma ótica que expande seu foco para além do produto, ou do evento, foi delineada na Conferência Mundial sobre Políticas Culturais (Mondiacult), realizada no México, em 1982. Na ocasião, discutiu-se a relação entre cultura e desenvolvimento, sendo desenhado, pioneiramente, o princípio de uma política

cultural baseada na *diversidade*. Da Declaração do México, vem a seguinte proposição:

Em seu sentido mais amplo, a Cultura pode hoje ser considerada o conjunto de traços distintivos, espirituais e materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade ou um grupo social. Ela engloba, além das artes das letras, os modos de vida, os direitos fundamentais do ser humano, os sistemas de valores, as tradições e as crenças.²⁸

No conjunto das reflexões contemporâneas sobre Cultura, tem também destaque a tese da “Cultura em três dimensões”, uma das mais importantes contribuições do Ministério da Cultura brasileiro nos últimos anos. Lançada em 2004, em discurso do então ministro Gilberto Gil²⁹, a proposição fala de três dimensões – a simbólica, a cidadã e a econômica – que se complementam e são indissociáveis na elaboração das políticas culturais, não sendo nenhuma delas subordinável a qualquer das demais.

A dimensão simbólica é representada pelos valores, crenças e práticas que caracterizam a expressão humana; a cidadã, parte do princípio de que os direitos culturais estão incluídos no âmbito dos direitos humanos e, como tal, devem ser considerados a base na concepção das políticas culturais; e a econômica, compreende que a Cultura é um elemento estratégico e dinâmico na economia dos países, capaz de gerar trabalho e riqueza em um ambiente que, crescentemente, valoriza a informação, a criatividade e o conhecimento³⁰.

A compreensão da “Cultura em três dimensões” se tornou transversal nas políticas públicas culturais do governo

Lula, e foi estrutural, inclusive, na elaboração do Plano Nacional de Cultura (PNC), documento norteador da política cultural nacional que estabelece objetivos, diretrizes, ações e metas para dez anos (2010-2020). Instituído pela Lei 12.345/2010, o PNC foi construído a partir das discussões que se realizaram nas conferências municipais, estaduais e nacionais de cultura, bem como em consultas públicas pela internet, refletindo, portanto, as demandas e prioridades colocadas pela sociedade civil em todo o país, com respaldo do poder público.

Note-se que a dimensão econômica da Cultura enunciada sob essa ótica não está, em nenhum momento, subordinada à geração e exploração dos direitos de propriedade intelectual, apontando, ao contrário, para uma perspectiva mais ampla, na qual a diversidade cultural é o grande ativo para o desenvolvimento socioeconômico sustentável, potencializada pelos paradigmas de compartilhamento do cenário das redes.

No âmbito do que então passou a chamar de Economia da Cultura, o MinC criou o Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura (PRODEC), inserindo-o, em 2006, no Plano Plurianual do Governo Federal. Investiu também na criação do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC), essencial e preliminar a qualquer esforço de sistematização de uma política pública para o setor.

Tendo como vetor a ampliação, tanto da concepção de Cultura, quanto do papel do ministério, o MinC passou também a considerar segmentos que até então eram invisíveis do ponto de vista das políticas públicas culturais: a cultura digital, que se tornou transversal na ação da pasta; os jogos digitais, que foram objeto do BRGames, o primeiro

Programa de Fomento à Produção e Exportação do Jogo Eletrônico Brasileiro, lançado por sua Secretaria do Audiovisual; além do design, da moda e da arquitetura. A relação dos setores-foco dos encontros preparatórios para a 2ª Conferência Nacional de Cultura, cuja Plenária foi realizada em Brasília em março de 2010, ilustra essa expansão, ao abranger 19 segmentos: Arte Digital; Livro, leitura e literatura; Dança; Arquitetura; Artesanato; Música; Artes Visuais; Moda; Circo; Teatro; Cultura Indígena; Patrimônio Material; Culturas Populares; Patrimônio Imaterial; Audiovisual; Arquivos; Culturas afro-brasileiras; Design e Museus³¹.

A fala do então ministro Juca Ferreira na abertura do I Seminário de Cultura da Moda, realizado na Bahia, em setembro de 2010, ilustra também a incorporação da moda ao foco das políticas culturais:

Assumimos uma forte agenda de economia da cultura, e a moda era peça central nesta perspectiva aberta. Sabíamos que seria impossível desenvolver um modelo de desenvolvimento cultural sustentável para os inúmeros segmentos que estabelecíamos como focos de nossa atuação, se nós não levássemos em conta a força agenciadora e propulsora que a moda tem [...] A moda, nesse processo, é um marco da nossa capacidade criativa e o grande veículo de difusão de nossas particularidades culturais, pois, por meio dela, podemos e devemos ser reconhecidos em todos os cantos do planeta, de maneira positiva e consistente.³²

No mês seguinte, em discurso na entrega do prêmio O Melhor da Arquitetura, o ministro chamava igualmente a atenção para a incorporação da arquitetura ao campo de

atuação do MinC, chamando a atenção para sua dimensão simbólica:

Nós – o país, a sociedade brasileira – precisamos e precisaremos da arquitetura e dos arquitetos, cada vez mais, para melhorar nossos espaços de moradia e convívio – urbano e rural. Para produzir belezas que nos fazem bem.³³

Em 2012, já na gestão de Ana de Hollanda, o MinC publica o Plano da Secretaria da Economia Criativa³⁴ (PSEC). Este identifica no Plano Nacional de Cultura, aprovado dois anos antes, “o nascedouro do processo de institucionalização de políticas públicas culturais na área da Economia Criativa, mais especificamente no campo da Economia da Cultura”.

O novo documento distingue *setores culturais* e *setores criativos*, apresentando estes últimos como uma ampliação dos primeiros, a partir da agregação de uma nova camada, ali identificada como *criações funcionais*, que abrangeria os segmentos relacionados às novas mídias, ao design, à moda, à arquitetura, entre outros. Os setores criativos – para o MinC – foram, assim, distribuídos em cinco campos: (i) Patrimônio (material, imaterial, arquivos e museus); (ii) Expressões Culturais (artesanato, culturas populares, culturas indígenas, culturas afro-brasileiras, artes visuais e arte digital); (iii) Artes de Espetáculo (dança, música, circo e teatro); (iv) Audiovisual/Livro, leitura e literatura (cinema e vídeo e publicações e mídias impressas); (v) Criações funcionais (moda, design e arquitetura). É interessante observar que o ministério não incluiu nesse escopo a produção de conteúdos para as novas mídias.

Assinou um dos textos de apresentação do PSEC (“A criatividade e a diversidade cultural brasileiras como recursos para um novo desenvolvimento”) a então Secretária de Economia Criativa do MinC, Claudia Leitão, que, entre 2003 e 2006, como Secretária de Cultura do Ceará, conquistara o primeiro lugar do Prêmio Cultura Viva, na categoria Gestão Pública, por sua implementação pioneira do Sistema Estadual de Cultura no estado. A partir da afirmação de que “nenhum modelo produzido em outras nações nos caberá”, o texto questiona a definição dos setores criativos a partir da questão da geração e exploração de propriedade intelectual, optando por sua delimitação com base nos seus processos de criação e de produção.

Da mesma forma, em discurso no II Seminário Aberje de Gestão Cultural, em agosto de 2012, a então secretária declara: “a indústria cultural monopolizadora e pasteurizadora, que acaba com a diversidade, nós não queremos. O Brasil é o país das tecnologias sociais, das moedas criativas, da produção colaborativa”. A afirmação mostra interessante diferenciação da SEC no contexto da reviravolta que a nova gestão do ministério havia promovido com relação à cultura das redes e à propriedade intelectual. A guinada havia sido explicitada pela nova ministra já nas primeiras semanas de sua gestão, ao mandar retirar do site do MinC a menção à licença *Creative Commons*, sob a qual, desde 2004, tornavam-se automaticamente liberados para uso público quaisquer conteúdos ali postados.

Ao mesmo tempo, embora tenha definido como pilares a diversidade cultural, a inclusão social, a sustentabilidade e a inovação, e inclusive tenha citado a Convenção da UNESCO (“a diversidade cultural cria um mundo rico e

variado que aumenta a gama de possibilidades e nutre as capacidades e valores humanos, constituindo, assim, um dos principais motores do desenvolvimento sustentável das comunidades, povos e nações”), o PSEC não reconhece em seu texto ações que estavam então em pleno andamento nessa linha, como os Pontos de Cultura, despriorizados pelo MinC na gestão que então se iniciava.

Estudo realizado pelo IPEA no final de 2011 apontava que, naquele momento, existiam 3.500 Pontos de Cultura em todas as regiões do país, envolvendo mais de 8,4 milhões de pessoas, em mais de mil municípios espalhados por todas as regiões do país. Essas iniciativas abrangiam comunidades indígenas, quilombolas, ciganas, grupos rurais e urbanos, favelas, pequenos municípios e periferias de grandes cidades, majoritariamente envolvendo grupos em situação de vulnerabilidade social.

A concepção dos Pontos de Cultura previa um aspecto singular, dotado de grande potência transformadora: a instalação de um pequeno estúdio digital de produção audiovisual, com recursos mínimos de gravação de áudio e vídeo e microcomputadores conectados à internet. Além da criação de uma teia, orgânica e articulada, de Pontos, essa configuração dava a cada unidade a possibilidade de gerar conteúdos culturais em mídia digital (vídeos, fotos, sites, blogs), com narrativas produzidas a partir de seus próprios pontos de vista, promovendo, em consequência, a necessária diversidade cultural e linguística na rede.

Para muitos Pontos, no entanto, foi insuperável a dificuldade de prestar contas dos convênios firmados com o FNC, baseados em mecanismos extremamente burocráticos e em nada adequados à natureza das iniciativas conve-

nentes. Boa parte dos recursos não foi repassada por inatendimento das organizações ou por atrasos nas prestações de conta pelo próprio MinC, tendo ainda sido cancelados, em 2011, três editais do Programa Cultura Viva, entre eles o Agente Cultura Viva e o Agente Escola Viva – que projetos como o Conexão Felipe Camarão ganharam, mas não levaram, como mencionado no início deste artigo.

No presente momento, sob a gestão de Marta Suplicy, que substituiu Ana de Hollanda após 20 meses de contínuos desgastes, a SEC³⁵ tem como principal frente o Programa Incubadoras Brasil Criativo (IBC), uma reformulação na proposta dos Criativa Birôs, anunciada na gestão anterior. A partir de convênios firmados com as Secretarias de Cultura de 13 estados, o MinC prevê a articulação das unidades do novo programa com os CEUs (Centros de Artes e Esportes Unificados, que integram o PAC2, segunda etapa do Programa de Aceleração do Crescimento, do Governo Federal) e com os Pontos de Cultura de cada região. As incubadoras, entendidas no programa em uma perspectiva lato sensu, prometem atuar como centros de encontro, inovação, formação em rede e fomento ao empreendedorismo criativo engajado com a diversidade cultural e as potencialidades de cada território.

AFINAL, DO QUE ESTAMOS FALANDO?

Outro aspecto que é estrutural quando se pensa em Economia Criativa é a dificuldade de sua delimitação e quantificação no país. Os números que são veiculados sobre esse campo partem, quase sempre, do Mapeamento da Indústria

Criativa no Brasil³⁶, trabalho pioneiro executado pela FIRJAN em 2008 e atualizado em 2012. Este aponta que o “PIB Criativo” corresponde a 2,7% do PIB nacional, o que, nesse quesito, nos colocaria à frente, por exemplo, da Espanha, Alemanha e Itália.

Esse resultado, no entanto, apresenta imprecisão que se manifesta, ora para um lado, ora para o outro: a participação do PIB criativo no PIB nacional pode corresponder a um percentual maior que o apontado, ao se considerar o alto grau de informalidade que marca o setor cultural; porém se mostra surpreendentemente superior ao esperado, quando se consulta as tabelas de detalhamento da pesquisa.

Por conta de critérios demasiadamente amplos na definição dos *setores criativos*, estas tabelas apontam, por exemplo, que o rendimento mensal médio dos “profissionais criativos” corresponde a R\$ 4.693,00, o que, de saída, dispensa maiores explicações sobre a sensação de não pertencimento apontada por boa parte dos agentes do campo cultural, que, na vida real, estão, frequentemente, precarizados e fora dessa faixa média de renda.

Explica-se. O “núcleo criativo” apontado pelo trabalho envolve a biotecnologia (bioengenharia, pesquisa em biologia, atividades laboratoriais), P&D (desenvolvimento experimental e pesquisa em geral, exceto em biologia, já abrangida pelo item anterior), além de consultorias em TI, telecomunicações, pesquisa de mercado, projeto de edificações, entre outros. A maior “remuneração criativa”, de acordo com o mapeamento, está associada aos geólogos e geofísicos, com remuneração média de R\$ 11.385,00.

O sentimento de não pertencimento é reforçado quando se observa as dez “profissões criativas” mais numerosas

do Brasil que, de acordo com a pesquisa, tem os arquitetos e engenheiros em primeiro lugar, seguidos, na sequência, pelos programadores de sistema de informação, analistas de negócios, analistas de pesquisa de mercado, gerentes de marketing, designers gráficos, biólogos, agentes publicitários e gerentes de pesquisa e desenvolvimento (P&D).

O termo *gentrificação* (tradução do inglês *gentrification*) vem sendo cada vez mais usado para identificar a alteração do perfil e das dinâmicas de uma região, por conta de processos de “valorização”, que acabam, com frequência, por expulsar as populações locais, incapazes de fazer frente ao novo contexto. Guardadas as devidas proporções, não é absurdo promover o deslizamento desse conceito para a situação sobre a qual refletimos.

O estudo considera “núcleo criativo” o conjunto das “atividades econômicas que tem as ideias como insumo principal para a geração de valor”. Entretanto, essa perspectiva, inspirada nas definições originais inglesas, parece constituir um fator distintivo excessivamente vago, já que, em princípio, esses são atributos de toda a atividade humana, como, aliás, registra o próprio Plano da Secretaria de Economia Criativa do MinC, que evita tanto essa tipificação, quanto a ênfase nas indústrias criativas, igualmente promotora de incompreensões semânticas.

Traduzida diretamente da expressão inglesa *creative industries* (setores econômicos criativos), a expressão gera ruídos de cognição em função da associação entre o termo indústria e a atividade fabril de larga escala, o que, nesse caso, conduz a uma perspectiva estreita, da qual estariam excluídos diversos setores brasileiros de inestimável riqueza. A expressão está presente no título da pesquisa da FIR-

JAN (possivelmente por tratar-se de uma federação de indústrias), porém os dados que a constituem costumam ser usados para identificar o campo da Economia Criativa no Brasil. Toma-se, nesse caso, a parte pelo todo.

Como se vê, são absolutamente diversas as concepções que movem os diferentes normatizadores do campo. O Plano do MinC define um escopo, com base em uma taxonomia totalmente diferente da que é utilizada pela FIRJAN, que, por sua vez, também não guarda qualquer similaridade com a da UNCTAD ou a do DCMS. Paira, então, no ar, a pergunta, inevitável e urgente: do que, afinal, estamos falando?

INTELIGÊNCIA CRIATIVA COLETIVA

A potência da associação entre diversidade cultural e cibercultura foi reforçada no discurso do então ministro Gilberto Gil, durante seminário no SESC (2006), bem como sua contribuição para a construção do que ele chamou de uma *inteligência criativa coletiva*:

A cibercultura abriga pequenas totalidades, mas sem nenhuma pretensão ao universal. Podemos dizer que seu fundamento é a própria diversidade. Uma diversidade em contínua construção.[...] Quanto maior a inclusão digital da sociedade, maiores serão as possibilidades da diversidade cultural. Quanto maior a liberdade para as práticas colaborativas na rede, wikis, softwares livres, ações P2P, blogs, espectro aberto, mais extensa será sua inteligência coletiva criativa.³⁷

Sua fala partia do conceito de *inteligência coletiva*, formulado por Pierre Lévy³⁸, e se apoiava na premissa de que ninguém sabe tudo, de que todos têm algo a contribuir e de que não existe uma inteligência individual: ela seria sempre fruto do que se aprendeu em experiências e interações anteriores com outros indivíduos. Nas palavras do autor, “é uma inteligência distribuída por toda a parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências”. Sua base e objetivo são “o reconhecimento e o enriquecimento mútuo das pessoas”.

Essa perspectiva do conhecimento como construção e riqueza coletiva, essencial aos debates sobre cultura e desenvolvimento no século XXI, não está, no entanto, presente na maioria dos debates sobre Economia Criativa. Richard Florida, por exemplo, um dos pensadores que contribuiu para a estruturação do campo, define “individualidade, meritocracia, diversidade e abertura” como os valores fundamentais do que é identificado como “classe criativa”. E as formulações do DCMS, da UNCTAD e da FIRJAN entendem os setores criativos como as atividades “que tem sua origem na criatividade, na perícia e no talento individual”.

No Brasil, inúmeros agentes culturais e territoriais, ONGs e comunidades populares vêm, nos últimos vinte anos, construindo ações coletivas, tomando vocações culturais como insumos estratégicos para o desenvolvimento de seus territórios, mobilizando capital humano, gerando valor, trabalho, emprego e renda e produzindo bens de valor simbólico (e em diversos casos também econômico), sem, no entanto, aparecerem “no radar” de muitos dos debates sobre Economia Criativa.

Essas iniciativas vêm emergindo da sociedade civil, notadamente de territórios periféricos, alavancadas por tecnologias sociais originais, que são criadas e continuamente reinventadas por protagonistas oriundos desses próprios territórios, potentes em criatividade e ousadia, porém ainda bastante carentes de incentivo – e de um olhar interseccional e integrado – por parte do Estado. Dessa carência padecem, certamente, os dois projetos mencionados no início deste artigo.

O Rio de Janeiro foi plataforma pioneira e pródiga na geração de experiências dessa natureza, que, em seguida, se multiplicaram pelas diferentes regiões do país. Tendo seu relevo marcado pela presença de vários morros – em cujas encostas, desde o final do século XIX, se instalaram inúmeras favelas que hoje se misturam aos mais ricos bairros da cidade – as periferias cariocas têm sido celeiros de iniciativas que evidenciam a potência da criatividade e das culturas populares, onde mutirões e gambiarras são insumos essenciais para a inovação. O movimento foi identificado pela pesquisadora Heloisa Buarque de Hollanda como “cultura da periferia”:

Na virada do século XX para o XXI, a nova cultura da periferia se impõe como um dos movimentos culturais de ponta no país, com feição própria, uma indisfarçável dicção proativa e, claro, projeto de transformação social³⁹.

A sincronicidade com a popularização da internet, que também eclodiu nos últimos anos da década de 1990, conferiu a ressonância que faltava a essas iniciativas. Alargando horizontes de expressão, revolucionando paradigmas de

produção, difusão e fruição cultural, formatos midiáticos e práticas sociais, o novo cenário foi um forte combustível para a constituição de importantes redes culturais periféricas, potencializadas em seguida por políticas públicas com ênfase na diversidade e nos direitos culturais. São referências nesse cenário projetos como Nós do Morro, Afro-Reggae, Central Única das Favelas, Circo Crescer e Viver, Observatório das Favelas, Enraizados, Mate com Angu, Cinema Nosso, FLUPP – Festa Literária das Periferias, FLIZO – Festa Literária da Zona Oeste, Universidade das Quebradas, Redes de Desenvolvimento da Maré, o festival de cinema Visões Periféricas, a sala de cinema Ponto Cine, e a Agência de Redes para a Juventude, entre muitos outros.

Este último – a Agência de Redes para a Juventude – recebeu, em julho de 2012, o Prêmio Calouste Gulbenkian, em Londres, juntamente com o convite para implementar sua metodologia em Londres e em Manchester, em parceria com o Battersea Arts Centre, o Contact Theatre e o People’s Palace Projects. Selecionando jovens de diferentes favelas cariocas a partir de suas ideias para a transformação de seus próprios territórios, a agência os apoia na formulação e desenvolvimento e, especialmente, na articulação desses projetos em redes. Seu criador, Marcus Vinícius Faustini, um dos mais ativos “agitadores culturais” da periferia carioca, registra que o projeto não se restringe ao empreendedorismo:

O empreendedorismo é, aqui, apenas uma vertente. O foco não é a adequação a um mercado, mas a invenção de um projeto de vida e de um ambiente que faça com que esses jovens possam se jogar na vida. Isso aqui é um Le Parkour artístico, onde você vai encontrando suas bases para dar novos saltos

continuamente. Então, os núcleos da Agência são como estúdios de criação. Neles, o garoto é estimulado a revelar seus desejos e investigar seu território.⁴⁰

O Brasil é considerado um fenômeno na assimilação das redes sociais. Em 2007, John Perry Barlow, um dos fundadores da Electronic Frontier Foundation (EFF), organização não governamental norte-americana dedicada à defesa das liberdades civis no mundo digital, em uma de suas várias visitas de observação sobre a apropriação dos paradigmas ciberculturais em nosso país, registrou: “O Brasil é, naturalmente, uma sociedade em rede”.⁴¹

No mesmo ano, o sociólogo francês Michel Maffesoli, fundador, na Sorbonne, do prestigioso Centro de Estudos sobre o Atual e o Cotidiano (CEAQ), vaticinou: “O Brasil é um laboratório vivo da pós-modernidade”.⁴²

Somos o quinto maior mercado para negócios na Internet no mundo, movido por mais de 40 milhões de *smartphones* e mais de 10 milhões de *tablets*. Mas é na outra ponta que chama a atenção, desde o início, a voracidade de apropriação das redes e das tecnologias digitais no país, como comenta Hermano Vianna:

O Orkut, lançado em 2004, teve como população pioneira parte de uma elite intelectual mundial. Em menos de um ano, nos tornamos o país com o maior número de perfis. O que ocorreu em seguida foi surpresa: as características socioeconômicas de seus usuários brasileiros foram se modificando: ricos-brancos-com-diplomas-universitários perderam a

maioria, o espaço foi “invadido” por gente mais pobre, mais negra, de baixa escolaridade. O termo orkutização reclamava da mudança. Os ‘pioneiros’ lamentavam a perda do ‘ar exclusivo’ daquele ciberespaço. No entanto, já era fato consumado: os pobres estavam ali para ficar.⁴³

Evidência de inovação periférica, o Tecnobrega do Pará foi pioneiro ao desenvolver uma maneira de produzir, distribuir e promover sua música com base em um modelo de negócio aberto e informal, no qual a receita não depende dos direitos autorais⁴⁴. Em seguida, foi a vez da explosão das lan houses, improvisadas e informais, que se espalharam pelas favelas e comunidades brasileiras, chegando a ser 108 mil no final de 2010, de acordo com dados da Associação Brasileira de Centros de Inclusão Digital. O número é espantoso, principalmente quando se considera que o país inteiro tem hoje menos de 2.500 salas de cinema.

Mais recentemente, a novidade foi o Passinho. Jovens da periferia começaram a gravar com seus celulares os passos – mistura de funk, break, frevo e samba – que criavam para se destacar nos bailes. Em seguida, corriam às lan houses ou aos próprios computadores, para postá-los no YouTube, divulgando-os em seguida no Facebook. Cada novo passinho é inventado a partir das combinações de outros já criados antes, em uma constante recriação coletiva que remete ao remix e às colagens do funk.

O Passinho se transformou imediatamente em um fenômeno, com milhões de visualizações na rede. Deu origem a inúmeras competições (“batalhas”) presenciais e virtuais

envolvendo diferentes comunidades e gerou um documentário de longa-metragem⁴⁵. De acordo com Julio Ludemir, idealizador, com Rafael Nike, das Batalhas do Passinho, o que começou como brincadeira se transformou em uma forma de romper a invisibilidade social que afeta o jovem da favela:

O Passinho é uma expressão estética genuína do moleque da periferia que cresceu dentro da lan house, fuçando o mundo do outro lado da tela, que, em princípio, não estaria disponível para ele, mas que ele se apossou. Aprendeu inclusive a usar o Youtube como ferramenta de divulgação. A Batalha leva os meninos para o centro e rompe a lógica do tráfico que fazia com que eles não pudessem ir à comunidade vizinha. A estratégia da Batalha é apostar na circulação na cidade, numa cidade de todo mundo...⁴⁶

Com efeito, desde 1997, Pierre Lévy já tinha registrado que os novos paradigmas trazidos pela internet não envolvem apenas uma revolução tecnológica, mas anunciam “uma mutação fundamental na própria essência da cultura”. O ritmo de inovação dessas experiências que brotam em muitos cantos do Brasil, no entanto, nem sempre é acompanhado pelas políticas públicas, ainda presas a uma lógica de *broadcast*, enquanto a comunicação e a cultura do século XXI já acontecem de *muitos para muitos e de baixo para cima*.

No final dos anos 1960, no movimento que ficou conhecido como Tropicália, um grupo de artistas ousou digerir, na cultura popular brasileira, as informações da cultura pop e da arte de vanguarda que vinham de fora, criando aqui algo inteiramente novo. É nesse sentido que proponho a

tropicalização da Economia Criativa, na expectativa de que, reinventada nas enzimas da diversidade e dos direitos culturais, ela inspire políticas públicas contemporâneas, ousadas e abrangentes, mobilizadas por esse novo protagonismo em rede.

Que o Estado reconheça os novos agentes que se integraram ao tecido cultural brasileiro nos últimos anos e fomenta essa polifonia, articulando políticas setoriais, universalizando o acesso à banda larga pública no país, provendo marcos regulatórios adequados ao campo cultural e destinando à pasta da Cultura recursos compatíveis com o tamanho dos desafios do nosso tempo é o que desejamos.

Quem sabe, assim, histórias como a de dona Eunice possam se tornar coisas do passado.

Notas

- 1 Cf texto de abertura do livro *Winterverno*, de Paulo Leminski e João Suplicy (Ed. Iluminuras, 2001).
- 2 O Griô é um guardião da memória e da história oral de um povo ou comunidade. São líderes que têm a missão ancestral de receber e transmitir os ensinamentos das e nas comunidades. A palavra é sagrada e, portanto, valorizada num processo ancestral como fio condutor entre as gerações e culturas. A Ação Griô do Programa Cultura Viva valoriza a tradição da oralidade enquanto patrimônio imaterial e cultural a ser preservado.
- 3 Esses editais, lançados em 2010, no último ano da gestão Juca Ferreira, foram cancelados pela nova gestão do MinC, em 2011, apesar da aprovação dos projetos e da divulgação de seus resultados no Diário Oficial.
- 4 A ministra Ana de Hollanda toma posse nos primeiros dias da gestão da nova Presidenta da República, Dilma Rousseff, em janeiro de 2011. Permanece no cargo por 1 ano e 9 meses, sob forte desgast

- te, sendo substituída, em setembro de 2012, pela senadora Martha Suplicy.
- 5 O músico Gilberto Gil toma posse nos primeiros dias da gestão de Luiz Inácio Lula da Silva. Permanece à frente do MinC de janeiro de 2003 a julho de 2008, quando decide voltar a dedicar-se à sua carreira musical. Nessa ocasião, é substituído por Juca Ferreira, seu principal assessor durante toda a gestão, que mantém as prioridades da política cultural desenvolvida até então e permanece até o final do mandato de Lula.
 - 6 Criação de novas obras derivadas, a partir da modificação de obras originais em mídia digital.
 - 7 A sigla DRM vem de Digital Rights Management (gestão de direitos digitais). Os mecanismos de DRM são capazes de detectar quem acessa cada obra, quando e sob quais condições, e reportam essa informação ao provedor da obra; autorizam ou negam da maneira irrefutável o acesso a obra, de acordo com as condições que podem ser alteradas unilateralmente pelo provedor da obra; quando autorizam o acesso, fazem-no sob condições restritivas que são fixadas unilateralmente pelo provedor da obra, independentemente dos direitos que a lei fornece ao autor ou ao público.
 - 8 Domínios públicos na rede, não sujeitos ao controle específico de ninguém. São espaços comunitários no ciberespaço, coletivos de conteúdos digitais liberados para acesso público e livres para consulta, cópia, compartilhamento, remixagem, ou qualquer outra combinação total ou parcial dessas possibilidades. Sobre eles, Lawrence Lessig, em 2001, escreveu o livro *The future of the ideas: the fate of the commons in a connected world* (2001).
 - 9 O copyleft denomina genericamente uma ampla variedade de licenças que permitem, de diferentes modos, liberdades em relação a uma obra intelectual. Fazendo um trocadilho com o termo “copyright” (todos os direitos reservados) o copyleft representaria “alguns usos permitidos”.
 - 10 Em 1997, com base na experiência australiana do Creative Nation, o então recém-eleito primeiro-ministro do Reino Unido Tony Blair convoca diversos representantes do governo para analisar tendências de mercado e localizar vantagens competitivas

nacionais. No ano seguinte, o Departamento de Cultura, Mídia e Esporte inglês publica o Creative Industries Mapping Document (<http://www.creativitycultureeducation.org/creative-industries-mapping-document-1998>), documento seminal para a construção do conceito.

- 11 <http://www.creativitycultureeducation.org/creative-industries-mapping-document-1998>.
- 12 A proposta de elaboração da Convenção, apresentada por 16 ministros da cultura, foi aprovada na 32ª Conferência Geral das Partes da UNESCO, em outubro de 2003. Após o trabalho de um grupo de 15 especialistas de diferentes países, o Diretor Geral da UNESCO realizou reuniões com os secretariados da OMC e da OMPI, em Genebra, em 16 e 17 de junho de 2004, dando em seguida a partida nos trabalhos de elaboração da Convenção.
- 13 O artigo *Participação e interesses do MinC na Convenção sobre a Diversidade Cultural*, de Giuliana Kauark, que integra a bibliografia desta publicação, detalha os movimentos que antecederam o lançamento da Convenção, em 2005.
- 14 <http://www2.cultura.gov.br/economicriativa/wp-content/uploads/2013/06/relatorioUNCTAD2010Port.pdf>.
- 15 http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf.
- 16 Arquitetura de rede distribuída e descentralizada, na qual cada nó (*peer*) se comunica diretamente com outro, sem passar por uma estrutura de administração central.
- 17 LEMOS, Ronaldo. *Direito, tecnologia e cultura*. Rio de Janeiro; Editora FGV, 2005.
- 18 <http://www.internetlivestats.com/internet-users/#byregion>.
- 19 CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- 20 CASTELLS, Manuel. *A Era da Informação: economia, sociedade e cultura*, vol. 3, São Paulo: Paz e terra, 1999.
- 21 CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura*, volume I. São Paulo. Ed. Paz e Terra, 1999.
- 22 <http://sistemas.cultura.gov.br/salicnet/Salicnet/Salicnet.php>.
- 23 Tramita no Congresso, há mais de 10 anos, proposta de emenda

constitucional (PEC) 150/2003, que vincula à Cultura 2% da receita federal, 1,5% das estaduais e 1% das municipais.

- 24 O projeto apresenta sua proposta na plataforma (Catarse, Benfeitoria são algumas das alternativas existentes) e é estipulada uma meta de arrecadação a ser atingida. Os interessados em apoiar a iniciativa fazem doações online. Caso os recursos arrecadados sejam inferiores à meta, o projeto não recebe os recursos arrecadados, que volta para os doadores, em geral pessoas físicas. As doações tem como contrapartida a concessão de recompensas aos financiadores, em escala proporcional ao tamanho do incentivo concedido.
- 25 O *Crossfunding* parte do princípio de que o Crowdfunding cria uma validação social para o projeto em questão, uma vez que um grupo de pessoas se mobilizou em prol daquela causa. E que essa validação social pode se tornar um argumento a mais quando o projeto é apresentado em seguida para uma empresa, que já analisará a ideia conhecendo seu público, tanto em perfil como em tamanho.
- 26 Nesta modalidade, os investidores (pessoas físicas experientes, com capital próprio) aportam recursos financeiros aos novos empreendimentos, oferecendo também apoio no desenvolvimento dos mesmos, dedicando tempo, know-how, experiência de mercado e de gestão, redes de contatos, etc. Os chamados “Anjos” passam a ter, normalmente, uma participação minoritária no negócio e, embora sem uma posição executiva, apoiam o empreendedor atuando como um mentor/conselheiro. Vale destacar que o investimento-anjo não é uma atividade filantrópica e/ou com fins puramente sociais: o investidor Anjo busca, fundamentalmente, negócios com alto potencial de retorno.
- 27 Os fundos de capital semente são investimentos financeiros voltados a impulsionar o início de um negócio. Tem como foco empreendimentos que se mostram promissores, em fase de implementação e organização de operações, frequentemente gerados em incubadoras de empresas. O investimento é geralmente usado para bancar operações iniciais, protótipos, desenvolvimento de um produto ou serviço, pesquisas de mercado, capacitação gerencial e financeira e outras atividades relacionadas ao início da

operação de um empreendimento. Como se trata de investimento de maior risco, já que o negócio que recebe o capital está em estágio inicial, esses fundos são frequentemente dependentes da ação do Estado.

- 28 http://portal.unesco.org/culture/en/files/12762/11295421661mexico_en.pdf/mexico_en.pdf (tradução para português em <http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=255>).
- 29 http://www.cultura.gov.br/noticias-ancine1/-/asset_publisher/QR-V5ftQkjXuV/content/ministro-da-cultura-gilberto-gil-em-aula-magna-na-universidade-de-sao-paulo-usp-11025.
- 30 Cultura em três dimensões, publicação MinC, 2010.
- 31 <http://www2.cultura.gov.br/site/2010/03/09/conferencia-nacional-de-cultura-inclui-moda-arquitetura-e-design/>.
- 32 <http://www2.cultura.gov.br/site/2010/09/27/discurso-do-ministro-da-cultura-juca-ferreira-na-abertura-do-i-seminario-de-cultura-da-moda/>.
- 33 <http://www2.cultura.gov.br/site/2010/10/20/o-melhor-da-arquitetura-2010/>.
- 34 http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/08/livro_web2edicao.pdf.
- 35 Claudia Leitão permaneceu ainda por 11 meses à frente da SEC após a chegada de Marta Suplicy ao MinC. Foi substituída em agosto de 2013 por Marcos André Carvalho, então Superintendente de Ações Culturais da Secretaria de Cultura do Estado do Rio de Janeiro, onde antes havia também ocupado o cargo de Coordenador de Economia Criativa.
- 36 Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil (Firjan, 2012).
- 37 http://www.gilbertogil.com.br/sec_texto.php?id=195&page=1.
- 38 LÉVY, Pierre. A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo. Ed. Loyola, 1998.
- 39 Texto de apresentação da coleção Tramas Urbanas, da editora Aeroplano.
- 40 Entrevista ao jornal *O Globo*, em 21/07/2012.
- 41 Entrevista de Barlow ao blog *Ecologia Digital* em setembro de 2007 (Disponível em: <http://ecodigital.blogspot.com.br/2008/02/john-barlow-explica-o-fenmeno-orkut-no.html>).

- 42 Entrevista de Maffesoli ao *nominuto.com* em 9/9/2007 (Disponível em: <http://nominuto.com/noticias/brasil/maffesoli-o-brasil-e-um-laboratorio-vivo-da-pos-modernidade/26972/>).
- 43 O comentário está no artigo “A orkutização do cotidiano brasileiro”, de autoria de Hermano Vianna, Ronaldo Lemos, Ale Youssef e José Marcelo Zacchi, que integrou a publicação *Vozes da Classe Média* (Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República, em setembro de 2012).
- 44 Para maiores informações sobre o Tecnobrega, ver LEMOS, Ronaldo; CASTRO, Oona. *Tecnobrega: o Pará reinventando o modelo da música*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.
- 45 O filme *A batalha do passinho*, dirigido por Emilio Domingos.
- 46 Disponível em: <http://uppsocial.org/2013/03/esta-dada-a-largada-para-a-batalha-do-passinho-2013/>.

As periferias roubam a cena cultural carioca

JAILSON DE SOUZA E SILVA

“Agora, o mundo já não é mais apenas o meu lugar.”

FALA DE UM CAMPONÊS FILÓSOFO

As manifestações que eclodiram no Brasil em 2013 trouxeram possibilidades e desafios ricos para o país. Um dos aspectos mais destacados no processo, além da tão comentada “crise de representação” das instituições, especialmente estatais, foi o papel da Sociedade Civil, de seus coletivos e organizações sociais. Nesse contexto, meu objetivo fundamental com este artigo é produzir uma reflexão sobre as manifestações culturais das periferias cariocas nas duas últimas décadas e seu impacto na cidade, com a devida atenção ao papel desses grupos. Para isso, parto da premissa, central na análise que busco construir do mundo social urbano, que o simbólico é um elemento instituinte do real. Significa dizer que as formas como percebemos e representamos os diversos aspectos da realidade influenciam na sua produção objetiva e vice-versa. Assim, a busca de um mundo mais justo, igualitário e em que se reconheça e se legitime a diferença implica realizar os devidos embates

nos campos simbólicos, empíricos e práticos, construindo-se referências contra-hegemônicas em relação às práticas e representações que contribuem para a reprodução da desigualdade e opressão da diferença. Nesse campo é que se colocam as representações sobre as periferias, suas práticas culturais e as formas originais que os sujeitos desses territórios foram construindo nos últimos anos para afirmar o seu direito à cidade.

As periferias brasileiras, e tantas outras, são, acima de tudo, os territórios do “povo”, ou “povão”. Os termos, no Brasil, são utilizados de maneira pejorativa, a fim de designar os setores sociais que seriam destituídos de recursos econômicos, educacionais e simbólicos, no caso, a incapacidade de operar com conceitos e referências cognitivas sofisticadas. Logo, é inegável o caráter político das definições de periferia e cultura. No caso dessa última, tão plural em termos semânticos, vale a pena levar em conta a visão ampliada do termo apresentada por Eliane Costa em seu artigo para essa publicação.

Gostaria de apresentar duas outras formas de pensar a ideia de cultura, que não competem ou colidem com o proposto por Eliane: primeiro, a compreensão da cultura como processo continuado de desenvolvimento estético/cultural *singular*, na dimensão do indivíduo. Referência no senso comum é a identidade entre pessoa “cultá” e o grau de erudição no campo das artes, o domínio de línguas e/ou conhecimento de gastronomia, etc. Diante disso, o reconhecimento como “indivíduo culto” é muito raro em relação aos membros dos grupos sociais populares, visto que os critérios definidores dessa condição são inerentemente vinculados aos signos distintivos construídos na sociedade

de classes. Nesse caso, nele não entram características como sabedoria, cortesia, inteligência intuitiva, etc.

Uma segunda forma de se entender a cultura se coloca no campo das experiências particulares. São situadas as práticas em micro e macro escalas, tanto as comunitárias como as das nações: iniciativas estéticas e práticas cotidianas de grupos específicos, assim como a língua, religião, etc. Isso permite o reconhecimento das práticas culturais, por exemplo, das comunidades populares – quilombolas, indígenas, faveladas, cariocas, amazonenses, japonesas, etc.

No quadro, muito sintético, proposto, cabe salientar que sempre se reconheceu no povo brasileiro sua condição de produtor de cultura na segunda dimensão proposta: a invenção de práticas simbólicas que ajudam a demarcar sua identidade e a expressão de aspectos específicos da realidade cotidiana na qual vive. Assim, são valorizadas, dentre outras, as formas estéticas de expressão das práticas religiosas e de valorização da memória histórica local. Elas são, todavia, ainda reconhecidas mais em seu caráter folclórico; são marcas identitárias incapazes de serem reconhecidas como manifestações “artísticas” pelos juízos dominantes. Por isso, as práticas de grupos de origem popular nos campos das artes profissionalizadas, tais como a literatura, o teatro e as artes visuais, entre outras, são majoritariamente reconhecidas como “amadoras”, desprovidas de qualidade e rigor conceitual – na música, a imensa maioria dos estilos e práticas é designada a partir do termo “brega”, algo de mau gosto e sem qualidade. Nesse caso, o reconhecimento da condição de artista de fato não chegou, historicamente, aos integrantes das periferias. Logo, não basta afirmar que existe “cultura nas periferias”, mas qualificar esse ter-

mo incorporando o reconhecimento das práticas artísticas, estrito senso, como elemento presente naqueles territórios. Desse modo, é possível fazer o devido enfrentamento aos conceitos e práticas dominantes no campo cultural urbano, especialmente. E, a partir desse reconhecimento, haverá, naturalmente, gradações de qualidade estética e impacto cultural nas práticas efetivadas.

O que expus até aqui não implica ignorar o processo de disputa que se coloca no campo cultural brasileira no século XXI, especialmente, a respeito da importância de se valorizar a cultura como uma prática vital, realizada na vida – e por isso o termo “cultura viva” se tornou central para designar o projeto realizado nas gestões de Gilberto Gil e Juca Ferreira de democratização e reconhecimento das práticas culturais populares. Nesse sentido, se colocam em questão as formas usuais de transformação do sujeito em mero espectador das práticas artísticas de profissionais específicos e se afirma que as artes exigem o protagonismo, de formas diversas, de todos os sujeitos. A gestão de Ana de Hollanda no início do governo Dilma, nesse caso, foi um retrocesso em relação a esse processo, operando na lógica das políticas culturais centradas nos artistas profissionais e suas práticas usuais. A disputa de concepções, então, continua colocada nesse campo.

VISÕES DOMINANTES SOBRE A PERIFERIA

A palavra periferia, historicamente, sempre foi pensada numa perspectiva relacional: ela designava, a partir das lógicas e representações dominantes, o território do “outro”,

o espaço, no plano internacional, de países específicos, e, internamente, dos grupos sociais populares e sua posição hierarquicamente inferior a um espaço referencial modular: o “centro”. No tempo, essa proposição descritiva dos territórios sociais terminou por se impor em relação a expressões análogas e orientadas pelo mesmo pressuposto, tais como: Desenvolvidos X Subdesenvolvidos e Primeiro mundo X Terceiro Mundo.

Na perspectiva assinalada, o Centro era entendido como a condição à qual a Periferia, vista de forma homogênea e reducionista, deveria aspirar a chegar. Nesse caso, o último termo carregava forte representação negativa, sendo definida a partir do que designo *paradigma da ausência*. Nessa percepção, o eixo da definição dos espaços periféricos é sua condição de provisoriedade socioterritorial: a periferia seria um território de transição, que deveria ter como destino o “outro”, no caso, o espaço do centro, exemplar por excelência. Chegar a essa “utopia dos dominantes” seria um desafio teleológico, remetendo a uma visão de futuro como progresso constante e homogêneo: bastava mimetizar as características dos territórios centrais, suas práticas e experiências e a periferia, com seus sujeitos, chegaria até lá.

A partir dos mesmos pressupostos, mas com sinais trocados, se construiu um discurso de “resistência” ao centro e afirmação da identidade periférica. O discurso de resistência continua afirmando, de uma forma até mais enfática, o peso hegemônico dos espaços “centrais”. Todavia, o faz a partir da constituição de um discurso de oposição a esses territórios sociais; propondo as periferias como lugares de resistência, de variadas formas, aos valores e práticas dominantes. A partir do discurso de resistência, se defende de forma reite-

rada a impossibilidade de diálogo, hibridismo ou encontros plurais entre os territórios centrais e os seus sujeitos e aqueles das periferias. Essa resistência se materializa na crítica à introdução nas periferias de formas culturais, políticas ou econômicas dominantes nos territórios centrais, assim como suas formas de regulação do espaço público. Logo, afirma-se, por exemplo, a incompatibilidade entre uma “arte burguesa” – tal como a música clássica – e uma “arte popular”; os partidos políticos são desprezados e ignorados como espaços de mediação, desprezam-se as organizações do mercado formal, especialmente as de grande porte e não se reconhece ao Estado o dever, ou direito, de regular os espaços públicos periféricos, sendo entendido isso como uma violência e uma intervenção no território popular.

O discurso da resistência, assim como o discurso do Centro como expressão modelar, carrega em si uma representação do mundo centrada em identidades estáveis, fixas, monádicas e hierarquizadas, em que não se reconhece as formas possíveis de diálogo, conflito plural e de reapropriações mútuas entre os grupos sociais, os sujeitos e seus territórios sociais. A superação dessas representações centradas no peso hierárquico do Centro sobre a periferia se faz necessária por duas razões básicas, pelo menos: em primeiro lugar por que elas não mais correspondem à realidade: a periferia não é singular, mas plural e marcada por um conjunto de práticas que escapa a essa visão polarizada e antagonizada; em segundo lugar, essa percepção reiterada contribui para manter as situações de dominação no território urbano e para a construção de uma ação, especialmente no âmbito das políticas públicas, que reproduz práticas tradicionais de violação dos direitos dos moradores das perife-

rias, em particular no campo do direito à vida e acesso a equipamentos e serviços urbanos de qualidade.

Nesse quadro, não é casual que, apesar do grande desenvolvimento econômico brasileiro na última década, os homicídios e os presos no sistema penitenciário não tenham parado de crescer. O fortalecimento do Estado brasileiro tem sido acompanhado de um aumento do controle e da violência contra a população dos territórios populares. Esse dado é inegável e tem de ser enfrentado a partir da desconstrução das práticas políticas e sociais que contribuem para alimentar esse espiral de violência. A superação das representações usuais e o reconhecimento das novas produções, especialmente culturais, realizadas nas periferias faz parte desse esforço de democratização e humanização da cidade.

○ QUE SÃO AS PERIFERIAS?

As principais expressões materiais das periferias são as favelas e os assentamentos ilegais. De fato, todas as definições desses territórios sempre foram pautadas nas suas ausências, carências, precariedades ou aspectos dissonantes com os padrões urbanos formais. A definição do IBGE (Censo 2010) para os “aglomerados subnormais”, dentre os quais estão incluídos as favelas e outros espaços periféricos, é a melhor expressão da visão oficial a respeito desses territórios:

Aglomerado subnormal é um conjunto constituído de, no mínimo, 51 unidades habitacionais (barracos, casas...) carentes, em sua maioria de serviços públicos essenciais, ocupando ou tendo ocupado, até período recente, terreno de proprie-

dade alheia (pública ou particular) e estando dispostas, em geral, de forma desordenada e densa.

A identificação dos Aglomerados Subnormais é feita com base nos seguintes critérios:

- a) Ocupação ilegal da terra, ou seja, construção em terrenos de propriedade alheia (pública ou particular) no momento atual ou em período recente (obtenção do título de propriedade do terreno há dez anos ou menos).
- b) Possuir pelo menos uma das seguintes características:
 - urbanização fora dos padrões vigentes – refletido por vias de circulação estreitas e de alinhamento irregular, lotes de tamanhos e formas desiguais e construções não regularizadas por órgãos públicos;
 - precariedade de serviços públicos essenciais.

Um conceito tem, por definição, o papel de separar aspectos da realidade, contribuindo para a elaboração da visão analítica a respeito de um objeto específico. Quando os técnicos do IBGE definem esses determinados territórios a partir desses atributos e não de outros, eles não estão, necessariamente, estabelecendo juízos de valor. Afinal, pode-se considerar que eles simplesmente buscam localizar territórios com essas características no mundo real. O problema é que essa definição identifica locais concretos, tais como as favelas, que passam a ser reconhecidos, acima de tudo, por esses elementos paisagísticos e não por outros. Nesse caso, as plurais experiências dos moradores e, especialmente, o caráter relacional das periferias com o conjunto da cidade são ignorados. Assim, ao invés de partir da realidade para construir as definições, o órgão de pesquisa estatal ignora outros diversos elementos que se fazem presente na reali-

dade. Desse modo, se produz uma definição marcada pelo reducionismo, preconceito e pobreza conceitual.

De fato, as periferias, nas quais se incluem as favelas, podem ser descritas com um leque bem maior de características, que as tornam muito mais complexas, sofisticadas e densas do que consegue apreender o conceito de “Aglomerado sub-normal” e a representação de periferia que ele ajuda a consolidar. Conforme considero em texto anterior¹, as definições tradicionais dos espaços periféricos revelam uma crise de representação no que diz respeito à correspondência entre o objeto representado e a imagem hegemônica que dele se tem. A percepção que se tem do objeto acaba por não traduzir os elementos materiais que o significam. Assim, a representação conceitual foi sendo, de forma progressiva, substituída por uma representação estereotipada. Nesta, os *pré-conceitos* e juízos generalizantes, desprovidos da relação direta com o núcleo do fenômeno, caracterizam o processo de apreensão dos espaços periféricos e de seus sujeitos sociais.

Logo, a devida compreensão das práticas culturais que emergiram nas últimas décadas nas periferias urbanas cariocas, entre outras, exige a construção de um novo olhar, que rompa com a visão sociocêntrica² que norteia a representação, interpretação e definição dos espaços periféricos, historicamente. Nesse sentido, o Observatório de Favelas, instituição que integro, vem buscando há alguns anos construir novas formas de representação e interpretação das favelas e periferias. Para nós, as periferias, especialmente as favelas, descritas no livro *O que é favela, afinal?*, são:

Territórios constituintes da cidade, caracterizados, em parte ou em sua totalidade, pelas seguintes referências:

- insuficiência histórica de investimentos do Estado e do mercado formal, principalmente o imobiliário, o financeiro e o de serviços;
- forte estigmatização socioespacial, especialmente inferida por moradores de outras áreas da cidade;
- edificações, predominantemente caracterizadas pela auto-construção, que não se orientam pelos parâmetros definidos pelo Estado;
- apropriação social do território com uso predominante para fins de moradia;
- ocupação marcada pela alta densidade de habitações;
- indicadores educacionais, econômicos e ambientais abaixo da média do conjunto da cidade;
- níveis elevados de subemprego e informalidade nas relações de trabalho;
- taxa de densidade demográfica acima da média do conjunto da cidade;
- ocupação de sítios urbanos marcados por um alto grau de vulnerabilidade ambiental;
- alta concentração de negros (pardos e pretos) e descendentes de indígenas, de acordo com a região brasileira;
- grau de regulação do espaço público por parte do Estado inferior à média do conjunto da cidade;
- alta incidência de situações de violência, sobretudo a letal, acima da média da cidade;
- relações de vizinhança marcadas por intensa sociabilidade, com forte valorização dos espaços comuns como lugar de convivência.

A definição proposta não ignora os problemas existentes nos territórios populares; busca, todavia, vê-los numa

perspectiva relacional, reconhecendo que eles constituem a cidade e contribuem para suas estruturas, formas e funções. A diferença central dessa proposição em relação às definições usuais das periferias/favelas é que ela destaca não apenas suas precariedades, demandas ou desafios, mas também suas características singulares e positivas. Nesse caso, a um paradigma da ausência se introduz o caráter de potência dos espaços periféricos e de seus sujeitos. Essa noção de potência é central para o entendimento das transformações culturais, entre outras, ocorridas nas periferias/favelas cariocas a partir da década de 1990, como veremos no item a seguir.

A EMERGÊNCIA DOS NOVOS GRUPOS SOCIOCULTURAIS NAS PERIFERIAS

As novas práticas culturais nas periferias não podem ser compreendidas sem os múltiplos coletivos e organizações formais criados nesses territórios nas duas últimas décadas, especialmente, e que se tornaram centrais para a afirmação de um novo perfil *popular* da indústria cultural brasileira³ e, para o que nos interessa neste artigo, da Sociedade Civil⁴. Há uma longa tradição de estudos e conceituações dessa instância social na Ciência Política. De minha parte, a melhor forma de defini-la passa pela sua distinção em relação às outras duas instâncias, hegemônicas na realidade social: o Estado, estrito senso, e o Mercado. Na primeira, apresenta-se o aparato de poder que regula o espaço público e a relação entre os sujeitos sociais, inclusive em âmbito privado: definição sobre as regras de construção de

imóveis; do casamento; do uso do corpo, no caso do aborto e da prostituição; sobre drogas legais ou ilegais, etc. No caso do Mercado, temos as organizações orientadas, acima de tudo, pela busca do lucro para os seus proprietários, fato naturalizado e legitimador dos interesses privados em relação aos públicos, assim como a competição e, em geral, a ganância – busca do maior lucro com o menor custo para a empresa – como elementos estruturantes das relações nessa esfera.

A Sociedade Civil reúne as organizações, sejam formalizadas ou não, que buscam ampliar os direitos de grupos particulares e ampliação dos direitos coletivos; não se orientam pelo lucro, mas pelo benefício público e não fazem parte do aparato estatal, embora busquem influenciar as políticas afirmadas nesta instância social. Nesse campo, estão os “movimentos sociais”; as Organizações Não Governamentais (ONGs), nome marcado pela imprecisão e ambiguidade, visto não ter sentido definir-se algo pela negação; os “coletivos sociais”, que não têm, em geral, formato jurídico oficial e buscam atuar na mobilização pública em torno de bandeiras específicas; e, por fim, as fundações de empresas privadas ou estatais, que têm o conceito de “responsabilidade social” como referência e trabalham, em geral, com metodologias oriundas do Mercado como base para a produção de ações sociais e culturais.

A diferença fundamental entre os movimentos sociais e as ONGs é o fato dos primeiros se apresentarem como formas de representação de algum segmento social – pessoas com deficiência, sem terra, sem teto, movimentos de mulheres, negros, LGBTs, moradores de favelas, etc. Nesse caso, eles buscam expressar e representar os supostos inte-

resses de um ser social específico, mesmo que este não saiba disso ou não se sinta representado.

As ONGs, por sua vez, falam apenas por si mesmas e não atuam como representantes de coletivos sociais, embora possam focar sua atenção na defesa de direitos específicos. Elas nasceram na década de 1970 e se difundiram pelo país nas décadas seguintes. Se propunham como missão inicial prestar assessoria aos movimentos sociais, tirando destes sua legitimidade e sua autoimagem, como escreveu Leilah Landim: eram “meios de personalidade apagada, justificados pelos fins maiores das transformações sociais a serem levadas a cabo por aqueles grupos, os sujeitos legítimos dessas mudanças”. Com a chegada dos anos 1990 e a consolidação da democracia, o que se viu foi a afirmação institucional de tais entidades, que passaram a buscar reconhecimento público e protagonismo de forma autônoma em relação aos “sujeitos legítimos” de outrora.

Todas essas transformações, já no fim da década de 1990, foram acompanhadas por mudanças de espectro mais amplo e profundo também no campo da cultura. Se nos anos 1970 e 80, os gritos de “Nunca mais!” denunciavam a tortura e morte de presos políticos, na década de 1990, o “basta!” passou a se referir à violência policial nas favelas e periferias. É aí que começam a aparecer com mais força na cena pública as organizações sociais e culturais cujo público prioritário, e posteriormente, membros ativos são os jovens moradores desses territórios. E muitas delas passaram a ser organizadas justamente por atores oriundos dessas áreas historicamente subalternizadas na cidade.

No caso do Rio de Janeiro, a partir dos 1990, três tipos de grupos começaram a ter forte presença nas periferias: aqueles voltados para as atividades educacionais, especialmente os Cursos Pré-vestibulares (CPVs); os grupos musicais e as Organizações Não Governamentais. Os primeiros, em geral, nasceram vinculados a organizações já existentes, especialmente religiosas, e baseados no voluntariado dos seus integrantes, perfil que se mantém ainda hoje. No caso dos grupos musicais, os principais foram as “equipes de som” que organizavam, desde a década de 1980, bailes funks por todo o Rio de Janeiro, especialmente nos subúrbios, favelas e cidades da Baixada Fluminense. Estes grupos foram se diversificando no processo e vários foram se identificando com outras formas musicais, tais como o hip hop e o reggae. Cabe salientar que uma das principais violências contra a juventude negra e pobre do Rio de Janeiro foi, justamente, o processo de criminalização dos bailes funks.

De acordo com Hermano Vianna⁵, cerca de um milhão de jovens enchiam os bailes a cada final de semana nos subúrbios do Rio de Janeiro e da Baixada Fluminense naquele período. Os bailes geravam renda, garantiam prestígio e traziam retorno simbólico e material para os jovens que faziam parte dos grupos musicais. Entretanto, a pressão dos setores médios conservadores, da grande mídia, de grupos religiosos, forças de segurança e forças políticas específicas fizeram que os espaços para realização dos bailes fossem progressivamente fechados. No processo, o funk foi sendo criminalizado e os bailes passaram a ser realizados, em geral, nas favelas controladas por traficantes de drogas, que passaram a financiar os bailes para atender interesses econômicos – venda de drogas – e se legitimar diante dos jovens.

A criminalização não impediu o processo de reinvenção do funk carioca, que se tornou autônomo em relação às referências norte-americanas de origem e criou gêneros específicos, tais como o *Proibidão*, dominado pela descrição da vida cotidiana dos jovens traficantes de drogas, assim como músicas fortemente erotizadas. Além deles, foram se fortalecendo grupos que entendiam o ritmo musical como uma referência identitária com as favelas e grupos sociais populares. Articulados em torno da APAFUNK – Associação dos Profissionais e Amigos do Funk, esse grupo teve um peso fundamental para enfrentar a criminalização dessa expressão musical e torná-lo reconhecido como um Patrimônio Imaterial fluminense. A superação legal da criminalização do gênero não eliminou, naturalmente, o estigma existente no mundo social, mas permitiu seu enfrentamento de forma mais ordenada e sistemática.

Por fim, a década de 1990 foi marcada pelo surgimento de coletivos sociais organizados em instituições específicas, formalizadas e que passam a utilizar variadas linguagens estéticas, especialmente a audiovisual, a música, a dança e o teatro, para o trabalho com jovens e crianças das periferias. Além disso, esses grupos passaram a atuar também em atividades voltadas para a defesa de direitos dos moradores das favelas e periferias e para o enfrentamento de questões sociais e econômicas, especialmente.

As organizações da sociedade civil das décadas de 1970 e 1980 foram majoritariamente fundadas e dirigidas por integrantes dos setores médios da população, politizados, com forte crítica ao Estado e ao Mercado e financiados, em geral, por organizações internacionais comprometidas com a defesa dos Direitos Humanos. A questão da Educação, na

perspectiva da *conscientização* política⁶, a defesa da democracia e o trabalho de assessoria a grupos populares eram eixos centrais de sua atuação.

As organizações que surgiram nas periferias, por sua vez, não faziam distinções em termos de financiamento, buscando apoio de empresas privadas, de órgãos estatais e, posteriormente, de organizações internacionais. Da mesma forma, os discursos de seus integrantes não eram marcados pela politização ou posição crítica em relação ao capitalismo e suas estruturas. O que eles buscavam era o reconhecimento ao trabalho realizado e que o Estado, especialmente, deveria dar apoio para o desenvolvimento das atividades propostas, sem considerar, por isso, que estavam atrelados aos órgãos estatais.

Acima de tudo, a emergência dessas organizações representou a possibilidade dos grupos sociais populares passarem a ter vozes de seus integrantes, em variados campos. Assim, diversas organizações, tais como AfroReggae; Central Única das Favelas; Observatório de Favelas; Nós do Morro; Redes da Maré, etc., passam a ter forte visibilidade e apresentar novas formas de se pensar a questão das favelas e a vida cotidiana de seus moradores.

Já nos anos 2000, a visibilidade midiática e sua multiplicação começam a fazer com que as ONGs em geral, e as localizadas nas periferias especialmente, sofram questionamentos em relação a algo compreendido como “mandato” para representar, produzir e difundir conhecimentos ou propostas de políticas públicas para os territórios populares, em especial as favelas. Tais questionamentos pipocam num quadro mais geral de disputas pelo protagonismo na representação legítima dos atores sociais e na relação com

os organismos estatais. Nesse quadro, a postura mais usual é fazer-se uma distinção dicotômica entre os movimentos sociais e as outras organizações formalizadas da sociedade civil – todas identificadas genericamente como ONGs – e dirigir a estas críticas generalizantes: não seriam representantes dos grupos sociais – o que, de fato, não são e, em geral, não se dispõem a ser, embora caiba discutir se alguma instituição pode se colocar, atualmente, de forma confortável nesse lugar; seriam instrumentos para encolhimento do Estado – postura que pressupõe uma percepção “estadocêntrica” da “Coisa Pública”, sendo o órgão estatal sua única expressão; seriam subordinadas ao Estado ou ao Mercado, pois sobreviveriam de recursos dessas fontes – visão economicista simplista, que não pressupõe a busca de autonomia das organizações e a abrangência dos campos de negociação e de contradições presentes nessas relações; são compostas por membros das classes médias e/ou intelectuais que sobrevivem à custa da “miséria alheia” – visão que remete à legitimidade da ação e representação social e ignora, de forma elitista e sectária, as possibilidades autônomas de significação da vida e, especialmente, o grande número de ativistas oriundo das periferias e favelas que constituem muitas “ONGs”; por fim, a ideia que esses ativistas seriam “cooptados” e dedicados, por definição, a defenderem os interesses fundamentais dos setores dominantes – posição que, mais uma vez, ignora o rico espectro de posições políticas presentes na “Sociedade Civil” e o seu caráter de campo de disputa de visões e práticas de mundo.

A importância das periferias e de suas organizações, especialmente culturais, se ampliou no Brasil a partir do governo Lula, com a emergência do que passou a ser de-

finido como uma “nova classe média”. O que assistimos é, acima de tudo, a maior presença dos trabalhadores negros, especialmente, no cenário socioeconômico nacional. Eles ampliaram o seu poder de consumo, fortaleceram a capacidade de influenciar as tendências políticas, os padrões culturais e educacionais. Os recentes sucessos de produções televisivas, como as novelas, baseadas no que seriam as vivências cotidianas desse grupo, são um exemplo desse processo; a menor influência, no caso do Rio de Janeiro, dos moradores das áreas nobres da cidade no processo eleitoral é outra demonstração dessas transformações; a ampliação do acesso ao ensino superior também revela essa dinâmica.

Chama atenção, de forma singular, o impacto que esse fenômeno de ampliação da renda e da mobilidade educacional dos trabalhadores vem provocando na juventude das periferias e favelas. Com efeito, em vários centros metropolitanos brasileiros ocorreu um processo de valorização imobiliária desses espaços, ampliou-se a oferta de produtos de variadas ordens e fortaleceu-se seu dinamismo econômico e cultural.

Acima de tudo, o aumento da escolarização das populações dessas áreas; a maior consciência sobre suas demandas e maior capacidade de verbalizá-las; a criação de novas linguagens artísticas e a ampliação do repertório sociocultural gera a criação de um novo ser social. Esse ser, que, no Rio de Janeiro, chamamos de um “novo carioca”, amplia sua mobilidade na cidade. Ela representa muito mais do que a capacidade de circulação física. Essa mobilidade é social, econômica, educacional e, principalmente, simbólica. Esse “novo” carioca (e paulista, gaúcho, baiano...) revela a capacidade de se apropriar dos territórios urbanos de maneira autônoma, coletiva, com alto grau de criatividade e poder

de realização. E, nesse processo, consciente ou não, eles vão criando novas cidades, novos cidadãos de um novo país.

A RIQUEZA DO COTIDIANO DAS PERIFERIAS/ FAVELAS COMO BASE PARA NOVOS ENCONTROS URBANOS

Certa vez, um sobrinho meu morador do bairro de Vista Alegre, bairro do subúrbio carioca, reclamou que para fazer um curso pré-vestibular, de dança, música, fotografia, vídeo e/ou teatro ele precisava ir para a favela, pois no lugar onde morava não havia essas opções. O desabafo representa um dado objetivo da realidade urbana do Rio de Janeiro e de outras metrópoles brasileiras: as favelas, especialmente, se tornaram polos de produção de práticas artísticas e educacionais variadas, que possibilitam a ampliação do tempo e espaço existenciais dos adolescentes e jovens que busquem isso em suas vidas.

O acesso a serviços e equipamentos culturais variados é apenas um dos elementos que sinalizam as diferenças entre as periferias, especialmente as favelas, e outros bairros da cidade. Solidariedade, alegria, festa, violência, desordem, criminalidade, carência, invenção, criatividade, etc. são termos usuais para se perceber as periferias/favelas, de acordo com o grupo social, perspectiva política e/ou o local da moradia das pessoas que falam sobre isso. Essas características, na verdade, se apresentam de forma diferenciada, nas diversas favelas e territórios da cidade.⁷

No cotidiano das favelas, em geral, um conjunto de elementos fortes se coloca diante da percepção imediata:

o cheiro forte nas vielas, em função do sistema de esgoto precário; o som permanente, de todos os lados, em geral de música *funk* ou forró; as ruas principais ocupadas por barracas, que vendem os mais diversos produtos; um grande número de lojas, em geral de pequeno porte – destacando-se os muitos bares, biroskas, salões de beleza, lan houses e lojas de roupas; o grande número de veículos, especialmente motos, bicicletas e vans, que disputam as ruas com um grande número de pessoas, de todas as idades, especialmente crianças, adolescentes e mulheres. As ruas sempre cheias, em todos os horários e dias, com destaque para as noites e os fins de semana.

A forte presença das pessoas nas ruas é o elemento que mais impacta aqueles que vão pela primeira vez a uma favela de grande porte. À noite, enquanto as ruas dos bairros de classe média estão vazias, permanecendo seus moradores trancados em suas casas e apartamentos repletos de grades, a favela está com o comércio aberto, seus bares cheios de vida pulsando. A alta circulação nas ruas não se explica pelo que poderia parecer à primeira vista – como nas casas há uma quantidade de pessoas muito superior a sua capacidade, isso as tornaria inabitáveis. Com efeito, a densidade média de habitantes por domicílio nas favelas cariocas está próxima da média da cidade. Fatores como a má qualidade das habitações e o fato de os cômodos serem muito pequenos justificam mais, em termos físicos, a opção pelas ruas. Outros fatores sociais também influenciam a intensa circulação coletiva: o alto percentual de adolescentes e jovens; a alta taxa de desemprego entre esses e o fato de um grande número deles também não estudar; a pequena circulação dos moradores em outros espaços da cidade e a concentra-

ção de suas atividades de lazer e de consumo na própria favela; a prática de vários tipos de brincadeiras coletivas entre as crianças, etc.

A busca por lazer se faz muito presente entre a população local, principalmente entre os jovens. Assim, as ofertas de lan houses – que vêm perdendo importância, de bares e de festas de ruas são expressivas. Da mesma forma, a presença de brincadeiras infantis que, em geral, não existem mais nas áreas nobres da cidade: soltar pipa, rodar pião, jogar pingue-pongue na rua, bola de gude. O baile funk, acima de tudo, continua sendo a forma de lazer mais valorizada, ao lado do forró e do pagode, em menores dimensões.

A maioria das pessoas das favelas, homens e mulheres, ocupa o seu tempo livre bebendo uma cerveja, jogando futebol, fazendo um churrasco com familiares e amigos e/ou frequentando uma igreja. O nível limitado de uso da escrita continua se fazendo presente, principalmente entre a população adulta. A ocupação das calçadas para atividades comerciais ou pelos moradores dos imóveis é um elemento fundamental para a ausência de ordenação do espaço público favelado. É comum a ocupação de praças ou espaços similares por *trailers*, para a venda de produtos diversos. A regulação do espaço público é um dos grandes anseios da população, mas ela não tem, em geral, a quem recorrer, já que a prefeitura, historicamente, abriu mão de cumprir esse papel e a lógica dos grupos criminosos é de absoluta insensibilidade para a questão da ordenação do espaço local. Diante disso, as pessoas costumam andar nas ruas, disputando espaço com os carros e motos, em função da ocupação das calçadas. O que gera uma estética paisagística que marca de forma significativa o imaginário das favelas na cidade.

A descrição das práticas cotidianas dos moradores de favelas cariocas, parecidas com as vividas por moradores de muitas periferias do Brasil, permite que percebamos que há um processo de incorporação de vivências muito antigas, que passam a fazer parte das lógicas afirmadas pelas sucessivas gerações de moradores. Essa riqueza do cotidiano, com suas múltiplas organizações, vida econômica intensa e ativa vida comunitária, gera um forte impacto na vida urbana dos grandes centros.

As periferias são espaços permanentes de invenção de formas novas de significar a vida cotidiana. As pessoas, nas suas diferenças, vivem de forma intensa o presente, tentando materializar nele seus valores e representações de mundo. Não há, em geral, uma perspectiva teleológica na vida dos moradores das periferias. O que os mobiliza não é um projeto de futuro que se torna uma necessidade, algo que define seu cotidiano e destino. Apesar disso, os desejos que alimentam a vida são plurais e as formas de viver o dia a dia revelam isso. Nesse processo é que temos a busca da educação como um caminho de mobilidade econômica e cultural para muitos estudantes enquanto outros dedicam parte expressiva de seu tempo à dança do Passinho ou ao Festival de Pipa.

As organizações que atuam no campo das artes e cultura nas periferias assumem um papel singular nos seus territórios e na cidade. Elas não pretendem trabalhar com os mesmos pressupostos éticos, políticos, teóricos e/ou metodológicos que as organizações tradicionais utilizam, sejam as vinculadas à sociedade civil ou aquelas que atuam no mercado cultural. Em suas multiplicidades, esses grupos elaboram discursos, representações e práticas singulares,

que geram novas vozes e experiências que se disseminam pelo território urbano.

Logo, as vivências, inclusive as estéticas, dos moradores das periferias precisam ser entendidas para além das referências tradicionais de sentido da existência afirmadas pelos setores médios e que se fizeram hegemônicas no mundo social urbano brasileiro. Os membros dos grupos sociais populares, em sua imensa diversidade, e as organizações que criam estão demonstrando que é possível se viver na cidade a partir de outros signos, de outras temporalidades e encontros. E, nesse processo, a vida adquire outros tons, outras estéticas e outros sabores. E isso é o que de melhor uma cidade, uma pólis, pode ter. O que precisamos, então, é buscar mais e mais caminhos de encontro, de partilha, de parcerias várias que nos permitam construir, em nossa imensa pluralidade, uma cidade una em torno dos valores democráticos, da valorização da vida e do reconhecimento de que as diferenças não precisam ser pontos de distanciamento, mas podem ser pontes para a criação de novos mapas e caminhos comuns.

Notas

- 1 SOUZA e SILVA, Jailson; BARBOSA, Jorge Luiz (org). *O que é a favela, afinal?*. Rio de Janeiro, Observatório de Favelas/BNDES, 2009.
- 2 Defino *sociocentrismo* como o processo de produção de olhares para as práticas e valores do *outro* a partir de seus juízos particulares e hierarquizados. Nesse caso, no presente texto, busco identificar que os grupos sociais dominantes na cidade definem as periferias a partir de valores específicos que as colocam numa posição subalterna, não civilizada e como lugares que não pertencem à “cidade”.

- 3 O peso do funk, por exemplo, no cenário musical brasileiro, com forte presença nos eventos noturnos e rádios e, em menor medida, do hip hop, são expressões dessa importância das manifestações de origem popular no cenário cultural.
- 4 Os parágrafos alusivos à definição de Sociedade Civil são uma versão de artigo publicado no Caderno Prosa e Verso do jornal *O Globo*, em 09 de agosto de 2013. O artigo contou com a colaboração de Thiago Ansel.
- 5 VIANNA, Hermano. *O baile funk carioca*. Dissertação de mestrado, Museu Nacional, UFRJ, 1987.
- 6 Apesar da ênfase nas proposições da “Educação Libertadora” afirmada por Paulo Freire, havia um forte caráter elitista e hierarquizado na lógica “conscientizadora” das organizações dos grupos de “classe média”. Eles consideravam o senso comum dos moradores das periferias como expressão da alienação política e que caberia a eles levar a consciência devida aos grupos populares. Esse juízo, de certa maneira, ainda é dominante nos grupos políticos sectários do país.
- 7 Alguns parágrafos desse item contaram com a colaboração de Eliana Sousa Silva.

Liberdade de expressão e direito autoral como fundamentos da cultura

SERGIO BRANCO

O Rio Nu foi uma revista pioneira no Brasil. Criada em 1898, quando o Rio de Janeiro era ainda capital da república, celebrou-se pelo seu caráter erótico, voltado para o público masculino. Com ilustrações voluptuosas, versos de duplos sentidos e contos libidinosos, a publicação foi um grande sucesso até o encerramento de suas atividades, em 1916.

Seu pioneirismo não se deve, contudo, apenas à lascívia de suas páginas em um momento em que a sociedade brasileira era francamente mais conservadora. O dado mais surpreendente a respeito da publicação talvez seja, na verdade, o modo como seu conteúdo era produzido. Segundo Mary Del Priore, eram os leitores, “no lugar de jornalistas, [que] abasteciam a revista de ‘causos’ recheados de passagens provocantes e títulos que seguiam a mesma linha”¹.

Também ficavam a cargo dos leitores os concursos de perguntas e respostas formuladas em até oito versos, cabendo ao público elaborar as perguntas em um exemplar e enviar as respostas para divulgação no exemplar seguinte. Finalmente, histórias passadas em zonas de prostituição eram redigidas por sua suposta clientela e publicadas na revista.

Segundo a autora, não havia jornalistas, e por isso o editor anunciava: “*O Rio Nu* não tem repórter algum nas zonas para dar ou não dar notas nesta seção; todo aquele que se apresentar como tal é um intrujão e deve ser tratado como merece”².

Como se percebe, “*O Rio Nu* é uma ancestral das publicações colaborativas”³. Décadas antes do surgimento da Wikipedia ou do Overmundo, o jornalismo hedonista da *belle époque* brasileira já anteviu a força da criação coletiva e deu ao leitor um protagonismo que só a cultura digital, um século depois, seria capaz de consolidar.

Naturalmente, a ingerência de um editor limitava a atuação do público. Só seria impresso e distribuído aquilo que o corpo editorial da revista entendesse cabível. Essa foi uma das principais características das obras artísticas e da mídia até o final do século XX: sua comunicação em mão única (de um para muitos), assegurada pela dificuldade de acesso aos meios de produção e de distribuição da produção cultural. Havia, portanto, um eixo de decisão, alguém que tinha o poder de terminar o que e quando seria publicado. Uma curadoria, que podemos chamar, industrial.

Afinal, até o surgimento da internet, um século após a estreia de *O Rio Nu*, apenas quem tivesse elevadas somas de dinheiro teria acesso a condições técnicas adequadas para publicar livros, produzir filmes, gravar músicas. Com o advento do mundo digital, entretanto, foram superados os dois maiores artifícios criados pela indústria cultural até aquele momento e que garantiam sua exclusividade na produção e distribuição de informação e de bens culturais: o obstáculo financeiro, que já mencionamos, e o controle de exemplares.

De fato, a indústria cultural foi construída tendo por base um pilar extremamente instável, ainda que essa instabilidade fosse, por décadas, invisível: a ideia de escassez. Durante todo o século XX, época em que floresceram as grandes editoras, gravadoras e produtoras, não se vendiam textos, músicas ou filmes. Vendiam-se exemplares de livros, LPs e CDs, fitas de vídeo e DVDs. Pode parecer que não há diferença na prática, mas a diferença é essencial.

Quando a estrutura econômica de um negócio depende de seu suporte físico, quem controla a produção do suporte físico controla o acesso à obra – e pode cobrar por ele. Se uma editora publica mil exemplares de determinado título, a milésima primeira pessoa que tentar comprá-lo não o encontrará disponível e terá que esperar até que a editora (que detém a exclusividade da produção de novos exemplares) decida reimprimir a obra.

A revolução digital dos anos 1990 libertou a cultura de seu suporte. Textos, músicas, fotografias e filmes passaram a circular livremente na internet, em *pen drives*, celulares e em demais suportes tecnológicos. Essa mudança obrigou a indústria cultural a repensar seus modelos de negócio – nada que já não tivesse acontecido algumas vezes antes. Por exemplo, quando foi inventada a imprensa, no século XV.

Apesar das profecias apocalípticas de que a internet poderia causar o fim da produção cultural no mundo, o que se vê, cerca de vinte anos depois de seu surgimento, é exatamente o oposto: uma profusão sem precedente de obras sendo criadas por todas as classes sociais, em todos os formatos, gêneros e suportes, muitas vezes com acesso livre, sem imposição de fronteiras ou número de exemplares.

A consequência, nesse caso, é evidente. Os direitos autorais, que até os anos 1990 interessavam apenas aos detentores dos meios de produção cultural (como editoras e gravadoras), passaram a desempenhar um papel central no mundo contemporâneo. Na sociedade em que todos criam, copiam, remixam e distribuem obras intelectuais, passamos a viver um momento sem precedentes em que a democratização do acesso à cultura impõe também o compartilhamento de direito e deveres previstos pela lei brasileira de direitos autorais (lei 9.610/98, doravante “LDA”).

A VOZ TECNOLÓGICA DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO

Em novembro de 2010, o governo do Estado do Rio de Janeiro comandou a invasão do Morro do Alemão para lá instalar uma UPP – Unidade de Polícia Pacificadora. A ação da polícia foi acompanhada ao vivo pela mídia tradicional, que se empenhou em conferir à ocupação da comunidade detalhes cinematográficos.

No entanto, foi um jovem de (então) 17 anos que conseguiu imprimir ao momento um olhar verdadeiramente próximo aos eventos. Morador do Morro do Adeus, Rene Silva usou a rede social Twitter para fazer uma cobertura em tempo real do cerco e da tomada do Morro do Alemão pela polícia. Na época, o perfil @vozdacomunidade (que conta também com a participação de Igor Santos e de Jackson Alves, ainda mais jovens do que Rene) passou de 180 seguidores para mais de 20 mil, em apenas 24 horas⁴. Seus *tuites* ganharam impulso especialmente depois que a autora

de novelas Glória Perez e Hugo Gloss, personagem do Twitter, *retuitaram* posts de Rene.

O sucesso foi a consagração de um trabalho que Rene vinha desenvolvendo desde os onze anos. O jornal, que começara como uma publicação escolar de 100 exemplares, já havia elevado essa marca para cinco mil mesmo antes da ocupação. Após novembro de 2010, Rene foi convidado a participar de diversos eventos para contar sua experiência. Deu palestra na Campus Party, em São Paulo, foi a Nova Iorque conversar com jovens comunicadores do Harlem e acabou entrevistado por Regina Casé em seu programa *Esquenta*⁵.

Mais recentemente, o Brasil se viu tomado por uma série de manifestações públicas a que se deu o nome de Jornadas de Junho ou Manifestações dos 20 Centavos. Em síntese, foram protestos que ocorreram em centenas de cidades brasileiras, ao longo dos meses de junho e julho de 2013, tendo como algumas de suas causas o aumento de tarifas de transportes públicos, a má qualidade de serviços públicos e o gasto excessivo com a Copa do Mundo de futebol e os Jogos Olímpicos a se realizarem em 2014 e 2016, respectivamente.

Durante dias seguidos, a grande imprensa se empenhou em cobrir os protestos com a maior proximidade possível, mas foi constante alvo de ataques. Um dos argumentos era que canais dedicados 24 horas à informação não transmitem qualquer cena ao vivo de um dos maiores protestos em São Paulo, preferindo tratar, no mesmo dia, de protestos ocorridos na Turquia⁶.

Nesse cenário, acabou por ganhar espaço o grupo conhecido como Mídia NINJA (NINJA significa Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação). Realizando transmissões ao

vivo via *streaming*, usando câmeras de celular e equipamento improvisado, a Mídia NINJA denunciou abusos por parte da Polícia Militar e alguns de seus integrantes acabaram presos. No dia 18 de junho de 2013, transmitiram a chegada da Tropa de Choque para conter um grupo pequeno que se reunia para marchar em direção à Avenida Paulista. Conta Bruno Torturra, um dos idealizadores da Mídia NINJA⁷:

Não foi a primeira transmissão ao vivo da Mídia Ninja. E nem de longe a primeira de Carioca. Ele era o principal responsável por colocar a Pós-TV no ar todos os dias. Não imagino alguém que tenha acompanhado e produzido mais horas de streaming no Brasil. Mas foi a primeira vez que transmitimos a ação da polícia contra manifestantes. E não só isso: éramos os únicos jornalistas em tempo real cobrindo os desdobramentos dos protestos em São Paulo. Menos de 24 horas depois do enorme levante.

Depois dos protestos, Bruno Torturra e Pablo Capilé, dois dos principais nomes na Mídia Ninja, foram convidados a participar de um dos mais prestigiados programas de entrevistas no Brasil, o *Roda Viva*⁸.

Os exemplos da Voz da Comunidade e da Mídia Ninja são eloquentes. Sabemos que a Constituição Federal garante, em seu art. 5º ⁹, a liberdade de expressão. Contudo, sabemos também, o grande desafio não é garantir a existência legal dos direitos, mas sim sua eficácia social.

Daí a importância da tecnologia, que torna viável a expressão pelos integrantes da periferia¹⁰. Evoluímos para um mundo em que a comunicação não existe mais no sentido de um para muitos – mas sim de muitos para muitos. Não estamos mais sujeitos à interpretação centralizadora dos fa-

tos, fornecida por quem há tanto tempo detém o controle dos meios (tradicionais) de comunicação. Jornalismo amador, feito por jovens munidos apenas de celulares e, ainda assim, atingindo milhares de pessoas seria algo inconcebível mesmo pelos mais liberais editores de *O Rio Nu*. Mas é a potencialidade do tempo presente¹¹.

A importância da tecnologia para assegurar maior amplitude ao direito constitucional da liberdade de expressão não se limita à atuação jornalística. Também as criações estéticas (músicas, obras audiovisuais, textos) foram profundamente influenciadas pela apropriação da tecnologia pelas periferias globais.

Um último exemplo merece ser citado. No final de 2013 e no início de 2014, algumas cidades do Brasil testemunharam um fenômeno que ganhou as páginas dos jornais. Centenas ou milhares de jovens marcavam encontros por meio de redes sociais para fazer visitas coordenadas a shopping centers. A esses encontros foi dado o nome de rolezinho.

No Rio de Janeiro, um rolezinho marcado para acontecer no dia 19 de janeiro (com a confirmação no Facebook de participação de nove mil pessoas) levou à direção do Shopping Leblon, um dos mais sofisticados da cidade, optar por não abrir suas portas.

Os rolezinhos foram amplamente discutidos pela imprensa e por intelectuais que se dividiam entre condenar os eventos ou dar apoio a eles. E para quem achava estar diante de mais uma controvertida novidade, fruto de um ano particularmente profícuo em controvérsias, o Youtube permitiu acesso a *Hiato*¹², um interessante curta-metragem documentário de 2008.

Hiato mostra a ocupação, em 2000, do shopping Rio Sul, no Rio de Janeiro, em um episódio que pode ser consi-

derado um precursor dos rolezinhos. Contando com o depoimento de participantes da visita, foram usadas imagens captadas por eles próprios, o que só foi possível por causa da tecnologia já disponível à época.

Apesar das qualidades inegáveis do curta documentário, seu sucesso na rede foi certamente impulsionado pelo calor dos eventos do início de 2014. Hoje, *Hiato* conta com mais de 122 mil visualizações no Youtube.

FAZER CULTURA DEMOCRATICAMENTE

De acordo com relatório da Ancine – Agência Nacional de Cinema¹³, em 2012, foram lançados no Brasil 83 longas-metragens brasileiros. Desse total, apenas 33 filmes tiveram público superior a dez mil espectadores. Com o número de visualizações de *Hiato* convertido em espectadores, o vídeo teria ficado com uma honrosa 24ª posição.

Esse raciocínio é simplista, sabemos. Não se pode comparar os acessos do Youtube com os espectadores pagantes de filmes exibidos nos cinemas. Ainda mais por que *Hiato* é um curta de aproximadamente 20 minutos, enquanto a lista da Ancine contempla apenas os filmes de formato longo. Mesmo assim, uma lição é incontornável: as redes construídas na internet satisfazem a demanda de acesso que os meios de comunicação tradicionais não são capazes de suprir.

Vejamos outro exemplo de 2012. O filme *5 X Pacificação* aparece no relatório da Ancine com público de 6.256 pessoas. Mas o *upload* do filme no Youtube já gerou mais de 32 mil acessos, número cinco vezes superior ao da bilheteria nos cinemas.

A conta faz sentido. O máximo de salas de cinema em que o filme foi exibido foi 16 (conforme relatório citado). O número nos ensina que, estatisticamente, o longa não esteve disponível nem mesmo em todas as capitais brasileiras. Enquanto isso, *Os vingadores*, *Amanhecer – Parte 2*, *A Era do Gelo 4* e *O Hobbit* foram lançados em mais de mil salas cada um, proporcionando um plano de acesso muito mais amplo.

Estamos diante de um problema de distribuição. Se nem todo filme tem fôlego para ser *blockbuster*, por outro lado seu público potencial é muito maior do que fazem crer as minguadas salas cinematográficas em que costumam estreitar. Daí a importância de canais alternativos que só a tecnologia pode oferecer.

Há anos alguns projetos vêm desempenhando papel fundamental na tentativa de suprir a vacância de espaços para distribuição e acesso da produção audiovisual alternativa.

O Festival Visões Periféricas é um dos melhores exemplos desse gênero de iniciativa¹⁴. Em 2014, o festival chega a sua oitava edição, dedicada a promover desde vídeos curtíssimos (de até cinco minutos), feitos em dispositivos móveis até longas-metragens independentes.

Com propósito semelhante, a Mostra do Filme Livre acontece há 13 anos no Centro Cultural do Banco do Brasil. A mostra apresenta centenas de filmes nacionais de todos os formatos, gêneros e durações.

Ainda que louváveis e fundamentais para a discussão do audiovisual, festivais e mostras são paliativos sazonais, que desafogam o mercado e permitem acesso às obras selecionadas por tempo limitado. A busca por soluções precisa também ser tão diversificada quanto a produção cultural carioca.

Há cerca de dois anos, foi criado no Rio de Janeiro o Canal Cultural *O Cubo*, rede independente de distribuição de vídeos licenciados em *Creative Commons*¹⁵. Seu objetivo é exatamente se valer da tecnologia disponível para distribuir obras audiovisuais que não teriam inserção no mercado formal de distribuição. Apesar de trabalharem em grande parte com curtas-metragens, seus idealizadores consideram muito bem-sucedida sua experiência com a produção e distribuição de um longa.

Eu te amo Renato, filme de Fabiano Cafure, foi concebido para ser o primeiro longa-metragem distribuído diretamente na internet, sem exibição comercial nos cinemas¹⁶. Consideradas suas duas principais plataformas de distribuição, Youtube e Vimeo, a obra conta com mais de 90 mil acessos.

De modo a diversificar ainda mais os mecanismos de acesso, o Instituto Kreatori, responsável pelo canal *O Cubo*, contou com o patrocínio do Centro Cultural da Justiça Federal para promover o I Festival *O Cubo de Cinema*, evento presencial ocorrido em maio de 2014. Foi a oportunidade de exibir o longa *Histórias Íntimas*, de Breno Pressurno e Julio Lellis, que também será lançado diretamente na internet.

O DIREITO AUTORAL E AS INCERTEZAS QUE NOS IMPÕE

Encontrar novos rumos para dar vazão aos produtos culturais nem sempre significa estar a salvo de problemas. O caso de Stephanie Lenz se tornou paradigmático¹⁷. A dona de casa norte-americana gravou seu filho Holden, então

com um ano e meio de idade, dançando graciosamente ao som da música *Let's Go Crazy*, do Prince. O vídeo de 30 segundos foi parar no Youtube e Stephanie foi processada pela Universal, detentora dos direitos autorais da música, e ameaçada a pagar 150 mil dólares de indenização por uso não autorizado da obra musical.

Apesar de a internet já existir comercialmente há 25 anos, a indústria cultural tradicional, que aprendeu a se sustentar economicamente com base na escassez de cópias e em seu poder econômico, subitamente se viu sem rumo, rodeada de incertezas. Isso acabou, na maioria das vezes, acarretando um recrudescimento das regras de mercado, na tentativa de se simular em meio digital os princípios vigentes para o mundo físico.

Durante a produção de *Eu te amo Renato*, seus produtores se viram às voltas com discussão ainda mais complexa do que os mecanismos de distribuição da obra, uma vez concluída.

A história do filme presta uma homenagem a Renato Russo. Tendo por pano de fundo uma cidade do interior fluminense nos anos 1990, o romance adolescente busca inspiração nas canções do músico brasileiro, morto em 1996. De modo a dar veracidade ao enredo, inserir trechos das canções de Renato Russo seria uma necessidade estética. Mas será que a LDA permite o uso de músicas sem autorização?

No momento em que uma pessoa escreve um conto, compõe uma música ou grava um vídeo, nascem para seu autor dois feixes de direitos autorais, que se complementam: os direitos morais e os direitos patrimoniais.

Os primeiros, direitos não econômicos e que, por isso, não podem ser transferidos a terceiros, vinculam a pessoa

do autor à obra criada. O mais significativo dos direitos morais é justamente o direito de paternidade. Isso significa que todo autor tem direito de ter seu nome vinculado à obra por ele criada, mesmo depois de morto.

Já os direitos patrimoniais são aqueles que dizem respeito à exploração econômica da criação intelectual. Nos termos do art. 29 da LDA, depende de prévia e expressa autorização do autor (a rigor, do titular do direito patrimonial, já que este pode ser transferido a terceiro) praticamente qualquer uso que se pretenda fazer de sua obra. Assim, a publicação de um texto, o uso de uma canção na trilha sonora de um filme ou a divulgação de um vídeo no Youtube dependem sempre da autorização inequívoca daquele que tiver o poder para autorizar tal uso (originariamente, essa autorização competirá sempre ao autor).

É fundamental observarmos que apesar dos termos restritivos da LDA, existe previsão legal (na mesma lei, a propósito) para se autorizar o uso de obra alheia ainda que sem autorização. São as chamadas limitações aos direitos autorais.

O que a LDA pretende, com a previsão de limitações e exceções, é possibilitar, dentro de determinados parâmetros, o uso de obras de terceiros sem que haja necessidade da autorização prévia e expressa. No entanto, na maioria dos casos, as limitações e exceções são insuficientes para garantir acesso ao conhecimento e difusão da cultura.

Na verdade, a LDA vem sendo apontada, consistentemente, como uma das piores leis de direitos autorais do mundo¹⁸. Organismos internacionais criticam o fato de as obras protegidas não poderem, na maioria dos casos, ser usadas com fins didáticos. Além disso, as obras protegidas não podem, em interpretação mais conservadora da lei, ser

copiadas integralmente de um dispositivo para outro (de um LP para um CD, por exemplo) nem mesmo para o caso de conservação da obra. Além disso, e entre muitos outros exemplos que poderíamos citar, a lei não permite expressamente o uso de obras protegidas por direitos autorais em atividades educacionais (exceto a execução musical e encenação de peças de teatro em estabelecimento de ensino).

Vejamos o que prevê o art. 46 da LDA a respeito do uso de obras de terceiros em obras próprias:

Art. 46. Não constitui ofensa aos direitos autorais:

[...]

III - a citação em livros, jornais, revistas ou qualquer outro meio de comunicação, de passagens de qualquer obra, para fins de estudo, crítica ou polêmica, na medida justificada para o fim a atingir, indicando-se o nome do autor e a origem da obra;

[...]

VIII - a reprodução, em quaisquer obras, de pequenos trechos de obras preexistentes, de qualquer natureza, ou de obra integral, quando de artes plásticas, sempre que a reprodução em si não seja o objetivo principal da obra nova e que não prejudique a exploração normal da obra reproduzida nem cause um prejuízo injustificado aos legítimos interesses dos autores.

Ora, quando a lei afirma que “não constitui ofensa aos direitos autorais” significa que tal uso encontra-se permitido ao usuário da obra. No que diz respeito à utilização de obras alheias em obras audiovisuais, podemos analisar, sobretudo, os dois incisos acima transcritos.

O inciso III garante o chamado direito de citação. Tal direito confere ao usuário a possibilidade de, em obra própria, mencionar trecho de obra alheia. Quem estuda Direito sabe que os livros jurídicos são repletos de citações de terceiros. É muito comum um autor, ao tratar de determinado assunto, valer-se de trechos de obras de terceiros para lhe servir de respaldo ou de contraponto. Autores de textos jurídicos sempre buscam terceiros cujas obras vão servir para reforçar suas ideias ou para contrapor-las. Mesmo este texto já contém diversas notas de rodapé onde se podem ler referências a outros autores. Isso não é plágio, isso é direito de citação, garantido pela LDA.

Certamente, em muitas outras carreiras (senão em todas) é extremamente comum haver citações a obras alheias em trabalhos científicos. Assim deve se dar com livros que tratam de cinema, de engenharia, de comunicação ou de medicina.

No entanto, não apenas em livros técnicos o direito de citação é encontrado. É extremamente comum haver, em livros de literatura, epígrafes que transcrevem textos de obras alheias. Além disso, diversos são os manuais que se dedicam à análise literária por meio da transcrição de trechos de obras de terceiros, valendo-se do direito de citação¹⁹.

O direito de citação em livros não é contestado pelo mercado. Dificilmente, alguém será contrário à prática desse direito. É importante percebermos que a LDA não veda o uso comercial da obra nova, aquela que se vale da citação de obras alheias.

O inciso VIII, por sua vez, autoriza o uso de pequenos trechos de obras preexistentes, de qualquer natureza, ou mesmo da obra integral, se se tratar de obra de artes plásticas. Desde que a reprodução em si não seja o objetivo principal da obra nova (ou seja, no nosso exemplo, que usar a

música não seja o objetivo principal do filme), que não prejudique a exploração normal da obra reproduzida (música é normalmente explorada pela “venda” do suporte – CD, por exemplo – ou mesmo pelo acesso à faixa gravada, como pelo iTunes ou, ainda, pelo ingresso em shows) nem cause um prejuízo injustificado aos legítimos interesses dos autores (que precisam ser analisados em cada caso²⁰).

O que parece evidente na teoria pode encontrar bastante resistência na prática. Recentemente, foi julgado no Rio de Janeiro um dos casos mais relevantes relacionados à produção audiovisual e à limitação de direitos autorais. O cineasta Nelson Hoineff dirigiu, em 2009, o documentário *Alô, alô, Terezinha* em homenagem ao falecido apresentador de televisão Abelardo Barbosa, também conhecido como Chacrinha.

Quem teve a oportunidade de assistir aos lendários programas do Chacrinha nos anos 1970 e 80 sabe ser impossível fazer um filme sobre ele sem que haja citações aos números musicais, sua principal atração.

Nelson Hoineff decidiu se valer da limitação constante do art. 46, VIII, da LDA, uma vez que o contato com as gravadoras titulares de direitos autorais sobre as obras musicais se mostrou infrutífero. Apesar de entender que poderia usar as músicas sem pagar nada (pois a lei autorizava), as editoras musicais demandavam um valor tão alto pelo licenciamento das músicas que consumiria boa parte do orçamento do longa-metragem.

Uma vez usados pequenos trechos de músicas, cumprindo – no seu entender – os requisitos da previsão legal, Hoineff teve o uso das músicas contestado pelas editoras musicais, que o ameaçaram com demandas judiciais.

O fato é curioso. Não há notícias de pedido, até hoje, de pagamento pela liberação do uso de um parágrafo de texto para citação em outro livro. Por qual motivo, sendo a lei uma só, aplicável a qualquer mídia ou obra intelectual, deveria ser interpretada diferentemente quando estamos diante de obras audiovisuais ou musicais?

Hoineff optou por uma estratégia legal habilidosa: por meio de uma ação declaratória, pediu ao juiz que determinasse que o uso das músicas *Gente humilde* e *Bastidores*, ambas de Chico Buarque, em seu filme estava de acordo com o previsto em lei. O primeiro juiz a julgar decidiu contrariamente a Nelson. Alegou que a obra audiovisual tinha fins lucrativos, o que tornaria inviável o uso não remunerado da obra.

Veja-se o que diz a lei, contudo. Não existe, nem no inciso III, nem no inciso VIII, qualquer vedação ao fim comercial. Quando a lei tem por objetivo impedir a exploração comercial da obra que se vale de outra, alheia, a lei prevê a proibição expressamente²¹.

Apreciando recurso do diretor, o Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro entendeu que Hoineff estava correto. Apesar de a LDA não mensurar o que vem a ser “pequeno trecho”, entendeu-se que o uso das músicas nos documentários cumpria com o requisito legal, e que a exploração econômica do filme longa-metragem não seria um obstáculo ao uso de pequenos trechos das músicas sem prévia e expressa autorização.

A decisão é muito importante. No mar de incertezas onde os produtores culturais estão, o Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro indicou um norte. Apesar de essa decisão não ser vinculante (ou seja, outros juízes não precisam ne-

cessariamente seguiu-la), é possível apontá-la como um bom precedente. Com a explosão de meios de produzir obras culturais e novos canais de distribuição, é fundamental que as garantias legais sejam respeitadas para que todo o potencial criativo tenha meios seguros de se expressar.

Enquanto este texto está sendo escrito, o Congresso Nacional aguarda que a Casa Civil envie nos próximos meses um projeto de lei para promover ampla reforma no texto da LDA. Discutida profundamente nos últimos oito anos, é hora de ponderar os interesses em disputa e garantir que a liberdade de expressão não seja aniquilada por um sistema de direitos autorais que reprime o avanço tecnológico e a criatividade humana, em vez de acolhê-los. Em um mundo onde a citação de obras literárias esteve sempre a serviço da ciência e da literatura, é razoável esperar que as novas tecnologias incorporem definitivamente, sem hesitação ou incerteza, o direito de citação de obras musicais e de obras audiovisuais em nome da liberdade de expressão. Só assim garantiremos plenamente o exercício da liberdade de expressão e da educação em harmonia com os direitos autorais. Agir de outra forma seria, parafraseando George Orwell, entender que todos esses direitos são constitucionais, mas que alguns deles são mais constitucionais do que outros.

Em tempo, os produtores de *Eu te amo Renato* pediram autorização para o uso das músicas, mas não obtiveram qualquer resposta. Optaram por não inserir no filme nem mesmo pequenos trechos gravados por Renato Russo ou pela Legião Urbana. A lei autoriza, mas o mercado impõe a dúvida e o poder judiciário nem sempre julga com acerto.

O MUNDO MAIS CRIATIVO

O que testemunhamos hoje é uma nova maneira de fazer cultura, quase sempre valendo-se das possibilidades dos meios digitais. A internet permite a todos que se expressem em diversas mídias e plataformas, tornando autores quem quer que esteja conectado à rede. Somos todos fotógrafos, escritores, músicos, cineastas. Como lembra Hermano Vianna, talvez esses novos artistas não façam Arte com “A” maiúsculo, mas se a finalidade da vida (citando Freud) “é ‘a busca da felicidade’, (...) hoje há mais gente feliz, ‘brincando’ de ser artista, como faziam seus antepassados em outras brincadeiras que ficaram conhecidas como folclore e onde, geralmente, não havia diferença entre quem estava no palco e na plateia”²².

Claro que nem todo mundo pensa assim. Andrew Keen, um polemista contrário à cultura de massa proporcionada pela internet se opõe tanto ao jornalismo colaborativo quanto à nova produção artística que se encontra por todo lado na internet. Em seu livro, *O culto do amador* (que tem o pretensioso subtítulo “como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, nossa cultura e valores”), aponta os seguintes argumentos²³:

Lemann, do jornal *The New York Times*, salienta que “a sociedade cria estruturas de autoridade para produzir e distribuir conhecimento, informação e opinião. Para quê? Para que saibamos que podemos confiar naquilo que lemos. Quando um artigo se apresenta sob a bandeira de um jornal respeitado, sabemos que foi examinado por uma equipe de editores tarimbados e com anos de aprendizado, confiado a um repórter qualificado, pesquisado, verificado, editado, revisto e

apoiado por uma organização de notícias fidedigna que dá testemunho de sua veracidade e precisão. Se esses filtros desaparecem, nós, o público em geral, ficamos diante da tarefa impossível de esquadriñar e avaliar um mar interminável de conjecturas confusas de amadores.

O argumento é parcialmente equivocado. Todo mundo se lembra do escândalo, ocorrido em 1994, que ficou conhecido como Escola Base, no qual professores de uma escola infantil foram acusados de pedofilia e tiveram sua vida arruinada por sucessivas e intermináveis matérias jornalísticas que vieram a se mostrar falsas. Existem também vários exemplos de livros didáticos com erros grosseiros, apesar de publicados por editoras tradicionais, escritos por especialistas²⁴. Aliás, em um estudo hoje já antigo, a Revista Nature apontava que a Wikipedia, construída colaborativamente, era tão precisa quanto a *Enciclopédia Britannica*²⁵.

O aspecto em que se mostra necessário dar razão a Andrew Keen é que um intermediário é indispensável para orientar o leitor no meio de tantas possibilidades acessíveis na rede. Ocorre que, hoje, esse intermediário não é mais aquele que tradicionalmente produzia a notícia e a divulgava. Rene Silva e Mídia NINJA estão aí para desafiar todo o sistema informacional detido pelos grandes conglomerados de comunicação. O intermediário verdadeiramente importante é aquele que goza de credibilidade, quer seja um jornalista, quer seja um amador. E para desespero de autores reacionários como Keen, muitas vezes o intermediário mais confiável hoje em dia é exatamente alguém longe dos grandes meios de comunicação.

Quanto à produção cultural, destacamos um dos inúmeros trechos que poderiam expor a tese do autor americano²⁶:

Sendo eu mesmo um fã de música profundamente desprovido de musicalidade, certamente não consigo imaginar Johan Sebastian Bach lançando uma versão tosca de seus Concertos para Brandenburgo para ser remixada ou recombinaada por seu público. Ou Mozart deixando seus ouvintes reescreverem suas óperas e seus concertos. Você consegue imaginar Bob Dylan lançando um *Blood on the Tracks* interativo que pudesse ser rearranjado para soar do seu jeito? E como todas essas remixagens e combinações terminam no Youtube, como tem ocorrido com a maior parte delas ultimamente, somos nós que temos de enfrentar a tarefa de assistir de cabo a rabo esses milhões de esforços para descobrir aqueles raros que valem a pena.

Bom mesmo que essas remixagens acabem na internet. Assim, podemos ouvir o trabalho do carioca João Brasil, reinventando a 5ª *Sinfonia* de Beethoven em *mash up* com a Batucada Dalai Lata, resultando na 5ª *Batucada*²⁷.

João Brasil é um dos maiores talentos brasileiros na arte de combinar músicas, tendo desenvolvido projetos interessantíssimos como 365 *mash ups*²⁸, em que Dorival Caymmi, Gilberto Gil, Tom Jobim, The Beatles e Miles Davis, entre muitos outros, são remixados a Rita Lee, Village People, Banda Calypso e até a vinheta do Fantástico. Diante do argumento elitista e impreciso de Andrew Keen (como garantir que Mozart, um produto do século XVIII, poderia ser tão restritivo hoje com suas obras?), a melhor resposta é apenas uma: apesar de canônico, ninguém é obrigado a

gostar de Beethoven, ou de gostar mais de Beethoven em sua versão original.

A despeito de tanta criatividade, vivemos também tempos de incerteza. O direito autoral é um ramo razoavelmente recente dentro da ciência jurídica. Forjado entre os séculos XVIII e XIX, consolidou-se no século XX, valendo-se de modelos de negócio que dependiam da materialidade do suporte (como livros em papel, fitas de VHS e fitas K-7, entre outros). Com o advento da internet e da cultura digital, as certezas foram abaladas, os intermediários tornaram-se muitas vezes dispensáveis e agora a indústria cultural precisa se reinventar para sobreviver. Não é a primeira vez que isso acontece e provavelmente também não será a última.

A parte boa dessa história é que os direitos autorais passaram a ser debatidos por toda a sociedade, já que o tema agora interessa a todos. Nos últimos anos, inúmeras foram as obras publicadas por professores dedicados a repensar a matéria sem se prender a dogmas e sem reproduzir o discurso que hoje repercute anacrônico e inadequado aos tempos em que vivemos. Se ainda não sabemos como o futuro vai ser, temos alguns indícios de como não vai ser: certamente as caríssimas formas de produção e de circulação de bens culturais que hoje ainda sobrevivem não serão maioria no futuro.

Uma das grandes revoluções recentes é a possibilidade de usar a tecnologia para financiar projetos culturais. Longe das complicadas e burocráticas leis de incentivo à cultura, os sites de *crowdfunding* vêm se consolidando como uma alternativa viável para dar vida a projetos que dependem de algum tipo de investimento. Sites como Queremos²⁹, Cattarese³⁰ e Benfeitoria³¹ são os similares nacionais ao grande

sucesso norte-americano Kickstarter³², que só em 2013 ajudou a financiar projetos no valor total de 480 milhões de dólares, em quase 20 mil projetos financiados.

A tecnologia promete incluir cada vez mais seres humanos na produção cultural. Pessoas contando cada vez mais suas próprias histórias, comungando aquilo que faz sentido em suas vidas. Se por um lado os índices de audiência das novelas da TV Globo são consistentemente mais exíguos³³, por outro, os potenciais espectadores de outrora estão dedicados a produzir e distribuir sua própria arte, com os assuntos mais variados, desde videogames (como o Arthur Protásio, que mantém o canal Ludo Bardo³⁴) até arte de vanguarda preocupada com o espaço urbano (como o Coletivo Opavivará³⁵). É a tecnologia que concretiza, mais do que nunca, o direito constitucional à liberdade de expressão. E é a tecnologia que coloca os direitos autorais no centro do mundo cultural em que vivemos.

Por isso, é tão importante o debate de uma lei de direitos autorais mais flexível, que permita o uso mais equilibrado de obras protegidas, como aquele destinado a fins didáticos ou para obras derivadas. Somente assim o direito autoral estará adequado para cumprir sua função social, promotora de um mundo mais criativo, que é seu destino no tempo presente.

Notas

- 1 Exemplos de títulos apontados pela autora: “A Mulher de Fogo”, “Faz Tudo...”, “A Pulga”, “Roçando”, “O Consolador”. DEL PRIORE, Mary. *Histórias íntimas - Sexualidade e erotismo na história do Brasil*. São Paulo: ed. Planeta, 2011; p. 96.
- 2 DEL PRIORE, Mary. *Histórias íntimas - Sexualidade e erotismo na história do Brasil*. São Paulo: ed. Planeta, 2011; p. 97.
- 3 O conteúdo da revista *O Rio Nu* pode ser acessado em <http://hemeotecadigital.bn.br/o-rio-nu/706736>
- 4 Hoje o perfil conta com mais de 136 mil seguidores.
- 5 Disponível em <http://oglobo.globo.com/rio/a-voz-jovem-conectada-da-comunidade-do-complexo-do-alemao-8365592>.
- 6 Disponível em <http://www.cartacapital.com.br/blogs/midiatico/protestos-em-sp-sao-ignorados-por-canal-de-noticia-a-cabo-7034.html>.
- 7 Olho da Rua. *Revista Piauí*, n. 87, p. 28.
- 8 A íntegra da entrevista se encontra em <https://www.youtube.com/watch?v=vYgXth8QI8M>.
- 9 Constituição Federal, art. 5º:
IV - é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato; (...)
IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença; (...)
- 10 Não se usa aqui *periferia* com significado geográfico ou socioeconômico. Trata-se de periferia cultural, marginal, cujos agentes se encontram fora dos meios tradicionais (e consagrados) de comunicação.
- 11 Não que a situação seja ideal. O Brasil ainda tem um número bastante elevado de ataques à liberdade de expressão. Segundo matéria do website Consultor Jurídico, um relatório produzido pela ONG Artigo 19 aponta que, no ano passado, comunicadores em geral e defensores de direitos humanos foram alvo de 45 violações graves contra a liberdade de expressão no país. Disponível em <http://www.conjur.com.br/2014-mai-02/brasil-registrou-45-ataques-liberdade-expressao-2013>.
- 12 <https://www.youtube.com/watch?v=UHJmUPeDYdg>.
- 13 Disponível em <http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/2102.pdf>.

- 14 http://www.visoesperifericas.org.br/2014/o_festival.html.
- 15 Sobre as licenças públicas *Creative Commons*, ver *O Que é Creative Commons?*, disponível em <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/11461>.
- 16 Como foi o caso de *Cafuné*, de Bruno Vianna, lançado em 2006 nos cinemas e, no mesmo dia, na internet.
- 17 O caso foi discutido por Lawrence Lessig em sua obra *Remix*. LESSIG, Lawrence. *Remix*. New York: The Penguin Press, 2008.
- 18 Por exemplo: <http://www.consumersinternational.org/news-and-media/news/2011/04/brazil,-egypt-and-uk-among-worst-copy-right-regimes-in-the-world/>.
- 19 Ver, entre outros: PROSE, Francine. *Para ler como um escritor – Um guia para quem gosta de livros e para quem quer escrevê-los*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.
- 20 Eliane Abrão, por exemplo, comenta que “se o autor ou titular entender prejudicial aos seus legítimos interesses terá que prová-los (o uso de pequenos trechos dificilmente prejudica a exploração normal da obra)”. ABRÃO, Eliane Y. *Direitos de autor e direitos conexos*. São Paulo: Editora do Brasil, 2002; p. 152.
- 21 Por exemplo, determina o art. 46 da LDA: Art. 46. Não constitui ofensa aos direitos autorais:
(...)II - a reprodução, em um só exemplar de pequenos trechos, para uso privado do copista, desde que feita por este, sem intuito de lucro;
(...)VI - a representação teatral e a execução musical, quando realizadas no recesso familiar ou, para fins exclusivamente didáticos, nos estabelecimentos de ensino, não havendo em qualquer caso intuito de lucro;(...)
- 22 Disponível em <http://hermanovianna.wordpress.com/>.
- 23 KEEN, Andrew. *O culto do amador: como blogs, MySpace, Youtube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, nossa cultura e valores*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009; p. 54.
- 24 Exemplos de erros encontrados em livros de Biologia, apontados pelo CRM da Paraíba: http://www.crm-pb.cfm.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=20991:&catid=3.
- 25 Disponível em <http://www.nature.com/nature/journal/v438/n7070/full/438900a.html>.

- 26 KEEN, Andrew. *O culto do amador: como blogs, MySpace, Youtube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, nossa cultura e valores*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009; pp. 59-60.
- 27 <https://soundcloud.com/joaobrasil/5th-batucada-jo-o-brasil>.
- 28 <http://365mashups.wordpress.com/>.
- 29 <http://www.queremos.com.br/>.
- 30 <http://catarse.me/pt>.
- 31 <http://benfeitoria.com/>.
- 32 <https://www.kickstarter.com/>.
- 33 Por exemplo: http://acritica.uol.com.br/buzz/manaus-amazonas-amazonia-Rede-Globo-enfrenta-cri-se-audiencia-baixa-novela-Em-Familia-berlinda-Manoel_Carlos_0_1128487153.html .
- 34 <https://www.youtube.com/user/VagrantBard>.
- 35 <http://www.opavivara.com.br/>.

A economia híbrida do século XXI

RICARDO ABRAMOVAY

Um espectro ronda os grandes fornecedores europeus e norte-americanos de energia elétrica. Batizado, num relatório recente do Rocky Mountain Institute, (2014), de *abandono da rede* ou, na expressão em inglês *grid deflection*, ele anuncia o crepúsculo dos sistemas centralizados de energia nos Estados Unidos e sua substituição massiva, antes de 2020, por um arranjo que envolve captação solar, baterias de longa duração e conexão digital de alta qualidade. Também na Europa, um informe do grupo financeiro global UBS (UBS Investment Research, 2013) alerta os investidores que, ainda nesta década, as contas de luz, na Itália, na Alemanha e na Espanha cairão de 20 a 30%, como resultado do aumento da autoprodução domiciliar e comercial, o que levará, até 2020, ao corte pela metade dos lucros daqueles que uma análise divulgada pela Reuters (DE CLERCQ, 2013) não hesita em caracterizar como os “dinossauros da energia”.

O mesmo espectro tirou o sono da Federação Internacional da Indústria Fonográfica que, há menos de dez anos, explicava que a música era um negócio de investimento intensivo e se preocupava que a “pirataria tornasse mais difícil para o conjunto do setor manter os investimentos regulares na busca de talentos”. O que não impediu que, de forma descentralizada e independente das grandes gravadoras, a

oferta global de música aumentasse (WALDFOGEL, 2011) e, com ela, o espaço para obras que raramente sensibilizavam o radar das organizações empresariais que dominaram o setor durante o século XX.

Ainda no início da era digital, em 1976, Bill Gates chamava de ladrões os que usavam sem pagar produtos desenvolvidos por ele e sua equipe e combatia o mesmo espectro com a ameaça de que sua ação impediria que “bons softwares fossem escritos” e ainda perguntava, candidamente: “*who can afford to do professional work for nothing*” (“quem pode arcar com trabalho profissional não remunerado?”). Talvez não fosse exatamente o que o jovem Gates chamava de trabalho profissional, mas a oferta de softwares livres expandiu-se fantásticamente desde que Linus Torvald subverteu a identidade entre trabalho, eficiência e remuneração, convidando aficionados pela criação digital a compartilharem livremente seus talentos na escrita de softwares (TORVALD, 1991). Ou, nas palavras de Brynjolfsson e McAfee (2014:64): “o chocante, na internet moderna, é o quanto as pessoas estão dispostas a dedicar seu tempo a produzir conteúdo online sem buscar remuneração como contrapartida”.

Em comum com o fantasma que saía das páginas do Manifesto Comunista de 1848, o atual, como mostram estes três exemplos, assusta por se apoiar no uso compartilhado de recursos sociais. Ele é chamado de economia colaborativa ou economia do compartilhamento. Em contraste com o de Marx e Engels, porém, ele não passa pela apropriação coletiva de meios de produção pertencentes a mãos privadas. O fantasma atual horizontaliza as relações humanas, descentraliza os instrumentos de produção e troca, abre caminho para laços de cooperação direta entre indivíduos

(conhecidas como *peer to peer* ou P2P) e empresas (*business to business* ou B2B) e contesta o uso indiscriminado dos direitos autorais como base da inovação. (P2P Foundation, 2012; WILSON, 2014).

Ele não supõe a propriedade estatal dos grandes meios de produção e troca, nem regime econômico centralmente planejado e muito menos age com a perspectiva de produzir eventos épicos como a tomada do Palácio de Inverno. Sua grande força está na unidade entre a aspiração de inúmeros movimentos sociais em todo o mundo (a valorização dos bens comuns e a busca de que a vida econômica se oriente cada vez mais para sua obtenção) e o crescimento exponencial (KURZWEIL, 2005) da capacidade computacional, traço decisivo da sociedade da informação em rede.

É bem verdade que a economia colaborativa contemporânea se apoia sobre dispositivos pertencentes a algumas das maiores corporações globais (Google, Amazon, Facebook, Tweeter, Alibaba, Baidu, entre outros). Não é menos certo também que grandes corporações globais estão obtendo lucros extraordinários com base na cooperação social impulsionada por empresas como AirBNB, Uber e outros dispositivos de compartilhamento em rede pertencentes aos gigantes da internet. A mercantilização dos processos colaborativos preocupa de forma crescente pesquisadores e ativistas. (BERNHOLZ *et al*, 2013).

Mas seria um equívoco imaginar que estas iniciativas exprimem simplesmente um passo adicional no processo secular de dominação capitalista, ou apenas mais um degrau da evolução tecnológica contemporânea. Os trabalhos de Castells (2009 e 2012) mostram não só o impressionante e, muitas vezes, assustador poder das empresas que coman-

dam o mundo digital (BALKAN, 2014 a), mas também a emergência de contra poderes operando por meio de redes sociais e que escapam ao controle dos que as dominam. Jeremy Rifkin (2014) enxerga tanta força nestes contra poderes que, para ele, a unidade entre a internet das coisas e a economia colaborativa prenuncia nada menos que o eclipse do capitalismo.

Mas mesmo os trabalhos vindos da consultoria McKinsey (HECK; ROGERS, 2014) ou o recém-lançado e imprescindível livro de Brynjolfsson e McAfee (2014), muito distantes de uma inspiração anticapitalista, convergem no sentido de que as mídias digitais representam uma verdadeira revolução no mundo econômico e na própria maneira de se fazer negócios. O economista Brian Arthur (2011) sintetiza a marca central desta revolução: “com a chegada da Revolução Industrial – grosso modo, a partir de 1760 quando apareceu a máquina a vapor criada por Watts e até um período pouco posterior a 1850 – a economia desenvolveu um sistema muscular expresso na força das máquinas. Agora, ela está desenvolvendo um sistema neural... A partir de 1990, os computadores começaram a conversar seriamente uns com os outros e todas estas conexões começaram a ocorrer”. O resultado, como mostra o livro fundamental de Ray Kurzweil (2005) é que os computadores estão fazendo com nosso poder mental o que a máquina a vapor e a eletricidade fizeram com nossos músculos.

Este texto procura expor alguns fundamentos e algumas consequências desta unidade fundamental, que marca a sociedade contemporânea, entre colaboração social e o avanço exponencial das mídias digitais. Forma-se, como será visto a seguir, uma economia híbrida que revoluciona as

formas de produzir e consumir e cujas consequências para a economia criativa (tema central deste livro) são cruciais. O texto expõe três entre as mais importantes transformações teóricas que esta unidade entre cooperação e mídias digitais impõem às ciências sociais e resume, na conclusão alguns de seus principais problemas.

A EMERGÊNCIA DA ECONOMIA HÍBRIDA...

A economia digital contemporânea transforma o que se entende por valor (GORZ, 2005), contesta os parâmetros a partir dos quais a riqueza é medida (o PIB e, de certa forma o próprio crescimento) e dá lugar àquilo que tem sido chamado de forma cada vez mais frequente de *economia híbrida* (LESSIG, 2008; HAIGH; HOFFMAN, 2012). O segredo desta hibridez não se encontra na fecundação recíproca entre Estado e mercado, mesmo que a relação entre ambos domine ainda boa parte do debate político e acadêmico. Não se trata de usar recursos a partir de objetivos estritamente privados, por um lado e ampliar, por outro, as inúmeras formas centralizadas e estatais de controle e apropriação derivadas deste uso. É claro que a presença do Estado na vida social é fundamental para a democracia e a vida econômica de qualquer sociedade moderna. A economia mista do século XX, fortemente inspirada em Keynes e Kalecki, consistia basicamente na presença do Estado sob a forma não só de impostos e subsídios, mas de investimentos, transferências e até de iniciativas empresariais.

Já a economia híbrida do século XXI vai alterando a própria maneira de funcionar das empresas, seus objetivos,

seus valores, seus métodos e seus protagonistas. Borram-se, por meio da unidade entre internet e economia colaborativa, as rígidas fronteiras que, desde a Revolução Industrial, separaram o público e o privado na vida econômica. Ao mesmo tempo, parte crescente da oferta de bens e serviços se faz de forma abertamente colaborativa, sem a intermediação de organizações privadas. É a mistura entre colaboração social e economia privada que forma a base da atual economia híbrida. A IBM, por exemplo, apoia boa parte dos serviços que presta em softwares livres (BENKLER, 2011). Em muitas situações ela paga salários a programadores Linux e subsidia, ao mesmo tempo, a Linux Foundation (BAUWENS, 2012). O Linux, cujo processo colaborativo inicial era voluntário e gratuito, tornou-se uma espécie de *joint venture* de companhias cujos titulares são pagos por seu trabalho. Hoje 70% dos programadores ligados ao Linux são pagos, 14% continuam trabalhando sem receber e 13% podem ou não ganhar pelo que fazem.

O importante, sob o ângulo da economia híbrida do século XXI, é que “a corporativização do Linux não mudou o modelo organizacional que lhe é subjacente”, analisa Bauwens, citando um relatório interno da organização: “o que interessa é a maneira como os projetos abertos (*open source*) são organizados internamente. Num projeto tradicional de software, há um gerente de projeto que decide que características o produto vai ter e que recebe e aloca os empregados para trabalhar em várias destas características. Em contraposição, não há ninguém dirigindo o desenvolvimento conjunto do Linux kernel”. E quando um funcionário da IBM trabalha num projeto Linux kernel, a IBM não tem direitos exclusivos sobre seus resultados, que não se

convertem em sua propriedade. Na feliz expressão de Bauwens (2012), “neste modelo, a lógica do negócio tem que se acomodar a uma lógica social, ela já é, em outras palavras, uma ‘economia ética’”.

Uma empresa como a norte-americana Opower utiliza redes sociais para alterar o comportamento dos consumidores, chegando assim a estimular a redução no consumo de energia de forma significativa e com base numa comunicação que é ao mesmo tempo particular a cada consumidor e que atinge dimensão massiva (<http://opower.com/fivetruths/>).

O Imazon, uma das mais importantes ONGs da Amazônia, lidera hoje uma iniciativa que também é parte desta emergente economia híbrida. A organização é conhecida por utilizar técnicas avançadas para monitorar o desmatamento na Amazônia. Isso lhe permitiu desenvolver habilidades que hoje já são aplicadas não só em áreas florestais, mas na própria agricultura de grãos. Uma das mais importantes é levada adiante em cooperação com o Instituto Mato-Grossense do Algodão (<http://www.imamt.com.br/home/informativos?page=5>). Trata-se de informar, por meio de sistemas georreferenciados, a produtores de algodão a incidência de mariposas adultas de espécies de lepidópteros-praga. O trabalho de reconhecimento destas pragas é feito em campo. Mas a tecnologia desenvolvida pelo Imazon permite duas coisas substanciais: em primeiro lugar, que o processamento destas informações seja rápido e massivo, para que se tenha uma ideia do conjunto da região em que a infestação ocorre. Além disso, esta informação é disseminada online para os agricultores, que recebem gratuitamente um aplicativo. Este sistema inte-

ligente vai permitir o cruzamento das informações sobre pragas com dados de temperatura, vento, chuvas e a partir de parcelas muito reduzidas das propriedades. A formação de uma inteligência coletiva capaz de processar estas informações pode ser muito importante no melhor uso de insumos dos quais dependem os estabelecimentos agropecuários.

É claro que a participação social na vida e nas decisões produtivas a que a internet dá potencialmente lugar é hoje, na maior parte das vezes, efêmera, superficial e voltada muito mais a efeitos publicitários que à alteração do modelo de negócios. Mas, embora minoritária, esta economia híbrida abriu uma espécie de brecha que desafia alguns dos mais caros fundamentos das ciências sociais. O mais importante deles, como mostra Viviana Zelizer (2005), é o que faz da economia privada e da busca de bens comuns componentes antagônicos de mundos hostis que só poderiam limitar-se uns aos outros exteriormente, mas jamais fertilizar-se interiormente e contaminar suas lógicas recíprocas de funcionamento. E, no entanto, é exatamente isso que vem ocorrendo com a emergência da economia híbrida do século XXI. Organizações privadas, ainda que de forma minoritária, adotam objetivos socioambientais e incorporam formas colaborativas de interação com seus consumidores e fornecedores. Ao mesmo tempo, parte crescente da oferta de bens e serviços vem de iniciativas que não se apoiam na busca do lucro e têm por base a colaboração direta entre as pessoas: a Wikipedia é o exemplo mais conhecido, mas nem de longe o único, deste tipo de cooperação social. A transformação é ainda mais profunda quando se leva em conta a internet das coisas e o avanço da inteligência artificial

(KURZWEIL, 2005), que trazem para o mundo econômico inédito potencial de eficiência.

As possibilidades emancipatórias desta unidade entre cooperação social e mídias digitais são gigantescas. Mas, ao mesmo tempo, nesta unidade estão embutidas formas inéditas de poder que ameaçam a democracia, as liberdades individuais e o uso socialmente útil das possibilidades abertas pelo avanço deste bem comum da espécie humana que é a internet e os poderosos dispositivos em que ela se apoia (WILSON, 2013; BALKAN, 2014 a; TAYLOR, 2014).

...SOB O PESO DA PRIVATIZAÇÃO

A internet e o estabelecimento da rede mundial de computadores são hoje a mais poderosa expressão da capacidade humana de gerir de forma compartilhada e descentralizada bens e serviços comuns. Inúmeros pesquisadores mostraram a estreiteza da visão segundo a qual numa economia descentralizada e fundamentada no mecanismo de preços, os atores voltam-se estritamente a seus interesses e são incapazes de cooperar de maneira explícita e direta, como se no mais estrito egoísmo morasse a quintessência do comportamento racional.

Amartya Sen (1999), por exemplo, mostra que esta postura, que dominou a revolução neoclássica, a partir do final do século XIX e que ainda é tão forte nos manuais universitários (MANKIWI, 1999), não faz jus à própria origem da ciência econômica que nasce da pluma de um professor de ética, Adam Smith. Elinor Ostrom (1990), por sua vez, reuniu centenas de casos contemporâneos, tanto em comuni-

dades tradicionais como em grupos inteiramente submetidos a uma implacável lógica de mercado, mostrando uma capacidade de cooperação que desafia a visão reducionista segundo a qual a riqueza coletiva só pode advir da liberdade que o indivíduo tem de perseguir exclusivamente seus próprios interesses.

A era digital representa o aprofundamento inédito deste processo cooperativo, com base num sistema totalmente descentralizado, sem controle, sem proprietário, sem sequer um programa particular que permita seu funcionamento. Foi desfeito o mito de que a base da inovação tinha que ser necessariamente a recompensa econômica daquele que a levasse adiante e, portanto, a defesa de seus direitos de propriedade. John Naughton (2014) explica: “A rede não impunha dogmas quanto ao conteúdo desses pacotes. Se você tivesse uma ideia de um programa que pudesse ser realizado usando pacotes de dados (e fosse inteligente o suficiente para escrever o software necessário), então, a rede faria isso por você, sem questionar nada. Isso teve o efeito de facilitar tremendamente as inovações, tendo como resultado uma explosão de criatividade”.

O inédito na internet é que se trata de um sistema global de cooperação, radicalmente descentralizado e que se apoia em dispositivos ao alcance das pessoas, operando em rede. Ou, como explica Balkan (2014b): “A rede mundial de computadores (WWW) começou, inicialmente, como um sistema descentralizado com muitos centros”.

Ao mesmo tempo, esta descentralização encontra-se hoje sob o controle de um punhado de gigantes corporativos que estreitam seu horizonte, à medida que comprometem a própria transparência no uso das informações e dos

dados em que apoiam seus modelos de negócios e seus lucros. “Hoje, vivemos em um mundo em que a Internet é dominada por um punhado de companhias transnacionais”. E estas companhias generalizaram a espionagem (consentida ou não) como base de seu modelo de negócio. O início da era digital apoiou-se em uma deontologia que condenava a espionagem, caracterizando-a como *spyware*. Para Balkan (2014b), o mundo vive hoje uma nova era de espionagem, *Spyware 2.0*: “Ali onde *Spyware 1.0* era uma anomalia – facilmente identificada como programa malicioso (*malware*) – *Spyware 2.0* é a norma hegemônica da era da Internet; ela tornou-se invisível por sua própria ubiquidade” (BALKAN, 2014b).

No Brasil, a luta em torno do marco civil da internet e, globalmente, o esforço do criador da Web, Sir Tim Berners-Lee, para impedir sua captura privada exprimem bem aquele que talvez possa ser caracterizada como um dos mais importantes conflitos do século XXI: o que opõe os potenciais de oferta e de uso de bens comuns, apoiados em poderosos dispositivos tecnológicos e o empenho em privatizar, controlar e reduzir a transparência do crescimento destes bens comuns. John Naughton (2014) explica: “A internet foi criada por governos e funciona com softwares de código aberto. Ninguém é ‘dono’ dela. Mas empreendimentos e fortunas colossais se ergueram sobre essa base “gratuita”, fato que os fanáticos neoliberais à frente de empresas na internet frequentemente parecem esquecer. Berners-Lee poderia ter ficado riquíssimo se tivesse visto a web como oportunidade comercial. Mas não o fez – e persuadiu a Cern de que ela deveria ser dada ao mundo como recurso gratuito. Assim, a web, por sua vez, tornou-se uma platafor-

ma de inovação que prescinde de permissão, como é a internet. Foi graças a isso que um estudante de Harvard pôde lançar o Facebook”. As ameaças que pesam sobre o caráter aberto e público da Internet e da Web são imensas. Astra Taylor (2014:10), por exemplo, mostra que longe de reduzir desigualdades, a Web está fazendo com que “a riqueza e o poder mudem para aqueles que controlam as plataformas que todos nós criamos, consumimos e conectamos”.

Apesar desta concentração de riqueza e de poder, é importante reconhecer que gratuidade e a abertura de um dos mais poderosos vetores de inovação do século XXI exigem, para sua compreensão, dispositivos intelectuais diferentes daqueles sob os quais o capitalismo, desde a Revolução Industrial, se desenvolveu. A literatura sobre o tema, desde que Manuel Castells (1996) publicou sua poderosa trilogia, é atualmente, ao mesmo tempo, fascinante e gigantesca. Serão aqui assinaladas três transformações decisivas que atingem, ao mesmo tempo, a organização social contemporânea e os instrumentos teóricos a partir dos quais ela pode ser pensada.

ECONOMIA DE ESCALA E CENTRALIZAÇÃO

Fred Wilson (2013) é categórico: estamos transitando de uma sociedade baseada em formas burocratizadas e hierarquizadas de alocação de recursos para uma organização descentralizada, em que novas tecnologias, funcionando em rede e em mãos de indivíduos e empresas respondem por parte crescente da oferta de bens e serviços. Na sociedade tipicamente industrial, a concentração de recursos era

a base da própria eficiência. Isso se exprime, sob o ângulo teórico, na importância da economia de escala, na teoria neoclássica e na ideia de concentração do capital em Marx. A grande virtude histórica do capitalismo foi exatamente produzir a concentração que permitiu, por meio do crescimento da produtividade do trabalho, baratear os produtos e, portanto, criar os próprios mercados de massa que emergiram nos últimos cem anos. Desde a revolução industrial, com raríssimas exceções, concentração de recursos e eficiência econômica foram expostos, nas ciências sociais como dois lados da mesma moeda.

Para Jeremy Rifkin (2012), a coerência dos grandes períodos históricos dos últimos dois séculos vem da maneira como se articulam basicamente comunicação e energia. Assim, o carvão e o vapor, no século XIX, abrem caminho não só para estradas de ferro, e imensas frotas navais, mas também para a massificação de materiais impressos, o que favorece o surgimento da educação pública na Europa e nos Estados Unidos. Na Segunda Revolução Industrial, que domina todo o século XX, o petróleo e a eletricidade permitem o motor a combustão interna, o automóvel individual e, sobretudo a comunicação apoiada em grandes centrais elétricas: telégrafo, telefone, rádio e televisão.

Já o que Rifkin (2012) chama de Terceira Revolução Industrial tem como marca central a rede de energia/internet (info-energy network). O fundamental não está na energia, na internet ou na noção de rede e sim na junção das três: não só a energia, mas parte crescente da prosperidade do século XXI virá de uma organização social marcada pela descentralização, pela cooperação e pela partilha.

Esta descentralização abalou de forma disruptiva todo o

setor de comunicação, informação e a produção de cultura. Até quase o final do século XX, o acesso a bens culturais e à informação dependia de poderosos meios de produção e distribuição que operavam a partir de uma lógica privada e de obtenção de lucros. Jornais, programas de rádio e de televisão supõem uma estrutura industrial que vai das equipes de reportagens às impressoras, passando por complexos mecanismos de distribuição que envolvem bancas, lojas, caminhões e cujos custos só podem ser cobertos por publicidade e venda de produtos. Lawrence Lessig (2008) mostra que as severas leis norte-americanas de proteção estrita aos direitos autorais, ao longo do século XX, fizeram com que, “nunca antes na história da cultura humana, a produção de cultura tenha sido tão profissionalizada. Nunca antes foi tão concentrada” (LESSIG, 2008:29).

Este mundo de concentração foi desmontado: criar, reproduzir e distribuir informação, cultura, arte e ciência são hoje atividades que os dispositivos da sociedade da informação em rede colocam nas mãos das pessoas. Contrariamente ao que ocorreu de forma predominante desde o século XIX, submeter seu talento aos que controlam os meios de produção da cultura, da informação e da ciência não é a condição para que a criação possa ver a luz do dia. Hoje as pessoas se informam em redes sociais e a importância do YouTube no lançamento de novos artistas é crescente. Softwares como Pro Tools, que custam US\$100.00 transformam um computador pessoal num estúdio de gravação. Além disso, o rádio deixa de ser o maior meio de descoberta de novas músicas, o que reduz também as despesas com o pagamento da difusão, prática habitual das gravadoras no século passado. Os próprios custos de distri-

buição das músicas, que exigiam que as lojas dispusessem de grandes estoques de discos no lançamento de novidades foram quase eliminados. Hoje tunecore.com se encarrega da distribuição cobrando do artista um custo inicial baixo e garantindo-lhe 100% do produto das vendas. No campo da ciência, as mais prestigiosas revistas brasileiras e internacionais abrem amplo acesso ao que fazem os pesquisadores, como mostra, por exemplo, o Scielo.

Mas estas transformações não se limitam ao mundo da cultura, da informação e da ciência. Elas atingem não só a oferta de energia (como o mostra a explosão de placas solares em domicílios e estabelecimentos comerciais nos Estados Unidos e em vários países europeus), mas também a própria produção material. Ou, como diz Chris Anderson (2012), a revolução digital chegou à oficina.

Isso abre caminho para que se altere o próprio sentido do empreendedorismo no mundo contemporâneo. É verdade que a concepção dos produtos industriais já é feita há quase duas décadas por meio de técnicas computadorizadas e isso vai da agricultura de precisão ao controle de materiais na construção civil. Mas até aqui, trata-se de um mundo fechado em que criar e colocar os produtos no mercado depende de investimentos tão poderosos que só podem ser viabilizados por produção massificada e a partir das estruturas burocráticas e hierárquicas que marcam o capitalismo desde o final do século XVIII.

A novidade anunciada por Chris Anderson (2012) vai além das inovações tecnológicas que o computador trouxe à era industrial e isso se exprime em três mudanças decisivas: a criação de bens materiais torna-se acessível a indivíduos, as mais promissoras inovações vêm de redes sociais e

o poder sobre o que é oferecido aos consumidores está cada vez menos nas mãos dos que detêm os grandes meios de produção e troca. A revolução das redes extrapola o mundo virtual e entra na produção material.

Micro e pequenas empresas sempre foram, no mundo todo, fonte importante de geração de emprego e renda. Segundo o SEBRAE, 27 milhões de adultos, no Brasil, vivem de pequenos e micronegócios. Mas na maior parte das vezes, estes negócios confinam-se a setores de baixa produtividade, intensivos em trabalho e pouco expostos à concorrência internacional. Lavanderias, pequeno comércio, pizzarias, empresas de motoboy são talvez suas expressões mais emblemáticas. Esta associação entre empreendimentos de pequena escala e atraso tecnológico começa agora a ser superada.

A primeira característica daquilo que Chris Anderson não hesita em chamar de nova revolução industrial é a possibilidade individual de conceber e fabricar com eficiência bens que, até recentemente, só podiam sair de grandes unidades fabris. Trinta anos atrás, ninguém podia imaginar a impressão de um livro fora de uma gráfica profissional. Hoje, as impressoras a laser e o manuseio das fontes, dos layouts de páginas e das técnicas de revisão, que eram detidas por profissionais especializados, estão banalizadas. Isso começa a ocorrer no mundo da produção material com dispositivos como as impressoras em três dimensões e as máquinas de corte a laser. Os preços destes aparelhos já se tornam acessíveis à aquisição individual e o que eles podem fazer de maneira competitiva vai-se diversificando. A revolução trazida por este barateamento está no fato de se borrarem as fronteiras entre o inventor e o empreendedor.

Conceber algo não exige necessariamente submeter sua ideia a um empresário fabricante para que o invento possa se concretizar. O que ocorre no mundo da cultura, no universo dos bits, chega ao mundo da matéria, ao universo dos átomos. Ou, nas palavras de Neil Gershenfeld (2012), diretor do Centro de Bits e Átomos do MIT: “uma nova revolução está a caminho e desta vez, na fabricação. Ela se apoia no mesmo *insight* que orientou a anterior digitalização da comunicação e da computação, mas agora o que está sendo programado é o mundo físico, mais que o virtual”.

Tão importante quanto esta desconcentração dos meios de produção a que as mídias digitais virtualmente dão lugar é a unidade entre o computador e a internet, ou seja, o fato de que a criação e as inovações funcionam em rede. Até trinta anos atrás, a principal preocupação do inventor era patentear sua criação, o que lhe trazia custos imensos e benefícios duvidosos. Hoje, a primeira iniciativa do criador não é patentear e sim publicar, difundir. É daí (e não dos controles administrativos) que virá não só o reconhecimento do seu talento, mas a interação com base na qual ele poderá aprofundar sua aprendizagem e mesmo seus ganhos econômicos. O grande empreendedor sul-africano Elon Musk, criador do premiado automóvel elétrico Tesla, decidiu, recentemente, abrir as patentes a partir das quais está revolucionando o mundo das baterias para estimular seu avanço (<http://www.teslamotors.com/blog/all-our-patent-are-belong-you>). A mesma atitude foi tomada pela Patagonia, na produção de roupas de mergulho com forte componente vegetal e desprovida de produtos tóxicos (<http://www.fastcoexist.com/3033879/patagonia-launches-ad-to-talk-up-how-good-its-weed-is>).

Esta desconcentração produtiva está na raiz de novas iniciativas de formação da mão-de-obra como as que marcam os FabLabs¹ (laboratórios de fabricação ou laboratórios fabulosos) que, muito mais do que formar trabalhadores para a indústria ensinam os jovens a utilizar técnicas digitais e a operar em rede para participar deste extraordinário movimento social. A cidade de Shanghai², por exemplo, está implantando uma centena destes laboratórios e já existem mais de mil deles pelo mundo afora, inspirados pelo mais importante centro universitário de inovação no mundo, o norte-americano MIT³.

Isso não significa, é claro, que a produção de massa vai simplesmente desaparecer. Mas da mesma forma que a internet aboliu a passividade do expectador e do ouvinte e fez da interação e da mistura (do remix) a base da cultura contemporânea, esta nova revolução industrial pode fazer da colaboração social em rede o principal fundamento da criação de riqueza das sociedades atuais. E neste sentido, a segunda mudança na organização produtiva contemporânea é decisiva. É o que será visto a seguir.

REDUZINDO OS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

Ronald Coase tinha vinte e seis anos quando, em 1937, formulou uma das mais férteis perguntas das ciências sociais, que deu origem ao nascimento da economia institucional e lhe valeu, décadas depois, o prêmio Nobel: por que existem firmas? Seu interesse não estava nas condições históricas que permitiram que a iniciativa empresarial se emancipasse do vínculo estreito com o Estado, o que só ocorreu du-

rante o século XIX, como bem mostra seu colega Douglass North, igualmente institucionalista e também ganhador do prêmio Nobel (NORTH *et al*, 2009). A pergunta de Coase (1937) é importante por seu alcance teórico. Ela é uma das mais incisivas contestações à crença na capacidade e na fluidez dos mercados em alocar recursos: se os mercados são tão eficientes, como reza a crença dominante entre os economistas, como explicar que a oferta de bens e serviços tenha como protagonistas não os próprios indivíduos que trocariam livremente o resultado de seus talentos (no mercado), mas organizações hierárquicas e onde a divisão do trabalho responde a um sistema centralizado e a uma autoridade que sobre ele exerce total controle?

A resposta de Coase é conhecida: as empresas existem em virtude de custos de transação que os indivíduos não conseguem enfrentar nos mercados. Juntar o esforço dos inúmeros componentes da divisão do trabalho no interior de uma fábrica, por exemplo, por meio de mercados, exigiria um tempo e uma energia que tornariam a produção praticamente impossível. Negociar, reza a economia institucional, é muito custoso. A divisão técnica do trabalho entre quem fabrica o motor e quem o insere na carroceria não se faz por um regime de trocas livres entre seus operadores, mas sob a rígida disciplina do planejamento fabril. Daí o paradoxo de que a economia de mercado depende, antes de tudo, de organizações de comando centralizado que são as firmas e, mais ainda, as grandes corporações.

No final do *Livro I d'O Capital*, Marx aborda, com sua habitual mordacidade, o mesmo tema ao mostrar que a grande contradição da sociedade capitalista está no fato de ela se apoiar em produção estritamente planejada, no in-

terior da fábrica, e ao mesmo tempo funcionar a partir do mercado, um mecanismo, por definição, descentralizado e avesso ao planejamento. Mais que isso, a empresa capitalista reduz os custos de produção exatamente por sua capacidade (apoiada na violência da expropriação dos trabalhadores) de concentrar os meios necessários ao processo produtivo. Os indivíduos perdem todo o poder sobre o que fazem, distanciam-se de sua obra e o resultado de sua atividade subordina-se a uma organização comandada pelos que possuem, organizam e dirigem os meios de produção. A emancipação das sociedades humanas depende de que estas formas concentradas e potencialmente eficientes de produção de riqueza sejam socializadas, deixem de pertencer à classe capitalista e se tornem objeto de uso social por meio de planejamento deliberado. Mas esta emancipação será, necessariamente coletiva, virá do trabalho social.

O que aconteceria, entretanto, se os custos de transação que conduzem à existência das empresas caíssem drasticamente e se as interações econômicas entre indivíduos, domicílios e coletividades pudessem ser feitas de forma ágil, rápida, com informação suficiente para permitir a oferta de bens e serviços com eficiência igual ou superior ao que é feito pelas firmas? O que ocorreria se dispositivos de produção, dispersos entre milhões ou bilhões de pessoas, tivessem o poder econômico que, desde o século XIX, não cessou de se expandir, mas de forma cada vez mais concentrada?

É verdade que, até aqui, o uso produtivo de impressoras em três dimensões vem, predominantemente, das empresas e não de indivíduos atuando de forma independente. Mas é interessante notar que a organização fabril e a própria divisão do trabalho se alteram em função destes novos dis-

positivos. A manufatura se transforma naquilo que Rifkin (2014) chama de infofatura e, cada vez mais, em microinfofatura. A linha de montagem e as atividades parceladas que só resultavam em um produto a partir da contribuição fragmentária de cada um de seus componentes (unificados pela autoridade central e pelo poder de comando da direção da empresa) é substituída por baias individuais em que os trabalhadores montam os produtos do começo ao fim, como na fábrica japonesa da Roland DG, em Hamamatsu (NEGISHI, 2014).

O fato de o produto ser elaborado individualmente, do começo ao fim, por cada trabalhador mostra que a divisão do trabalho e a coordenação centralizada das tarefas parcelares deixa de ser premissa para o avanço da produtividade. Em 2012, um dossiê da revista *The Economist* prevê que os efeitos destes potenciais de descentralização produtiva “não se confinarão às grandes manufaturas. Aliás, elas terão que ficar atentas, pois muito do que está vindo aí vai fortalecer pequenas e médias empresas e empreendedores individuais. Lançar novos produtos vai ficar mais fácil e mais barato. Comunidades que oferecem produtos de impressoras 3D funcionam um pouco como o Facebook – um fenômeno novo que poderia ser chamado de manufatura social”.

Se isso, na produção fabril, ainda parece miragem, na oferta de energia já se tornou, como foi mencionado no início deste texto, realidade comercial, com o aumento exponencial de painéis solares residenciais e comerciais nos Estados Unidos, na Europa e na China (BURGER, 2014) e com a perspectiva de que a produção descentralizada e altamente conectada tenha presença cada vez maior.

Aumento nas possibilidades de eficiência na oferta descentralizada de bens e serviços e redução de custos de transação são acompanhados de uma terceira transformação decisiva na organização produtiva contemporânea.

A ECONOMIA DA SINGULARIDADE

Não é só no setor produtivo que a era tipicamente industrial está organizada com base na tentativa permanente de planejar e antecipar o que deve ser oferecido ao consumidor. O poder da oferta (cuja expressão caricatural mais conhecida é a célebre frase de John Ford quanto à liberdade de escolha da cor do automóvel, desde que fosse, claro, preto) se apoia numa espécie de benigna passividade que marca a vida do consumidor e a do cidadão no mundo tipicamente industrial. Esta passividade teve em filmes como *Os tempos modernos*, de Chaplin, ou *Metropolis*, de Fritz Lang, suas expressões artísticas mais notáveis. Neste mundo, como mostram Hagel III *et al* (2010), “previsões detalhadas de demanda, planos operacionais e manuais de processos operacionais montam cuidadosamente o script das ações e especificam os recursos que se requer para encontrar a demanda antecipada. Consumimos mídia que foi bem empacotada, programada e empurrada para nós com base em nossas necessidades antecipadas”.

A era digital e as redes sociais em que ela se apoia transformam esta relação entre as pessoas e aquilo que lhes é oferecido. A organização econômica baseada na tentativa de adivinhar os desejos dos indivíduos é substituída pela emergência do que o importante trabalho da P2P (2012:22)

chama de economia da intenção ou *pull economy*, em contraposição a esta organização apoiada fundamental na oferta, no “empurra”, a *push economy*. O protagonista central da *pull economy* não é mais o indivíduo isolado, que recebe pacotes e projetos prontos (referentes à sua formação, a suas fontes de informação, a seu consumo), mas esta figura nova do prossumidor, que não só interage com o mundo dos negócios, mas que interage com outros prossumidores interferindo assim na própria dinâmica do que lhe é oferecido.

A redução na importância da economia de escala na oferta de bens materiais, estimula que sejam feitos produtos específicos, adaptados a necessidades concretas dos usuários e que podem ser desenhados por qualquer um que tenha talento para tanto. O poder individual do consumidor aumenta de forma impressionante, pois ele não tem que se adaptar ao que lhe é oferecido de antemão, mas pode ser protagonista da oferta e mesmo da produção do que deseja.

Esta interação ainda engatinha e a esmagadora maioria da oferta de bens e serviços contemporâneos ainda se apoia numa típica economia do “empurra” (*push economy*). Mas os sinais de que isso se transforma já aparecem nos próprios segmentos dominantes da atividade comercial. O Magazine Luiza criou uma plataforma digital (<https://www.magazinevoce.com.br/?gclid=CNDxvcaa97ICFQSEnQodmBUA> Lg) chamada *Magazine Você*, em que as pessoas usam seus conhecimentos e suas habilidades para vender produtos sobre os quais obterão uma comissão. Silvio Meira (<http://blogdalu.magazineluiza.com.br/blog/page/7/>), professor da Universidade Federal de Pernambuco e presidente do Conselho do Porto Digital de Recife (um dos mais importantes polos de inovação do país) acredita que longe de um

exemplo tópico e localizado, este tipo de negócio tende a se ampliar. O interessante é que se trata de uma loja virtual que se apoia nas redes sociais dos indivíduos, sem qualquer custo de armazenagem e entrega para o vendedor. Não é a grande organização empresarial que tenta adivinhar e, tanto quanto possível, moldar os desejos dos consumidores. São indivíduos e suas redes que usam seus conhecimentos específicos para oferecer aos outros aquilo que demandam. A oferta vai apoiar-se em interação localizada, intencional e não generalizada e anônima. Trata-se de utilizar a confiança que emerge dos vínculos pessoais e que nos faz consultar com muita frequência amigos e conhecidos antes de realizar uma compra, numa escala e com uma agilidade que só as mídias digitais podem propiciar. O modelo lembra um pouco aquele aplicado na venda popularizada de cosméticos, com duas diferenças essenciais: na *Magazine Você*, são valorizados os conhecimentos específicos do vendedor e não simplesmente sua capacidade de comercializar os produtos que as empresas fabricam. Além disso, a loja é virtual e não depende de o vendedor bater de porta em porta oferecendo certos bens.

Esta economia da atração (*pull economy*) e da singularidade tende promover a fragmentação de produtos e serviços que, na era tipicamente industrial, só podiam ser oferecidos de forma conjunta. Fred Wilson (2013) usa o termo *unbundle* para caracterizar esta tendência que permitirá que o consumidor tenha acesso especificamente ao que deseja, no campo da informação da cultura, da produção material e até dos serviços bancários. Hoje, a forma predominante de acesso a crédito passa por organizações bancárias que tendem a vincular os empréstimos a outros

serviços não necessariamente desejados por quem está precisando de dinheiro. As inúmeras formas emergentes de empréstimos diretos entre indivíduos permitem que o crédito seja obtido sem a mediação de bancos. Ou, para usar a expressão comum entre ativistas da economia colaborativa: *banking is necessary, banks are not* (<http://www.collaborativeconsumption.com/2014/07/31/collaborative-finance-by-the-people-for-the-people/>).

CONCLUSÕES

Não há qualquer garantia de que os potenciais embutidos na oferta descentralizada, nos menores custos de transação e na emergência de uma economia da atração superem os principais impasses e desafios da economia tipicamente industrial. O conteúdo da economia híbrida do século XXI não está dado de antemão pelo poder da ciência e da técnica: ele depende fundamentalmente da capacidade que um leque variado de movimentos sociais terá para fazer com que a valorização dos bens comuns tenha prioridade com relação aos interesses privados, na maneira como a rede se constrói. Um mundo em que a conexão em rede abra caminho a mudanças reais no sentido de democratizar a organização e o exercício do poder econômico, político e cultural não emerge espontaneamente do processo evolutivo da ciência e das técnicas.

E os obstáculos às mudanças descentralizadoras que, como este trabalho procurou mostrar, as mídias digitais podem trazer, não estão apenas na velha economia industrial. O domínio da Web e dos dispositivos que a ela dão

acesso pelos maiores gigantes corporativos contemporâneos ameaçam as liberdades públicas, os direitos dos cidadãos e limitam os potenciais benefícios que ela pode trazer à cultura humana e à produção de riqueza. O modelo de negócios destes gigantes corporativos está na utilização em escala cada vez mais larga de informações produzidas pelos indivíduos no seu cotidiano. Se é verdade que, em princípio, o uso de Big Data pode oferecer imensas possibilidades de conhecimento da vida social e permitir intervenção imediata para solucionar problemas (PENTLAND, 2014), não é menos certo que hoje, esta utilização é feita de maneira opaca, sem o consentimento explícito dos indivíduos.

As práticas de espionagem global da Agência de Segurança Nacional (NSA) dos Estados Unidos ameaçam as liberdades cívicas e a democracia, uma vez que o monitoramento de cidadãos e de autoridades governamentais é feito clandestinamente, sem autorização judicial como o mostrou claramente o caso Edward Snowden (<http://www.wired.com/2014/08/edward-snowden/>). “Permitir que a vigilância crie raízes na internet significa submeter quase todas as formas de interação, planejamento e até pensamentos humanos ao escrutínio do Estado; transforma-a em uma ferramenta de repressão e ameaça desencadear a mais extrema e opressiva arma de intrusão já vista na história humana”, escreve Veloso (2014), resumindo obras recentes sobre o tema. A ascensão de Condoleezza Rice, ex-Secretária de Estado dos EUA, à direção do Dropbox (<http://www.revista.espiritoli-vre.org/snowden-diz-que-dropbox-e-hostil-a-privacidade-e-defende-abandono-do-servico>) é uma clara expressão do risco de que as informações involuntariamente fornecidas pelos cidadãos sirvam a propósitos repressivos.

Mais que isso: como mostra Zuckerman (2013), não há qualquer garantia de que o acesso à internet de fato contribua para ampliar o horizonte cultural em que se movem as pessoas, para atenuar o paroquialismo de suas relações cotidianas e para dotá-las de informações que aumentem seu discernimento e seu poder crítico.

Mas a própria massificação da Web permite que movimentos sociais opostos a esta concentração se desenvolvam. Embora estes movimentos não estejam no foco do presente trabalho, eles são parte decisiva da economia híbrida do século XXI. Em alguns casos, são propostas técnicas e instalações para construir alternativas operacionais ao que é oferecido pelos gigantes da internet. A Indie Foundation (<https://ind.ie/foundation/>), por exemplo, foi formada para apoiar indivíduos e organizações que estejam trabalhando na criação de produtos e serviços que permitam conexão digital e em rede, mas nos quais esteja garantida a proteção das pessoas, o acesso mais amplo aos conhecimentos comuns e o domínio sobre a maneira como as informações produzidas em rede são utilizadas. A P2P Foundation anima um dispositivo wiki em que estes temas são discutidos. Num importante post sobre infraestrutura da internet, Bauwens (http://p2pfoundation.net/Category:P2P_Infrastructure) procura sistematizar diferentes formas de resistência contra a apropriação e o uso dos dispositivos digitais por parte de gigantes da internet. Pentland (2014) fala da urgência de estabelecer um *New Deal on Data*, um acordo que permita, ao mesmo tempo, a utilização das informações produzidas pelas mídias digitais para melhorar o conhecimento da vida social, mas com claros limites a seu uso privado e, sobretudo, à violação da privacidade. Movimentos como redecten-

tralize.org também atuam no sentido de ampliar a autonomia das pessoas na rede, o que se materializa na palavra de ordem: tomar a NET de volta (<http://redecentralize.org/>).

É fundamental que estes movimentos sociais, que encarnam a unidade entre colaboração social e descentralização, ganhem força para que o uso crescente das mídias digitais possa revigorar a democracia e a justiça e não funcionar como um fator adicional de produção de desigualdades e de ameaça à liberdade.

Notas

- 1 http://en.wikipedia.org/wiki/Fab_lab
- 2 <http://www.engadget.com/2011/11/12/shanghai-science-and-technology-commission-proposes-100-innovat/>
- 3 <http://cba.mit.edu/about/index.html>

Com a palavra... Binho, Faustini, Perim e Quack!

Entrevista de Anderson Quack, Binho Cultura, Junior Perim e Marcus Vinícius Faustini para Eliane Costa, em 21/09/2014, no Rio de Janeiro.

A gente já se conhece há alguns anos e sempre vejo vocês em movimento, inventando, abrindo espaços, disputando o imaginário da cidade, enfim, fazendo Cultura de baixo para cima, como aponta o título deste livro. Como é isso?

Perim – Tomando a experiência do meu próprio percurso, foi na Cultura que eu encontrei uma forma de me estabelecer de forma produtiva na sociedade. Fazer Cultura de baixo para cima, no meu caso pessoal, foi o produto das experiências e dos encontros que eu tive no território popular, com pessoas dos estratos populares que se mobilizaram ou se sentiram responsáveis por colocar a sua trajetória pessoal num trabalho coletivo, dedicado ao desenvolvimento de crianças e jovens.

Eu vinha de uma militância política, passei pelo serviço público e isso me levou à direção de uma escola de sam-

ba. Eu frequentava e gostava do carnaval, e acabei sendo instado a ocupar um posto de direção nessa agremiação. Foi quando eu fiz a proposta da escola realizar um enredo sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, que naquele momento fazia dez anos. Foi a partir daí que eu comecei a refletir sobre a importância de a gente não só discutir o tema do enredo em uma perspectiva sociocrítica, visibilizando a nossa leitura sobre esse assunto, mas a de a gente também utilizar a capacidade de mobilização da escola de samba, dos atores sociais envolvidos em torno dela, como um exercício, uma experiência de educação para cidadania para crianças e jovens. E daí, surgiu um programa social, que depois veio a se converter no Circo Crescer e Viver.

Quando você vê a trajetória do Crescer e Viver, desde quando ele começa até o lugar onde ele chegou, o conjunto de encontros que nós fomos tendo, a rede de relacionamentos que a gente foi produzindo, as instituições públicas, privadas, governamentais e não governamentais que passaram a apostar no nosso trabalho, tudo isso acabou fazendo com que a gente fosse refletindo cada vez mais sobre os impactos sociais da ação e a responsabilidade de ampliar, com a sociedade e com o segmento onde a gente atuava. Esse segmento também foi nos trazendo um conjunto de novas demandas e a instituição foi sendo ressignificada, sobretudo pela pressão que surgia internamente, vinda das crianças e jovens com os quais a gente estava lidando. Então, hoje, o Crescer e Viver, com mais de dez anos de resistência, foi instado, forçado, pelos próprios espaços e encontros que ele criou, a assumir novas responsabilidades com a linguagem do circo, com a juventude, com a infância e com a Cultura.

Fazer Cultura de baixo pra cima é, desde o primeiro pas-

so, estar aberto ao encontro, às novas experiências, a pensar o sentido da intervenção cultural, pensar a dimensão social da Cultura, com responsabilidade. Não dá mais para a Cultura ser, nesse novo ambiente institucional que o Brasil vive nos últimos dez anos... Não dá mais para a Cultura ser um modinho de vida do criador, do inventor, do diretor e do artista. Cada vez mais a Cultura é chamada para assumir sua responsabilidade e suas tarefas nas agendas sociais que ainda estão postas no país, e na cidade, sobretudo com foco na superação da desigualdade. Trabalhar não só a perspectiva do acesso cultural, mas a questão do direito à expressão. Parar de pensar que o acesso para os territórios e as classes populares sou eu, daqui, criar e apresentar um espaço e dar um bilhete pra alguém, lá, vivenciar a experiência artística. Tem que mudar esse rumo. E é isso o que a gente tenta fazer aqui, trabalhar o acesso na perspectiva do direito à expressão. E fazer com que essa expressão tenha sentido e significado, não só para a vida daquele que vive a experiência de se expressar, mas para aquele que assiste, a fim de que ele possa encorajar outros sujeitos que vêm desse mesmo espaço de que, sim, é possível transformar o espaço da expressão artística em espaço da inclusão produtiva, espaço de desenvolvimento pessoal, espaço de construção do equilíbrio social na cidade. Acho que essa é a minha forma de fazer Cultura de baixo para cima.

Faustini – Acho que fazer Cultura de baixo para cima é fazer uma Cultura que não está dada. É uma Cultura inventada. Tem uma medida de ação. Não é apenas organizar um evento, criar uma obra artística. De baixo para cima é você inventar formas que não estão dadas, inventar institucio-

nalidades, dar visibilidades. Você vê pelas palavras que um determinado grupo de atores sociais que vêm de periferia, de baixo para cima, usa: visibilidade, institucionalizar, inventar... São todas palavras de quem está chegando, inventando algo. Então, acho que o primeiro pensamento sobre a ideia de fazer algo de baixo para cima que me vem é que é um lugar de ação e não de reiterar o que já existe.

Isso pressupõe pensar: por que essa ação? Por duas razões, eu acho. O senso comum fala da Cultura como a cereja do bolo e a gente, às vezes, se esquece de falar da desigualdade social no modo de produção da Cultura, que se faz de baixo para cima porque tem uma estrutura fechada, desigual. E se você for ver, a minha geração ainda está lutando para diminuir a desigualdade que vem lá de trás e abrir frentes contra a desigualdade dessa época. Essa desigualdade exige que a gente, além de pensar a cidade, tenha que entrar na disputa dos modos de produção, porque eles são desiguais. Então, as frases dessas organizações que são a minha geração, as frases que a gente foi inventando: “fazendo do nosso jeito”, da CUFA, “somos de tal território”... Tudo isso para chamar a atenção para as coisas da desigualdade. É evidente que todo mundo transformou isso em potência, não ficou só num discurso de carência ou de denúncia. Todo mundo inventou formas. Então, tem uma alegria nesse de baixo para cima. Não é rancoroso apenas: disputa, mas também inventa. Porque eu acho que se essa nossa geração não tivesse inventado, não teria a alegria, e isso foi determinante pra gente conseguir inventar lugares, trajetórias, redes. De outro lado também: eu hoje estou muito convencido de que só consegue realizar quem tem alegria.

Outra coisa é que o de baixo para cima é um jogo de armar. Não é botar o de baixo em cima: é o tempo todo estar deslocando questões de criação, questões de produção. Eu vejo organizações do campo cultural, e artistas também, não só de periferia, que pensam também dessa maneira, buscando inventar, agir na cidade o tempo todo deslocando seus pontos de vista. Então, por exemplo, se eu estava fazendo a metodologia da Agência de Redes para a Juventude, passo a fazer um festival de teatro mais estético dentro da casa de moradores de diversos lugares da cidade; se já dei conta disso, agora vou fazer tudo dentro de um prédio único da cidade, um prédio que a cidade olha de uma maneira preconceituosa, o “balança mas não cai”, no centro do Rio, e levar a cidade para lá.

Eu penso que o de baixo para cima é um disparador de deslocamento de conceitos. Não é para botar o de baixo em cima apenas, e ele virar um novo de cima. É um modo de criar, um modo de olhar. O que eu desloco aqui? Que movimento eu faço? É desarrumar, reposicionar, esticar, criar tensões. Juntando tudo isso, eu digo que fazer Cultura de baixo para cima é pensar na desigualdade; tem um elemento de criação, tem ação na cidade, ação estética e, sim, uma forte pegada de memória. Quem vem de baixo tem memória. Então, essa memória, às vezes, se traduz em ação para o seu lugar, quando alguém diz “eu nunca tive...”, ou na própria reiteração da sua trajetória, quando diz “eu sou disso, eu sou daquilo”... O de baixo produz memória. Até por que a memória institucionalizada é dos de cima. Ou aquilo que os de cima decidiram que seria memória. Então, o de baixo para cima carrega um elefante, tem memória grande, que caminha; ele tem uma caminhada muito grande. E a memó-

ria vira um elemento para manter essa pessoa realizando. O de baixo para cima quer deixar marcas nessa trajetória. De alguma maneira, ele não quer ser em cima, por isso não é rancoroso, não está apenas protestando. O de baixo para cima quer deixar marcas na caminhada; ele não quer chegar em cima, ele quer que o lugar onde ele está tenha mais gente de baixo para cima, quer ter mais gente igual a ele; ele não quer estar sozinho. Ele leva uma galera para aquilo ali nunca virar em cima. Então, tem as tentativas de associações, de fazer rede; o tempo todo há tentativas de mostrar que ele não está sozinho, está em movimento.

E você, Quack?

Quack – Eu adorei o nome desse livro, logo me identifiquei. Fazer Cultura de baixo para cima, para mim, é você acreditar na história do Davi e do Golias, acreditando que o seu sonho é a pedra. Tocar para frente o que você acredita e viver essa luta com dignidade. Como eu sou preto, uso uma metáfora assim: é dar uma Ferrari *prum* branco e um fusquinha *pro* negro, e dizer que o sinal *tá* aberto *pros* dois.

Eu vou contar um caso. Eu fui porteiro da PUC, trabalhei sete anos lá. Na cabine, eu lia o tempo inteiro, lia tudo, qualquer coisa. Eu apanhava um livro qualquer e lia o dia todo. Me lembro até que o Faustini uma vez me falou: aí, cara, vai mimetizando, bota um livro embaixo do braço e sai andando por aí, tira onda. E vou te dizer: *teve* um tempo que eu fazia isso direto, porque, assim, quando eu chegava na Cidade de Deus à noite, a polícia achava que eu era universitário e não me parava. Um dia, na PUC, uma coor-

denadora do curso de Desenho Industrial que estava estacionando me perguntou o que eu tanto lia. Eu falei que lia qualquer coisa. Ela me perguntou se eu estudava e, quando eu disse que tinha o segundo grau, ela me perguntou se eu queria que ela arrumasse uma vaga na PUC, como ouvinte. Eu falei: Claro! Então, eu escolhi fazer os cursos de fotografia, com o professor Joaquim Marçal, e mais dois: arte com bambu e trabalho com madeira. Como o maior sonho da minha mãe era ter uma cadeira de balanço eu pensei, vai ter um produto final nessa oficina e eu vou fazer a cadeira que a minha mãe quer. E eu fiz.

Na fotografia, eu não tinha noção que tudo era muito mais caro do que eu podia. Não era ainda equipamento digital; tinha que comprar o papel, filme, tudo era caro demais pra mim. E o pior é que eu não tinha câmera. Aí, um amigo do meu pai me emprestou uma Nikon. Meu pai me ajudou, demos um jeito e eu consegui fazer o curso! E isso rola mesmo: quando as pessoas em volta veem que você tá muito a fim, quando veem verdade, tudo conspira a favor, as pessoas vão te ajudando. Isso faz parte dessa cultura dos de baixo para cima. Aí, eu fiz a oficina de fotografia. Nesse tempo, o MV Bill, que eu conhecia desde menino e que veio muito de baixo também, me chamou para fotografar o show dele no Conexões Urbanas, do AfroReggae. O Bill sempre cuidou muito de mim, desde moleque. Nesse dia, eu fiz as fotos dele, do Caetano Veloso e da Adriana Calcanhoto. E eu, realmente, fiz fotos incríveis. Levei para turma na PUC, todo bobo. Só que aí veio a coisa pesada do de baixo pra cima. Quer dizer, o que veio foi o de cima para baixo... Até então, a turma me tratava como um menino da Cidade de Deus, tendo uma oportunidade. Eu já tinha tido uns con-

flitos, porque, quando eu cheguei, alguns colegas acharam que eu ia trazer uns negócios para eles. Mas eu nunca usei drogas, nunca bebi e não levava. Acho até que eles achavam que eu estava fazendo jogo duro, que eu levava para outra pessoa, essas coisas. Mas tudo bem. Só que, quando eu cheguei com as fotos... Aí mudou tudo. Os caras fizeram pouco de mim, disseram que claro que não tinha sido eu que tinha fotografado... Eu fiquei muito chateado, cheguei a pensar em desistir da fotografia. Mas o Joaquim Marçal, meu professor, me chamou para conversar com ele lá na Biblioteca Nacional, onde ele trabalhava, e me convenceu a não levar a mal e não desistir não, porque eu tinha talento. Mas é isso, né? Quando um político fala na favela, ele fala de escola técnica; quando fala para os ricos, fala de vagas na universidade... Se dois jovens têm jeito para resolver essas paradas de eletricidade em casa, o que se espera é que o de baixo vá ser eletricitista predial, trabalhar para o de cima, que vai estudar Engenharia Elétrica.

No texto de apresentação da coleção *Tramas Urbanas*, na qual cada um de vocês escreveu um livro, Heloisa Buarque se refere ao fenômeno da “cultura da periferia” como “um dos movimentos culturais de ponta no país, com feição própria, uma indisfarçável dicção proativa e, claro, projeto de transformação social”. Inicialmente, grande parte desses projetos envolveu expressões artísticas, na música e no audiovisual, por exemplo, só mais tarde entrando a literatura, a palavra. Binho, militar pela literatura na Zona Oeste é fazer Cultura de baixo pra cima?

Binho – Olha, produzir de baixo para cima, para mim, é tornar todas as pessoas pertencentes, ativas no que vai ser construído. Eu me sinto um fazedor, primeiro por estar numa região, a Zona Oeste, que sempre foi preterida por todas as políticas públicas, de todos os setores, especialmente no da Cultura. Mas eu comecei a prestar atenção justamente nessas figuras: Faustini, Quack, Perim, que já estão na pista já tem bastante tempo. Quando eu colo nesses caras, meu trabalho se amplia, começo a ter uma visão de cidade, uma visão de Estado; reconheço o meu território, as pessoas e os potenciais dali. E vejo que nenhum governante vai perceber as demandas da periferia se não existirem protagonistas pressionando e buscando dialogar com esses agentes. Então, esse é o meu papel. Sou um fazedor, *tô* na ponta, no território. E eu já consigo realizar ações, ações de qualidade, provocando um contrafluxo. Não é mais aquele passivo, só de receber.

Eu sou um militante da literatura, muito nessa linha do de baixo pra cima. Eu desenvolvi um pensamento de irradiação. Eu comecei com uma mudança em mim, depois eu criei uma biblioteca comunitária dentro da minha casa, afetando o pessoal da minha rua, a vizinhança mais próxima. Isso foi em 1998, em Vila Aliança, onde eu sou nascido e criado. Dez anos depois, eu inventei um sarau, o Chá com Letras, e depois um centro cultural, aí já pensando no bairro. Em 2013, comecei a Festa Literária da Zona Oeste, a FLIZO, que nesse momento está em plena segunda edição, aí pensando em algo que se expandisse para a cidade, para o país, para a América Latina. Inclusive, já estamos fazendo parceria com alguns países lusófonos da África para a edição do ano que vem.

A palavra sempre esteve presente na minha vida. Eu aprendi a ler com quatro anos e, de três irmãos, eu fui o único que tive acesso ao jardim de infância. Mas na minha casa não tinha livros. Era a década de 1980 e o desafio era ter dinheiro para comprar comida. Eu brincava na casa de um amigo, cujo pai era gerente da Caixa [Caixa Econômica Federal]. Ele tinha TV em cores, mas, principalmente, na casa dele tinha uma estante de livros. Foi a primeira vez que eu vi uma estante com livros. Mas eu não podia mexer, então, eu virava a cabeça e lia os títulos, nas lombadas. No livro que eu acabei de lançar, falo dessa estante; e semana passada eu fui levar um livro de presente para a mãe desse meu amigo e disse para ela que a estante da história é a da casa dela. Ela ficou superemocionada.

Na minha casa, meu pai gostava de jornal e minha mãe da Bíblia. Então, eu lia o jornal e a Bíblia. Na adolescência, eu tive uma fase revoltada e me tornei pichador, um pichador popular, ousado, admirado, que tinha privilégios na escola que só os bandidos tinham na favela. Eu tinha mulher, eu tinha fama. E a minha arma era a palavra. Eu pichava, mas também escrevia e desabafava das tensões que eu tinha em casa. Tentei também ser MC, mas acabei desistindo. A rima do funk foi embora, mas ficou a letra. Um dia, lendo uma poesia, me descobri poeta. E escrevia muito. Até hoje tenho muitos cadernos. Aí, comecei a assistir ao programa do Jô Soares no SBT e ali eu comecei a aprender palavras novas. Eu tinha que assistir muito baixinho, porque dormia todo mundo junto na sala. Quando ele falava uma palavra que eu não conhecia, eu anotava no caderno e no dia seguinte eu ia procurar no dicionário. Minha avó tinha vindo morar com a gente e tinha trazido um Aurélio. Nessa altura

então, eu já lia a Bíblia, o jornal e o Aurélio. Meu Aurélio é todo marcado, cheio de anotações. Eu, então, comecei a usar as palavras que eu aprendia, falava difícil, escrevia difícil. Depois de ter repetido ano várias vezes, eu mudei completamente, decidi que não queria dar mais sofrimento para a minha mãe. Decepcionei meus fãs e larguei a pichação. Passei a me dedicar à escola, virei representante de turma e todo mundo queria estudar comigo.

Mas, aí, eu também tive uma grande decepção que veio de cima para baixo. Chegou a hora da prova do livro paradidático, que era aquele que o meu pai nunca comprava. Nos outros anos, eu não estava nem aí, mas, naquele ano, eu me importava. Isso era 1997. Conversei com a professora, confidenciei a ela o meu problema, que eu não tinha como comprar o livro. E no dia da prova, argumentei que, se ela me arrumasse um livro emprestado, eu faria a segunda chamada. Mas ela disse que não abriria exceção e não me liberou. E mais que isso, me expôs para a turma. Aquilo me fez muito mal e eu saí da escola; parei de estudar. Mais adiante, voltei, incentivado por pessoas que me disseram que eu tinha futuro. E, então, eu decidi montar uma biblioteca comunitária na minha casa para que nem meus irmãos, nem ninguém mais passasse pela humilhação que eu passei na escola.

Mas não basta ser um fazedor, eu quero participar da construção das políticas públicas. As ruas mostraram isso no ano passado. Agora, eu quero dizer: muita gente falou, nessa época, que “o gigante acordou”, mas pessoas como nós não tiveram nem onde dormir. Então, a gente já vem de uma estrada muito longa, quebrando pedra, mostrando aos agentes públicos que, para eles acertarem, para eles

terem efetividade nas suas ações, eles precisam construir junto com a gente. Essa insistência permitiu, inclusive, que a gente hoje tenha uma melhor equidade nos investimentos nas diferentes regiões da cidade. Hoje, a gente tem Ponto de Cultura em Sepetiba, em Santa Cruz; neste ano, já conseguimos que 48% das verbas de cultura fossem destinadas às regiões Norte e Oeste. Com o apoio da prefeitura à FLIZO, a gente consegue se estender por toda a Zona Oeste. É um amadurecimento.

Eu penso que o Rio de Janeiro tem que caminhar para recuperar a sua essência cultural popular, aprofundar isso, potencializando as ações locais, os atores, os protagonistas do território, destinando verba para as pontas, para o moleque que faz um trabalho na rua, como nesse edital da Secretaria Municipal de Cultura junto com o Rio 450. Para o microempreendedor, para a pessoa física. Por quê? Porque o Faustini, o Perim, todos nós, fazemos um trabalho com juventude, em que o jovem que chega não é mais “público-alvo”. A nossa dinâmica não lida com público-alvo, a gente lida com público potente. Eu não quero que o moleque seja meu aluno, eu quero que ele seja meu parceiro. E eu sei que ele tem um sonho, eu sei que ele tem uma ideia de ação. Ele precisa acessar um recurso para transformar aquela ideia em ação. Então, esse edital é muito importante. E, inclusive, da mesma forma que eu procurei o Faustini, o Perim, para saber das coisas, a gente tem que se colocar à disposição desses meninos, compartilhar o que a gente aprendeu, como fazer um projeto, prestar contas, essas coisas. Para mim, do ponto de vista da política pública, o desafio é potencializar esses agentes.

Fortalecer essa potência do território, né?

Faustini – É isso. Eu cresci no Cesarão, conjunto habitacional de Santa Cruz, e não sentia o meu território representado, nem pela dicção política, nem pela dicção midiática. Eu já tinha uma pegada subjetiva, desde moleque, com literatura. Na militância política, via que a política não tinha disso e eu já percebia, mesmo sem ter repertório para expressar, coisa que só fui ter depois dos 30 anos, eu já percebia que tinha uma coisa subjetiva ali, no território, que podia ser expressa e gerar um direito. Ao mesmo tempo, o território entrou também porque a gente teve que inventar lugares: a gente não estava nos teatros, nas estruturas dos de cima, que eram fechadas: mesmo quando a gente entrava era muito rápido, não tinha condições de estar ali.

Então, acho que o território virou uma síntese, nos últimos dez anos, para algo que ampliou a ideia de povo, operário, proletário, que eram ideias anteriores, de quando alguém falava sobre o operário, lutava pelo povo. Veja, quem fala território é quem vem do território; quem chama aquele lá de povo, operário, é quem fala sobre o operário, quem não está lá. Quem diz “o meu território” são esses atores que vieram desses lugares. Porque o território é o que as pessoas produzem, expressam, não é só o lugar. A nossa vida foi no quintal, foi na rua. Eu não tive quarto, então, a minha subjetividade era ir para a rua. Acordar, tirar o colchão do corredor e vamos para rua! Você constitui o imaginário na rua. Tem um moleque no Cesarão, até hoje, que tem o muro dele. Ele senta no muro e diz “esse é o meu muro”. Ele inventou uma subjetividade ali. Então, esses atores, que circulam a cidade para poder pegar o seu desejo de território, foram construindo isso.

E acho que o encontro com os intelectuais dessa nossa geração, intelectuais de cultura e urbanismo, fortaleceram essa pegada. Aí, a questão do direito à cidade, de disputa da cidade, eu acho que tudo isso juntou. Por isso eu também estou muito feliz e fiz questão de elogiar na coluna [do jornal *O Globo*], o edital que o Sergio [Sergio Sá Leitão, secretário municipal de cultura] fez para jovens de origem popular, sem exigir CNPJ. Eu sinto que conseguimos! Porque não existe território sem ação do sujeito. Território é a invenção dos sujeitos. Uma coisa é espaço geográfico, outra é território. O território entrou como uma percepção de que isso nos tornaria mais poderosos e, ao mesmo tempo, ele tem muito a ver com uma dimensão afetiva. Muito mesmo. E também com a discussão de cidade, de identidades. É o chão, mas é muito mais: é toda a rede de pertencimentos, de histórias, de memórias, de afetos. Então, é a Cultura e é a ação no território.

Veja, a gente cresceu ouvindo “não tem nada aqui”, “a gente tem que sair daqui” e isso se tornou um drama para mim, na minha formação. Eu vivia coisas ali, mas eu não entendia que podia narrar aquelas coisas como coisas positivas. O que a gente faz na Agência é mostrar para o moleque que ele pode ter acesso aos repertórios de muitas maneiras. Dá rede pra ele, dá repertório. Daí, a metodologia dos inventários, dos abecedários que a gente inventou. Dá potência para o desejo dele, porque o desejo do jovem da favela é despotencializado o tempo todo e, ao mesmo tempo, diz: “cara, o teu território é mundo, você não precisa sair daqui, ele faz parte da cidade”. Eu tenho muita preguiça com essa ideia de resistência. Porque não é mais uma resistência, eu vejo a ideia de resistência mais como um discurso de um

momento histórico, e alguns querem se agarrar nisso... Mas, muitas vezes, quem fala muito de resistência vê o território como um lugar de atendimento e não de ação... Eu vejo o território como um lugar de ação comum, de cocriação. É uma dimensão política pra mim, que convoca para a ação. É impossível falar de território e não falar de ação e expressão e memória e direito e, claro, olhar a diversidade.

Porque dentro do Cesarão, dentro da Rocinha, a gente tem que olhar a diversidade. Então, cada vez mais, na Agência, é importante ter, em toda seleção, jovens de diferentes regiões de dentro de cada favela. Historicamente, se trabalhou com os extraordinários, o que cantava, o que falava igual ao partido, ou até mesmo o que estava com o tráfico; de certa forma, os extraordinários. Hoje, a gente tem que pensar na diversidade. Pensar em juntar os moleques de diferentes lugares de cada favela faz com que eles conheçam mais a sua diversidade, faz com que eles conheçam mais o seu território, fiquem mais fortes. Soluções só aparecem com diversidade de pessoas. E o território tem diversidade. De problemas, de pessoas, então tem que fazer de tudo para juntar isso.

Para mim, a palavra território é muito cara. Duas palavras que deram para mim um salto de expressão e ação foram: de um lado, a ideia do território, junto com a ideia de memória; de outro, os instrumentos de expressão, mapa, inventário, coisas que a gente usa na metodologia da Agência. Porque tem muita energia nesses territórios, mas não tem o repertório de expressão para disputar. Tem outros repertórios. Precisa apresentar, para eles fazerem contato com os repertórios: olha, com esse repertório aqui você disputa a arte; com esse aqui você disputa a política. Esse é o DNA

de quem vem de território popular. A gente, que ensaiou na praça, não mostra a obra só no final, já começa a dar oficina enquanto está ensaiando. Por que tem tanta oficina na periferia? Porque esse artista já nasceu dando oficina. A ação no território não é didática para explicar algo, ela faz parte de um modo de ação desse artista. A apresentação da banda é tão importante quanto a oficina. O Sergio Vaz, da Cooperifa, não tem uma ação didática: é a própria estética. É fazer arte fora da arte. Só que fazer arte fora da arte é uma maneira de fazer arte. Então, como é que não é arte aquele ambiente que ele cria, intervindo no território? Acho que a gente está no começo disso. Os espaços de arte não são só lugares de recepção e exposição, são lugares de ação.

Perim tem dito uma coisa que eu gosto muito: é preciso inventar novas institucionalidades, não aprisionar a realidade com as institucionalidades já existentes, porque isso seria fazer de cima para baixo. Eu diria, pegando a fala do Deleuze, potência e poder. Quem está em cima, pensa em poder. Olha e diz: “faz assim, faz assado”. A potência é o estar em ação. Quem está em cima quer que nada aconteça, para não deslocar e ele cair. Quem está embaixo, está querendo é se mexer, está tentando criar outra coisa, não quer ir só para cima. O desafio da minha geração é construir essas institucionalidades. Como é que a Agência vira uma metodologia que possa ser usada pelo poder público, por outros grupos, virar um repertório da cidade. Porque senão nós vamos ter atendido um segmento de uma geração, forjado nossas vidas, mas só vão ficar institucionalizadas as estruturas velhas. A gente precisa urgentemente da institucionalidade.

Quack, qual foi o papel da CUFA, a Central Única das Favelas, nesse processo?

Quack – Eu acho que a CUFA teve um papel importantíssimo na questão da formação da periferia no audiovisual e no teatro. Em 2002, o Celso Athayde criou o Núcleo de Audiovisual lá. O Cacá Diegues foi o inspirador e deu a partida na mobilização de muitos profissionais importantes de cinema. Eu fui aluno, monitor e coordenador. Eu já tinha feito o curso de fotografia na PUC e estava fundando na Cidade de Deus a companhia de teatro Tumulto. O Celso dizia que em cinema tinha muita coisa para se fazer, além do diretor, do roteirista. Montou um conselho e um curso com uma grade curricular invejável. Só tinha fera: Cacá, José Carlos Avellar, Beth Formaggini, Adriana Rattes, Walter Lima Junior, Rafael Dragaud, Mini Kerti, Ivana Bentes, João Moreira Salles, Eduardo Coutinho, Joel Zito. A minha profissionalização se deu aí. A gente tinha aula teórica e prática. E, no teatro, a gente fez a mesma coisa: vieram Lázaro Ramos, Maria Padilha, Amir Haddad, Caio Blat, Marcio Libar, João Carlos Artigos, Biza Vianna. Tudo fera.

Já existia o núcleo de audiovisual no Nós do Morro, que era de alta qualidade e servia de parâmetro para nós – o Gustavo Melo, que tinha feito *O jeito brasileiro de ser português*, o Jonathan, a Luciana Bezerra, que já tinha o feito *a Mina de fé...* Mas não era uma coisa de larga escala como o da CUFA, que formava 80 pessoas por ano. Nessa época, já tinha acontecido o filme *Cidade de Deus*, já tinha sido criado também o Nós do Cinema, de onde veio o Cinema Nosso. Um grupo enorme de pessoas se formou ali e hoje está trabalhando em tudo que é lugar. E, em 2010, o Cacá

Diegues convidou o Felha e o Cacau, da Cidade de Deus, para dirigir o episódio *Arroz com feijão*, no filme *Cinco vezes favela, agora por nós mesmos*. Na verdade, foi um remix de um curta que a gente tinha feito lá atrás, no núcleo do audiovisual.

Desde o começo, a ideia da CUFA era protagonismo, processo político com o hip-hop. E formação. A gente já filmava, com o Bill, o *Falcão, os meninos do tráfico*. O Celso queria que a gente mesmo fizesse, não contratasse um pessoal para fazer. Como não tínhamos muita experiência, então, a gente precisava exercitar: tinha uns 20 grupos de hip-hop na CUFA. Aí, nós – eu, Felha, Nino, Refém, Cacau –, que éramos da CUFA e também do audiovisual, fomos fazer os videoclipes dessas bandas, que foram nossos primeiros projetos. E, enquanto isso, a gente rodava o *Falcão*, em paralelo.

Na CUFA, eu fui fotógrafo, *roadie*, motorista, fui tudo. A CUFA para mim, desde que eu comecei lá, já era um sonho realizado. E é muito louco, quando penso que, naquela época, um moleque, eu já sentia isso e que, hoje, estou aqui como Secretário-Geral da CUFA... É muito louco... Eu fiz também vários outros curtas e, recentemente, o documentário de longa-metragem *Remoção*, que você viu. Hoje, eu sou diretor dos programas de televisão *Aglomerado* (que envolve mais de 100 pessoas e é produzido pela CUFA Filmes) e *O bagulho é doido*. Também tive a oportunidade de escrever um livro, *No olho do furacão*, na coleção Tramas Urbanas, que você citou, contando a história da CUFA, da Cia. Tumulto, do audiovisual. É muito engraçado, é a minha vida, tudo muito entrelaçado, tudo acontecendo junto, de baixo para cima.

Perim – Eu costumo dizer que nós não começamos fazendo projetos sociais para os outros: esses projetos primeiro incluíram a gente. Deram novos sentidos para o que o mundo oferecia para nós.

Binho – É verdade sim. E projetos como os nossos reconhecem o território, reconhecem pessoas ali que são potências, outros fazedores. É esse o trabalho que, por exemplo, a Agência vem fazendo. O Faustini sempre me chama para bate-papos com os jovens da Agência e ali a gente consegue ampliar a forma de se fazer política, tanto no sentido da política pública, quanto da política partidária, quanto da política dos relacionamentos. e então, a gente acaba deixando de ser periferia. Eu moro na região periférica, mas, hoje, quando eu dialogo com o poder público ou com pessoas de renome na área da cultura, eu sinto que elas me consideram, me ouvem; que eu sou alguém que tem o que dizer, que faz, que tem valor, que tem pra contar uma experiência importante para a cidade, para o país. Me atendem!

Quando pensamos em projetos como o Nós do Morro, de 1986, o AfroReggae, de 1993, e depois CUFA, Crescer e Viver, Observatório de Favelas, Redes da Maré, Enraizados, Mate com Angu, Escola Livre de Cinema, Ponto Cine, Cinema Nosso, Agência de Redes para a Juventude, Festa Literária das Periferias (FLUPP), Festa Literária da Zona Oeste (FLIZO), tantos outros... Nós poderíamos falar que isso constitui uma geração específica de projetos e protagonistas?

Perim – Eu acho que esses projetos que você citou constituem, sim, uma geração. Com metodologias diferentes, envolvendo atores sociais com histórias muito diferentes, mas todos esses projetos são liderados e foram construídos por pessoas que vieram das classes populares. Nenhum veio das elites culturais, econômicas ou intelectuais para produzir essas experiências. Nós somos de uma geração de realizadores que não aceitou o rumo do que estava dado pra nós, tipo “ah, vamos ensinar uma profissão a esses caras aqui”, “vamos introduzir esses caras nesse modelo de sociedade que tá aí”. E a gente meio que disse “olha, a gente não está a fim disso não” e fomos construir uma nova perspectiva da gente se colocar na cidade, de gerar nossa própria atividade produtiva. É por isso que eu digo que nós não começamos fazendo projetos sociais para incluir os outros: esses projetos primeiro incluíram a gente mesmo.

Respondendo à pergunta, eu pensaria aqui em três aspectos que nos identificam, que caracterizam essa geração: primeiro, como eu já disse, a trajetória de seus principais fundadores, todos vindo de classes populares; segundo, uma preocupação cotidiana com a possibilidade de construir espaços para que outros jovens possam desenvolver um conjunto de repertórios e habilidades para significar as suas vidas, da mesma forma que a gente significou as nossas; e o terceiro, é que a gente não faz projeto para mostrar qualidade artística ou para mostrar a nossa capacidade de refletir sobre o mundo a partir de nossa experiência estética, mas coloca essa experiência estética a serviço de uma agenda que envolve desenvolvimento humano, econômico e social, especialmente para os estratos populares da sociedade carioca. Todos nós acabamos tendo nosso traba-

lho artístico e cultural reconhecido pelos segmentos mais abastados da sociedade e passamos a ocupar determinados espaços que antes eram dados só para as camadas médias, mas a gente, todos nós, dos projetos que você citou, viemos dos territórios populares e desenvolvemos nossa ação de, para e com a periferia.

O fato de ser no Rio de Janeiro marcou esse processo?

Perim – Sim, sobretudo nos últimos dez anos, a gente passou a refletir muito a cidade do Rio de Janeiro, como um polo dessa nova invenção estética, criativa, que advém da periferia. Claro que você vai encontrar outras iniciativas similares em outras cidades do Brasil, mas se você pensar em uma experiência como o AfroReggae, que começa na favela de Vigário Geral e ganha o país, ganha o mundo, que hoje é supervisível, você vê que é uma ação que produziu experiência a partir de um DNA, de como se faz, se junta gente, se produz fluxos estéticos em territórios populares favelizados e junto com esses estratos populares da cidade.

Nós temos uma identificação muito clara com o Rio. No Crescer e Viver, por exemplo, a gente se apresenta como “o picadeiro mais carioca do Rio”, é até redundante. A gente faz um Festival Internacional de Circo do Rio de Janeiro. Além de percorrer o teatro da rede clássica, o festival passou por 66 lugares da cidade, pensados de Paciência a Paquetá. Desses espaços, 43 são favelas cariocas. Quase 80% das pessoas que trabalharam na equipe do festival esse ano, 1054 pessoas na última edição, foram mobilizadas nas favelas cariocas, através de um processo de seleção que a gente

lançou, chamando a juventude que está produzindo cultura nesses territórios.

Essa é a nossa geração. Mas acho que ela ainda não vai dar conta de todas as questões da cidade: a gente está sendo um disparador de uma nova geração de realizadores que, sem dúvida alguma, serão mais potentes que nós. Já surge nas favelas e territórios populares da cidade um conjunto de novas experiências e de atores sociais que apropriam cultura como ferramenta de intervenção na sua própria vida e na vida de outras pessoas, e essa ação vai ser mais forte que a nossa. Porque, de certa maneira, nós fizemos o “serviço sujo”, de ir pra porrada, de ir para o enfrentamento, de disputar política pública.

Essa contribuição, eu acho que a gente vem dando para que se abram portas e janelas, se esgarcem um pouco mais as rachaduras dos muros para passar uma galera maior. Somos uma marreta simbólica que está aqui batendo nos muros desse cotidiano, complexo ainda, da cidade do Rio de Janeiro. Essa coisa de disputar a cidade pela Cultura, pela realização do território popular é um desafio, é uma questão ainda de classe, que a gente tem que tratar como uma questão de classe. É uma geração de cariocas, ou de novos cariocas, como gosta de falar o Jailson [Jailson Silva, fundador do Observatório de Favelas e autor de artigo neste livro], que precisa entrar. Eu nem carioca sou, nasci em São Gonçalo, mas me sinto abraçado, adoro o Rio, vivo a cidade com a maior intensidade possível, me dedico às agendas sociais da cidade. Nós somos essa geração que quer fazer um Rio mais humano, mais justo, mais democrático a partir da Cultura. A gente pode não chegar aonde a gente queria, mas a geração que vem aí vai conseguir.

Faustini – Sim, sem dúvida somos uma geração e uma geração do Rio de Janeiro. Eu acho que isso só foi possível isso por causa do Rio de Janeiro, porque é uma cidade que tem um nível de conflito social muito grande, e os pobres sempre circularam na cidade. Não tem mobilidade, mas o pobre sempre circulou pela cidade. Eu sempre circulei e foi por isso que eu me envolvi com os punks do Méier, com o pessoal do teatro da Zona Sul. Então o Rio teve essas brechas. Nos anos 1970, eu era aquele penetra, que conhecia alguém e entrava numa festa, era o que a gente chama de “intrusão social”. Isso foi mudando, acho que o Rio tem uma pegada de ação de rua. O turista não vem pra cá pra ter experiência de teatro. Ele vem para viver o território, a rua, o modo de vida. Isso tudo já estava aqui. A gente pegou e expressou isso.

Esses atores sociais dos projetos que você citou têm uma medida de afeto e isso é uma dimensão carioca. Eu acho que essa geração, a nossa, tem também uma dimensão muito forte de ética com os parceiros. A gente aprendeu a reconhecer. Por exemplo, saber que tem um cara na Maré que criou um Observatório de Favelas, tem um maluco de São Gonçalo que invadiu um pedaço de terra e criou um circo... Poxa, eu quero conhecer esse cara! Aí, você imita um pouco, e ele te imita e vai criando aí uma teia. Então, eu acho que o Rio de Janeiro e toda a questão da centralidade da Cultura na discussão da cidade, não só da arte, é outro diferencial. Poucos lugares têm isso. Londres também tem isso, mas lá é muito mais a pegada da arte; aqui, a gente tem a pegada da Cultura, é diferente.

Eu acho que isso é uma coisa do Rio de Janeiro. Tem a ver com a praia do Rio, a história do Rio. Esse encontro da

favela e do asfalto já tinha na bossa nova. Só que eu acho que isso foi se reconfigurando. O que está acontecendo agora não é mais aquilo da classe média ir salvar. O que está acontecendo agora, nos últimos, sei lá, oito anos, é uma ideia de criar ambientes de ação comum. Eu acho que o Rio é uma cidade de conflito social, de minorias, de tudo. E tem um imaginário represado. Por que o Passinho teve essa adesão de todos nós? Porque foi repertório que todo mundo disse, cara, isso tem que aparecer! E, aí, foi Passinho, Passinho, Passinho. Porque tem um ideário de que essa cidade está usando pouco o seu imaginário, por conta desses de cima que querem sufocar todo o imaginário da cidade.

A própria geografia da cidade, os morros no meio dos bairros ricos, fez o problema social aparecer com muita força. Na minha geração, teve uma coisa assim: pô, eu também quero falar. Eu não quero só receber coisas dos projetos, eu também quero pensar a cidade. E eu acho que a gente foi muito bem formado para essa discussão de cidade, apesar de não ter feito faculdade. A experiência de partido, de ter feito movimento social, ou passado por ONG, a oportunidade de ter tido contato com pessoas, com intelectuais, como você, esse afeto que a gente troca, eu fico pensando então que a nossa formação foi muito boa. Nosso acesso a repertórios, pessoas. E isso tudo junto com uma vontade de produzir enorme, pautada por uma ideia de sobrevivência, mas ao mesmo tempo por uma alegria de inventar. Quem não tem nada a perder tem uma alegria de inventar.

Essa alegria, a gargalhada, a teimosia, o afeto, o papo reto, o “tamo junto”, o abraço apertado, tudo isso sempre

me chamou muito a atenção nesses jeitos de fazer, e de viver, que vocês inventaram. Já disse, e repito aqui, que ter acompanhado de perto os projetos e as conquistas de vocês foi o que eu trouxe de mais rico dos meus dez anos como gerente de patrocínios na Petrobras.

Quack – Você é a nossa madrinha...

E vocês acham que essa geografia do Rio, em que grande parte da periferia está no meio, nas favelas entremeadas aos bairros mais ricos da cidade, isso influi de alguma forma nessas possibilidades de conexões?

Perim – Eu acho que isso permite um pouco que a gente não fique tão guetizado. Isso ajuda um pouco na mobilidade física, mas a mobilidade simbólica ainda é difícil. A geografia carioca ajuda. Agora, falando como um gonçalense que veio para o Rio, eu acho que o Rio tem um valor gigantesco que é o carioca. O carioca é um sujeito muito generoso e eu acho que essa generosidade está impressa, está impregnada nas gerações que foram recebendo esses gestos. Acho que nós fomos muito reconhecidos por pessoas muito bacanas, como a Heloisa Buarque de Hollanda, a coleção Tramas Urbanas, como você, com o seu papel na Petrobras, de vir atrás da gente... Eu não acho isso comum, esse paradigma de um executivo de uma grande empresa ir lá, tomar a iniciativa, procurar entender o que estava acontecendo ali, abrir esse espaço.

Então, tem uma generosidade no Rio. E eu acho que isso também está muito expresso nos nossos fazeres, nos nossos projetos. Por exemplo, para trazer gente para o festival

de circo... No mundo todo tem trabalhos maravilhosos que dizem “olha, me paga aí um lugar para eu dormir e para eu comer que eu vou”. Todo mundo quer vir para o Rio. Primeiro, o Rio é lindo, não dá para desconsiderar. Mas é também por essa capacidade de acolhimento, de abraçar.

Faustini – E essa cidade tem uma potência enorme de economia cultural popular! Enquanto ela não tirar essas imagens... A imagem dela não pode ser o Cristo Redentor, a imagem dela é outra. Não é “a cidade maravilhosa”. Aqui é a capital da classe C! E não dá para pensar essa cidade sem pensar em região metropolitana, porque todo dia tem gente aqui. O Rio é uma cidade aberta de circulação. Os pobres andaram muito. Eu andei muito, pela casa das minhas tias, ia com o meu avô vender garapa, ia com meu tio vender amendoim. Ir para rua foi uma coisa que ajudou a gente a se conectar. E, depois, claro, a internet veio ter um papel incrível nessas conexões. Eu não gosto muito dessa história do upload, porque a gente não está só botando para cima, a gente está espalhando. É para os lados, é para todo lado. A imagem para mim é a dos fios que espalham tudo para todo lugar. Eu entendo, mas a imagem que eu faço é mais a de conectar, espalhar.

E essa geração de projetos que vocês criaram, ela se relaciona com alguma outra que veio antes? Pensando, por exemplo, no trabalho de ONGs como FASE, ISER, IBASE, CEAP, o CECIP com a TV Maxambomba...

Perim – Essa pergunta é inclusive uma oportunidade pra gente reconhecer determinadas coisas. Da mesma forma

que tem essa geração que está chegando agora e se inspira em coisas que a gente faz, se relaciona com a gente, é importante dizer que a quase totalidade dos projetos da nossa geração passou pela FASE, ou pelo CEAP, ou pelo IBASE, ISER. AfroReggae passou pelos quatro: CEAP, FASE, IBASE e ISER. O Crescer e Viver teve muita relação com a FASE; não estivemos tão perto das outras, mas eu passei a conhecer. Ou seja, todos nós, de alguma maneira, passamos por essas ONGs, que foram a geração anterior à nossa, que foi uma geração que havia percebido isso também, eram organizações estruturadas, atuavam como intervenção e perceberam que precisavam apoiar o surgimento de novos sujeitos. Boa parte de nós é fruto de um processo de parceria, de consultoria, de dedicação mesmo, dessas organizações. Foi, em muitos casos, uma estreita relação. Inclusive apoios financeiros, bem pequenos, às vezes, mas que foram fundamentais para a gente se formalizar e, inclusive, começar a dialogar com a cena de uma maneira mais qualificada. Nós devemos muito a essa geração anterior à nossa.

Faustini – Eu acho sim, que existe essa relação entre a nossa geração e a das ONGs que você citou. A presença das ONGs foi muito importante. Uma coisa que eu me orgulho na nossa geração é que a gente reconhece os mestres. A gente tem uma clareza muito grande da importância dessas organizações. E a gente virou organização também. Então, é um exemplo de institucionalidade que a gente aprendeu. Nós nos tornamos organizações sociais porque a gente viu estruturas sólidas na nossa frente. A gente aprendeu que a democracia precisa de institucionalidades para garantir direitos.

Claro que há uma diferença narrativa, de como narra o território, antes tinha uma pegada mais de atendimento, mas tem relação, tem conversa, tem reconhecimento. E foi um ambiente de muita provocação também, fomos obrigados a pensar, a nos viabilizar. Por isso que eu acho que a gente teve uma formação muito boa, apesar de não feito faculdade. Uma formação para a discussão de cidade. E eu acho que você tem que formar as pessoas para a cidade, não só para uma profissão.

E eu vejo muita gente trabalhando junto, hoje, inclusive. A FASE, a Cléia Silveira, especialmente, é muito parceira e amiga da Agência de Redes para a Juventude e também do Crescer e Viver, por exemplo. O CECIP está aí, é uma instituição superséria, que criou a TV Maxambomba e continua desenvolvendo outros projetos muito fortes. Eles continuam ali dando o exemplo da institucionalidade, que eu acho que é o desafio da minha geração. Aprender a se institucionalizar para não ser efêmero, para que algo fique. Fique como repertório, como memória, como procedimento, para que ninguém tenha que passar de novo pelo que a gente passou.

Perim – Quer dizer, a gente acaba vendo que há uma certa costura, que a cidade vem dando passos. Embora hoje ainda não tenha como refletir muito sobre a consequência de cada geração, mas eu acho que sim, são consequências do processo social na cidade e consequências de figuras importantes do pensamento, da reflexão e da generosidade de atores sociais que a gente cita aqui. Acho que a UNESCO também, já no final dos anos 1990, quando ainda tinha o escritório aqui no Rio, foi importante para nos encorajar à formalização.

Embora o Nós do Morro tenha surgido em 1986 e o Afro-Reggae em 1993, a consolidação desse movimento que ficou conhecido como “cultura da periferia”, no Rio, aconteceu, mais fortemente, nos últimos anos da década de 1990, ganhando muita força durante toda a primeira década dos anos 2000, potencializado por políticas públicas. Esse mesmo período foi marcado pela popularização da internet e das tecnologias digitais. De que forma essa nova cultura das redes, esse novo paradigma de comunicação de muitos para muitos, marcou essa geração?

Perim – A internet foi fundamental para que a gente estabelecesse nossas redes, a nossa possibilidade de fazer conexões, que é essencial nos nossos fazeres. A tecnologia foi fundamental. Na verdade, o uso da tecnologia na nossa comunicação, na nossa articulação. No trabalho em São Gonçalo, eu não tinha dinheiro para fazer um jornalzinho, eu fazia um boletim semanal, com as notícias sobre o projeto. Eu descobria na internet os emails das pessoas importantes, de jornal, nas empresas que eu achava que poderiam se interessar em apoiar. Eu disparei milhares de mensagens, talvez zero, zero, zero, vírgula um por cento tenha tido efeito, mas tudo isso contribuiu para levar referência, para construir reputação para o Crescer e Viver. Quando eu chegava aos lugares, de alguma maneira, as pessoas já tinham ouvido falar do projeto. E o Crescer e Viver teve uma relação muito forte com a Rede Circo do Mundo, que só foi possível organizar, naquela dimensão, com a internet.

Antes era muito mais difícil. A internet favoreceu muito a construção de tecnologias para as redes sociais, eu digo aqui as redes de pressupostos, redes de atores coletivos que

se organizaram em torno de um conceito, de uma metodologia, de um desejo de produção específico. A Rede Circo do Mundo Brasil, a Rede Interamericana de Circo... É claro que as interações e os intercâmbios já existiam, trocas que eram muito caras a essas organizações, mas, quando chega a tecnologia, as redes se potencializam e a gente fez uma federação rapidamente e, hoje, essa federação produz muito. E produz muito pela própria internet.

Isso sem falar do Rene Silva, do Complexo do Alemão, com o Voz da Comunidade, que, com o seu twitter, e com 17 anos, pautou, de dentro, e de baixo para cima, toda a mídia brasileira na ocasião da invasão da favela para implantação da UPP, em novembro de 2010...

Perim – O Rene é o master, ganha de todos nós! Acho que hoje ele tem 170 mil seguidores no Twitter... Ele é incrível.

Faustini – É... Também aquilo que falei antes: ir para a rua foi uma coisa que ajudou o pobre a se conectar. Aí, veio a internet que também jogou isso como expressão. A internet deu para o pobre o que era a vida – a rua, e aí entra o Passinho. Deu outra dimensão. Dançar no quintal, gravado, virou arte. Sem as redes sociais, eu não teria a tranquilidade de escrever aos pouquinhos como eu escrevo. A rede virou vida, virou o que era a rua pra gente. A rede não é mais só informação. A rede virou vida. A gente não quer botar só informação. A gente quer botar a vida. E isso está virando arte. Tem um excesso, claro, com esse imaginário todo repressado... Tipo sentiu, postou! Eu li uma tese de um cara

dizendo que o Orkut foi a primeira Ágora da periferia. E o Rio precisa se *orkutizar*. O que a gente faz é *orkutizar*. A minha coluna é *orkutização* do Globo.

Perim – As redes sociais são espaços de expressão. De certa maneira a gente está *orkutizando* os palcos, as relações sociais, os espaços, a cidade e vamos *orkutizar* o Facebook. Isso não dá para parar mais. Chegou a hora. E também tem muito a ver com a última década no Brasil. Há uma ascensão de pessoas à chamada classe média no Brasil. A Classe C está se empoderando, consumindo. Alguém pode falar, ah, é meio babaca essa história de consumo. Acho que isso é papo de quem passou a vida inteira consumindo e não permitindo que as camadas populares tivessem acesso às coisas. Eu sempre quis ter um All Star, um relógio Champion, essas eram as coisas da minha época, a mochila da Company... Nunca consegui ter. Aí, eu trabalho, me ralo todo, vou lá agora comprar uma mochila dessa e vem neguinho falar do consumo... Ah, perai! É igual ao cara reclamar que o aeroporto está muito cheio porque agora “todo mundo” viaja... Tem aí uma disputa de classe que está posta! Eu acho que o crescimento do preconceito está mais aparente na sociedade brasileira, e agora a gente consegue enfrentá-lo mais, em função de que as camadas populares estão chegando e tem uma pequena burguesia que está puta e anda falando merda. Quer ser politicamente correta, mas fala merda e expressa seu preconceito – de classe.

Projetos como o Fora do Eixo, como o próprio nome diz, trabalha com caminhos alternativos, redes, formas coleti-

vas de sustentabilidade, trabalham também de baixo para cima. E o Capilé fala sempre no hackear. Orkutizar é o hackear da periferia?

Faustini – É, é... Cada um trabalha com um conceito diferente. A gente não pode achar que daqui para frente vai ter, como tinha até os anos 1970, um conceito que vai dar conta de uma geração. Agora vai dar mais trabalho. O mais importante é que os conceitos estão sendo usados e operados para as pessoas começarem a agir. E não mais para explicar o que aconteceu. Eu acho que tem essa polifonia. Você constrói a tua rede.

Perim – Eu gosto de analisar o Fora do Eixo de outro lugar. Primeiro, eu adoro os caras, acho que eles são fenomenais, são superdifusos, fazem zilhões de coisas. Eu falei para o Capilé que eu acho que o Fora do Eixo é um Woodstock itinerante ou um Woodstock em muitos lugares ao mesmo tempo, quando eles mobilizam a rede dos festivais, os circuitos. E onde você for, no Brasil, qualquer lugar que envolva uma discussão de direitos, comunicação, juventude, os caras estão lá. Impressionante! Eu falo, meu irmão, o que é isso? Então, eu acho que são trabalhos bastante diferentes, mas que se complementam. Desde que eu estabeleci uma relação com eles, eu nunca vi o Fora do Eixo distante de nenhum movimento que tivesse a ver com juventude, direitos, ação, intervenção, incidência política. Acho inclusive que, por conta da capacidade enorme de comunicação que eles têm, eles são a maior potência de visibilização da atuação de um estrato etário da sociedade brasileira em busca de direitos, especialmente nos grandes centros urbanos. Chegaram

há pouco tempo no Rio, mas estavam em outros lugares, aqui no Rio já ganharam reputação e reconhecimento, já estabeleceram relação com diferentes organizações e sujeitos em diferentes estratos e territórios da cidade. Eles são comprometidos, conseguem se dividir e impactar bem na cidade. E a nossa proximidade está na questão da construção uma nova agenda de direitos sociais para o Brasil.

Agora, também é preciso dizer que algumas coisas que me incomodam. Existem uns estratos meio chatos da cidade, uma onda ruim, um pessoal com quem, inclusive, eu disputo opinião mesmo. Um pessoal que anda puto, porque a gente, para usar o jargão deles, anda *hackeando* relações, por exemplo, com o poder público, as grandes empresas. Vivi uma experiência outro dia: fui num evento em que o Quack estava passando o filme dele, o *Remoção*, na praça São Salvador, lugar que me parece ser assim o playground da rebeldia improdutiva de esquerda carioca.

Quack tinha passado o filme e no final aparece o letreiro de quem tinha apoiado o filme: a Petrobras, via lei de incentivo do governo do estado. E era uma mesa, exibiram três filmes, numa praça frequentada muito por brancos. Na mesa, eram três cineastas, o Quack era o único preto e de favela. Aí, a pergunta que surge do branco rebelde é “*pô, comé* que tu faz um filme desse, falando de remoção, e tem o apoio da Petrobras e do governo do estado?”. Eu fiquei muito puto e falei “quer dizer que só quem pode ter apoio da Petrobras e do governo são os cineastas brancos que fazem cinema na PUC? O que é que há, meu irmão, qual o problema do moleque preto ter alcançado esse lugar?”

Então, eu gosto também desse *hackeamento*, de a gente estar dialogando com grandes empresas, com grandes

marcas, uma galera que não dialogava com a gente e que está agora olhando para o que a gente faz, reconhecendo o que a gente faz e potencializando o que a gente faz. Desde o governo Lula e da gestão do Gil, as estatais ganharam uma nova percepção do que vem de baixo para cima. E a gente, de certa forma, também está *hackeando*, conseguindo abrir essas portas, contribuindo para que outros também cheguem.

Quack – É engraçado, né? Como eu já disse aqui, eu trabalhei sete anos na PUC. Eu aprendi muita coisa lá. Acho que trouxe muito da PUC para a CUFA e também levei muito da CUFA para a PUC. Quando a gente lançou o *Falcão* e o meu nome passou nos créditos... Cara, quando eu pisei na PUC no dia seguinte, foi uma loucura: me chamaram na hora para um debate, me levaram para a sala de aula, quase me dispensaram do trabalho. A PUC me valorizou muito mais pelo que eu trouxe de Cultura de baixo para cima do que eu recebi da PUC, de cima para baixo, na aula de fotografia.

Perim – Pois é... Mas voltando àquela pergunta do que a gente tem comum na nossa geração, tem outra coisa: é que somos muito generosos entre nós. Mal da gente, só fala essa turma *bad trip* aí que eu falei, mas você nunca vai ver a gente falando mal um do outro. A gente tem o compromisso tácito de se reconhecer, de reconhecer a importância do outro, o compromisso que um tem com o outro. E isso acaba sendo uma forma também de *hackear* outras consciências, tipo: “Olha só, aqui se produz afeto e afeto produz ação. E ação produz transformação”. O AfroReggae, por exemplo,

pensamos diferente sobre determinadas coisas, mas eu posso dizer, sem a menor dúvida, que o Jose Junior e o AfroReggae são fontes de inspiração enormes tanto para o Crescer e Viver quanto para a minha trajetória. E nos momentos mais difíceis, nos mais difíceis mesmo, o AfroReggae esteve junto com a gente, particularmente o Junior. Eu digo no meu livro que eu sou uma bricolagem de generosidades. E eu sou um sujeito que aprendi, na minha trajetória, a ser fiel.

Eu queria voltar um pouco à questão do papel da política pública, porque não será o mercado que vai dar conta dessa Cultura de baixo para cima, não é?

Perim – Eu acho que o maior financiador da Cultura tem que ser o Estado, nos seus diferentes níveis. E não é por nada de especial não: é porque o Estado é o maior indutor e financiador das demais atividades produtivas. Não há nenhum segmento da atividade produtiva que tenha crescido sem a mão do Estado. Por que para a Cultura não é dado esse lugar ainda? Nós tivemos um ciclo muito bom com o Programa Cultura Viva, no governo Lula, com o Gil e o Juca no ministério. Esse momento foi fundamental. O Crescer e Viver foi Ponto de Cultura numa hora que a gente estava ganhando explosão. Foi muito importante. E foi também muito importante para nos educar a lidar com o Estado, a lidar com os mecanismos e as ferramentas.

Eu acho que, de 2011 para cá, a gente teve um lamentável refluxo do Estado brasileiro em Cultura, um orçamento pífio, 0,13% para a Cultura, uma retração muito grande da política cultural. Política pública não se faz sem investimento público, sem dinheiro e sem políticas de fomento

adequadas. A gente tem conversado, eu, Faustini e Capilé... Hoje, a gente está querendo incidir não só na política pública cultural, mas agora até nos planos de governo, já que a gente está em vias de uma eleição que vai escolher entre continuidade ou interrupção de um projeto político para sociedade brasileira...

A gente já está produzindo experiências econômicas importantes. Mas é mais caro para mim, manter o Circo ligado na luz, porque o meu quilowatt de energia custa 26 vezes mais caro que o da Volkswagen. Então, eu não quero só apoio financeiro, quero fomento também e nessa condição que é dada à grande indústria, à indústria do automóvel, por exemplo. Quero o fomento que é dado também para o processo de contratação da mão de obra. A Cultura já gera 2,7% do PIB e, detalhe, os nossos projetos geram a experiência da inclusão produtiva, oportunidades de engajamento econômico e produzem novas dinâmicas econômicas, mas com modos e experiências de produção que o Estado é incapaz de enxergar, reconhecer, incapaz de entender. Enquanto boa parte da sociedade brasileira clama por uma reforma política, eu clamo por uma reforma do Estado. A gente precisa de revisão dos marcos legais para a Cultura, essa é uma questão crucial.

Então, é isso, como é que a gente refaz a institucionalidade a partir de uma discussão da realidade da produção cultural, sobretudo essa, que vem de baixo pra cima, dessa que está se fazendo nos territórios populares, porque elas não são só um lugar pra dar sentido e expressar o mundo a partir de sua experiência estética, elas dão sentido produtivo à vida das pessoas, de verdade. Para mim, por exemplo: eu vivo de Cultura. Eu pago o aluguel da minha casa de Cul-

tura. Eu pago a escola da minha filha de Cultura. Eu como com Cultura. Eu sou arrimo de família com o que eu ganho da Cultura. O Estado brasileiro tem que parar de pensar que é só uma ótica de reparação.

Faustini – O desafio que eu vejo é, repito, transformar tudo isso em institucionalidade: tem que ter as produtoras de favela, não pode ser só o artista, ou personagem, tem que ter ali o modo de produção dele garantido, com ele sendo o protagonista. Eu lamento que não tenha tido na época do Passinho um edital para os coletivos do Passinho. Nada contra os produtores, mas o Estado olhando tinha que ter fortalecido os coletivos. Então, agora eles viraram bailarinos: acabou o vídeo, acabou a postagem na rede. E era o digital que tinha levado... Eles perderam a cultura digital, exatamente o que havia potencializado o Passinho! Esse dinheiro para a ponta, que eu não tive quando era moleque, é fundamental. É o início da cadeia: a cadeia da indústria e a cadeia da garantia dos direitos. Eu quero me dedicar nos próximos anos a pensar como institucionalizar uma economia da cultura que, na periferia, inclua desenvolvimento estético e desenvolvimento de modo de produção. Parar de fazer política de reparação para a periferia. Esse é o desafio que está colocado pra gente.

Hoje se fala muito de empreendedorismo. O que isso tem a ver com o que vocês fazem?

Faustini – Veja, das centenas de jovens que já passaram pela Agência, teve jovem que abriu uma ONG, teve gente que

voltou a estudar. Agora, vamos lembrar, o meu trabalho é voltado para o jovem pobre, o jovem que eu fui, e não existe só esse jovem na cidade. Tem os coletivos de jovens de classe média, tem o jovem engajado nos partidos políticos... Eu acho que o Brasil precisa de aumento do escopo social. O movimento social precisa de aumento do seu escopo. Não dá mais para ter na luta pela cidade somente gente que faz isso com uma dicção muito partidária, já amarrada. Produzir a presença de figuras como o Fernando Coc, lá do Batan, a Raquel, do morro da Providência, que acabou de criar uma ONG, eu acho que a produção de presença hoje é mais importante que propriamente uma representação discursiva.

Acho que o nosso trabalho tem total a ver com o movimento do empreendedorismo, mas acho que a gente tem que politizar o empreendedorismo. Eu acho que a Agência politiza. Porque o empreendedorismo está localizado no que se chama de *startups* e saúda tudo que vem do universitário. E o empreendedorismo para pobre, no olhar hegemônico, é abrir salão de beleza. Então, quando você inventa mais um lugar para o moleque jovem de 15 anos ter sua produtora, para fazer seu jornal, para fazer sua ação, você está disputando esse campo do empreendedorismo para que ele tenha significação para vida. O foco da Agência não é a adequação a um mercado, mas a invenção de um projeto de vida e de um ambiente que faça com que esses jovens possam se jogar na vida.

A iniciação da vida para o moleque pobre é forjada na sua vida. Uma coisa é o jovem de classe média, que tem que disputar opinião com o pai. Mas ele tem tudo dentro de casa, então, ele precisa se diferenciar na opinião. Agora, o

moleque pobre precisa inventar a vida dele. Então, criar um instrumento para que esse cara ganhe bolsa, ganhe dinheiro, para ele se manter realizando, para ele virar uma pessoa reconhecida... “olha aí, realizei o meu jornal”... Então, eu acho que é preciso politizar o empreendedorismo para ele não ficar dominado pela ideia das *startups*. As gambiarras devem ter espaço e são tão *startups* quanto as *startups*... Tem que ter o mesmo olhar de sofisticação para as gambiarras.

Então, o empreendedorismo tem total a ver, mas vamos lembrar isso aí. E eu acho também que uma sociedade civil forte e diversa é de microempreendedores e não de grandes indústrias ou de grandes partidos. Eu acho que a gente tem que se acostumar com essa nova tendência da sociedade que vai ser essa ecologia de vozes, a ecologia dos empreendedorismos... É achar uma brecha e pegar: aqui tem uma brecha. Vamos disputar essa brecha. Vamos achar uma brecha para gerar renda para essa molecada, abrir caminho. Se eu tivesse recebido apoio financeiro nos meus 16, 17 anos, pô... Então, esse edital do qual a gente falou, aqui do Rio, de dar dinheiro para os jovens na ponta é para o empreender, para o inventar a vida, com a noção de quem ele é, do que ele pode aproveitar da ação dele.

Agora, volta a questão da necessidade de inventar novas institucionalidades, novos modos de produção. Eu não quero ser exemplo, nem me sinto credor, nem devedor de ninguém. Eu fiz porque eu quis. Fiz para significar a minha vida. Agora eu acho que é um bom exemplo, de fazer e trazer um monte de gente junto. Olha quantas pessoas a CUFA empoderou... Você vai à Agência, um monte de jovens que estão atuando por aí, agindo na cidade, botando suas ideias na cidade. E não é na centralidade do artista só. É bonde.

Binho – Eu vejo que as periferias, as cidades satélites, cada cidade chama de uma coisa, os grotões, esses protagonistas já estão se vendo de outra forma. Não é mais aquele passivo, não é mais aquela coisa só de receber as ações culturais que chegam de cima. Todos nós nos identificamos como fazedores e queremos participar da construção das políticas públicas no país. Queremos fazer junto.

Quack – Eu não fiz o meu caminho sozinho, eu venho junto com uma galera. Eu quero chegar junto. De baixo pra cima é um desafio até hoje. Não é um discurso pessimista. Na verdade, de certa forma, eu ainda estou em baixo, eu ainda não me sinto num lugar confortável. Estou indo. Mas acho que, para muitas pessoas que vêm depois, vai ser um lugar natural. Acho que a gente abriu muito o caminho. Existem três pilares que eu acho que a gente, da ponta, tem que melhorar: a questão política, a gente precisa de fato aprender a fazer política para sobreviver fazendo o tipo de arte que a gente faz; a gente precisa aprender a mexer com dinheiro, isso é difícil para nós, para muitos dos nossos projetos; e a gente precisa trabalhar melhor a nossa comunicação.

Faustini – Eu estou me colocando uma tarefa: é possível pensar uma Economia da Cultura que desenvolva a periferia e gere direitos? Essa é a minha grande questão. E como fazer a Cultura de periferia, pensando esse conceito de uma forma bem ampliada, ser a centralidade da Cultura da cidade do Rio de Janeiro? Para o Rio, enfim, assumir a sua vocação popular. Não ser mais porrada, tiro e bomba em tudo que vem dos pobres.

Você vê. A gente tem política para fazer filme, mas não

política para o audiovisual. E o audiovisual é uma chave importantíssima para a periferia: videoclipe, internet... Então, não tem política para o audiovisual... A seleção da Petrobras, agora, acabou com tudo que era de baixo para cima: acabou com a seleção de curta-metragem, com a seleção de projetos de formação, com seleção de circo, com a seleção de cultura digital. Ou seja, acabou com tudo que era de baixo para cima. Tem a seleção para longa-metragem, que é o modo dos de cima, dos já estruturados. Quer dizer, desse jeito não muda nada.

Perim – Focando nesse papo de como as diferentes experiências, sujeitos, políticas, visões de mundo vão se casando e trabalhando um processo de evolução da humanidade, eu quero deixar um recado para a galera que desde junho de 2013, e ali tinha muitos agentes de Cultura, acha que o mundo, a cidade, está sendo disputada de forma adequada a partir deles. Não é verdade. Esse negócio de “agora o Brasil acordou”. Eu costumava dizer o seguinte: ah, acordou agora, malandro? Então, lava o rosto, tira a remela e senta aqui pra tomar um café comigo, porque eu já estou tomando pau no lombo há muito tempo. E foi assim também, quando eu acordei, que outros fizeram comigo. Me botaram sentado e me disseram assim: “Olha, é preciso primeiro pactuar o seu desejo com os desafios da sociedade. Depois disso, entender como é que você coloca a sua realização a serviço da construção de experiências que construam a cidade que está no imaginário daqueles que acreditam em relações mais humanas, que apostam que é possível fazer um bolo grande e dividir em pedaços justos. Principalmente daqueles que acreditam que o Brasil tem potência, tem ativo, so-

bretudo, no gênio criativo da sua população”. E, pensando no Rio, no gênio criativo do povo carioca de classe popular, que é suficiente pra gente não só inventar e fortalecer essa cidade como polo internacional de Cultura, mas fazer dessa cidade a melhor experiência de espaços para construção da felicidade humana com diferentes sujeitos, atores, classes sociais e estratos.

Queridos, muito obrigada pela entrevista e por tudo que vocês fazem.







Acima e em detalhe nas páginas 174/175: **Agência de Redes para a Juventude: construindo redes e repertórios com os jovens das favelas do Rio de Janeiro**



Acima e em detalhe nas páginas 178/179: **Coletivo Norte Comum: rede de artistas, escritores e poetas da Zona Norte do Rio**

Na página ao lado: **Circo Crescer e Viver, na Praça Onze: arte e transformação social no picadeiro mais carioca do Rio**

ACERVO CRESCER E VIVER





'AFOMENÃO TEM COR
ALIMENTAÇÃO (M)
NECESSITA

NUM MORTO 100 DOCENTES

'PAREDE GRIETA NA LOR
ARMA DE MISOGÊNEÇÃO

NUM
PESQUISA
ARMA
DE MISOGÊNEÇÃO

BOOR

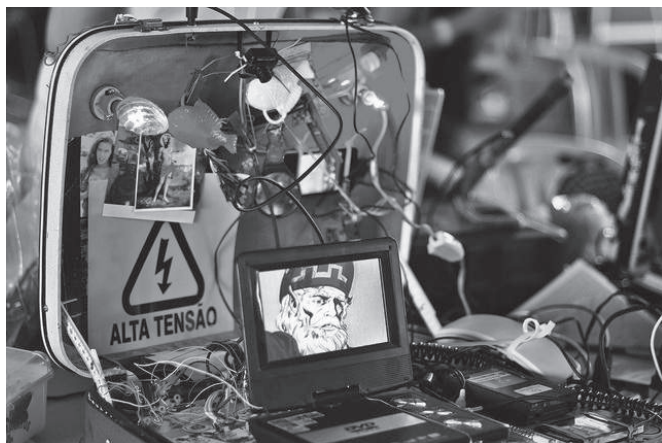




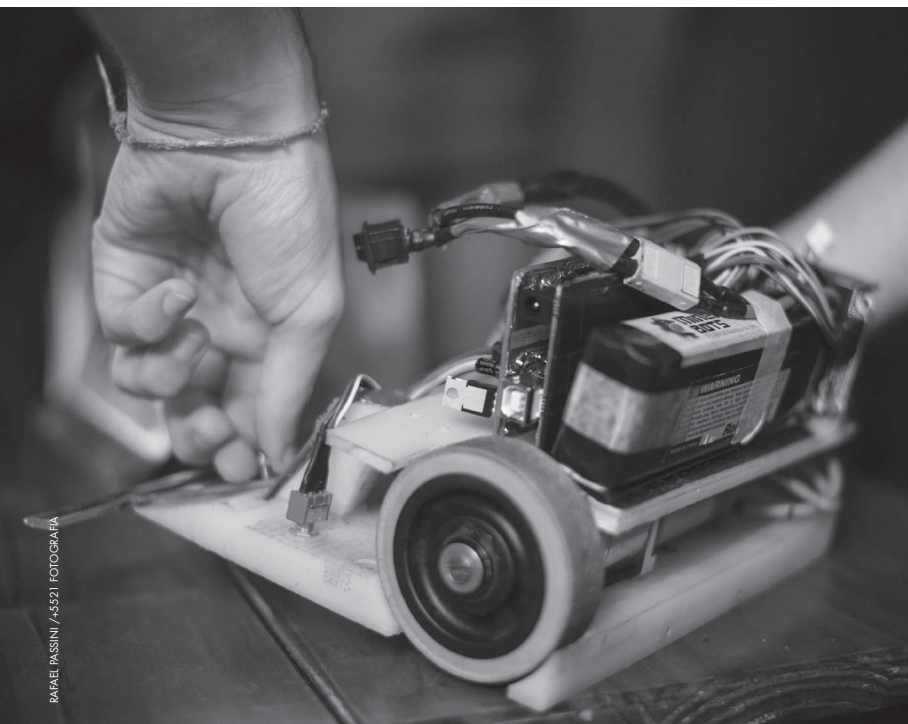




FLIZO - Festa Literária da Zona Oeste



Maleta hacker em oficina realizada no Festival Internacional CulturaDigital.Br - MAM, 2011



RAFAEL PASSINI / A5321 FOTOGRAFIA

“Noite do Arduino”, no OLABI, makerspace na Zona Sul do Rio

Nas páginas 180/181: **Escravos da Mauá: rede de afetos e pertencimentos no carnaval de rua da região portuária carioca**



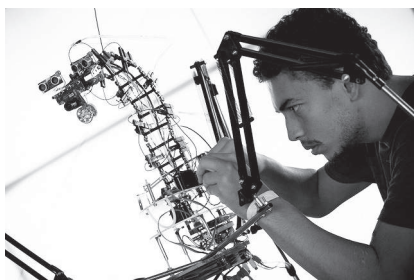
DAVI MARCOS/OBSERVATÓRIO DE FAVELAS

Observatório das Favelas, no Complexo da Maré





PEDRO CAETANO/JACARANDÁ FOTOGRAFIA



**Robô no espetáculo
de arte telemática
apresentado
durante o Festival
Internacional
CulturaDigital.Br -
MAM, 2011**



ANA GOMES

Ponto Cine, em Guadalupe: a primeira sala popular de cinema digital do Brasil

Nas páginas 188/189: **Teatro da Laje na Vila Cruzeiro, Penha**





2

ELABORANDO
SOBRE UMA
EXPERIÊNCIA

O momento dos laboratórios como espaços de criatividade, inovação e invenção

GABRIELA AGUSTINI

O acesso à internet e às ferramentas tecnológicas representa só o começo das possibilidades trazidas pelo digital neste século XXI. Interagir e criar aplicações próprias e condizentes com o contexto e propósito no qual estão inseridas é algo já ao alcance dos cidadãos e resulta em uma série de reconfigurações sociais e oportunidades na democratização do acesso ao conhecimento.

A realidade trazida pela chamada “internet das coisas” mostra que a conexão em rede deixou de ser exclusiva a aparelhos fabricados apenas com esse fim. As possibilidades de conectar os objetos do dia a dia e de construir esse tipo de aplicação a baixo custo, não dependendo mais da necessidade de uma escala industrial, abre espaço para uma série de inovações e invenções, além de estimular um uso criativo das tecnologias.

O diretor do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro (ITS), Ronaldo Lemos, em artigo publicado no jornal *Folha de S. Paulo* em 2014, conta que o termo “internet das coisas sintetiza a tendência de que tudo, absolu-

tamente tudo, tende a se conectar à internet. Da geladeira, ao ar-condicionado, do carro às próprias estradas, passando por plantas, animais, pessoas e produtos”¹.

Um exemplo é o projeto criado pelos pernambucanos Ricardo Brasileiro e Ricardo Ruiz *Cotidiano Sensitivo*², que atua na intersecção entre ciência, tecnologia e arte. Nele, sensores acoplados a instalações colocadas em árvores coletavam dados climáticos e eram capazes de reagir às mudanças registradas gerando a abertura e o fechamento automático de mini guarda-chuvas presentes nas instalações e que faziam o visitante lembrar-se do frevo, uma manifestação cultural típica da região.

Outro exemplo é a instalação #sunsetmelissa feita pelo carioca Clelio de Paula³ para a marca de sapatos Melissa e colocada em exibição na praia do Leme, no Rio de Janeiro, no começo de 2014. Uma tenda de bambu envolta por uma interface translúcida servia como interface para a exibição de fotos em tempo real postadas na rede social de compartilhamento de imagens Instagram com a hashtag que dá nome ao projeto.

Ações como essas surgem a partir da manipulação de diferentes tecnologias e têm como base a infinidade de informações compartilhadas em fóruns e espaços dedicados ao assunto na internet. Se antes a inovação pertencia às grandes empresas e universidades, hoje ela está cada vez mais disponível ao cidadão comum por meio de uma conexão à rede mundial de computadores e de equipamentos que se popularizam cada vez mais e são encontrados em espaços que reúnem os entusiastas do tema, os chamados makerspaces.

Makerspaces, hackerspaces, hacklabs, fablabs⁴ proliferaram pelo mundo em uma grande velocidade. São espaços

permanentes ou temporários que a partir de modelos e perspectivas variadas se dedicam a trabalhar com as novas tecnologias promovendo a integração de artistas, designers, engenheiros, educadores, cientistas, entre outros profissionais. Com enfoques e metodologias que variam de acordo com as estratégias escolhidas e com o contexto no qual estão inseridos, os chamados labs estão em todos os continentes e sintetizam comportamentos e formas contemporâneas de lidar com trabalho, educação, produção e consumo.

A imagem hoje comumente associada aos labs é a de um espaço com equipamentos como impressoras 3Ds, máquinas de corte a laser e outras máquinas de comando numérico, que permitem a criação de protótipos de produtos de tecnologia, diminuindo drasticamente o custo da inovação para determinados setores. As ferramentas são também utilizadas para a experimentação e o manuseio dessas novas tecnologias, permitindo inclusive a criação de novas linguagens e formas de expressão, em um mundo cada vez mais pautado e impactado pelas redes digitais.

Além dos debates sobre democratização da inovação, integra o contexto dos labs as discussões sobre formas de educar e de aprender, com a proposta de uma abordagem mais baseada na construção de projetos (o aprender fazendo), e sobre as maneiras de criar produtos e serviços, partindo agora de metodologias que colocam o usuário e as funcionalidades no centro de processos bem mais flexíveis e adaptáveis.

E levantam ainda debates sobre formas de comunicar e de interagir com o mundo que se pautam pela colaboração e pela coletividade, bem como sobre uma nova economia que surge não mais focada unicamente em um pensamento de ganho de escala e competitividade.

A primeira vez que tive contato com o universo dos labs foi em 2008 em um Ponto de Cultura em Campinas, a Nação Tainã⁵, mas demorou bastante tempo para eu entender aquilo como um lab. Na época, me parecia apenas um espaço de educação e cultura, que promovia atividades para jovens manusearem novas tecnologias. Cheguei a assistir apresentações de “orquestra de notebook”, experimentações musicais com sintetizadores e instrumentos diversos, que estavam longe da associação às imagens de maquinários modernos, tecnologia de ponta ou elementos de ficção científica.

Essa sensação de antecipação do futuro eu só fui ter um pouco depois quando comecei a ver pela internet, por indicação do amigo Rodrigo Rodrigues, o Pitanga, os hackerspaces internacionais e as produções feitas nesses espaços de garagem que reuniam uma série de *geeks*⁶ criando instalações e projetos nos quais inteligência artificial, software e robótica eram tratados como assuntos triviais.

Rodrigo vivia naquela época viajando pelo mundo em diálogo com esses espaços e trazia uma série de referências do que rolava no Noisebridge⁷, no NY Resistor⁸, no Chaos Computer Club⁹, no CBase¹⁰, entre tantos outros lugares de referência para os hackers. Não demorou muito para ele e o Felipe Sanches, o Juca, seu parceiro de trabalho no Poli GNU, grupo de software livre da Escola Politécnica da USP, e companheiro nessas viagens e descobertas, decidirem criar um espaço parecido por aqui.

A CASA DA CULTURA DIGITAL

Era 2010 e eu havia me juntado no ano anterior ao grupo que lançou a Casa da Cultura Digital, em São Paulo, uma plataforma de reflexão e produção sobre como as novas tecnologias impactam a sociedade. Ali foram concebidos e realizados projetos ligados à tecnologia, educação, política, cultura, artes, comunicação, e principalmente na interseção entre todas essas áreas, capitaneados por pessoas como Rodrigo Savazoni, Daniela Silva, Lucas Pretti, Pedro Markun, Paulo Fehlauer e Claudio Prado.

Foi a CCD que realizou um dos primeiros (ou talvez o primeiro) *hackathon* no país, maratona de desenvolvimento na qual programadores se juntam a pessoas com outras expertises para trabalhar em soluções a determinados problemas. E foi onde uma quantidade de informação e pessoas circularam e construíram bases para uma série de iniciativas inovadoras que estão hoje em andamento e se tornaram, inclusive, referências internacionais.

Mapa da Cachaça¹¹, Arte Fora do Museu¹², Produção Cultural no Brasil¹³, CulturaDigital.Br¹⁴, Transparência Hacker¹⁵, Ônibus Hacker¹⁶ são apenas alguns dos bem-sucedidos projetos da cena cultural e tecnológica brasileira que nasceram na charmosa vila na Barra Funda, réplica de uma construção italiana dos anos 1920.

A efervescência era tamanha que, certa vez, a então diretora da Escola de Comunicação da UFRJ, Ivana Bentes, anunciou que “A Casa da Cultura Digital é o lugar onde as ideias fazem sexo”. Outra máxima conhecida pelos frequentadores da Casa, como era chamada, é o remix da tirinha do Jaguar dos anos 1960 feito pelo jornalista Sérgio Gomes, no

qual um quadrado dizia para uma bola “Eu detesto a Casa da Cultura Digital”, para o qual ela respondia: “É natural, você é um quadrado”.

A tirinha, uma lembrança entregue aos presentes na festa de lançamento do espaço, que contou com a presença de personalidades importantes do mundo digital como o ex-ministro da cultura e cantor Gilberto Gil e o professor de Harvard cofundador do *Creative Commons* Lawrence Lessig, mostrava que, para os integrantes da Casa, alguns dos padrões impostos pelos mercados e governos já estavam ultrapassados e era necessário juntar forças para conseguir fazer algo “fora da caixa”.

O momento era, então, propício para pensar em trazer para perto engenheiros, cientistas da computação e pessoas muito ligadas ao como criar aplicações que colocassem em prática todas aquelas ideias e propostas para uma cidade mais aberta e conectada que permeavam as discussões da CCD. Foi nesse contexto que propus aos meninos do Poli GNU hospedarmos o primeiro hackerspace do Brasil no porão que tínhamos na Casa. Eles já haviam reunido outras pessoas em torno da ideia e estavam em busca de um espaço mais integrado à cidade do que a Universidade de São Paulo.

E assim surgiu o Garoa Hacker Clube, comandado, entre outros, pelo Pitanga e pelo Juca, e que logo trouxeram para perto uma quantidade grande de membros, que variavam de experts em eletrônica, elétrica, computação a curiosos atraídos por tentar entender o que era um clube de aficionados por essas novas tecnologias.

A cultura de experimentação, que era um dos grandes norteadores da CCD, foi turbinada com a presença dos

geeks do porão e passamos, como coletivo, a poder olhar para o impacto das novas tecnologias na sociedade por ainda mais um ângulo. Discussões sobre aspectos técnicos, políticos, sociais, econômicos deste mundo em transformação estiverem presentes por alguns anos em uma série de atividades que rolaram na Casa, em suas extensões virtuais e em outros espaços da cidade, que davam vazão ao que se produzia por ali.

O Fórum da Cultura Digital Brasileira, organizado pelo Ministério da Cultura da gestão Juca Ferreira e pela Casa da Cultura Digital, trouxe essa dimensão da experimentação prática e do manuseio das novas tecnologias para um espaço de discussão de políticas públicas. A proposta ali era ir além de compilar diretrizes para o governo no que diz respeito ao digital e colocar em um mesmo espaço grupos e pessoas que lidavam com o mesmo objeto, mas por ângulos diferentes.

O Fórum ocorria de forma virtual por meio de uma plataforma digital e tinha suas discussões turbinadas por encontros físicos que ocorreram em 2009 e 2010 na Cinemateca Brasileira, em São Paulo, e reuniram muitas das cabeças mais antenadas na revolução digital em curso no mundo. Artistas, ativistas, empreendedores, gestores públicos, pesquisadores se faziam presentes e alimentavam as atividades que tomavam o espaço. De assembleias para discutir uma carta proposta a ser entregue ao governo a oficinas de soldagem e arduino¹⁷, a programação dos eventos era extensa e procurava abarcar as diversas dimensões do pensamento ligado à inovação digital.

Para mim era interessante ver o que surgia da conversa de um gestor público engravatado com um jovem manu-

seando uma impressora 3D, criada a partir de protótipos livres disponibilizados na internet e vivendo no dia a dia os limites dos modelos impostos pela burocracia e pela legislação ainda pouco preparada para lidar com um cenário recente e em constante transformação.

Ou ainda, o diálogo de produtores culturais com os realizadores de tecnologia, deixando muito claro que as mudanças trazidas pelo digital configuram uma revolução cultural e que os desafios enfrentados por esses realizadores do mundo da cultura são bastante similares às dificuldades presentes no dia a dia dos agentes que operam essas novas tecnologias. No fundo, em ambos os casos, o que se busca é uma inovação muito mais ligada ao processo do que ao produto gerado, trazendo assim dificuldades de enquadramento nos modelos de negócio vigentes e em como as políticas públicas e os mercados os enxergam.

NOVAS FORMAS X VELHOS PROCESSOS

O que está em questão para essa nova geração de realizadores que têm a colaboração e a experimentação como ponto central de seus processos e que não ignoram o contexto social no qual estão inseridos (evitando o uso da tecnologia pela tecnologia e a criação de produtos para problemas que não existem) é como estimular uma cultura de abertura e de troca entre pares com o foco na melhoria de determinados aspectos da sociedade, garantindo, ao mesmo tempo, a sustentabilidade financeira e a autonomia de suas ações.

Para quem endossa o discurso da inteligência coletiva, trazido pelo teórico francês Pierre Lévy, e acredita que

“ninguém sozinho é melhor do que todos juntos”, garantir o acesso ao conhecimento é fundamental, pois estimula e permite uma diversidade de apropriações e criações que só tendem a melhorar a sociedade como um todo.

Mas como garantir a sustentabilidade financeira dessas iniciativas e desses realizadores em uma sociedade que ainda mede inovação pela propriedade intelectual gerada? Como trabalhar com inovações que têm como foco a melhoria dos problemas cotidianos das cidades e do dia a dia dos cidadãos quando o discurso predominante mede a inovação de forma diretamente proporcional ao valor economicamente e imediatamente gerado? E quais modelos de negócio são possíveis para os empreendimentos que focam no compartilhamento de informações e na aprendizagem em rede?

Para os jovens que têm a internet como a base central de seu trabalho e entendem o valor que a colaboração pode ter para a melhoria de seus processos a lei de direitos autorais pode parecer esdrúxula e economicamente pouco viável.

Considere o caso da Metamaquina¹⁸, startup focada em impressão 3D, criada pelos mesmos Pitanga e Juca, durante as suas atividades no hackerspace. A primeira impressora lançada por eles, e responsável por divulgar e democratizar em nosso país o potencial desse tipo de tecnologia, se baseava no modelo da impressora RepRap¹⁹, que teve o seu design liberado em 2007, permitindo que diversas pessoas pelo mundo pudessem reproduzir e aprimorar a sua tecnologia. Poucos meses depois, os empreendedores da Metamaquina, e seu time que variava de cinco a sete especialistas, criaram o seu segundo modelo, já melhorando a precisão da máquina e o tempo necessário para a sua mon-

tagem. Em três anos de empresa, já estava lançada a terceira versão da máquina, ainda mais aprimorada, e com todo design e código do software liberados.

A rapidez se deve à aprendizagem em rede. Em fóruns de discussão, qualquer usuário pode entender o que está sendo feito para melhorar as tecnologias, incorporar o que fizer sentido para seus usos e ter uma agilidade e qualidade jamais possíveis em um processo no qual eles tivessem que assumir toda a criação e melhoria do produto. Já imaginou qual seria o tamanho do grupo de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) necessário para produzir por aqui a impressora do zero e aprimorá-la?

O que as redes de software e de hardware livres fazem é atuar como uma espécie de grupo de P&D em rede, permitindo assim que a inovação seja feita por empreendedores, inovadores de garagem, artistas e até curiosos. Com a internet, o custo de lançar uma ideia ou um produto é, muitas vezes, menor do que o custo de planejá-lo ou patentear-lo e pode não fazer sentido lidar com P&D da forma como as indústrias estavam acostumadas até aqui.

E se agora temos o usuário disponível e ao nosso alcance para interagir rápido e demandar qual a inovação que lhe cabe, achar que precisamos produzir produtos e soluções em escala global pode não ser o melhor caminho, já que é possível olhar para cada mercado de forma diferente e produzir localmente soluções que se adaptem e sejam mais condizentes com as mais diversas realidades do globo.

Esse argumento da “desglobalização” frente à customização eficiente é pensamento chave para a mudança de visão de escala de produção que podemos ter neste século XXI. Focar em uma produção que gere menos desperdício e

não pautada no consumo desenfreado pode ser a saída para muitos dos problemas do modelo econômico atual, como apontam diversos teóricos contemporâneos.

E, indo mais longe, pode ser que agora os cidadãos não só estejam mais próximos de quem produz inovação, como eles próprios sejam os produtores de seus próprios produtos e serviços, como prometem as impressoras 3D e muitas dessas tecnologias de fabricação digital. Estaríamos assim em um processo no qual os cidadãos deixam de ser consumidores passivos e passam a atuar como produtores, como fazedores.

Como mostra Chris Anderson no livro *Makers – A Nova Revolução Industrial*, em muito pouco tempo, a loja de móveis Ikea pode ser não mais um lugar que vende os móveis em seu formato físico final, mas sim um espaço para a venda da informação dos produtos, o projeto, a ser impresso, produzido localmente e de forma personalizada. E assim veremos a desmaterialização que a internet trouxe para certas informações, como livros e CDs, para os objetos físicos do nosso cotidiano e também novos modelos de negócios e questionamentos em relação à legislação posta.

No livro, ele diz: “Quando mais os produtos virarem informação, mais eles podem ser vistos como informação: colaborativo, criado por qualquer um, compartilhável online globalmente, remixável e reimaginável, disponível gratuitamente ou, se você preferir, guardado em segredo. Em resumo, a razão para a qual os átomos são os novos bits é porque eles crescentemente podem agir como bits.”²⁰

OS ESPAÇOS DE COLABORAÇÃO

Em um contexto de compartilhamento de informação em escala global, os espaços e plataformas de colaboração crescem e ganham espaço, pois passam a ser o agente central desse cenário. Lugares como a Casa da Cultura Digital, que reúnem em um mesmo espaço diversos profissionais e empreendimentos para trabalhar isoladamente e em conjunto, estão já em todas as regiões do país e continentes.

Atendem por nomes como coworking²¹, coletivo, rede ou incubadoras e trabalham no estímulo à criatividade e à inovação, conectam cidadãos com habilidades e interesses comuns, agem sob a lógica da abertura, da transparência e, geralmente, incorporam formas de gestão mais horizontais, quando comparados às indústrias e empresas tradicionais.

É difícil nomear essas iniciativas e definir a atuação dos profissionais presentes nesse tipo de espaço. Muitas vezes são pessoas que trabalham na fronteira e na ponte entre mais de uma área: artistas, engenheiros, comunicadores, administradores, produtores, realizadores, cientistas. Todos em um mesmo ambiente em busca de viabilizar e empreender as suas ações que, não raro, mantêm alguma relação com as plataformas digitais e o universo da internet.

O empreendedorismo é palavra comum nesse tipo de espaço e empreender para a maior parte dessas pessoas significa buscar um modelo de sustentabilidade econômica para a sua iniciativa, ou seja, encontrar uma forma de tirar uma ideia do papel, colocá-la em prática e garantir a sua subsistência. Para além da geração de um negócio, a ideia pode ser referente a uma peça de teatro, um trabalho social, um filme, um produto físico, ter ou não fins lucrativos, ou

até mesmo apostar em modelos híbridos que misturam os dois universos.

Os profissionais dos universos pertencentes às áreas da economia criativa são sempre numerosos nos espaços compartilhados de trabalho. A natureza inovadora das ações culturais e criativas demanda um ambiente mais oxigenado, inspirador e dialoga com um universo de profissões no qual o modelo de trabalho freelancer é possível e comum. E para um roteirista, por exemplo, com dificuldade de lidar com produção executiva, uma parceria com um produtor tende a ser muito bem-vinda.

Ao dividir o espaço de trabalho, é possível encontrar pares, parceiros, somar forças e “atuar em bloco”. É o que venho observando no Templo, plataforma de empreendedorismo com duas unidades de coworking e educação na Zona Sul do Rio de Janeiro, da qual faço parte da direção. O espaço reúne, no total, mais de 200 profissionais, incluindo as startups mais bem-sucedidas no momento da economia do compartilhamento (a chamada *sharing economy*²²) no Vale do Silício: a plataforma de aluguel de quartos e casas pelo mundo Airbnb e o aplicativo de taxi Uber.

O Templo traz a pauta econômica como prioritária e atrai cada vez mais gente interessada em saber como colocar em prática novas ideias e criar o seu próprio emprego. Entender como atuar no mundo seguindo os próprios propósitos e trabalhando em ambientes que colocam em primeiro lugar as relações humanas e o diálogo parece ser a demanda atual de boa parte dos jovens profissionais cariocas.

E a demanda não é exclusiva dos brasileiros nem dos norte-americanos. Espaços desse tipo estão em todas as partes do globo. O coworking The Office²³, em Kigali, ca-

pital de Rwanda na África, por exemplo, também foca em mostrar como os jovens podem se apropriar de conhecimentos e ferramentas ligadas ao mundo dos negócios para criar as suas próprias soluções, empresas, iniciativas e assim intervir na cidade, no país. A dimensão econômica vem acompanhada também da artística. No topo do espaço, o The Roof, exposições de artistas locais tomam conta e estimulam as criações e intervenções pela cidade. O coworking integra a rede de hubs de inovação Afrilabs, que reúne mais de 20 iniciativas por todo o continente africano.

O mais recente integrante dessa rede é o WoeLab²⁴, um fablab em Loeme, no Togo, que foca em utilizar materiais recicláveis para democratizar novas tecnologias. Lá, foi criada, por exemplo, uma impressora 3D feita inteiramente com materiais descartados, sob o mote “levando fablabs para o diálogo com as ruas”.

A rede de fablabs surgiu no Centro de Bits e Átomos do MIT em 2001 e está em expansão. Segundo Heloisa Neves, diretora da rede no Brasil, em julho de 2014, existiam mais de 350 espaços pelo mundo, dos quais, metade surgiu nos últimos dois anos. Fablabs são espaços que trabalham com essas novas tecnologias com foco em fabricação digital e design, seguindo uma carta de princípios e um modelo preestabelecido pela rede.

Costuma-se dizer que os fablabs são makerspaces, nomenclatura mais ampla para designar espaços com ferramentas e conhecimentos compartilhados. A exemplo do TechShop, rede norte-americana, que sintetiza o potencial que esses maquinários e ferramentas podem oferecer. Dentro da unidade do TechShop em São Francisco, nos Estados Unidos, foi criado, por exemplo, em 2012, um mini robô

submarino²⁵ capaz de chegar a até 100m de profundidade e de entrar em espaços compactos nos quais os mergulhadores não podem chegar.

Em parcerias com as grandes corporações do mundo, o TechShop e muitos dos makerspaces que seguem a linha de prestar serviços ligados ao universo das apropriações tecnológicas se diferenciam dos chamados hackerspaces e hacklabs justamente pelo seu foco comercial. Esses últimos costumam trazer o ideal do compartilhamento e a horizontalidade de forma mais radical e seguir os princípios da cultura hacker em suas ações, ainda que muitas vezes essas nomenclaturas se confundam e assumam diferentes significados em contextos variados. Os hackerspaces normalmente operaram como espaços autogestionados e sem fins lucrativos, assim como os hacklabs, que originalmente estiveram mais associados a uma visão política de combate ao capitalismo, como explica o pesquisador Felipe Fonseca, o Efe, em sua tese de mestrado “RedeLabs: Laboratórios Experimentais em Rede”.

Apesar das diferenças de formatos e contextos, labs são acima de tudo espaços de experimentação. E, por isso, faz mais sentido que eles estejam pautados pela rede e comunidade capaz de articular e não pelos maquinários e componentes existentes. O Efe, que coordenada o Ubalab Laboratório Experimental²⁶, chega, inclusive, a defender em sua que labs são mais efetivos quando são “espaços em branco, com possibilidades múltiplas e foco no engajamento e no olhar para o entorno”.²⁷

Associado ao Templo, lançamos um braço de inovação e tecnologia, o Olabi, para trabalhar mais de perto com essas questões e permitir que cidadãos possam ver as tecnologias

de forma ampla e como algo aberto, manipulável, passível de uma construção, e não como um sistema fechado pronto para ser apenas consumido. Atividades que variam de oficinas de projetos de objetos conectados até construção de *shape* de skate já tomam conta do espaço no bairro de Botafogo, na Zona Sul carioca, e atrai cada vez mais um público diverso e curioso para lidar com esse universo.

CULTURA HACKER E DO IT YOURSELF

O diálogo estabelecido pela cena dos labs com os laboratórios do MIT (Instituto de Tecnologia de Massachussets), nos Estados Unidos, vai além do Centro de Bits e Átomos. O Medialab da instituição, criado por Nicholas Negroponte, em meados dos anos 1980, é inspiração para boa parte dos espaços que surgem pelo mundo. Este, por sua vez, foi influenciado pelo Radiation Laboratory (RadLab), também do MIT, um importante polo de inovação, criado nos anos 1950, associado à guerra e que já incorporava a dimensão da interdisciplinaridade, horizontalidade e colaboração em seus processos, como mostra Felipe Fonseca em seu estudo.

A própria cultura hacker teve a instituição como “berço” nos anos 1960, tempo em que se faziam os primeiros experimentos com a internet inspirados pela contracultura. A ideologia também se faz presente em boa parte dos movimentos hacker e maker, que agora coexistem na cena atual de labs, ora com maior ou menor grau de proximidade.

“Em geral, na matriz do pensamento hacker está enraizada a ideia de que as informações, inclusive o conhecimento, não devem ser propriedade de ninguém, e, mesmo

se forem, a cópia de informações não agride ninguém dada a natureza intangível dos dados. ‘A informação quer ser livre’ é uma frase atribuída a Stewart Brand que é central no ideário hacker”, sintetizou o também membro da Casa da Cultura Digital e sociólogo Sérgio Amadeu em artigo para a revista da USP em 2010.²⁸

A promessa de distribuição do poder para emancipar as pessoas pelo acesso à informação, que tem nos hackers a sua principal representação, chega ao movimento das manufaturas. A libertação agora se dá não só pelo acesso às informações como também pela possibilidade de criação dos próprios produtos, que são, neste contexto, também informações.

A cultura Do It Yourself (DIY), faça você mesmo, que surgiu em 1900 e foi bastante comum nos anos 1950, ressurge agora com força. Segundo definição da enciclopédia colaborativa Wikipedia: “faça você mesmo é um método de construir, modificar e reparar algo sem a ajuda de profissionais.” A ideologia associada ao combate ao consumismo teve na cultura punk forte momento de expressão e agora aparece repaginada.

E o que vemos hoje é a figura do hacker, programador talentoso que pode resolver qualquer problema muito rapidamente, utilizando meios não convencionais, se somar à figura do artesão habilidoso capaz de criar suas próprias mesas, cadeiras, roupas e utensílios dando origem ao maker do século XXI. Esse fazedor reflete o momento no qual os objetos e as informações, software e hardware operam de forma bastante próxima, quase como uma coisa só.

TECNOLOGIA E CULTURA

E essa mudança não se dá apenas no que diz respeito às técnicas e possibilidades permitidas pela evolução das tecnologias. A revolução digital é acima de tudo cultural, à medida que muda comportamentos, reconfigura as relações sociais e altera profundamente processos de produção, distribuição e armazenamento de conteúdos.

Um exemplo é a explosão das periferias que ocorreu quando a internet se alastrou pelo país, incluindo na cena cultural mundial vozes e visões até então pouco conhecidas. Fenômenos como a Batalha do Passinho mostram que a periferia está usando a cultura como recurso para ser percebida, para existir.

E como disse Gilberto Gil, durante o seu mandato como Ministro da Cultura, “o uso pleno da internet e do software livre cria fantásticas possibilidades de democratizar os acessos à informação e ao conhecimento, maximizar os potenciais dos bens e serviços culturais, amplificar os valores que formam o nosso repertório comum e, portanto, a nossa cultura, e potencializar também a produção cultural, criando inclusive novas formas de arte”²⁹

A fala de Gil evidencia que as perspectivas contemporâneas de análise da cultura e dos demais setores da economia criativa não podem deixar de contemplar a sua dimensão tecnológica e sua possibilidade de atuação em rede. Ao somar a palavra hardware, ao lado de software, na citação, dá para imaginar o mundo de possibilidades de intervenções que se abrem para os realizadores culturais contemporâneos.

Um *drone*³⁰ programado para grafitar de maneira automática e controlada por alguém à distância, por exemplo,

pode chegar a espaços até então inacessíveis e criar manifestações estéticas que façam sentido ao seu contexto. E se partirmos do princípio de que a cidade inovadora é aquela no qual os cidadãos podem exercer o seu potencial de inovação e a sua criatividade, talvez não seja mesmo necessário mais do que espaços de aprendizagem coletiva nos quais as pessoas possam interagir umas com as outras, com as tecnologias disponíveis, com o espaço e com o seu entorno para se chegar lá.

OS DESAFIOS DAS EXPERIÊNCIAS BRASILEIRAS

Pensar formas de incentivar esse tipo de espaço e experiência olhando para o seu potencial de desenvolvimento econômico e social é um desafio global e que está em pauta em alguns espaços de formação de políticas públicas e privadas. Em estudo recente, que desenvolvi para o Ministério da Cultura por meio de uma consultoria para a UNESCO, analisei o cenário dos espaços que se baseiam na colaboração e alguns pontos me chamaram a atenção. Nem todos os locais pesquisados lidavam diretamente com as novas tecnologias, mas as questões que eles traziam resumem boa parte dos desafios enfrentados por iniciativas desse tipo em curso no Brasil.

De uma forma geral, são características comuns e desafios recorrentes aos espaços colaborativos, incluindo co-workings, makerspaces, hackerspaces, fablabs:

1. A atuação como espaço de estímulo à criatividade e inovação

Os profissionais que estão nesses ambientes possuem experiências muito diversas. O Gangorra³¹, coworking em São Paulo que possui uma oficina colaborativa de bicicleta embaixo, surgiu com o foco inicial de aproximar apenas pessoas que desenvolvem projetos relacionados ao universo do cicloativismo e mobilidade urbana. Em pouco tempo, passou a reunir também profissionais de áreas e expertises muito diferentes.

2. A formalização jurídica que não contempla a totalidade de suas funções

Em um país marcado pela burocracia, no qual o custo para manutenção e gestão de empreendimentos é alto e em que as definições de pessoa jurídica não são flexíveis suficientes para abarcar uma ampla gama de atividades, é de se esperar que os realizadores andem com uma espécie de “cinturão do Batman” de CNPJs, utilizando pessoas jurídicas diferentes e adaptadas aos mais diversos contextos. Na Casa da Cultura Digital³², a brincadeira de que tínhamos mais CNPJs do que pessoas era recorrente entre nós.

3. A promoção de conexões entre cidadãos com interesses e habilidades comuns

Festas, cursos e eventos sociais são frequentes nos espaços de trabalho coletivo, atraindo públicos amplos e diversos. A construção de uma rede costuma ser um dos maiores ativos dos espaços compartilhados que, por meio de divulgação na internet e no boca a boca, conseguem atrair públicos interessados nos nichos em evidência.

No OHMS, Our Home Makerspace³³, espaço informal de compartilhamento de maquinários no Rio, engenheiros, estudantes e especialistas em tecnologia se reúnem para aprimorar seus projetos, testar maquinários e conhecer pessoas que estão interessadas em colocar a mão na massa em projetos de eletrônica, elétrica, hardware, software, entre outros.

4. O compartilhamento de informações e a formulação de produtos e serviços a partir das opiniões e intervenções de seus públicos

Design thinking³⁴, lean startup³⁵ e outras metodologias que colocam o feedback dos usuários como central ao processo de criação de produtos e serviços costumam fazer parte do dia a dia desses ambientes. No Templo, todas as atividades possuem questionários de feedback e as opiniões deixadas ali (e nos canais digitais) remodelam os produtos e processos o tempo todo.

5. Abertura, transparência, práticas de gestão horizontal e modelos de negócio baseados na geração de valor a partir da colaboração

Coletivos, redes, autogestão são palavras comuns nesses ambientes. O surgimento e a evolução dos trabalhos no Laboratório Hacker³⁶, em São Paulo, por exemplo, pode ser todo acompanhado em um grupo no Facebook. Da chegada de equipamentos à construção de atividades para o público, o processo é aberto e permite que interessados se aproximem, colaborem e trabalhem em conjunto.

6. Adoção de um modelo de negócio híbrido

Atividades sem fins lucrativos comumente se mesclam a ações empresariais nesse tipo de espaço, mostrando que a barreira que separa uma coisa da outra é mais difícil de limitar do que parece. O GOMA, espaço colaborativo no Rio, é uma associação sem fins lucrativos que reúne representantes de diversas iniciativas com fins lucrativos como em um “condomínio de pequenas empresas”.

Essa costuma ser uma forma encontrada pelos empreendimentos atuais para conseguir realizar ações pautadas pela transformação social e garantir a remuneração necessária à sobrevivência de forma mais autônoma, sem depender necessariamente de financiadores e apoiadores externos.

Além disso, é comum pensar formas diversificadas de renda, somando financiamentos e patrocínios públicos e privados, pagamento direto dos usuários por serviços prestados, a consultorias e serviços para outras instituições.

7. O estímulo ao empreendedorismo

Empreender assume significados diversos de acordo com o contexto no qual a palavra está inserida. Se considerarmos empreender como algo próximo a “se virar”, podemos dizer que esse conceito permeia grande parte das ações e atividades presenciadas nos labs.

Quando se fala em novas tecnologias, a necessidade de entender como transformar os aprendizados em algo que faça sentido, tenha um público e seja rentável aumenta ainda mais.

8. O baixo diálogo com governos e instituições tradicionais

Para muitos jovens inovadores é difícil entender a lógica sob a qual gestores de grandes instituições operam (e vice-versa). Processos hierarquizados, lógica de competição, falta de entendimento sobre o universo das novas tecnologias e até mesmo dificuldades em operar por e-mail e Skype³⁷ presente nos órgãos de governo e grandes empresas contribuem para uma separação entre os dois universos.

Do outro lado, a falta de noção de como as grandes instituições funcionam, a dificuldade de lidar com burocracias e estabelecer visões de longo prazo contribuem para essa lacuna de entendimento.

9. A baixa, porém crescente, articulação entre iniciativas semelhantes

E, mesmo dentre as iniciativas que estão nesse campo, o diálogo nem sempre se traduz em realizações efetivas de troca e cooperação. As formas de funcionamento dos empreendimentos variam e a dificuldade de gerir as próprias iniciativas costuma demandar tempo suficiente a não sobrar muito espaço para olhar “para fora” e pensar arranjos entre os pares.

Em 2011, fui responsável pela direção executiva do Festival Internacional CulturaDigital.Br³⁸, criado por Rodrigo Savazoni após as duas edições do Fórum da Cultura Digital Brasileira³⁹, como forma de dar visibilidade e conectar os agentes que estavam, naquele momento, trabalhando na fronteira da inovação digital. Foram quatro dias de oficinas, debates, palestras, exi-

bições que repercutem até hoje por meio das conexões geradas ali. A experiência nos mostrou a necessidade de estabelecer esse tipo de ambiente e de diálogo para juntar pares e permitir a troca de experiências.

10. A dificuldade em encontrar um modelo sustentável que consolide suas ações no médio e longo prazo

Em um mercado recente, em constante transformação, para o qual faltam políticas públicas é difícil ter um modelo que não esteja fortemente sujeito aos abalos dos fatores externos. Aumento do preço de um aluguel ou roubo de equipamentos são, por exemplo, mais do que suficientes para, em muitos casos, acabar com um espaço que está ainda em busca do seu modelo de negócio, estudando seus públicos, suas formas de financiamento e tentando entender seus produtos e serviços.

Entre os pontos aqui listados há desafios a serem superados, mas também oportunidades para a construção de um país mais inovador, que tenha em sua diversidade cultural a chave para o desenvolvimento econômico e social.

Notas

- 1 “Internet das Coisas torna-se objeto de políticas públicas”. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/ronaldolemos/2014/05/1458917-internet-das-coisas-torna-se-objeto-de-politica-publica.shtml>.
- 2 O site do projeto é: <http://cotidianosensitivo.info/>.
- 3 O experimento foi criado pela empresa WeSense. Disponível em <http://www.wesense.com.br/>.
- 4 As nomenclaturas se referem a espaços compartilhados com diversos tipos de ferramentas, equipamentos e maquinários, nos quais

- 5 pessoas podem aprender e criar aplicações ligadas a software, hardware, design, marcenaria, elétrica, eletrônica, etc.
- 6 <http://www.taina.org.br/>.
- 7 Termo muito comum nos anos 1950 usado para se referir aos “entusiastas frenéticos” de determinados assuntos que acabou virando sinônimo de pessoas com afinidade a computadores, jogos, eletrônicos.
- 8 Hackerspace situado em São Francisco, nos Estados Unidos, um dos mais famosos do mundo. Disponível em: <https://www.noisebridge.net/>.
- 9 Hackerspace na cidade de Nova Iorque, nos Estados Unidos. Disponível em: <http://www.nycresistor.com/>.
- 10 Uma das mais antigas e maiores associações hackers do mundo, situada em Berlim, na Alemanha. Disponível em <http://ccc.de/en/home>.
- 11 Outro espaço referência no mundo hacker situado em Berlim, Alemanha: <http://hackerspaces.org/wiki/C-base>.
- 12 Projeto sobre a cultura e hábitos do Brasil por meio da história da cachaça, traduzido em mais de quatro línguas, e reconhecido em 2012 pelo Ministério da Cultura como o melhor projeto de mapeamento cultural do país. Disponível em <http://www.mapadacachaça.com.br/>.
- 13 Projeto de mapeamento de obras de arte fora em espaços públicos na cidade de São Paulo, ganhador do prêmio Web’s Got Talent da W3C em 2013 e eleito pelo Google Street Art Project como curador em 2013. Disponível em: <http://arteforadomuseu.com.br/>.
- 14 Projeto que reúne 100 entrevistas com gestores e produtores culturais do país em coleção de livros e em vídeo na plataforma digital. Disponível em: <http://www.producaocultural.org.br/>.
- 15 Plataforma de discussão de políticas públicas para questões ligadas ao universo digital, menção honrosa no prêmio Prix Ars Electronica 2011. Disponível em: <http://culturadigital.br/>.
- 16 Grupo de discussão que reúne interessados em dados abertos, transparência pública, política e internet com mais de 1,6 mil membros em julho de 2014.
- 17 Projeto de laboratório móvel criado a partir de campanha de financiamento coletivo na plataforma Catarse e com mais de 170 membros em julho de 2014.
- 18 Arduino é uma plataforma open-source voltada para a criação de

- objetos e ambientes interativos, conectados, inteligentes. Artistas, designers, hobbyistas e entusiastas no mundo todo têm utilizado seu hardware e software flexíveis e amigáveis para construir projeto, aprender eletrônica e programação durante o processo.
- 18 <http://metamaquina.com.br/>.
 - 19 <http://reprap.org/>.
 - 20 ANDERSON, Chris. *Makers – The New Industrial Revolution*. New York: Crown Business, 2012, p. 72.
 - 21 Espaço de coworking é um local compartilhado de trabalho, no qual profissionais que trabalham em empresas e projetos diferentes dividem o mesmo espaço físico.
 - 22 *Sharing economy* é o termo criado para descrever os empreendimentos que trabalham com compartilhamento de recursos.
 - 23 <http://theoffice.rw/>.
 - 24 <http://www.woelabo.com/>.
 - 25 Menção ao projeto OpenRov, dos criadores David Lang e Eric Stackpole. Disponível em: <http://openrov.com/>.
 - 26 <http://ubalab.org/>.
 - 27 Trecho extraído da tese de mestrado “Redelabs: Laboratórios Experimentais em Rede”, LabJor, Unicamp, 2014.
 - 28 Trecho extraído de Ciberativismo, Cultura Hacker e o Individualismo Colaborativo, Revista da USP numero 86, 2010.
 - 29 Discurso feito por Gilberto Gil em aula magna na Universidade de São Paulo em 2004. Disponível em: http://www.cultura.gov.br/en/noticias-ancine1/-/asset_publisher/QRV5ftQkjXuV/content/ministro-da-cultura-gilberto-gil-em-aula-magna-na-universidade-de-sao-paulo-usp-/11025.
 - 30 *O drone* é um equipamento capaz de voar e é manobrado por meio de um controle remoto.
 - 31 <http://www.ogangorra.com.br/>.
 - 32 <http://www.casadaculturadigital.com.br/>.
 - 33 <http://makerspacerio.com.br/>.
 - 34 Criado na Universidade de Stanford, nos Estados Unidos, *design thinking* é o conjunto de métodos e processos para abordar problemas, relacionados à aquisição de informações, análise de conhecimento e propostas de soluções.

- 35 *Lean startup* é um conjunto de processos usados por empreendedores para desenvolver produtos e mercados, combinando desenvolvimento ágil de software e desenvolvimento de clientes.
- 36 <http://lab.thacker.com.br/>.
- 37 Serviço de teleconferência baseado na internet.
- 38 <http://culturadigital.org.br/>.
- 39 <http://culturadigital.br/>.

O desafio de uma política de economia criativa aberta e em rede

GEORGIA HADDAD NICOLAU

O artigo que se segue está dividido em três partes que, juntas, somam-se ao esforço de analisar os desafios da Economia Criativa no Brasil, com especial ênfase às políticas públicas de cultura que surgiram nos últimos anos. Mais especificamente, o texto se concentra em contextualizar e analisar o impacto da criação de uma Secretaria de Economia Criativa pelo Governo Federal, o que ocorreu no início do governo da presidenta Dilma Rousseff (PT), em 2011. Até então, as políticas de Economia Criativa vinham sendo praticadas em estados e municípios, como no caso do Estado do Rio de Janeiro, pioneiro na institucionalização do tema ao criar uma área destinada à Economia Criativa, no ano de 2009. Por meio de um olhar panorâmico e engajado, pretendo debater as possibilidades de futuro que a questão da Economia Criativa aponta na interseção entre as políticas de desenvolvimento cultural, econômico e social.

Quatro meses depois que assumi a diretoria de Empreendedorismo, Gestão e Inovação da Secretaria de Economia Criativa, no início de 2014, eu e Mariana Soares

Ribeiro, coordenadora de Promoção e Difusão, recebemos uma comitiva tailandesa. Como de praxe nessas situações, fizemos a apresentação de nosso trabalho, baseando-nos nos planos e perspectivas que estamos colocando em prática. Ao fim de nossa fala, o ministro conselheiro da Tailândia, Vithit Powattanasuk, afirmou: “É a primeira vez que eu vejo uma política de Economia Criativa voltada para as pessoas.” Sua fala foi uma reação ao discurso de que o governo brasileiro enxergava como paradigma central de Economia Criativa nossa diversidade cultural e os processos de inovação que se desenvolvem a partir desta diversidade, e não apesar dela.

Os tailandeses estavam mais familiarizados com o conceito de Economia Criativa empreendido pelo Partido Trabalhista Britânico a partir da década de 1990. Os britânicos foram os principais responsáveis pela difusão do termo no mundo. Os tailandeses vinham em busca de ideias que ajudassem a colocar seu país na rota do comércio internacional de bens e serviços de maneira competitiva. Queriam o design tailandês competindo com o design italiano. Uma estratégia ousada e reforçada pelo fato de a agência de Economia Criativa do país estar ligada diretamente ao gabinete do Primeiro Ministro desde sua criação, em 2012, contando com um fundo de 300 milhões de dólares¹.

Diferentemente da Tailândia e de outros países como a Coreia do Sul, no qual as políticas voltadas à economia criativa estão articuladas no Ministério da Ciência, Tecnologia e Planejamento do Futuro², a discussão da Economia Criativa no Brasil tem seu lócus institucional no Ministério da Cultura (MinC), por meio da Secretaria da Economia Criativa (SEC).

O anúncio de criação do SEC/MinC ocorreu em janeiro de 2011. Sua institucionalização, porém, só veio a ocorrer 17 meses depois, em 1º de junho de 2012. A iniciativa de sua criação partiu da Ministra Ana de Hollanda, nomeada pela presidenta Dilma Rousseff. Até então, no âmbito do Ministério da Cultura, utilizava-se o termo Economia da Cultura para se referir aos processos econômicos promovidos pelas atividades culturais, sendo o Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura (PRODEC), criado em 2006, a principal ação do MinC nesse sentido.

Em 2008, o então Ministro da Cultura Gilberto Gil e a coordenadora de seu programa de Economia da Cultura, Paula Porta, chamavam a atenção para a centralidade dos arranjos culturais para o desenvolvimento, em artigo publicado no jornal *Folha de S.Paulo*³. “A diversa e sofisticada produção cultural brasileira, além de sua relevância simbólica e social, deve ser entendida como um dos grandes ativos econômicos do país, capaz de gerar desenvolvimento”, afirmaram.

O PRODEC era um programa dedicado especificamente à interseção entre cultura e economia e se dedicava à capacitação de empreendedores, cooperativas e empresas e técnicos do setor cultural; à promoção de negócios, o que na prática resultou em apoio a feiras, como a Feira Música Brasil; e a articulação de ações de fomento junto às instituições financeiras, como o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Tinha uma forte ênfase na coleta e produção de informações, aspecto importantíssimo considerando que até hoje continuam sendo frágeis os dados e indicadores relativos à área. Do ponto de vista administrativo e institucional, o programa passou,

na gestão do Ministro Juca Ferreira a ser desenvolvido por uma coordenação-geral específica, a de Economia da Cultura, criada na Secretaria de Políticas Culturais (SPC).

Em 2011, com a nova centralidade dada às relações entre cultura e economia, coube à nova equipe de Economia Criativa do Ministério, sob a liderança da professora da Universidade Federal do Ceará e ex-secretária de Cultura do governo do Ceará, Claudia Leitão, o planejamento da missão e dos objetivos da Secretaria de Economia Criativa do governo Dilma. Para isso, foi desenvolvido o Plano de Economia Criativa, publicado em setembro de 2011.

Nesse plano, é apresentada a missão da nova secretaria:

Criada pelo Decreto 7743, de 1º de junho de 2012, a Secretaria da Economia Criativa (SEC) tem como missão conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros. O objetivo é contribuir para que a cultura se torne um eixo estratégico nas políticas públicas de desenvolvimento do Estado brasileiro.⁴

A seguir, o gráfico que apresenta os princípios norteadores da SEC⁵:



Gráfico apresentado no Plano de Economia Criativa, p. 33

Antes, porém, do plano apresentado no início do governo Dilma, a gestão de Juca Ferreira à frente do Ministério da Cultura havia aprovado, em dezembro de 2010, um instrumento fundamental para a orientação das políticas culturais. O Plano Nacional de Cultura (PNC), conjunto de princípios, objetivos, diretrizes, estratégias e metas foi instituído por lei em 2 de dezembro de 2010, com validade até 2020, e construído por meio de ampla consulta pública e conferências federais, estaduais e municipais. O PNC consolida em seu texto a visão de cultura a partir de três dimensões que atuam como eixos norteadores para as políticas públicas: a dimensão simbólica, a cidadã e a econômica. Vale destacar que ao menos 10 das 53 metas do PNC⁶ têm alguma relação com o “aspecto da cultura como vetor econômico”.

O PNC reflete o notável espaço político dentro e fora do Brasil que a questão cultural assumiu no Brasil a partir do governo Lula. Vale lembrar que as políticas culturais anteriores ao governo do presidente petista priorizavam a relação com o mercado privado por meio das leis de incentivo, que seguem sendo até hoje a principal fonte de financiamento à cultura no Brasil. O Ministério da Cultura durante o governo Lula foi responsável por uma retomada da presença do Estado como proponente e propulsor da política cultural, promovendo uma abertura para o diálogo com a sociedade civil e uma ampliação importante do conceito de cultura, que consequentemente expandiu o escopo de ação do Ministério, incluindo novas áreas como Moda, Design e Cultura Digital.

Destaco ainda a valorização da Diversidade Cultural brasileira como central para a formulação das políticas culturais, sendo que o MinC neste período foi peça importante nas discussões promovidas para a elaboração da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, adotada pela 33ª Conferência Geral da Unesco e ratificada pelo Brasil em 2006. Entre as políticas empreendidas neste período, destaca-se o Programa Cultura, Educação e Cidadania – Cultura Viva, cuja ação dos Pontos de Cultura trouxe grande avanço na relação estado e sociedade ao valorizar ações culturais já existentes nas diversas regiões do país, apoiando-as por meio de editais, além de outras ações de articulação em rede. Uma política cultural de base comunitária que ainda hoje é referência mundial e que neste ano de 2014 tornou-se lei, transformando-se em política de estado.

A questão econômica também era uma preocupação dentro do Programa Cultura Viva. Uma das ações de desta-

que do programa foi a Ação Cultura Digital, desenvolvida a partir de 2005. Esta consistia na distribuição de kits multimídias aos Pontos de Cultura, estimulando a produção e a aprendizagem em rede entre os pontos, incorporando conceitos de autonomia, diversidade, compartilhamento, experimentação e o uso de tecnologias livres.

Entre as várias ações transversais ao programa, existiu também uma ação chamada Economia Viva. Vale recuperar a definição publicada no site do Ministério da Cultura. A função do Economia Viva era:

Apoiar e possibilitar a articulação de pontos rizomáticos nos mais variados Sistemas Produtivos da Cultura e nas mais diversas manifestações e expressões de linguagens artísticas. O caráter social aplicado à economia é uma opção pela economia colaborativa e sustentável. Dessa forma, pretende-se criar um sistema alternativo ao da indústria cultural propiciando a diversidade e não a homogeneidade da cultura.⁷

Se durante o governo Lula não havia uma área específica para o desenvolvimento da economia criativa, fica claro com esta recuperação histórica que já havia a preocupação com a questão da economia e do desenvolvimento econômico associado à diversidade cultural e, se temos algum acúmulo hoje, não podemos deixar de levar em consideração tais esforços empreendidos.

Ainda que a nova abordagem das políticas de Economia Criativa sob a gestão Dilma buscasse se referenciar no fortalecimento da diversidade, o plano encontrou forte rejeição de agentes culturais que não se veem representados pelo conceito de Economia Criativa. Isso porque a criação

da Secretaria da Economia Criativa ocorreu em um período de conflito entre os agentes da diversidade cultural e a nova administração do Ministério da Cultura, sob o comando de Ana de Hollanda.

Outro ponto que vem sendo objeto de divergências é justamente a questão da nomenclatura e do significado do termo economia criativa. A passagem de uma política baseada na ideia de Economia da Cultura para outra baseada no conceito de Economia Criativa segue controversa. Acredito que isso ocorre justamente pela dificuldade em tangibilizar e definir o que seria exatamente uma Economia Criativa. A abrangência do conceito acaba por dar margem a interpretações, não totalmente infundadas, de que a simples existência do termo colocaria a cultura a serviço das tecnologias de informação, do capitalismo informacional e da inovação entendida como melhoria de produtos para o mercado. O que se intensifica quando recorremos à visão de economia criativa difundida pela Grã-Bretanha, que se baseia na ideia de criatividade escorada no talento individual e na exploração da propriedade intelectual, estimulando a competitividade, a escala e a internacionalização.

De acordo com Philip Schlesinger, citado por Cesar Bolaño⁸, as indústrias criativas inglesas são concebidas tanto como atividades baseadas na criatividade individual quanto pela sua capacidade de gerar propriedade intelectual como base para a criação de riqueza e emprego. Nesse sentido, a definição britânica seria economicista, pois a função comunicativa e simbólica das expressões culturais, assim como a geração e comunicação de ideias, torna-se atraente somente se exportável.

Conceitualmente, porém, o Plano de Economia Criativa e a Missão da SEC abrem espaço para caminhos e proposi-

ções interessantes ao afirmarem a diversidade cultural e a inclusão social como eixos norteadores das políticas culturais. Como afirmou o pesquisador Leonardo De Marchi⁹, a partir da leitura do estudo comparativo de Cunningham¹⁰, a adoção da Economia Criativa por outros países que não a Grã-Bretanha não caminha, necessariamente, no sentido da “neoliberalização” da cultura, mas antes, depende dos arranjos institucionais e conjunturais político-econômicos de cada país.

Ainda é cedo para avaliarmos o que pode ser uma Economia Criativa brasileira, ou ainda, se o país deverá eleger este termo para designar as relações entre cultura e desenvolvimento, cujo discurso e reflexão ainda são recente no Brasil- e no mundo. Certo, porém, é que há pelo menos 12 anos o Brasil já identificou a necessidade de trabalhar sua diversidade cultural como matriz para um novo processo de desenvolvimento, e precisamos seguir nesse caminho, ousando e aprofundando essas proposições.

POR UMA ECONOMIA CRIATIVA DISRUPTIVA

Economia Criativa, ainda é um conceito em disputa, que carece de clareza, reforço conceitual, metodológico e crítico. Assim, é também o universo epistemológico normalmente associado ao termo: inovação, empreendedorismo, gestão, planejamento estratégico, arranjos produtivos locais, empresa nascente, cidades criativas, territórios criativos, etc. Uma falta de clareza que confunde tanto os gestores públicos, quanto a sociedade civil e acaba por prejudicar tanto as propostas e formulações quanto as disputas.

Em apresentação na Cúpula Mundial de Artes e Cultura, evento realizado a cada dois anos pela Federação Internacional de Conselhos de Artes e Agências Culturais (IFACCA)¹¹, e que em 2014 aconteceu no Chile, a pesquisadora e consultora da UNESCO, a sul-africana Avril Joffe, defendeu o retorno do conceito de Economia da Cultura “colocando a cultura de volta ao coração da economia”. E foi além, ao afirmar que posicionar o *commons*¹² no centro das discussões das políticas de desenvolvimento, é reconhecer que as pessoas possuem necessidades e identidades coletivas que o mercado simplesmente não preenche. “Não somos simplesmente vendedores ou consumidores”, afirmou a pesquisadora sul-africana. Nem mesmo nos reduzimos ao conceito de *prosumers*, qualificando-nos como consumidores e/ou produtores. Temos outras e múltiplas identidades.

Esse retorno a uma visão mais abrangente da cultura nos processos de desenvolvimento já pode ser verificado em outros projetos internacionais com os quais mantenho diálogo. É o caso, por exemplo, do projeto Sostenuto¹³, que reuniu sete instituições para refletir sobre a cultura como fator de inovação social e econômica na região europeia do Mediterrâneo. Em uma das duas publicações feitas pelo projeto, denominada *Cultura como fator de inovação social e econômica*, os autores concluem que os valores que emergem a partir do campo cultural refletem uma nova hierarquia em um contexto de crise, impactando espaços sociais e econômicos. Nesse sentido, caberia ao campo das políticas públicas assegurar uma não exaustão dos processos e acelerar seu desenvolvimento e sua abrangência no campo social.

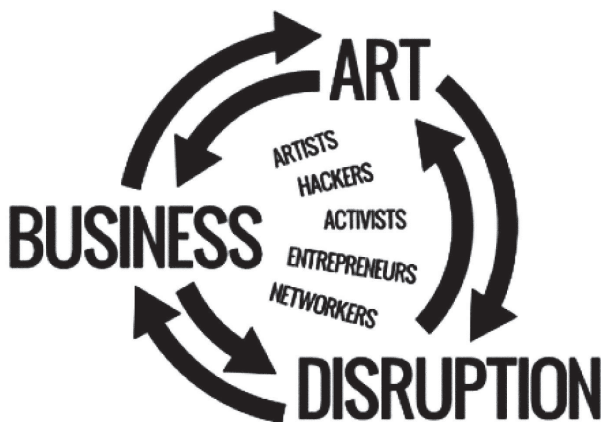
O fato de a pasta de Economia Criativa estar hoje no Ministério da Cultura implica em desafios e confusões, mas

também em oportunidades. Pode significar uma abertura por uma visão de desenvolvimento “mata em pé”, como defende o sociólogo Marcus Franchi, Diretor de Desenvolvimento e Monitoramento da Secretaria da Economia Criativa. Franchi defende que o que o Brasil pode oferecer de melhor é justamente, a preservação da sua diversidade cultural e sua biodiversidade – e os “modos de fazer” que dela advêm. Ainda que não tenhamos dados suficientes para comprovar o que isso pode significar em dados tangíveis de posicionamento do país no comércio internacional, compartilho com o pensamento de muitos de que é justamente esta fluidez e imprecisão que pode nos levar a um desenvolvimento realmente sustentável e a invenção de futuros mais justos e promissores.

Ou seja, uma política para a Economia Criativa deve necessariamente lidar com a fricção natural entre a cultura, o capital e a democracia. A pesquisadora e curadora italiana Tatiana Bazzichelli aponta um caminho interessante em seu livro *Networked Disruption*¹⁴, onde busca fugir da oposição entre cultura versus mercado e cultura versus negócios. No livro, ainda não traduzido para o português, a pesquisadora defende que as mútuas interferências entre arte, hacktivismo¹⁵ e os novos modelos de negócios que surgiram a partir da Web 2.0 mudaram os meios e contextos da disputa política e da perspectiva crítica ao capitalismo. Utilizando-se de um conceito comum no mundo dos negócios, a inovação disruptiva, que no léxico da administração significa criar um produto que altera os rumos do mercado, Bazzichelli argumenta que artistas e hackers têm sido ativos atores de inovação nos negócios, ao mesmo tempo em que colaboraram para criar uma perspectiva crítica gerando espaços de

reflexão surpreendentes e reações inesperadas a partir de suas ações de ativismo e interferências artísticas.

Nesse sentido, a disrupção torna-se uma via de mão dupla: uma prática para gerar pensamento crítico e transformação social assim como uma metodologia de inovação e sustentabilidade financeira dos artistas e desenvolvedores. É possível visualizar a ideia resumida no gráfico abaixo:



Tatiana Bazzichelli, *Disruptive Loop Diagram*, 2011

Na prática, Tatiana Bazzichelli trouxe sua pesquisa para o campo das artes no período em que atuou como curadora do festival de arte e tecnologia alemão Transmediale, importante plataforma anual que ocorre, há 27 anos, em Berlim e reúne pensadores, artistas, desenvolvedores, ativistas e hackers para discutir, sempre a partir de uma perspectiva crítica, as transformações políticas do mundo contemporâneo a partir das imbricações entre arte, cultura e tecnologia. Durante os anos de 2012 e 2013, Bazzichelli implementou o projeto *reSource transmedial culture berlin*, que propôs

expandir o percurso do festival para além do evento em janeiro, relacionando-se permanentemente ao longo do ano com as redes de arte e tecnologia da cidade de Berlim. Por meio dessa aproximação e aderência, sua pesquisa trouxe renovação e inovação ao festival, forçando a instituição a se olhar e se repensar. Esse processo também provocou os coletivos de arte e tecnologia a pensarem para além da sua própria sobrevivência diária, valendo-se para isso de recursos do festival, mas também da própria rede que se criou a partir do programa reSource. A hipótese de Tatiana aponta para o fato de que a própria rede construída é em si uma obra de arte experimental e, portanto, inovadora.

A questão da inovação também é outra que precisa de novos olhares. Na região ibero-americana (países da península ibérica e da América Latina), o programa Cidadania 2.0, da Secretaria Geral Ibero-Americana (SEGIB), iniciou em 2013 o projeto Inovação Cidadã (IC), termo entendido como a “participação ativa dos cidadãos em iniciativas inovadoras que procuram transformar a realidade social, a fim de alcançar uma maior inclusão social.”¹⁶ Além de fomentar e articular projetos de inovação cidadã nos países ibero-americanos, a proposta da equipe que compõe o programa é inovar a própria instituição e sua relação com a sociedade. Como forma de estimular o debate sobre inovação cidadã, o Cidadania 2.0 propõe a estruturação de laboratórios cidadãos que podem ser projetos de um ministério, interministeriais ou externos ao governo, mas que se caracterizam por lugares onde o cidadão atua junto ao Estado no desenvolvimento de processos e protótipos voltados à inovação da formulação e da implementação de políticas públicas. A ideia é: a própria política pública deve caminhar para uma

construção colaborativa e participativa, mas também se abrir para a inovação das formas de governança, transparência e abertura.

Não é nenhuma novidade que criatividade gera inovação. Recuperarei esses exemplos justamente como subsídio para demonstrar que o próprio conceito de inovação pode ser finalmente entendido hoje de outras formas e para além de territórios institucionalmente aceitos como a academia ou o mercado. E que o papel do planejamento de uma política pública de Economia Criativa passa a assumir que criatividade e inovação estão em variados lugares, espaços e arranjos. O desafio é fornecer respostas rápidas, acompanhando as transformações, por meio de mecanismos de aproximação, participação, fomento, articulação e aceleração das mesmas.

Acredito em uma política para Economia Criativa brasileira que leve em conta a Diversidade Cultural, e que busque o desenvolvimento social, econômico e cultural. E uma política dessa natureza não pode ignorar que, entre os anos 2000 e 2012, o número de usuários de internet, segundo o site Internet World Stats, cresceu de 360 milhões para 2,8 bilhões de acessos, dos quais, atualmente, cerca de 100 milhões são do Brasil. A apropriação da tecnologia e de conhecimento e a troca entre usuários conectados nos força a pensar um formato de inovação em rede. Nesse sentido, cabe ao Estado fortalecer e intensificar as trocas entre empreendedores e agentes culturais de modo que, a partir desta troca de experiências, aumentem exponencialmente as possibilidades de transformações reais nos fazeres e saberes, fortalecendo a experiência do comum.

TENTATIVAS EM MOVIMENTO

Nos últimos anos, o MinC se reabriu para projetos ligados à Cultura Digital e à Diversidade Cultural. O principal esforço é uma iniciativa de articulação intersecretarias ministeriais que pretende compor um programa integrado de laboratórios e espaços de experimentação ligados aos vários programas e projetos que envolvem inovação e compartilhamento de tecnologias em rede. Trata-se de uma perspectiva de retomada e atualização de diálogos e ideias, e também esforço de movimentar o Estado e seus gestores para atuarem em rede. Uma iniciativa que busca desenvolver a meta 43 do Plano Nacional de Cultura, a qual pretende dotar 100% das Unidades da Federação (UF) com um núcleo de produção digital audiovisual e um núcleo de arte tecnológica e inovação.

Essa iniciativa tem a participação das secretarias de Economia Criativa (SEC), Políticas Culturais (SPC) e Cidadania e Diversidade Cultural (SCDC) e é capitaneada pela Coordenação Geral de Cultura Digital do MinC. Seu foco é constituir uma rede de cultura baseada em inovação e desenvolvimento:

O modelo telecentro como formato de equipamento público de cultura digital precisa ser repensado. A inovação introduzida pelos Pontos de Cultura e o alargamento do escopo de possibilidades no campo da cultura digital apontam para arranjos polivalentes (customizáveis) de laboratórios experimentais comunitários, nos quais novas formas de sociabilidade, assim como novos modos de organização e produção podem emergir e se desenvolver de acordo com as potencialidades locais.

A articulação em rede dos diversos laboratórios, em diferentes iniciativas, é o que constitui o projeto 'RedeLabs'.

Esse novo rearranjo institucional busca articular em rede iniciativas distintas que vinham sendo desenhadas nas diferentes secretarias do Ministério da Cultura; articula as Incubadoras Brasil Criativo e os LabCEUs, programas em execução na SEC, os Laboratórios de Arte Digital da SPC, os Núcleos de Produção Digital da Secretaria do Audiovisual (SAV), e a Ação Cultura Digital do Programa Cultura Viva, de responsabilidade da SCDC. Acredito que esse processo possa alinhar o MinC a uma perspectiva contemporânea de organização em rede, incentivando que cada um dos seus equipamentos voltados à inovação e experimentação possam se tornar polos aglutinadores e irradiadores de informações e práticas.

Em comum, essa rede de gestores visualiza o desafio de compreender que a inovação, no âmbito da cultura, ocorre de forma processual, ou seja, realiza sua potência conectada à melhoria de seu território, seja ele uma comunidade, um bairro, uma cidade, produzindo valor social antes de valor de mercado. Ao optarmos por não fomentar o modelo tradicional de monetização e lucro a partir da propriedade intelectual, nos lançamos ao desafio de promover políticas públicas voltadas aos empreendedores criativos com base no estímulo de novas formas de sustentabilidade e autonomia. Queremos promover a abertura (*openness*), incluindo nessa dimensão o uso de software e hardware livres, além de desenvolver e modelar linhas de fomento àqueles realizadores que optam por manter suas ideias circulando na rede livremente.

Esse esforço de integração vem sendo chamado por seus articuladores de RedeLabs, nome que recupera um processo iniciado em 2010, em diálogos sobre laboratórios experimentais de cultura digital, sua relação com o ativismo internacional e a cultura digital brasileira. O termo foi utilizado naquela ocasião para batizar o encontro presencial que ocorreu na Cinemateca Brasileira em São Paulo durante o segundo Fórum da Cultura Digital¹⁷, organizado pelo Ministério da Cultura em parceria com a Casa da Cultura Digital. RedeLabs também é o nome de um blog editado pelo pesquisador Felipe Fonseca, um dos organizadores dos encontros sobre laboratórios experimentais nos fóruns da cultura digital e atual consultor do Ministério da Cultura. Fonseca também acaba de defender sua tese de mestrado justamente com nome de *RedeLabs – Laboratórios Experimentais em Rede*.

Em relação ao trabalho que coordeno na SEC, dois projetos se alinham a esse esforço integrado de promover a cultura digital e a inovação aberta: Programa Laboratórios de Cidades Sensitivas (LabCEUs) e o programa Incubadoras do Brasil Criativo. Vale explicá-los melhor.

PROGRAMA LABORATÓRIOS DE CIDADES SENSITIVAS – LABCEUS

Trata-se de uma rede de laboratórios e espaços de inovação, fomentados e induzidos parcialmente pelo Estado, mas com governança e autonomia. Essa é a base da política de laboratórios que a SEC desenvolveu para ocupar os telecentros dos CEUs – os Centros De Artes e Esportes Unifica-

dos, iniciativa que compõe a segunda etapa do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC 2) – no eixo Comunidade Cidadã. Desde 2011, a gestão e implementação dos CEUs ficou a cargo do Ministério da Cultura e, a partir de 2013, sua etapa de ocupação passa a ser responsabilidade da Secretaria da Economia Criativa. Os CEUs são equipamentos multifuncionais e foram pensados de maneira a integrar, num mesmo espaço físico, programas e ações culturais, práticas esportivas e de lazer, formação e qualificação para o mercado de trabalho, serviços socioassistenciais, políticas de prevenção à violência e inclusão digital, de modo a promover a cidadania em territórios de alta vulnerabilidade social das cidades brasileiras.

Em seu desenho original, todos os CEUs foram programados para comportar um telecentro equipado com 13 computadores. A SEC em parceria com a SPC e o Departamento de Arquitetura da UFPE, mais especificamente com o Laboratório de Desenho Urbano [LADU/UFPE] desenhou uma proposta de dez projetos-pilotos de ocupação dos telecentros, denominados de LabCEUs, propondo atualizar o conceito de inclusão digital para transformá-los em espaços de encontro e formação, laboratórios de experimentações e tecnologias livres. O pressuposto é que, a partir da provocação multidisciplinar, seja possível gerar espaços que propiciem ao cidadão reflexões sobre o entorno numa perspectiva artística, cultural, de infraestrutura, desenvolvimento urbano, científico e tecnológico.

Nesse sentido, o prenome de Laboratórios de Cidades Sensitivas traz uma perspectiva de conexão com as cidades onde os laboratórios serão implementados, enxergando-as como um ecossistema repleto de fluxos e trocas que pode

ser modificado e potencializado a partir dos Labs. Esta iniciativa conecta-se também com a emergência do movimento Maker, ou de Fazedores, que se apropria do conceito de “faça-você-mesmo” e de autonomia da década de 1960, partindo da inferência de que todos somos potenciais criadores e construtores e desenvolvedores de tecnologia. Tal perspectiva se aproxima de um modelo de multidisciplinaridade, colaboração e, em alguns casos, do uso de tecnologias livres (sobre esse tema ver o artigo de Gabriela Agustini, também neste livro). Esses espaços se destacam pela produção de conhecimento e a atuação crítica e cidadã entendida como construção coletiva e compartilhada.

INCUBADORAS BRASIL CRIATIVO

Como já destacado no início do texto, o pioneirismo do Rio de Janeiro ao criar uma Coordenação de Economia Criativa se desdobrou em uma iniciativa inédita: a de criar uma incubadora pública de cultura. O programa Incubadoras Rio Criativo iniciou-se ainda em dezembro de 2009. No ano de 2014, a Incubadora finalizou seu primeiro ciclo de incubação de empresas dos setores criativos, com 17 empresas incubadas. Em 2013, o antigo Coordenador de Economia Criativa e posterior Superintendente de Ações Culturais da Secretaria de Cultura do Estado do Rio de Janeiro, Marcos André Carvalho, foi nomeado Secretário de Economia Criativa do Ministério da Cultura.

Uma das primeiras ações da nova gestão foi recontextualizar o programa Criativas Birô, que desenhou escritórios públicos de apoio aos micro e pequenos empreendimen-

tos criativos, transformando-o no Programa Incubadoras Brasil Criativo, que manteve os 13 convênios firmados em parceria com os estados do Acre, Pará, Ceará, Rio Grande do Norte, Bahia, Pernambuco, Goiás, Mato Grosso, Distrito Federal, Paraná, Rio Grande do Sul, Minas Gerais e o já citado projeto no Rio de Janeiro.

A proposta da Rede Incubadoras Brasil Criativo é transformar as incubadoras em espaços de formação em rede, compartilhamento de informações e encontro entre os empreendedores criativos dos Estados onde são implantadas. Além disso, todo o processo de formação e facilitação das equipes que compõe os equipamentos públicos e organização do discurso em torno da Economia Criativa nestes espaços passa por fortalecer uma visão de desenvolvimento ligada às potencialidades de cada território, portanto, valorizando as diversidades culturais de cada região, em uma lógica de rede.

Para além do suporte técnico, conceitual e ferramental aos empreendedores e empreendimentos culturais e criativos, as incubadoras devem servir como espaços de promoção de tecnologias sociais com vistas ao desenvolvimento local de longo prazo, promovendo a circulação de informações e contribuindo para a redução da desigualdade regional brasileira e seu conseqüente risco de homogeneização.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A aposta em métodos colaborativos de criação, produção, trabalho e consumo evidencia uma perspectiva de inovação como processo e não como produto, ressaltan-

do a diversidade salutar de modelos de sustentabilidade e incentivando a inovação em rede. Nesse sentido, ao invés de a política pública focar no conteúdo, “levando” oficinas pré-formatadas, tecnologias e referenciais importados, é fundamental o fomento à construção de espaços de encontro, colaboração e experimentação que, tendo como paradigma a multidisciplinaridade, possam produzir efeitos inesperados, transformando e estruturando os territórios impactados. Nesse sentido, a avaliação e mensuração de resultados passam por valorar o benefício coletivo, cidadão e social trazido pelos processos de experimentação, aprendizagem e inovação, para além das regras de mercado. Como Fonseca (2014) escreve em sua tese de mestrado, ainda não publicada:

Laboratórios experimentais acabam tornando-se lugares nos quais permacultores têm a oportunidade de encontrar e conviver com hackers, com ativistas dedicados à soberania alimentar, com artistas contemporâneos, movimentos sociais e muitos outros espaços de atuação. Operam assim na potência da invenção, a cada momento, de acordos e colaborações impossíveis de se prever.

Busquei com este texto defender que é possível uma política pública de desenvolvimento que fomente experimentações e tenha como premissa a colaboração, o compartilhamento, a valorização dos *commons*, o respeito às diferenças, o diálogo intercultural e multidisciplinar. E que a cultura tem um papel fundamental na construção de cidadãos autônomos, empreendedores e transformadores da realidade.

Uma Economia Criativa possível para o Brasil seria aquela que conseguisse promover economicamente as tecnologias sociais e a diversidade cultural e territorial do país. A Economia Criativa não deveria jamais ser um fim em si mesmo, e muito menos substituir qualquer política cultural setorial ou de base comunitária. Ela deve ser uma lente, um arranjo possível para o discurso sobre cultura e desenvolvimento. Um *plug* universal que possa receber insumos energéticos da Ciência e Tecnologia, do Desenvolvimento Social, da Juventude, da Promoção da Igualdade e do Planejamento.

Notas

- 1 Thailand Creative Economy Promotion Agency: <http://www.bangkokpost.com/business/economics/309507/new-agency-to-give-creative-industries-an-infusion-of-funds>.
- 2 http://english.msip.go.kr/english/wpge/m_63/eng0102.do.
- 3 Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/2008/02/03/economia-da-cultura-2/>.
- 4 Disponível em <http://www.cultura.gov.br/secretaria-da-economia-criativa-sec>.
- 5 Para maiores informações, ler Relatório de Gestão da SEC. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/Catialu/relatorio-gesto-da-secretaria-de-economia-criativa>).
- 6 Ver metas 7, 8, 9, 10, 11, 17, 18, 38, 39 e 53. Disponível em: http://www.cultura.gov.br/documents/10883/11294/METAS_PNC_final.pdf/3dc312fb-5a42-4b9b-934b-b3ea7c238db2. Vale dizer que no ano de 2014 o Ministério da Cultura estava em fase de reavaliação das metas e repactuação.
- 7 Disponível em: <http://www2.cultura.gov.br/culturaviva/category/cultura-e-cidadania/economia-viva/>- Acessado em 23/07/2014.
- 8 BOLAÑO, César. *Indústria, criatividade e desenvolvimento*. Texto apresentado na I Conferência Internacional de Economia Criativa do Nordeste - AnimaCult, 8 a 10 de dezembro de 2010, Fortaleza – CE. Mimeo.

- 9 Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-2053-1.pdf>.
- 10 Disponível em: <http://eprints.qut.edu.au/28227/>.
- 11 Site IFACCA.
- 12 Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Commons>.
- 13 Disponível em: <http://sostenuto.wikispaces.com/about+the+project>.
- 14 Disponível em: <http://disruptiv.biz/networked-disruption-the-book/>.
- 15 Hacktivismo (hack + ativismo), aqui entendido como escrever código fonte, ou manipular bits com fins de promover expressão política e crítica da realidade. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Hacktivismo>.
- 16 Disponível em: <http://www.ciudadania20.org/pt-pt/>.
- 17 Os Fóruns da Cultura Digital. Disponível em: <https://groups.google.com/forum/#!forum/redelabs> e <http://culturadigital.br/redelabs/> <http://redelabs.org/>.

Ponto Cine: arroz, feijão e cinema

ADAILTON MEDEIROS

Às vezes, a realidade parece mais ficção que a própria ficção. Logo que inauguramos o Ponto Cine, em 2006, presenciei um diálogo inusitado, num tom de realismo fantástico, entre uma senhora e a bilheteira do cinema. Após uns bons minutos namorando um pôster exposto no *foyer*, que divulgava um filme em cartaz, a senhora virou-se para a bilheteira e perguntou:

– Quanto é o ingresso?

– Seis reais, a inteira, e três reais, a meia-entrada – respondeu-lhe a bilheteira.

A senhora voltou-se para o pôster, levou uma das mãos ao queixo, coçou o canto da boca com o indicador, encheu os pulmões com uma sugada de ar e, entre uma timidez flagrante e um impulso de coragem, retornou:

– Não leva à mal não, mas meia-entrada me dá direito a assistir só até a metade do filme?

Carrego isso comigo até hoje e creio que levarei para o resto da vida. Pode parecer cômico, engraçado; porém é dolorido e quase trágico: em pleno início século XXI, no Rio de Janeiro – capital cultural do país –, há mais de cem anos da primeira exibição realizada no Brasil, existem pessoas

que não sabem que meia-entrada é um benefício, um direito garantido e, por que não dizer, um incentivo à ampliação de público nas salas de exibição.

Vamos fazer de conta que estamos numa montagem de um filme. Portanto, vamos dar uma melhorada nesta última sequência. Estamos há mais de cem anos da primeira exibição ocorrida numa das salas do *Jornal do Comércio*, na Rua do Ouvidor? Sim. Vivemos no século XXI? Mais ou menos. No Rio de Janeiro? Sim e não.

Por que isso? Porque estamos falando de Guadalupe, um bairro do subúrbio que, como tantos outros, convive ainda com modelos e práticas do século 19 e que não parece pertencer ao Rio de Janeiro das belas paisagens, praias e monumentos. Aliás, muitos cariocas das regiões mais abastadas da cidade acreditam que ele pertence à Baixada Fluminense ou à Zona Oeste carioca, seja por falta de foco, mira errante, ignorância geográfica ou desprezo aos mais profundos lastros do pertencimento.

Bom, o Ponto Cine poderia ter começado aqui, mas não, inicia-se muito antes. Este fato é só uma constatação na prática de parte da sua missão, a que diz respeito à “introdução do cinema culturalmente nas pessoas”. Ele surge décadas atrás, impregnado na minha própria trajetória.

CINEMA DE PAPELÃO

Sempre fui apaixonado por cinema. Construí meu primeiro projetor aos nove anos de idade, era de caixa de papelão como um monóculo na extremidade.

Meu primeiro contato com a imagem em movimento não foi numa sala de exibição e sim em um livro infantil, no qual havia uma ilustração do Tio Patinhas impressa na orelha de cada página. Ao folheá-lo rapidamente a imagem do velho personagem do Walt Disney girava sua bengala.

Pensei, então, que poderia projetar aquelas imagens na parede caso elas fossem “transparentes”. Juntei algumas folhas de papel vegetal, enrolei-as e cortei em tiras no formato de rabiola de pipa, porém da largura do filmete positivo que ficava preso à popa do monóculo. Feito isso, emendei suas extremidades e comecei a copiar desenho por desenho a cada orelha de página, colocando a fita de papel vegetal sobre eles, de forma que ficassem um embaixo do outro. Eu não sabia, mas estava fazendo o quadro a quadro.

Hoje, imagino que deve ter sido exaustivo, mas para aquele menino foi divertido e carregado de expectativa.

Terminado o trabalho de cópia, agora era transpassar a fita de cima para baixo pelo interior da caixa preta, bem próximo à popa destapada do monóculo e impulsionar cada imagem por trás, com uma luz potente, no caso a de uma lanterna. A experiência deu certo. O pato mais rico do mundo surgiu na parede e o mais fantástico: quando se puxava a fita com certa velocidade a bengala do Tio Patinhas, agora ampliado, girava durante a projeção.

Fiz o maior sucesso na minha escola, a Guilherme Tell. Meus coleguinhas adoraram, as professoras vibraram. Não demorou muito, minha fama correu de escola em escola e assim ganhei o primeiro cargo público não remunerado da minha vida: Diretor Artístico do Centro Cívico Escolar João Alfredo. Era início da década de 1970, em plena ditadura militar.

DIO COME TI AMO

Assim como toda criança tem uma professora preferida, todo menino tem uma tia adorada. Eu também tinha, a Eleninha, uma das moças mais cobiçadas do bairro. Ela era linda, completa, não só pelos traços simétricos perfeitos de sua face ou pela generosidade de suas curvas; mas por ser cúmplice, atenciosa e cuidadosa com os sobrinhos. Eleninha me levava ao parque, à praia e, como não poderia deixar de ser, foi ela quem me iniciou no cinema aos onze anos.

Romântica como toda jovem da sua época, minha tia me levou pela primeira vez ao cinema junto com um primo do interior que passava férias em minha casa, o filme era *Dio Come Ti Amo*, um arrasta quarteirões da época, em preto e branco.

Quando entrei na sala de projeção, vi aquela telona, aquelas imagens em movimento e ouvi aquele baita som saindo direto da boca dos personagens, agarrei minhas duas mãos nos braços da poltrona de madeira e fiquei numa espécie de transe, de encantamento. Em pensamento, eu invadia a tela e voltava, podia viver a vida dos personagens ou pelo menos conviver com eles ali nos seus conflitos. Olhava para um lado, minha tia apaixonada chorava; para o outro, meu primo indiferente dormia. *Dio Come Ti Amo* foi um marco. Naquele dia, o cinema entrou e nunca mais saiu de dentro de mim. Ali, eu decidira: quero isso para a minha vida.

COMO NOS FILMES, UM SALTO NO TEMPO

Depois de frequentar muitos cinemas na minha pré-adolescência e adolescência e após passar dez anos na região amazônica, retorno ao Rio, aos 21 anos, na década de 1980, e percebo que havia perdido os dois cinemas de rua do meu bairro. Um virou igreja; o outro, igreja e depois comércio. Algo desesperador e violento.

Na Região Norte do Brasil, eu convivía com a escassez de cinemas. No meio da floresta era natural o deserto cinematográfico. Mas deparar-me com os extermínios das salas de exibição no Rio urbano foi angustiante.

Não foi só em Anchieta que as portas cinematográficas se fecharam. Difícil acreditar que os grandiosos Madureira I e II sumiram do mapa, que os cinemas do Méier, Tijuca, Olaria, Rocha Miranda, Ricardo de Albuquerque, Guadalupe e muitos outros sucumbiram. Dolorido ver um subúrbio sem-tela, mas tal fenômeno não vitimou só os cinemas, os clubes sociais onde aconteciam os bailes também, um esvaziamento total. Até mesmo os campos de várzea foram sumindo, dando vez às construções de moradias desordenadas em condições sub-humanas. Que retrocesso social, cultural e histórico.

Em 1994, botei na cabeça que construiria um cinema. Negocieei um emprego de onze anos, com carteira assinada e um plano de saúde, pois era a única forma de conseguir comprar um projetor. Despedia-me, assim, de vez, da carreira de meteorologista da empresa Tasa, que acabara de virar Infraero. E com o fundo de garantia e mais 40% de indenização no bolso, fui à luta e comprei o meu primeiro projetor de lente de cristal líquido importado e 37 cadeiras

de plástico, pretas, tipo italianas. Montei a minha Sala de exibição. Não era bem um cinema, mas se aproximava. Era a Casa de Artes de Anchieta.

Em pouco tempo, a CAA tornou-se pequena e tive que passar a exibir os filmes na calçada do prédio onde ficava instalada. Depois, fui para as praças, escolas, até que veio a Lona Cultural Carlos Zéfiro, em Anchieta (equipamento de cogestão com o município), que dirigi e onde introduzi o Cinema nas Lonas. Foi aí que conheci o cineasta Alberto Graça, diretor de *O dia da caça*. Graça havia inventado um projeto chamado Circuito Sem-Tela para exibir seu filme que, como outros tantos brasileiros, não tinha espaço nas salas comerciais de cinema.

O Circuito Sem-Tela virou Cinema BR em Movimento e não levou dois anos estava eu deixando a Lona e ingressando no CBRM, como Agente do Projeto, no Rio, a convite do Alberto Graça.

A essa altura, os donos do Guadalupe Shopping já haviam ido à Lona e me convidado para comandar a programação cultural do pequeno shopping, na Estrada do Camboatá. O que não rolou.

DOS EXPERIMENTOS DE GETÚLIO AOS TOPETES DE ITAMAR

Guadalupe é, por natureza, um bairro laboratório, cadinho de experiências populares, cobaia, por que não dizer. No governo Getúlio Vargas experimentou-se de tudo no que diz respeito a moradias: de casas convencionais, dos pequenos prédios de três andares; do enorme conjunto habita-

cional com 1314 apartamentos distribuídos em 26 blocos, tipo minhocões, à margem da Avenida Brasil; dos exóticos, minúsculos e calorentos iglus, casas semiesféricas plantadas no chão em forma de cúpulas.

O bairro cresceu popular, e tornou-se um Polo Industrial Farmacêutico, com mão de obra próxima e barata. Ganhou uma fábrica da Remington e uma série de outras, de pequeno e médio porte, inclusive a Eternit, a maior e mais diversificada indústria de coberturas do país. Porém, isso não fez com que a região abandonasse por completo seu lado rural, tanto é que mantém alguns plantios de hortaliças até hoje e não é difícil cruzar com cavalos e carroças em suas principais vias.

No fim dos anos 1970, veio a decadência e, em seguida, a desordem e incompetência da década de 1980. Esta então foi devastadora, se foi ruim para os ricos, para os pobres nem se fala. Do gás ao feijão faltava de tudo, a única coisa em abundância e galopante era a inflação, algoz dos meus cinemas, clubes e campos de pelada.

O Conjunto Habitacional Getúlio Vargas virou uma lambança, todo *esculhambado*, e no seu entorno formou-se a Favela do Muquiço. Os outros prédios de três andares descaracterizaram-se; os Iglus praticamente sumiram e as casas convencionais multiplicaram-se em puxadinhos. Várias empresas faliram, outras fecharam suas portas e se mudaram do bairro por causa da violência. Guadalupe a cada dia foi ficando mais cor de reboco, depois atijolado e, enfim, favelizou-se quase por completo, a ponto de tornar-se um dos menores IDHs da cidade no início dos anos 2000.

O Guadalupe Shopping foi uma tentativa de reação da iniciativa privada e só ocorreu por questões de laços afeti-

vos de seus donos com o lugar. Era mais um quixotesco empreendimento experimental, que não deu certo, pelo menos lá no início.

O que era visto de forma negativa para os outros, para mim, ao contrário, era um prato cheio. Lá existia uma enorme praça de alimentação (só com uma loja funcionando, diga-se de passagem, as outras fecharam), toda climatizada com ar condicionado, cem mesas fixas com quatrocentas cadeiras à disposição: quer coisa melhor para uma exibição alternativa?

CABEÇA DE BURRO

Ouvem-se histórias até hoje sobre o local onde está instalado o Guadalupe Shopping, na verdade, um pequeno centro comercial, com lojas no solo, garagem no primeiro piso, e salas comerciais nos outros dois pisos. As histórias são sempre carregadas de mistérios para justificar o porquê do centro comercial não ter decolado logo de imediato. Uma delas é que, em tempos remotos, o terreno onde fora construído havia sido um cemitério indígena.

O negócio era mesmo complicado, parecia que tinha urucubaca, uma cabeça de burro enterrada. Foi inaugurado em 1999, com todas as lojas e salas ocupadas, tudo para se tornar um sucesso, mas foi um fiasco. Aos poucos, lojas e lojas foram fechando e salas esvaziando-se. Acontece que a maioria dos seus investidores, proprietários e locatários não era profissional do comércio e, durante as primeiras crises, fechou as portas, faliu e, conseqüentemente, o shopping foi junto, deixando uma péssima imagem e reputação.

TAINÁ ABRE OS CAMINHOS

Aquela praça de alimentação e todas as suas condições de conforto e segurança eram coisas de primeiro mundo para qualquer agente do CBRM, principalmente para mim que estava acostumado a exibir a céu aberto, em ruas e praças públicas, competindo com todo tipo de sorte: de chuva ao excesso de calor, da iluminação inadequada aos inconvenientes decibéis dos carros de mal educados rapazes exibicionistas.

Entrei em contato com a administração do Guadalupe Shopping e não foi difícil convencer seus administradores, afinal, para eles, eu caía como uma luva: teriam um evento sem nenhum custo para os lojistas, mais a possibilidade de gerar algum movimento num espaço praticamente morto. A minha única exigência é que conseguissem mais trezentas cadeiras, o que de imediato foi descartado com a justificativa de que os eventos realizados ali não costumavam atrair mais de quarenta, cinquenta pessoas.

Insisti, falei que eu tinha uma técnica para atrair público, usei vários argumentos, inclusive que cinema não era a minha finalidade e sim as pessoas, cinema era só um meio de atingi-las. Acabei convencendo e eles toparam. Ficou acertada, assim, a primeira exibição do Cinema BR em Movimento no Guadalupe Shopping.

Como sempre o fiz, divulguei em escolas, praças, ruas, igrejas e favelas. Sabia que ia bombar, a rua é um termômetro, toda hora alguém queria uma nova informação.

Chegou o dia. Comecei a montagem dos equipamentos após o almoço e nada das trezentas cadeiras sobressalentes. Comecei a fazer os testes de correção de som, lá havia

muita reverberação, e nada das cadeiras. Faltava só testar a imagem, mas antes resolvi falar com a administração sobre o que havíamos combinado e a resposta que tive é que não foram alugadas cadeiras extras, porque não teria público. Os caras eram muito pessimistas.

Entrei em contato com alguns fornecedores conhecidos e consegui cerca de cento e cinquenta cadeiras. O evento estava marcado para às 18h30. Às 17h30 todos os jogos de mesa da praça de alimentação já estavam ocupados e não parava de chegar gente, principalmente crianças, e junto com elas as cadeiras reservas, que logo foram ocupadas. O filme era *Tainá – Uma aventura na Amazônia*.

No horário marcado estava tudo lotado. Quem não tinha cadeira sentou-se no chão, a galera lá de trás ficou em pé, até que o chefe da segurança, o seu Jorge, resolveu fechar a porta do Shopping para ninguém mais entrar. Absurdo, se acontecesse algum incidente ali as pessoas não teriam por onde escapar. Falei com ele, que entendeu, reabrindo a porta.

A indiazinha surgiu na tela e foi um alvoroço, o público interagiu durante a sessão inteira e, ao final, aplaudiu de pé. Se ali havia uma cabeça de burro enterrada, como diziam as más línguas, o mal fora desfeito, *Tainá*, como uma entidade sagrada, não só abriu os caminhos como limpou o ambiente. Depois daquele dia, tudo seria sucesso. E foi.

DEUS É BRASILEIRO, UMA CONSTATAÇÃO

Aquela exibição foi tão bacana e teve um resultado tão bom que a administração do Guadalupe Shopping me pediu bis. Agora não só bancariam as cadeiras extras, se eu achasse

necessário, como me ajudariam a arcar com as despesas de divulgação. Engatei a segunda marcha, agora com o filme *Deus é brasileiro*, do Cacá Diegues.

Não deu outra, de novo um supersucesso, com um público maior ainda que o de *Tainá*. Quase mil pessoas. Todos queriam entender o que eu fazia para atrair tanta gente, até dentro do próprio CBRM. Foi quando um dos donos do Guadalupe Shopping me perguntou se eu não tinha vontade de ter um cinema. Eu disse que vontade eu tinha, o que eu não tinha era grana. Assim, ele me convidou para uma sociedade, onde entraria com duas lojas que ficavam nos fundos do shopping e eu com meus equipamentos e as poltronas.

Falei a ele que com os meus equipamentos não dava para montar um cinema, no máximo, um cineclube. Ele não descartou a ideia e disse que poderíamos iniciar assim: ele reformaria as lojas, quebraria a parede que as separavam e as uniria, eu instalaria os equipamentos, arrumaria as poltronas e tocaríamos do jeito que desse.

A CENTELHA DIGITAL

Eu não imaginava que poltrona era tão cara. A minha sorte é que eu tinha uma lista, um mailing, com mais de vinte mil endereços eletrônicos de pessoas, instituições e ONGs que participavam do meu projeto ProSocialCinema – Promoção Social de Cinema, onde eu levava gente para os cinemas nas primeiras semanas dos filmes brasileiros em cartaz, com ingressos subsidiados pela produção. Passei um e-mail para eles dizendo que precisava de poltronas usadas de cinema.

Logo veio a informação que existiam algumas poltronas num antigo cinema, no Passeio (no Centro do Rio), ao lado do Instituto Goethe. Numa negociação que durou dois meses consegui comprar as poltronas, quer dizer, eu não, porque não tinha dinheiro, foi o shopping que empenhou.

As lojas entraram em reforma. Os equipamentos só aguardavam elas ficarem prontas para serem instalados e, de posse das poltronas, agora era buscar parceiros para me abastecerem de conteúdo. Primeiramente, fui visitar a RioFilme.

Num pedaço de tarde, contei toda essa história para o Airton Correia, programador da distribuidora à época. Depois de nossa conversa, ele me disse que eu precisava falar também com o José Luiz Saboya, que ocupava o cargo de diretor comercial, pois a RioFilme tinha um projeto para implantar 11 salas digitais na cidade e estava em busca de pessoas como eu, empreendedoras e inovadoras. Eu não sabia nada sobre cinema digital, mas estava gostando daquela conversa.

Naquela mesma tarde, Airton conseguiu com que o Saboya me recebesse, e entramos a noite com ele me falando sobre cinema digital e sobre a proposta de democratização do acesso ao cinema, em especial aos filmes brasileiros. Fiquei encantado com aquele discurso, tudo a ver com o que eu pensava. Mas teve uma frase que soou mais alto, pelo menos dentro de mim: num certo momento, o Saboya disse que se eu, por acaso me interessasse, a RioFilme aportaria uma verba de oitenta e um mil reais.

Poxa, eu um *durango kid*, que tive que recorrer à administração do shopping para comprar as poltronas, uma bagatela de mil reais, agora recebia aquela oferta para pegar toda essa grana! Não pensei duas vezes: topei. E, depois de topado, já me sentia rico.

OBRA DE IGREJA E O FANTASMA DAS FRANQUIAS CINEMATOGRAFICAS

Passei a estudar profundamente sobre cinema digital. O Ruy Paim, quem me fez o convite e um dos donos do shopping, se empolgou com a nova ideia: mudou o cinema de lugar, agora seria de cara para a porta de entrada. Jogou pesado na obra sem mesmo esperar o dinheiro prometido pela RioFilme sair. Contratou um engenheiro para fazer um cálculo estrutural. Retirou uma coluna de sustentação. Entrou com um projeto de acústica invejável, tudo com o maior cuidado.

Eu havia colocado uma faixa na testeira principal do shopping com a seguinte frase: “Em breve, a Primeira Sala Popular de Cinema Digital do Brasil”. Não demorou muito eu tive que tirá-la. A obra prevista para três meses durou um ano e três meses. E o pior: o dinheiro prometido pela RioFilme não saía. Vendi o que tinha e o que não tinha.

Para completar, passei por um período que teve lançamento de *Hulk*, *Homem Aranha* e *Batman*. Era uma aporrinhação imensa. Toda hora tinha gente querendo saber quando entraria em cartaz um desses filmes. Lembro-me de um garoto que se virou para mim depois de eu justificar que ali não seriam exibidos filmes daquele tipo e, contando em seus dedinhos de uma das mãos, disse: “se aqui não vai passar o *Hulk*, o *Homem Aranha* e o *Batman*, então esse cinema não é cinema”.

Confesso que tal afirmativa me balançou. A cinematografia norte-americana, principalmente, essas franquias feitas às dúzias estão enraizadas, culturalmente introjetadas, em grande parte do público, de forma que é difícil quebrar

esse paradigma. E a proposta do Ponto Cine sempre foi exibir cinema de arte com prioridade para os filmes brasileiros.

Inauguramos o Ponto Cine com o filme *Irma Vap*, de Carla Camurati, e a abertura foi com o curta *Berlimball*, de Anna Azevedo, vencedor do Festival de Berlim. A essa altura, o dinheiro da RioFilme saiu, não como investimento da distribuidora, mas como empréstimo. Eu, endividado, tive que aceitar. A sala custara um total de quatrocentos e setenta e seis mil reais. A título de consignação, a RioFilme colocou também alguns equipamentos. Mas o projeto nascia fortalecido, eu acabara de assinar um contrato de patrocínio com a Petrobras, que passaria a patrocinar o Pro-SocialCinema no Ponto Cine e isso ajudaria e muito, não só na formação de plateia como na própria manutenção do cinema.

Convidada para ser a madrinha do cinema, a atriz e cineasta Carla Camurati compareceu, mas passei certo constrangimento. Instruí o seu Jorge, o chefe da segurança do shopping, para que não deixasse mais ninguém entrar sem a minha autorização. O evento estava lotado, não cabia mais ninguém dentro da sala, nem no *foyer* e nem no *hall* em frente ao cinema. Para a surpresa geral, a madrinha foi a primeira pessoa a ser barrada. Fiquei com a cara grande, mas fazer o quê? Seu Jorge não a conhecia, assim como muitas outras pessoas que estavam ali.

Tudo foi maravilhoso, mas o discurso mais emocionante da noite foi o de Anna Azevedo. Ela disse que, quando foi receber seu prêmio em Berlim, rodou toda a cidade em busca da famosa “sala caixa preta” e não a encontrou. Foi preciso ir a Guadalupe para viver tal experiência.

A CARNE MAIS BARATA DO MERCADO NÃO É SÓ NEGRA

Na verdade, o Ponto Cine surge desacreditado. Primeiro, porque sempre se plantou que “as pessoas daquela região não tinham condições de assistir a um bom filme, de frequentar a um bom espetáculo de teatro e dança, etc.”. Eu nasci em Anchieta, um bairro da Zona Norte, próximo a Guadalupe, que faz divisa com a Baixada Fluminense e sempre quis saber o porquê da transferência “dessa máxima” de geração a geração. Queria entender se “essa falta de condição” era por questões econômicas, financeiras ou intelectuais.

É preciso entender que a mão de obra mais barata da cidade está ali, na Zona Oeste. É essa mão de obra que serve ao Centro Comercial e à Zona Sul. Sua autoestima é baixa e seu poder de questionamento pouco é exercido, sua conscientização é traída pelo estresse e cansaço do dia a dia contraídos na estafante mobilidade urbana.

Não ter espaço para o lazer e a cultura nem tempo para gozá-los foi uma condição sistemática imposta ao longo dos anos. Nada melhor para justificar tal crueldade que outra maior ainda: a de propagar que a região só não recebia equipamentos culturais e de lazer porque seus moradores não ligavam para isso, eram ignorantes e alienados. Aquele povo se contentava com um emprego, viagens longas de ida e volta do trabalho e umas poucas horas bem dormidas. E assim, por muitos anos, o subúrbio ganhou fama de ter um conjunto de bairros dormitórios. Ou seja, bairros sem vida, quando era o contrário.

O Ponto Cine surge justamente para provar isto. Demonstra, na prática, que faltava oferta. E, atuando dire-

tamente na autoestima dos moradores de Guadalupe e bairros adjacentes, põe em evidência o exercício do pertencimento e empodera seus frequentadores, que passam a ter voz e a existirem no contexto cinematográfico, participando de debates com grandes atores e cineastas do cinema brasileiro.

BAIRRO DORMITÓRIO O CARAMBA

O Ponto Cine começou exibindo filmes de arte, mas foi se voltando cada vez mais para os filmes brasileiros. No seu segundo ano, já era o maior exibidor de filmes nacionais, de acordo com a Ancine. O que lhe valeu o Prêmio Adicional de Renda – PAR de Exibição de 2007. Isso foi um grande motivo de orgulho, não só para os frequentadores do cinema, como para o bairro de Guadalupe. Aos poucos, o Ponto Cine construía a maior plateia localizada para os filmes brasileiros.

Mas não foi tão fácil quanto parece. O público do Ponto Cine, em sua grande maioria, era virgem, ou seja, nunca tinha se relacionado com o cinema. Os poucos iniciados eram fãs de franquias norte-americanas. Como se não bastasse, eu, como programador, apanhar por não exibir *Hulk*, *Homem Aranha* e *Batman*, ainda sofria a discriminação das próprias distribuidoras brasileiras, que não queriam liberar filmes nacionais, com a justificativa que “não tinham a ver com aquele público”. Isso ocorreu, inclusive, com a nossa principal parceira hoje em dia, a Downtown.

Todos nós do Ponto Cine somos fãs do Murillo Sales, e quando fiquei sabendo que seu filme *Nome próprio* seria

lançado, entrei em contato com a distribuidora. Ela, como muitas outras, me negou, usando como justificativa o público suburbano. O filme estreou e no seu quarto dia em cartaz, li um artigo do Murillo no jornal *O Globo* intitulado “Veja o meu filme antes que ele acabe”, pois *Nome próprio* sairia de cartaz na semana seguinte à estreia. Indignado, escrevi uma carta ao Globo soltando os bichos, já que eu ofereci o Ponto Cine e a distribuidora não quis.

O texto não foi publicado na seção de cartas. Virou capa do Segundo Caderno, acompanhado de uma baita foto da Leandra Leal, protagonista do filme. No rodapé da página, uma resposta do Murillo Sales com o título “Pra mim, está marcado pra sexta”. Na verdade, era um “combinado” de entrar com o filme no Ponto Cine e ele vir bater um papo com a plateia. Tratamos por telefone e, depois de procurado pelo jornal, Sales entrou em contato comigo. Desfizemos o mal-entendido e bola pra frente.

O fato é que aquele artigo foi bom para o *Nome próprio*, gerou polêmica e ganhou calda longa; para a distribuidora, porque o filme teve um ótimo público em Guadalupe; e para o Ponto Cine, que com aquela evidência entrava de vez para o circuito cinematográfico carioca e brasileiro, o que acabou levando-o a ganhar o Prêmio Faz Diferença, do próprio jornal, em 2008, pelo trabalho de democratização e facilitação do acesso ao cinema.

UM CINEMA QUE CABIA NO BOLSO

O cinema digital contemplaria, inclusive, a questão econômica dos moradores do local, se esse fosse o caso.

Estudei tanto sobre o tema que acabei conceituando-o dentro da nossa realidade. Ou seja: por que uma sala digital em Guadalupe, já que não existia nenhuma outra no Brasil?

Bem, a justificativa era que o digital atenderia a duas vertentes: uma que diz respeito ao preço final do ingresso, seria barato, portanto caberia no bolso dos moradores do bairro e região; outra, porque era uma forma de estar alinhado às questões ambientais.

No cinema digital não existe o elemento físico, pelo menos aquele visto a olho nu. Ele opera através de sinais transmitidos via internet. Já no analógico, utiliza-se a película 35mm. Cada filme em 35mm é armazenado em seis a nove latas. A produção de cópias em película é cara e seu transporte até os cinemas, idem. Dentro da cadeia produtiva, com o cinema digital, diminuimos o custo já na produção, sua primeira etapa. Ou seja, não precisamos produzir película e, consequentemente, reproduzir cópias. Na segunda etapa, na distribuição, não precisamos transportar as dezenas, centenas, às vezes, milhares de latas e, assim, não precisamos pagar seguro, já que as cópias físicas não existem. Esses três fatores têm um impacto direto na diminuição do preço final na bilheteria.

Desta maneira, o Ponto Cine já nasce como um cinema popular, os ingressos praticados custavam R\$ 6,00 (a inteira) e R\$ 3,00 (a meia-entrada). E esses valores só foram corrigidos oito anos depois, no início de 2014, passando a R\$ 8,00 e R\$ 4,00.

Essa era a conta financeira, mas havia outra: a socioambiental. Se no digital não se usa a película, isso significa menos corte de árvores. Não havendo revelação, é menos despejo de resíduos químicos nos rios e, por fim, sem

transporte aéreo, viário ou rodoviário, há menos emissão de dióxido de carbono na atmosfera. Resumindo, isso torna o Ponto Cine um cinema quase limpo, ou seja, quase não poluente.

O que fazer com o pouco carbono que queimávamos com divulgação, papel, combustível? Solicitamos uma consultoria da Iniciativa Verde, uma ONG paulista, que nos fez um inventário e sugeriu compensar nosso gasto com plantios de árvores. Hoje, já são mais de 18 mil árvores plantadas em 10,8 hectares de mata devastada, o equivalente a 27 campos de futebol, uma mini floresta, plantada nos estados de Santa Catarina e São Paulo.

○ QUE LEVOU O PROJETO A DAR CERTO

Sempre me pergunto o que levou o projeto a dar certo e o primeiro ponto que evidencio é a sustentabilidade, um combinado de patrocínio, venda de ingresso e bombonière – pipoca e refrigerante, principalmente. Muitos críticos insistem em dizer que patrocínio não faz parte da “cadeia de sustentabilidade”. Para esses, sugiro que revisem seus conceitos, pois dependendo da natureza do negócio, o patrocínio é uma fonte que deve ser contabilizada sim.

Futebol, por exemplo, não se viabiliza só com vendas de ingresso, mas também com patrocínios. Igualmente como em outras modalidades esportivas. Deste modo também se dá com a cultura. Quanto às leis que os incentivam, é outra coisa. E se esse for o problema, o mecanismo é que não é sustentável, não a natureza do investimento. Imagine um Rock'in Rio sem patrocínio, impossível.

Porém, não foi de cara o tripé patrocínio, ingresso e bombonière o responsável pelo sucesso, mas sim a estratégia para que isso acontecesse. Um desenho em dois segmentos: um, nos realizadores, cineastas e atores; outro, nos futuros frequentadores, moradores de Guadalupe e entorno, público potencial do Ponto Cine. Entretanto, esses segmentos tinham que se juntar e o ponto de encontro entre eles era o próprio Ponto Cine.

O Ponto Cine tinha quer se tornar um vértice do circuito cinematográfico de arte no Rio de Janeiro. Antes só existiam dois pontos equidistantes: Centro da cidade, com o Odeon, e a Zona Sul. A partir do Ponto Cine, o riscado vira um triângulo e o subúrbio ganha evidência. Para legitimá-lo, a estratégia foi levar renomados cineastas e atores e atrizes famosas para debaterem com a plateia.

Os primeiros foram os realizadores de *O amigo invisível*, filme que não fez sucesso em lugar algum, a não ser no Ponto Cine. De cara, o público teve com Emiliano Queiróz, Tadeu Melo e Maria Letícia, a diretora, que inclusive nos ajudou a encher bolas de festa e pendurá-las, antes da exibição. Uma coisa linda.

Logo em seguida, e totalmente diferente da proposta anterior, o Ponto Cine recebeu o poeta Ferreira Gullar, o cineasta Zelito Viana e a produtora Vera De Paula, para um debate após a exibição do filme *Arte para todos* – os dois últimos, pai e mãe do ator Marcos Palmeiras. Era manhã de um sábado ensolarado e Zelito foi honestíssimo ao iniciar o bate-papo com a plateia dizendo que não imaginava que numa manhã como aquela, em Guadalupe, teria gente a fim de assistir e discutir seu “tijolaço”, o filme *Arte para todos*. Pediu desculpas e disse que era puro preconceito. O cinema

lotado aplaudiu. Ali, formávamos um pacto, sem precisar de mais palavras. O lado de lá reconhecia o interesse, a vontade e o poder dos suburbanos.

Assim como os artistas, a imprensa sempre foi muito generosa com o Ponto Cine. O cinema toda semana ganhava um destaque em jornais, rádios ou telejornais. Atores e, principalmente, diretores entravam na sala, admiravam-se com a qualidade da imagem na tela, sentiam a nitidez do som, percebiam todo o cuidado com o cenário e exclamavam: Pô, isso aqui é cinema de verdade! Que imagem! Que som! O que eu posso fazer para ajudar vocês? – essa última pergunta, com ares de oferta, acontecia constantemente.

A minha resposta era sempre a mesma: já que você se amarrou no projeto e percebeu a sua importância, quando der entrevistas à imprensa, cite o Ponto Cine, fale que somos um cinema de verdade, com tela polifônica, imagem de alta definição, som de primeiríssima qualidade, poltronas ergonômicas altamente confortáveis, mas que infelizmente para se chegar ao cinema, que se propõe ser a casa da cinematografia brasileira, não tem sinalização, as ruas são esburacadas e o local convive com uma sujeira generalizada.

A sugestão funcionou, os caras começaram a elogiar o Ponto Cine na imprensa, porém metiam o pau na manutenção das vias de acesso, na sinalização e limpeza urbanas e numa série de outras coisas de responsabilidade da prefeitura. O poder público sentiu-se incomodado e obrigado a fazer algo para mudar a sua imagem. Começava assim uma série de operações tapa-buracos, podas de árvores, postes passaram a ganhar lixeiras da Comlurb, instalaram semáforos, um, inclusive, na porta do shopping, e no entronca-

mento da Rua Marcos de Macedo com Estrada do Cambaotá; na esquina, foi construída uma rotatória, com olhos de gato e tudo, o que acabou tornando-se uma referência para se chegar ao cinema.

Cultura é realmente instrumento de transformação. Medir o subjetivo, ou seja, a sua contribuição na mudança de cada indivíduo é praticamente impossível, até por que cada pessoa é diferente uma da outra. Mas essa afirmação fica evidente quando um projeto interfere na paisagem do local, no seu ambiente. Foi isso que o Ponto Cine provocou de imediato: uma mudança ambiental na geografia daquela microrregião, que viria a colaborar em pouco tempo numa mudança comportamental dos seus moradores.

O Ponto Cine foi todo construído e sinalizado dentro das normas da legislação vigente, com porta corta-fogo, rampas e locais especiais para cadeirantes, carpetes ignífugos – tratamento dado aos materiais de modo a aumentar a sua resistência ao fogo –, porém fomos além disso. O Ponto Cine foi o primeiro cinema da cidade a ter acentos especiais para obesos – duas fileiras, uma vertical e outra horizontal, suas poltronas são ergonômicas, altamente confortáveis – se hoje chamam a atenção dos que nos visitam pela primeira vez, imagine em 2006? –, sua imagem e som são aprovados pelos maiores cineastas brasileiros. Seu cenário é todo automatizado e sua climatização é perfeita. É o primeiro cinema da América Latina a possuir um selo de Carbono Livre.

Com o dinheiro de um dos Prêmios Par fizemos uma reforma considerável e no *foyer* instalamos uma biblioteca, com mil títulos de livros, onde as pessoas começam a folheá-los antes das sessões, distraem-se, e quando chega

a hora de iniciar o filme percebem que já leram dez, vinte páginas. Perguntam o que fazer e recebem como resposta que levem o livro para casa, quando terminar de lê-lo nos entregue. Lá se vão mais de quatro anos e nunca deixaram de devolver um livro sequer.

O que quero dizer com isso é que procuramos ofertar o que havia de melhor para aquelas pessoas, tidas como cidadãs de segunda categoria pelos motivos já expostos. Pela primeira vez, receberam um equipamento de alta qualidade e conforto. Estabelecemos uma relação de confiança, viramos um ponto de encontro e um espaço de convivência, onde sempre quem teve a maior importância foi a plateia. Cinema sem plateia não é cinema. A grande estrela do Ponto Cine é a plateia. Atuamos diretamente na autoestima daquele público e o empoderamos de forma simples: quando ofertamos dignidade às pessoas, elas nos devolvem com cidadania.

Cinema bonito, ruas asfaltadas e sinalizadas fizeram com que moradores e lojistas reformassem e pintassem seus imóveis. Não demorou muito para aquele pedaço tornar-se o centro comercial do bairro, e o mais interessante: começaram a surgir os Ponto-X Lanche, Saúde no Ponto, Ponto Pet, enfim, o Ponto do Ponto Cine virou moda.

○ TRUQUE PARA ATRAIR MAIS E MAIS GENTE

A maior ferramenta de divulgação do Ponto Cine é o Tela Móvel, uma minivan, equipada com um som externo de alta nitidez em seu teto. Ela percorre um circuito tipicamente suburbano, parando em praças, festas de rua e chur-

rasquinhos nas calçadas. O diferencial é que abrindo a sua porta traseira surge uma tela, onde são exibidos os trailers dos filmes em cartaz no cinema.

Ele sai com três promotores: uma pipoqueira, uma baileira e um lanterninha. Quando o carro estaciona e abre a tela logo um aglomerado se forma ao redor e, conseqüentemente, começam as abordagens. A pipoqueira, por exemplo, pergunta se a pessoa que está assistindo ao trailer gosta de cinema. Na maioria das vezes, ela diz que sim. A promotora, então, oferta a ela um pequeno saco de pipoca dizendo “que cinema tem que ter pipoca”, começa a falar do Ponto Cine até que a pessoa procura se aprofundar querendo saber onde fica a sala de exibição, qual o valor do ingresso, etc. Nessa hora, a pipoqueira chama o lanterninha, que tem uma lanterna enorme. Este faz uma tabletagem (panfletagem eletrônica com um tablet), e se perceber que a pessoa está muito interessada, lhe dá um folder contendo maiores informações e um mapa de como se chegar ao Ponto Cine. Tudo é muito lúdico, quase mambembe, mas a intenção é ganhar proximidade, confiança e ficar no imaginário.

O Tela Móvel fez tanto sucesso que, atualmente, é contratado para fazer lançamentos promocionais de filmes. Mas, no início, o trabalho era de quebrar pedra. Como levar aquele povo para o cinema? Nós competíamos com a cerveja, principal lazer, entretenimento e prática cultural do local, e com a televisão. Páreo duro.

Tudo bem que não exibiríamos *Hulk*, *Homem Aranha* e *Batman*, mas convenhamos que quase todos nós temos em nosso imaginário, quase que por osmose, a música do *Super-homem*. Decidi que faria uma propaganda sonora com a música tema do multifacetário Clark Kent, ao fundo,

com uma paródia sobreposta. Em vez do “mais rápido que uma bala de revólver, mais forte que uma locomotiva”, surgia o “mais barato que duas cervejas, mais barato que uma cartela de ovos”. O negócio deu certo.

Pensei que primeiro viriam as crianças que confrontariam os pais, depois os jovens que se conscientizariam com a informação; que nada, a galera veio pelo humor, tudo junto e misturado: criança, jovem, adulto e idoso. Achavam aquilo incrível, ousado e engraçado e começaram a lotar o cinema, até com documentários – diga-se de passagem.

Foi aí que pensei que devia transformar o cinema visualmente. Botei na cabeça que tinha que aproximá-lo de um mercadinho, uma quitanda, com verduras expostas e peças de carne secas penduradas. Mais isso foi só um sentimento, na verdade dentro de mim estava sendo construído um conceito, que só mais tarde eu iria compreender. Era o “Arroz, feijão e cinema”, porque cinema alimenta a alma das pessoas e fortalece a consciência de um país.

TRUQUE II

Em Guadalupe e em muitos outros lugares, mas principalmente no subúrbio, muitas famílias fazem economias para realizar a festa de 15 anos de suas debutantes. As mães justificam que é um sonho de suas filhas, no entanto, todos sabem que é um sonho dela, da mãe.

Para quem não é parente, muito chegado à família ou à aniversariante, aquele ritual é um saco. Mas tem ainda outro aspecto constrangedor, quando a mãe resolve lhe entregar um DVD com o conteúdo da festa. Não há quem não

pegue, porém, nem todos o assistem. Percebi que aquilo era um filão, não como negócio, mas como possibilidade de formação de plateia para os filmes do Ponto Cine.

Comecei a circular nos salões de festas, queria descobrir os fotógrafos, os “filmadores” e buscar uma aproximação. Saquei que aquela noite de 15 anos era uma noite de estrela e lugar de estrela é no cinema.

Tinha um projeto na cabeça e o nome era caretaço: Cine Família. Uma pós-festa, onde eu cederia o cinema para exibição do DVD do evento, mas antes passaria meus *trailers*, na intenção do público se interessar em retornar e assistir aos filmes em cartaz.

Era divertidíssimo. Setenta e três convidados VIPs lotavam o cinema para assistir em grupo à filmagem da festa, depois das exibições dos trailers, é claro. Na hora do cerimonial, se emocionavam, abraçavam-se uns aos outros; mãe e filha aos prantos sob a mira de olhares generosos e solidários. Em seguida, vinha o momento da “pagação” de micos com imagens dedicadas aos bebuns. O clima mudava completamente. Era hora da inquietação, das exclamações, das gargalhadas, enfim, da interação geral entre os convidados.

O Cine Família se ampliou para casamentos, batizados e aniversários de todas as idades. Toda semana recebíamos de dois a três pedidos, de forma que acabou virando um subproduto do Ponto Cine e passou a fazer parte do negócio, com o aluguel da sala para a realização dos eventos. Por outro lado, os profissionais das “filmagens” sempre acompanhavam as exibições dos seus vídeos e começaram a perceber que precisavam apurar mais as suas técnicas, pois elas na tela grande deixavam a desejar. Passamos a dar oficinas para esses profissionais, o que se tornou mais uma fonte de renda.

GUARDA-CHUVA

Enfim, o Ponto Cine nasce com a tarefa de educar olhares, de ampliar a plateia para os filmes brasileiros, de ocupar um espaço renegado pelo poder público e desprezado pelos investimentos privados.

Fui taxado de maluco quando comecei a propagar em 2004 que construiria um cinema de arte em Guadalupe, que se tornaria a casa do cinema brasileiro, e era mais alfinetado ainda quando dizia que a sala seria digital. Hoje, o cinema analógico está com os dias contados, a partir de 2015, as *majors* – empresas internacionais que têm filiais aqui no país, não distribuirão mais seus filmes em 35 mm. Todo o parque exibidor terá que se digitalizar.

Por outro lado, posso dizer que o Ponto Cine tem a característica de um cinema bandeirante, ou seja, ele abriu picadas para a chegada de outros na região, os chamados cinemas comerciais. Atualmente, já são 17 salas no seu entorno: seis em Sulacap, cinco em Irajá e seis no próprio bairro, Guadalupe, no lado oposto à Avenida Brasil.

Ou seja, creio que de maluco eu não tinha nada.

Com o passar dos anos, o Ponto Cine tornou-se um grande realizador de projetos, dentro e fora do cinema, beneficiando aproximadamente 450 mil pessoas. Começou com o ProSocialCinema (93 mil pessoas beneficiadas), ampliou para o Oficine-se (34 mil pessoas beneficiadas) e com este percorreu trinta e três cidades do interior do Rio de Janeiro. Construiu para o Estado do Rio de Janeiro quatro salas do Projeto Oscarito, em Magé, Cachoeira de Macacu, Rio das Flores e Sumidouro. Depois vieram o Cine Literário (30 mil pessoas beneficiadas), e, com ele, as doações de

midiotecas para escolas públicas e ONGs. Do Oficina-se, surgiu o Oficina-se de Paz, onde construímos um cinema dentro da Escola Municipal Tasso da Silveira, que ficou conhecida pelo massacre de Realengo, onde um ex-aluno munido de dois revólveres disparou e matou 12 alunos e em seguida se suicidou. A escola ganhou uma sala com tela polifônica, projetor de alta definição, som 5.1 e cortinas termoacústicas. Em agosto de 2013, tivemos talvez o nosso maior desafio, o de transformar a sala de exibição num estúdio de gravação para um programa de auditório, durante a Mostra Cine Literário. Foi um sucesso.

Cinquenta e cinco pessoas, entre diretores, cinegrafistas, fotógrafos, técnicos e produtores, trabalhando para que tudo saísse perfeito e para que os debates com nove diretores, Nelson Pereira dos Santos, André Alves Pinto, Suzana Amaral, José Joffily, Rosane Svartman, Flávio R. Tambellini, Renato Terra, Ricardo Calil e Kátia Lund; oito escritores, pesquisadores, jornalistas e críticos, Ziraldo, André Miranda, Daniel Caetano, Tereza Montero, Juliana Lins, Luciano Trigo, Eliane Trindade e Heloisa Buarque de Hollanda; um produtor, Antônio de Andrade, filho do Joaquim Pedro de Andrade; um roteirista, Paulo Hal; e uma atriz, Nanda Costa, transcorresse da melhor forma possível.

Os projetos do Ponto Cine contam com uma carteira considerável de Patrocinadores: Petrobras, Operador Nacional do Sistema Elétrico – ONS, Vale, Universidade Estácio de Sá, Statoil e Chemtech. Conquistamos mais dois em 2014, a Rede Globo e o Consórcio Linha 4 Sul, do Metrô. E a sala, desde 2008, é autossustentável, paga seus custos com ingressos, pipocas, refrigerantes, anúncios e ainda dá lucro.

Hoje, o Ponto Cine é tema de Doutorado na UERJ – Universidade Estadual do Rio de Janeiro e de mestrado na USP – Universidade de São Paulo. Objeto de monografia de final de curso de Cinema da UFF – Universidade Federal Fluminense, UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro, e Universidade Estácio de Sá. Tornou-se caso de estudo da ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing. E mais que isso, por causa dele, 22 famílias vivem de cinema em Guadalupe.

Como eu disse no início deste artigo: às vezes, a realidade parece mais ficção que a própria ficção.

Notas

- 1 “Sala caixa preta” – Diz-se daquela sala de exibição perfeita, toda revestida de materiais em tons escuros, geralmente com paredes, teto e piso pretos, sem que nenhuma luz possa competir com a projetada pelo projetor.

Redes de afeto e pertencimento no carnaval de rua da região portuária carioca

RICARDO SARMENTO COSTA
E TERESA GUILHON BARROS¹

Em 2010, uma amiga nos convidou para um evento cultural que havia organizado e iria acontecer no centro cultural mantido pela mãe, em Honório Gurgel, bairro do tradicional, mas pouco valorizado, subúrbio do Rio de Janeiro. Chegando lá, conhecemos D. Zuleika, 86 anos. Ela estava muito ativa, ao lado de uma árvore, no terreno contíguo à linha do trem, perto da sua casa. O entorno da árvore estava enfeitado e, amarrado ao tronco, podia-se ver um retrato ampliado de Darcy Ribeiro, que dava nome ao centro cultural. Bem, sejamos precisos: centro cultural em termos! Não havia à vista nenhuma construção ou paredes, e se alguma estrutura física existia era no imaginário de D. Zuleika. Ali, ao pé da árvore, ela reunia a criançada, mobilizava energia para o embelezamento do bairro, alfabetizava e contava histórias sobre cidadania. Histórias reais tiradas de recortes de jornais colecionados durante anos em pastas que nos

mostrou depois. Por exemplo, um guarda que achou uma carteira de dinheiro e devolveu; alguém que generosamente ajudou um outro em dificuldade, e por aí vai.

Perguntamos para a D. Zuleika de onde ela tirava força para, com a sua idade, realizar aquilo e por que tinha decidido fazer uma ação ligada à cultura. D. Zuleika respondeu de bate-pronto algo assim: “quando eu era estudante, na época do presidente Getúlio Vargas, os alunos das escolas públicas eram reunidos em festividades no campo do Vasco da Gama, em São Januário e, lá do centro do gramado, o maestro Villa-Lobos regia um grande coral de milhares de vozes”. Curiosamente, a emoção deste mesmo dia nos havia sido já relatada tempos antes pelo pai de um de nós que, coincidentemente e sem conhecer D. Zuleika, fizera também parte daquele mesmo coral.

Como pode uma senhora de 86 anos, perguntada sobre sua força vital, sua capacidade de mudar o que estava à volta, referir-se a um fato aparentemente sem conexão direta com o momento? Que emoção artística, vivida em sua longínqua infância pode tê-la movido de tal forma? Como pode um simples instante ter inspirado suas ações e seguir afetando a vida de tantas pessoas que com ela convivem no bairro?

Quanto de transformação pode produzir uma experiência artística? Impossível prever.

O ESCRAVOS DA MAUÁ

Neste artigo, nossa atenção se concentra no bloco carnavalesco Escravos da Mauá, nascido em agosto de 1992 na área

portuária do Rio de Janeiro, conhecida pelos cariocas como a região da Praça Mauá. Trata-se de um grupo cultural com uma história singular: operando numa área marginalizada do centro da cidade – a região do entorno do porto – contribuiu significativamente para a recuperação da autoestima do lugar e de sua população. Fundado por cerca de 200 pessoas, cresceu paulatinamente até reunir cerca de 20 mil pessoas 15 anos depois. Hoje, a construção do seu desfile carnavalesco congrega quase 500 pessoas em atividades artísticas ou a elas relacionadas.

O bloco promove eventos em praça pública (Largo de São Francisco da Prainha, no bairro da Saúde) durante todo o ano. No período pré-carnavalesco, se articula em rede de cooperação com escolas e artistas da comunidade para oferecer oficinas abertas que cobrem diferentes linguagens: pernas de pau e teatro de rua, samba-dança, pesquisa e preparação de figurinos, pesquisa e preparação de estandartes, chapéus e adereços, fotografia, costura e adereçamento de fantasias, pintura em pano e confecção de parangolés, pintura de muro com graffiti, entre outras. Além dessas ações, o bloco tem também grande articulação comunitária, participando regularmente de festividades e eventos com grupos e instituições locais.

Além do aspecto cultural, o Escravos da Mauá tem um papel importante na vida econômica da região e goza hoje de raro reconhecimento, tendo vencido (sem se candidatar) quatro concursos (um organizado pelo *Jornal do Brasil* e três pelo jornal *O Globo*, periódicos tradicionais do Rio de Janeiro). Nesses concursos, o Escravos da Mauá foi eleito como “bloco mais simpático”, “bloco destaque da cidade” (duas vezes) e “melhor samba”. Foi também agraciado com moções pela Câmara de Vereadores e pela Assembleia Le-

gislativa (Moção de aplausos, louvor e congratulações) e homenageado pela Secretaria de Cultura com uma placa em praça pública que cita o bloco como Patrimônio Imaterial da cidade.

REDE DE AFETOS E PERTENCIMENTO

Não obstante o crescimento e o alcance do Bloco Escravos da Mauá no contexto do carnaval de rua carioca, a gênese deste movimento foi marcada por características como a espontaneidade, amizade e cooperação. Como de resto aconteceu com vários outros blocos carnavalescos nascidos também nos anos 1980 e 1990, os fundadores tinham entre si uma conexão geracional e, nesse caso, espacial, pois trabalhavam numa instituição pública sediada na região portuária, o Instituto Nacional de Tecnologia. Ainda assim, ligavam-se fundamentalmente por laços de afeto numa rede colaborativa que, embora sem nenhuma estrutura organizacional formal, mostrou força e resistência ao longo dos seus 22 anos de existência para sobreviver, crescer e se relacionar com o entorno de forma inovadora.

Essa força produziu-se, de fato, nos primeiros anos do bloco – e seguiu se conformando ao longo de toda a sua trajetória – quase que instintivamente amalgamando pessoas de origens sociais diversas, moradores de diferentes lugares da cidade em torno de eventos de música, festa e patrimônio cultural. É curioso que, a despeito do contexto urbano caótico e desorganizado a sua volta; do estigma de *bas fond* relacionado à área portuária e boêmia; do abandono do local, no que toca aos serviços e prioridades do poder público, e do

desinteresse do capital privado em investir na região naquela época, tenha se produzido justamente ali, um movimento capaz de provocar em seus “colaboradores” surpreendente vontade de cooperação e senso de pertencimento, justamente estes sentimentos que são objetos do desejo de tantas organizações e empresas e são perseguidos como um diferencial competitivo pela ciência de administração.

Pois foi exatamente o que se passou: os fundadores convidaram os amigos; estes, a despeito do preconceito e da má fama do local no passado, se encantaram com a experiência e passaram adiante a informação para seus próprios amigos. Já estes últimos, por seu turno, convidaram os seus, tornando-se assim também fundadores para essa sua sub-rede de relacionamentos. E depois estes amigos dos amigos seguiram reproduzindo o convite para os seus, compondo assim uma trama de novas sub-redes em progressão geométrica até que, juntos, esses nós compuseram uma rede robusta de afetos em que todos de algum modo sentem-se legítimos autores.

CARNAVAL DE RUA: O FATOR GERACIONAL NA “CIDADE PARTIDA”²

Seria enganoso dizer que houve uma intencionalidade, um plano de intervenção social premeditado no processo de formação de um simples agrupamento carnavalesco, como o Escravos da Mauá, para além do desejo de compartilhar vivências com os amigos. Com o benefício do olhar retrospectivo, entretanto, é possível identificar naquele movimento de fundação influências geracionais, respostas intuitivas para questões que estavam no ar e de algum modo

correspondiam a sentimentos e demandas de participação daquele momento.

De fato, no contexto nacional, vinha-se de um longo período, desde meados dos anos 1960, em que festejar e confraternizar livremente nas ruas não era uma opção incentivada devido ao contexto político interno de repressão dos direitos civis. Os "anos de chumbo", entre 1968 e 1974, haviam sido profundamente desfavoráveis às manifestações cidadãs, esvaziando também muitas das iniciativas da sociedade civil ligadas a ações culturais, na medida em que a legislação imposta pela ditadura civil-militar vigente impunha restrições à liberdade de comunicação e associação, em todo o país.

Em contraponto, a década de 1980 fora gradualmente tomada pela transição para a democracia com a campanha pela anistia, a campanha das "diretas já" e em seguida a mobilização para a primeira eleição direta a presidente em 1989. No início dos anos 1990 (o Escravos foi fundado em 1992), os cara-pintadas do movimento "fora Collor" ocupavam as ruas em protestos, ruas que começavam a ser retomadas e legitimadas como espaço de encontros.

Num contexto mais amplo, internacionalmente, o mundo vivia a distensão da Guerra Fria e o realinhamento geopolítico, quebrando a lógica que alinhava os países em dois blocos, o "primeiro mundo" com os norte-americanos e o "segundo mundo", na órbita soviética. A queda do muro de Berlim em 1989 e as novas tecnologias de comunicação trabalhavam em conjunto para unir velozmente o planeta numa única "aldeia global".

Em correspondência, crescia a sensação de ameaça, o risco da perda de identidades culturais. A economia global produzia um sujeito pós-moderno competitivo e a ampla

profissionalização de todos os setores das sociedades ocidentais. Até mesmo as práticas culturais se inseriam neste movimento. A disseminação rápida de valores estrangeiros por meio das mídias de massa fazia com que vários elementos da cultura brasileira se tornassem apenas focos de resistência. Dois exemplos marcantes desse esvaziamento, relacionados ao tema deste trabalho: o samba e os blocos de rua.

Já no contexto mais local do Rio de Janeiro, o início dos anos 1990 mesclava a euforia e sensação de liberdade dos primeiros ares da redemocratização com frustrações crescentes ligadas à dificuldade de responder rapidamente a uma miríade de causas e conflitos sociais represadas por muito tempo, que afloravam de afogadilho. Coincidentemente (ou não), tais contradições explicitaram-se com toda sua cruel nitidez exatamente no ano do primeiro desfile do Escravos da Mauá: na Candelária, em julho de 1993, crianças de rua (seis menores) foram assassinadas por policiais militares e um mês depois ocorreu o massacre de Vigário Geral, com a chacina indiscriminada de vinte e um moradores. Nesse momento, conviviam na “cidade partida”³ a tragédia urbana dos conflitos sociais e o sentimento de esperança na transformação social.

O SURGIMENTO DO BLOCO ESCRAVOS DA MAUÁ E AS REDES PRECURSORAS

Parece lícito dizer que esses vetores de caráter geracional (a angústia da globalização, a euforia da redemocratização e a urgência da pacificação) reverberaram e confluíram de algum modo para o momento de gênese do bloco.

De fato, embora o núcleo de fundadores do Escravos da Mauá não fosse explicitamente ligado à produção cultural, há alguns anos esse mesmo núcleo vinha esboçando a criação de redes colaborativas, visando a valorização, ocupação positiva e transformação do lugar. Um exemplo claro disso é, sem dúvida, o Circuito Mauá – projeto cultural elaborado em 1987 pelo mesmo grupo que anos depois estaria à frente do bloco – que mapeou auditórios e espaços públicos na área portuária, subutilizados, mas em boas condições de aproveitamento para shows e apresentações artísticas. Especificamente, os auditórios do Instituto Nacional de Tecnologia (INT), do Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI), do Centro Cultural José Bonifácio (então ainda uma escola); do Colégio Pedro II e do Colégio São Bento, do Hospital dos Servidores, entre outros. A ideia era fazer um circuito de shows em horário de almoço, protagonizado por nomes ligados à música popular brasileira como o samba e o choro.

Documentos do acervo do bloco registram a concepção desse projeto e, em correspondência, a criação de um convênio, que reuniu formalmente, em torno dessa vontade de revitalizar a região, associações de moradores dos bairros portuários, associações de servidores públicos (INT e INPI) e de funcionários de empresas privadas, como Xerox, Natron, Docas e Banco Central. Apesar do alcance desta articulação, o projeto nunca chegou a encontrar apoios que o viabilizassem economicamente.

Cinco anos depois, porém, quando as noções de “retomada” e “resgate” ecoavam então em diversos atores culturais interessados na recuperação de valores que, supostamente, estariam em risco ou sob “ameaça de desa-

parecimento”, manifestações como o samba, o choro e o carnaval de rua já haviam retomado espaços importantes na cidade. Em particular, o carnaval de rua ganhara novo fôlego com o surgimento de agremiações como o Clube do Samba, Simpatia é Quase Amor, Bloco do Barbas, Suvaco do Cristo e Bloco de Segunda, que, em ainda meados da década de 1980, haviam botado o bloco na rua, recuperando a tradição de antecessores célebres como Bola Preta, Cacique de Ramos e o Bafo da Onça, entre outros.

Foi nesse caldeirão de sentimentos e motivações que nasceu, em 1992, o bloco Escravos da Mauá. Em contraponto às práticas estruturadas de planejamento estratégico que partem de uma clara enunciação de foco e objetivo para desdobrá-los de forma orgânica e hierárquica em decisões táticas e operacionais, no Escravos da Mauá o processo parece ter se dado ao revés, das pontas para o centro, movido por colaboração e canalizado por versos e melodias, conforme é relatado na próxima seção.

TESOUROS DA MAUÁ: OS CINCO FIOS, A TRAMA POÉTICA, O TECIDO E A FANTASIA

O primeiro desfile dos Escravos ocorreu em 1993. O samba-enredo da fundação, *Navio negreiro*, contava a história do lugar desde as invasões francesas (“*no tempo e que a Mauá era uma praia, e os franceses de tocaia invadiram este lugar; do alto do Mosteiro de São Bento se escutava o desalento dos escravos a remar*”) até os dias da boemia, passando pelo mercado de escravos e a criação do porto (“*e hoje que aboliram a escravatura e a Rua Sacadura é dos Escravos da*

Mauá, nos bares, no morro do Livramento o que se escuta é o movimento das boites do lugar”).

No segundo ano, o bloco foi para rua em articulação com a Campanha pela Fome, liderada por Herbert de Souza, o Betinho. Dizia a letra do *Samba da cidadania* de 1994: “*se correr o bicho pega, se ficar o bicho come, mas a gente não se entrega, pela vida e contra fome*”. No ano seguinte, as referências às riquezas culturais do lugar tomavam a frente do enredo: “*olhei para o alto e vi o relógio da central, voltei no tempo, ouvi o som da rádio nacional*” (extrato de *Tamborins da amizade*, samba-enredo de 1995).

No quarto e quinto anos, as conexões foram se espalhando pela região. O bloco se aproximou do Centro Cultural José Bonifácio, que então congregava várias iniciativas ligadas ao movimento negro, com o objetivo de articular o Primeiro Carnaval da Gamboa. Nesta ocasião, os Escravos desfilaram para dentro da área portuária ao encontro de vários grupos de cultura negra que ocuparam a Praça da Harmonia.

A partir desse encontro, nasceu a ideia de um mergulho mais aprofundado na região. Alguns dos fundadores do bloco dedicaram-se a produzir um CD-ROM multimídia sobre os bairros da Saúde, Gamboa e Santo Cristo⁴ [2], território ao qual instintivamente o bloco desde seu nascimento havia se ligado e procurado valorizar.

Dessa pesquisa emergiram os cinco “fios” que iriam daí pra frente revezar-se como enredos naturais do Escravos da Mauá: (i) a evolução urbana da cidade; (ii) a cultura negra; (iii) o samba; (iv) a cultura popular e (v) os movimentos sociais; conforme categorização proposta e desenvolvida por Eliane Costa com base em pesquisas e dissertações acadêmicas que se integraram nesse projeto.⁵

Com efeito, para quem não está familiarizado com a área portuária, é interessante saber que diversas intervenções urbanas ocorridas no século XX isolaram de algum modo a região. A linha de morros (Conceição, Livramento, Providência e Pinto), que era na origem banhada pelo mar, dele se afastou em função do aterro para a modernização do Porto, que cortou visceralmente a atividade econômica local marcada então pelo pequeno comércio, ancoradouros e trapiches. Por detrás dos morros, outro grande corte também teve lugar, com as linhas férreas da Central do Brasil e Leopoldina. E na fronteira com a parte “nobre” do centro da cidade construiu-se a avenida Presidente Vargas, que varreu do mapa várias ruas e vielas que interligavam a região portuária com o bairro do Estácio, Praça Onze, Largo de São Francisco, Largo da Carioca e Praça XV. Aliás, o quebra-quebra não passou despercebido à música dos Escravos. Diz o samba *Abre que eu quero passar*, de 1997: “*vai passar a avenida, onde é que a gente vai morar, abaixa que vem vindo o viaduto, o porto se afasta do mar, derruba, aqui, aterrta ali, alarga a rua...*” e “*se o samba resistiu ao bota-abaixo, eu me perco ou eu me acho, no Escravos da Mauá*”.

Curiosa e paradoxalmente, talvez tenha sido esse isolamento que tenha garantido – não pela preservação, mas pelo abandono – a existência, ainda hoje, de um casario com grande riqueza arquitetônica e significado histórico. Versos marcantes nos sambas do bloco contam essa memória: “*Lá vou eu por aí, ladeira abaixo, Prainha, a historia que ancorou, saudade de um futuro, que no duro, nem ainda começou!*” (trecho do samba *Desce o morro*, de 2000); ou “*memórias, acenando da janela, uma lua sentinela, prateando a redondeza, ramos de pandeiros, platinelas, Conceição abre a*

capela, prá manter a chama acesa” (extrato de *O som do Rio de Janeiro* samba ofertado por Moacyr Luz para o carnaval de 2001) ou ainda *‘Na Prainha, o tempo caminha prá frente e prá trás* (verso do samba-enredo *Navio do samba*, de 2002).

O samba de 1997 registra também esse tesouro local preservado, que traz viva a influência portuguesa: *“Praça Mauá, Saúde e Gamboa, tudo que eu vejo é Lisboa, tudo que eu quero é sambar!”*. Registro do Brasil Império que também é contado de forma bem humorada nos 200 anos do desembarque da família real pelo *Samba do ventre livre* de 2008 (*“desembarquei, astro-rei, você sorriu, imperatriz, abdi-quei, prá ser feliz, libera o pé, solta os quadris”*).

O segundo tesouro da Mauá é a presença da cultura africana na região. Quem caminha pela rua Camerino pode ver o Cais do Valongo e as reminiscências do mercado de escravos que existiu ali até a abolição. Nesse momento, libertos e sem recursos que garantissem mobilidade social, muitos negros seguiram vivendo nas redondezas. Vários pontos emblemáticos e rituais do movimento negro estão ali de algum modo sacralizados e foram levados às ruas pelo Escravos da Mauá: *“num tempo lá atrás quando havia escravo e a vida valia nem um centavo, na Pedra do Sal uma dor, senzala tocava o tambor, capoeira jogava de cor, o corpo umbigava ao redor...”* (extrato de *Raízes do samba*, de 2007). Ou *“havia escravos no mar, mercadores no cais, um futuro sem luz, sonho de um ventre livre, viver, viver!”* (*Samba do ventre livre*, de 2008). Evocação revivida no *Tesouros da Mauá*, de 2013 com: *“Pequena África, desci no cais do Valongo, fiz o caminho mais longo, para encontrar uma saudade”*. E também em: *“o índio que vivia nessas terras, era amor, não era guerra, deu a alma que nos fez assim; da África a mãe negra*

que ilumina, o pierrô e a colombina, o carnaval nasceu dentro de mim” (samba de 1997).

Da presença da cultura negra ao ritmo do samba – o terceiro fio da meada – o passeio foi curto. As rodas, batuques e quintais foram uma consequência natural da presença do negro. Diz outra música do bloco: *“quem pensou que o samba fosse naufragar no cais, que a dança de umbigada era só batuque e nada mais, piada, deixa disso, esse cortiço é forte prá chuchu ...”* (No Largo da Prainha, samba-enredo de 1999). Como também contam os sambas de 2007: *“hoje ao chegar na Mauá sou livre, o samba levanta do chão e vive”* e de 2013: *“negro chegou na galé e no pé inventou ... o samba”*.

Com efeito, pouco a pouco o lugar se tornou o reduto do samba e lá passaram a se reunir, no início do século XX, muitos dos grandes bambas. *“Desce do morro Donga, João da Bahiana e Sinhô, temos um século de samba e a vida inteira para o amor”*, refere-se o samba de 2000. Homenagem que se desenvolve mais fortemente ainda no enredo de 2007: *“Raiz... o samba se espalhou pela cidade, bom fruto dos quintais e da amizade, de Donga, de Sinhô e Pinzindim”*. Ou se revela num “chamado” como quer o *Escravos da alegria*, de 2014: *“de Donga e João da Bahiana, eu ouço uma voz que me chama, prá pedras por onde sambou Pinzindim!”*. Ou talvez numa “chama” como canta o Largo da Prainha de 1999: *“quem pensou que o fogo, fosse se apagar em nós, no Largo da Prainha, pode ainda hoje ouvir a voz, de Donga e Pixinguinha, e de outros tantos mais, que acenderam a chama, eu canto samba, mesmo que acabe o gás!”*.

O quarto vetor de referências que emerge do território à medida que o *Escravos da Mauá* segue sua trajetória

de reconexão e redescoberta é a Rádio Nacional, que em seu apogeu centraliza a vida cultural da cidade e de algum modo do país. “*Da rádio Nacional vem as estrelas, iluminando o caminho pro nosso bloco passar*, diz o samba *Artistas da Mauá*, de 1998.

Essa dimensão artística perdura hoje na região, sem o glamour da era do rádio, mas com a paixão da arte de rua que vive em escolas de teatro e artes cênicas sediadas na área portuária, cantadas pelo bloco em vários de seus enredos: “*artistas da pernas de pau, trazendo as estrelas na palma da mão*” (*Escravos da alegria*, em 2014); “*Filhos de Gandhi e a Vizinha Faladeira, o jongo e a capoeira já vieram visitar, o nosso bloco hoje faz uma homenagem aos valentes personagens da cultura popular*” (samba de 1998); ou “*abram alas para o amor, vem navegar, o porto vive na cultura popular!*” (*Samba da maioria*, em 2010).

Por fim, a quinta dimensão diz respeito aos trabalhadores do porto e da estiva, primeiro movimento sindical organizado do país, ligado ao qual estão histórias e personagens emblemáticos na formação do senso de cidadania e direitos do trabalhador. Por exemplo: a Revolta da Chibata e João Cândido, o almirante negro eternizado pela famosa canção de João Bosco e Aldir Blanc e também cantado pelo bloco nos 100 anos de sua morte: “*pés descalços nus, os escravos pelo cais, o mar levou e traz, do almirante negro a voz!*” (*Quilombo da Mauá*, samba de 2003).

Além destas referências ao patrimônio local (o negro, o samba, o trabalho, a arte popular e a história e evolução urbana), vale notar que permeiam também praticamente todos os enredos do bloco as referências geracionais (1980-1990), às quais nos referimos anteriormente, presentes no

processo de abertura democrática e que de algum modo ecoavam pela cidade na virada do milênio.

Com efeito, a celebração da amizade, da paz e o anseio por liberdade e esperança de um mundo melhor completam os fios que costuram a trama, alinhavando liricamente um imaginário cantado e compartilhado em verso e música: “A esperança muda o mundo e a gente muda esse lugar” (*Cidadania na Praça Mauá*, 1994); “Senti no peito a voz, e o repicar dos tamborins, o som passou por nós e ecoou nos botequins”, “sai prá lá tristeza, xô melancolia, enquanto bater o tambor, meu negócio é alegria!”, “a praça encheu de gente, a amizade deu o tom. Escravos da Mauá, cantando a liberdade, de viver, sambar, que bom!”, (versos de *O som dos tamborins*, 1995); “Salve a nossa batucada, a amizade festejada a cada novo carnaval!”, (*Os artistas da Mauá*, 1998); “Quero brincar nessa roda de samba e paz!” (*Desce o morro*, 2000); “É São Francisco da Prainha, passarinho, passarinha...”, “Escravos da Mauá, eu vim aqui me libertar” (*O som do Rio de Janeiro*, 2001); “Perder a voz, e depois achar nos pés”, “Rio de Janeiro, fabulosa é a vida com samba, amor e paz!”, (*Navio do samba*, 2002); “Ai tem dó, quem te disse que não dá pra ser feliz, a esperança de viver melhor, a alegria de abraçar um grande amor” (*Lua do povo*, 2003); “Quando eu fico triste, o samba insiste em me levar, sonho que resiste uma Prainha em alto-mar”, “boa companhia faz o dia clarear, amizade é o melhor remédio, vou no escravos da Mauá”, “um verão com amor e vento, e viver cada vão momento” e “no Rio a esperança não cansa jamais, na praça a alegria é a guia da paz!” (versos do *Boa companhia faz o dia clarear*, 2006); “Aqui dá vontade de rir, escravo eu não quero fugir, me dá uma alegria de ver, que nada é melhor que viver” (*Raízes do*

samba, 2007); “*Se libertar, livre ser, livre amar, tudo ao redor me faz bem, o que é que tem, se a lua alta brilha !*” (*Samba do ventre livre, 2008*); “*A batucada aqui não para não, vem do baú, vem do coração !*; “*Me leva na festa do lava-pés, prá gente sambar na paz, que o Rio é todos nós*” (versos de *O Rio é de todos nós, 2009*); “*Porto de toda a esperança, futuro é ... sonhar*” (*O que passou e o que virá, 2011*); “*O sonho de cada passista, e o passo da equilibrista, me dizem que a velha esperança não morre mais*” (do *Escravos da alegria, 2014*).

A (DES)ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E A ESTRUTURA DE SENTIMENTOS

Em resumo, o que havia era uma rede de afetos. Havia também uma série de influências e circunstâncias geracionais reverberando. E havia as referências históricas. Essas linhas apontavam para a arte e a cultura e foram aos poucos se entrelaçando e cerzindo um acervo poético, fazendo uma costura de várias redes. Que, gradualmente, transformaram-se num tecido com o qual se fez uma fantasia que perdura, se espalha e transforma a realidade à sua volta.

Com qual estrutura organizacional fez-se isso? Difícil responder. Nos livros de administração define-se “estrutura organizacional” como sendo a forma pela qual se dividem, se organizam e coordenam as atividades de uma instituição. O bloco *Escravos da Mauá* nunca teve uma “diretoria” estabelecida, as lideranças sempre exerceram papéis naturais e voluntários. A divisão de trabalho ocorreu de forma solidária, sem nenhuma estruturação, delegação ou atribuição formal de responsabilidades. A produção nunca foi profissionalizada;

não houve escolha para direção ou representação; não houve eleição, cargo, remuneração e não obstante tal processo tácito e espontâneo (ou talvez por causa dele), a legitimidade das lideranças nunca foi arguida ou contestada.

Talvez a construção se assemelhe mais a uma estrutura de sentimentos que a uma estrutura organizacional. Os fundadores revelam ter sido uma escolha “não estruturar” e, em correspondência, a robustez do caminho e a repercussão parece derivar muito mais da comunhão e coesão de sentimentos dos componentes do bloco (“colaboradores”) que de qualquer iniciativa relacionada à construção de hierarquias funcionais.

IDENTIDADE, MISSÃO, VISÃO E VALORES CANTADOS EM VERSO E MELODIA

Cabe pensar: pela via poética, a rede de afetos trançou-se paulatinamente com raízes sedimentadas no território de ação do bloco. Dessa trama, conformou-se algo que – se não dialoga diretamente com os compêndios de gestão empresarial – aparentemente configura-se sim como um corpo, ou uma comunidade orgânica, que se movimenta pautada por um sentimento comum, um sentido de missão, visão e valores. Missão, visão e valores que nunca foram formalizados ou enunciados em quadros nas paredes, mas que de algum modo existem subjetivamente e foram (e vêm sendo) vocalizados em coro com emoção e orgulho ao longo de mais de vinte anos, unindo de certa forma a vasta maioria dos foliões do bloco.

Quem se atreveria a enunciar missão, visão e valores para um bloco de carnaval? Soaria bastante discutível, até

mesmo uma apropriação indébita de algo que nasceu leve e lírico pelas mãos da amizade e da alegria.

Por outro lado, ao chegar numa roda de samba do Escravos da Mauá e ver centenas de pessoas (cabrochas e rapaziada) de diferentes idades e locais da cidade cantando a plenos pulmões antigos e emblemáticos sambas de raiz, à meia-noite, aos pés do casario histórico do morro da Conceição ... Como negar haver ali naquele chão, naquela comunidade de sentimento, uma clara identidade comum? Ou, ao chegar num desfile do bloco (ao meio-dia de domingo, geralmente sob um sol escaldante) e ver dezenas de artistas de rua locais desfilando em pernas de pau e figurinos que remetem ao imaginário simbólico do carnaval, misturados a ritmistas e foliões de diferentes origens, todos celebrando a história de um lugar que traz do passado as memórias da cidade, é cantado, percorrido e revive, se movimentando ele próprio, num cortejo totalmente singular... Como não perceber ali um senso de missão, visão e valores pairando entre todos?

Como negar que a “valorização da história e do patrimônio arquitetônico e humano da área portuária”; “a valorização do Patrimônio Imaterial do samba e da cultura afro”; “o trânsito livre entre as comunidades”; “a transformação pela arte” e “a ocupação positiva do espaço público” direcionam e inspiram toda a comunidade em torno do Escravos da Mauá?

FABULOSA É A VIDA COM SAMBA, AMOR E PAZ

Dentro da lógica clássica do planejamento estratégico, uma vez afirmadas com as equipes de direção, a missão, a visão e os valores; identificadas as oportunidades, ameaças, pontos fortes e fracos, objetivos são traçados e desdobrados em ações de nível tático e operacional.

No caso do Escravos da Mauá, não apenas a formulação estratégica deu-se de forma intuitiva e compartilhada quanto também as ações táticas foram acontecendo de forma espontânea, voluntária, de baixo para cima, sem outra articulação formal que não a base sentimental cantada em verso e melodia.

Por exemplo, a partir do quinto ou sexto ano, a frequência de eventos ganhou uma dinâmica mensal de ocupação do espaço público, com as rodas de samba destacando-se dos ensaios e ganhando agenda própria fora do período carnavalesco. As rodas de samba, que tinham surgido na origem para ocupar o espaço vago nos ensaios entre as apresentações da bateria e do samba do ano, acabaram tornando-se peças fundamentais no crescimento do bloco. Por vários motivos.

Primeiro, porque, ao realizarem-se mensalmente, ofereceram uma possibilidade de encontro fora do período carnavalesco para uma larga comunidade de foliões do carnaval de rua que não dispunha na cidade de um espaço e uma agenda inspiradora, ao ar livre, que os pudesse regularmente congregarem.

Segundo, porque, organizados de forma amadora, mas estável, os músicos (na verdade nenhum deles profissional)

dedicaram-se a importante pesquisa musical, trazendo para a apresentação na praça alguns dos baluartes dos sambas de raiz, e também pérolas musicais menos conhecidas do grande público, que deram legitimidade e contribuíram para dar consistência à estrutura de sentimentos anteriormente comentada.

Terceiro, porque, tocando na calçada, em volta de uma mesa, produziu-se ali, no Largo de São Francisco da Praia, uma curiosa integração entre palco e plateia, em que os foliões sentiam-se parte do show transformando a praça num autêntico “chão de estrelas” (de fato, muitas das músicas tornaram-se com o tempo rituais de brincadeira em que as cabrochas e rapaziada têm coreografias e comandam o espetáculo).

Também – sem que fosse um plano tático estruturado – o Escravos da Mauá manteve, desde a fundação, alguns processos de comunicação colaborativa que foram se transformando. Na origem, o bloco tinha um boletim informativo, o Circuito Mauá (fazendo menção ao citado projeto precursor da década de 1980). Inicialmente impresso, em torno de 1998 passou a ser veiculado digitalmente e tornou-se o meio principal de divulgação das rodas de samba, que tinham agenda intencionalmente irregular (normalmente associadas à presença da lua cheia no céu). Fora da agenda da mídia profissional, essa mala direta acabou por desempenhar papel importante na construção do sentimento de pertencimento. E se desdobrou a seguir, autonomamente e sem controle de quem quer que fosse, em grupos nas redes sociais, que reúnem milhares de pessoas.⁷

CRESCIMENTO, ALCANCE E COMPLEXIDADE

O sucesso das rodas de samba do Escravos e sua agenda permanente de eventos trouxeram consigo dois efeitos colaterais imprevistos: o crescimento e a complexidade. Constantemente, novos frequentadores do Largo de São Francisco da Prainha encantavam-se com a força do evento e, conforme já comentado, formavam novos nós de relacionamento trazendo outros amigos. Em pouco tempo, o bloco cruzou a fronteira das mil pessoas, depois cinco mil, dez mil e por aí foi. Em torno de 2007, já com quase quinze anos, um estudo minucioso da área ocupada no dia do desfile mostrou que o bloco reunia então cerca de 20 mil pessoas.

Em cortejos carnavalescos, a multidão é, sem dúvida, um indicador de sucesso. Mas com ela viria grande complexidade para os organizadores. Segurança, limpeza, respeito à tranquilidade e alma do lugar foram alguns dos desafios que passaram a exigir dos organizadores decisões para preservar os valores e o sentido de missão e visão que então já parecia existir como algo concreto a ser preservado.

A necessidade de maior relacionamento com o poder público, a intermediação com instituições comunitárias, a articulação com o comércio e instituições locais e a necessidade de financiamento para alinhar o bloco com as expectativas crescentes tornaram a gestão desafiadora.

REDES PARA SUSTENTAÇÃO ECONÔMICA

Tudo na natureza cresce, se desenvolve. Não crescer de algum modo é morrer. Mas como crescer sem perder a iden-

tidade e o senso de valor? Como proteger a “estrutura de sentimentos” intuitiva, fraternalmente criada ao longo dos anos num processo coletivo construído de baixo para cima frente aos interesses pragmáticos do consumo e da política, se diante do crescimento e complexidade os custos e as responsabilidades apontavam para uma necessária e inevitável intermediação com o patrocínio privado e o poder público?

Uma vez mais, as soluções encontradas se apoiaram primordialmente na ideia de redes colaborativas e parcerias.

No que toca ao comércio local, por exemplo, o bloco incentivou, facilitou e de certa forma induziu a formação de uma associação de camelôs e ambulantes, que passou a interagir com a prefeitura para produzir um mínimo ordenamento de espaço e legalidade garantindo a tranquilidade e ambiente, onde as rodas pudessem seguir seu curso de “samba, amor e paz”.

Interessante é registrar que nesta altura (em torno de 2007), os bares da região contabilizavam, ao final dos eventos do bloco Escravos da Mauá, faturamento equivalente à renda auferida em um mês normal de trabalho. Apesar de os valores e interesses que se produziam em torno desse pequeno comércio, foi sempre opção do bloco não extrair da venda de produtos nenhum benefício direto, preferindo que 100% desse ganho econômico produzido pelos ensaios e desfile beneficiassem direta e exclusivamente a comunidade local.

Dessa decisão radical desdobra-se naturalmente a pergunta: como, então, foi possível ao grupo financiar as atividades do bloco ao longo desses 22 anos?

Na verdade, foram vários os momentos e patamares de custo e arrecadação. Nos seus dez primeiros anos, o Escra-

vos da Mauá viveu fundamentalmente da venda de camisetas e doações individuais. Nesse período, o bloco foi quase sempre deficitário. Ao fim de cada período carnavalesco, a conta relativa à sonorização dos eventos, limpeza, confecção de camisetas e ajuda de custo aos ritmistas da bateria (cujo núcleo é contratado) era sempre rateada pelos organizadores e frequentadores mais próximos.

O aumento de custos derivado do crescimento, entretanto, tornou essa solução difícil. Oportunamente, naquele momento chegavam à mesma encruzilhada outros blocos de carnaval com histórias e valores parecidos, o que sugeriu a formação de uma associação que em conjunto pudesse pleitear apoios. A Sebastiana (Associação independente dos blocos de carnaval de rua da Zona Sul, Centro e Santa Teresa da cidade de São Sebastião do Rio de Janeiro), sociedade reunindo doze blocos de características semelhantes (um deles, o Escravos da Mauá), surgiu, então, com o objetivo não apenas de aumentar o poder de barganha em negociações envolvendo o capital privado, no campo do patrocínio, mas também com o poder público no que toca à infraestrutura urbana e segurança. Pretendia também contribuir com o debate sobre a evolução do carnaval de rua e de algum modo preservar, no nível dos blocos participantes, sua essência livre, amadora e brincante, formatando uma camada institucional intermediária que, formalmente constituída, passasse a coordenar e integrar ações ligadas ao financiamento e aos órgãos oficiais.

De fato, depois de alguns anos de aprendizado, negociando financiamentos tradicionais, a Sebastiana deu um salto inovador, ao identificar e aproximar patrocinadores com uma visão bastante avançada referente à preservação

da identidade dos bens culturais patrocinados (como forma de tornar longo o fato gerador do patrocínio). Nesta concepção, os patrocinadores apresentam-se através de mídia digital e novas tecnologias, sem interferir diretamente na arena (rua) e no objeto patrocinado (cortejo do bloco). Graças a esta articulação, desde 2010, o Escravos da Mauá é um dos blocos no Rio de Janeiro que desfila sem apresentação de nenhuma marca que não a do próprio bloco.

Nessa mesma linha, também depois de algumas experiências, foi uma escolha do bloco evitar apresentar-se fora da região portuária (exceto raras situações), partindo da premissa de que o valor de sua marca relaciona-se diretamente com a sua identidade artístico-comunitária local, da qual não deve abrir mão, em oposição à ideia de uma marca potencializada sob a perspectiva estrita do marketing-empresarial.

“SABER GANHAR DINHEIRO COM POESIA,
NÃO SER UM GANHADOR”⁸

A ideia de “proteger a marca” do bloco e procurar valorá-la dentro de uma perspectiva artístico-cultural-comunitária não significa uma rejeição ao dinheiro como algo destruidor da autenticidade. Seria ingênuo e mesmo um desperdício numa área tradicionalmente tão carente de recursos (como a área portuária e suas manifestações culturais populares) desprezar-se a visibilidade e o potencial de apoios que o Carnaval de rua passou com o tempo a deter.

De fato, com a integração do Escravos da Mauá à Sebastiana e os apoios viabilizados por esta via de parcerias, o

déficit compulsório dos primeiros anos foi superado e mais que isso, tornou-se viável economicamente manter um nível de organização compatível com as demandas trazidas pelo crescimento. Gastos e providências relacionadas à segurança, limpeza, ordenamento de trânsito somaram-se aos custos tradicionais de sonorização, música e fantasias, mas o orçamento de receitas e despesas equilibrou-se, tendo sido assim possível fazer poucas concessões e preservar intactas as motivações e valores do bloco, mesmo diante do crescimento.

Para além deste equilíbrio, entretanto, um ambiente novo viria a se configurar na segunda metade da década de 2000. Conforme Barros (2013) apresenta, dados de pesquisa encomendada pela prefeitura do Rio de Janeiro em 2011, por meio da Riotur (Empresa de Turismo do Município) em parceria com a ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing-RJ), mostram que em 2010, 465 blocos levaram quase cinco milhões de pessoas às ruas da cidade e que embora a permanência média dos turistas na cidade para o carnaval fosse de doze dias, apenas três deles eram em média dedicados ao tradicional desfile das escolas de samba. Apesar de, em determinado momento no passado, o concurso entre as escolas ter crescido a ponto de promover o carnaval carioca e torná-lo mundialmente conhecido, o público pesquisado deixou claro que a onda de informalidade reintroduzida pelos blocos vem se tornando paulatinamente a maior atração.

O fato derivado desse cenário é que oportunidades de excedentes em relação aos custos imediatos do desfile começaram a surgir. Ora, não é difícil dividir déficits (pelo menos ninguém além dos credores os reclama!). Mas o que fazer com um eventual superávit numa estrutura essencial-

mente colaborativa, em que as remunerações não fazem sentido por não haver dono, nem presidência, nem estrutura organizacional? Ou, num olhar às avessas, se por ter nascido de baixo para cima, todos os colaboradores são legítimos donos, se todos os *stakeholders* são isonomicamente responsáveis pela construção do valor (e são milhares), como dividir e reaplicar um eventual lucro?

A solução encontrada pelo grupo foi relativamente simples: não haver lucro! Como? Aproveitando sim os novos apoios e oportunidades, mas aumentando em correspondência as despesas. Ou mais precisamente: destinando qualquer excedente porventura obtido pela atividade carnavalesca para o apoio e sustentabilidade dos grupos culturais que estão há muito tempo na região e sobrevivem com dificuldade. E obtendo, em permuta com eles, o enriquecimento do cortejo do Escravos com a sua criatividade, a arte de rua e linguagens cênicas.

Se surgem oportunidades para o Escravos na mídia, por que não transferir tais *leads* para a Cia de Mistérios e Novidades, escola de teatro de rua fundada há 33 anos e instalada desde 2007 na Rua Pedro Ernesto, coração da Gamboa? Por que não contratar a sua expertise para coordenar as oficinas de pernas de pau, figurinos, standartes, elementos cênicos para os quais se dedicam com toda a paixão durante o ano e que somariam plasticamente ao desfile do bloco? Se há algum excedente, por que não programar com os alunos formados na Spectaculu, escola de arte e tecnologia, sediada no Santo Cristo desde 2000, uma espécie de projeto final para recém-formados produzirem chapéus e adereços? Se alguém quer apoiar o Escravos da Mauá, por que não interessá-lo na promoção de uma oficina fotográfica de do-

cumentação do carnaval, com o pessoal da Favelarte, que há anos atua no morro da Providência, e assim enriquecer o acervo iconográfico do bloco?

O conceito *lucro zero* está na base do projeto de sustentabilidade do Escravos da Mauá levado a cabo em articulação com a comunidade. Todas as ações convergem para o desfile e têm como objetivo específico a excelência artística do cortejo. Em sentido amplo, porém, a ideia é que tais oficinas integrem-se de forma orgânica nas atividades regulares dessas instituições (que têm vida própria, projeto próprio e transcendem de longe a colaboração episódica que dão ao bloco), contribuindo para a transformação do território pela arte.

NÃO É O BLOCO QUE DESFILA NA ÁREA PORTUÁRIA; É A ZONA PORTUÁRIA QUE DESFILA PELO BLOCO

Desde 2012, no contexto da pacificação, o bloco Escravos da Mauá passou a desfilar pelas ruas internas da zona portuária, num cordão que interliga o Largo de São Francisco da Prainha, a Praça da Harmonia e a Praça Mauá. Grande adesão da comunidade, reconhecimento e celebração acontece nos dias de desfile. Fatos que falam por si mesmos!

A seguir, combinamos e editamos livremente as convocações feitas pelo bloco para os premiados desfiles de 2013 e 2014 do Escravos da Mauá para descrever, com a linguagem e a emoção da hora, o significado que adquiriram:

Seguem aqui as últimas coordenadas para o nosso grandioso desfile, que acontecerá neste próximo DOMINGO de manhã, partindo, como de hábito, de nossa sede social a céu aberto, o Largo de São Francisco da Prainha. Tudo vem sendo preparado, há meses, nas oficinas pré-carnavalescas promovidas pelo bloco... com muita disposição e carinho!

Nosso desfile agrega as energias de muitos e muito queridos parceiros/as da folia da cultura popular da região portuária, a quem fazemos questão de mencionar e agradecer!

Vamos lá:

1. Lavagem do Largo da Prainha

A concentração começa às 10h com a chegada do AFOXÉ FILHOS DE GANDHI, que fará a lavagem simbólica do Largo de São Francisco da Prainha.

As primeiras centenas de cabrochas e rapaziada que chegarem à praça receberão um adereço de mão (lenços estrelados) para a homenagem que o bloco presta à ARTE PÚBLICA e aos ARTISTAS DE RUA: as estrelas que, no Escravos da Mauá, brilham no chão. Esses lenços, bem como os chapéus da bateria, foram criados e estão sendo produzidos por ex-alunos da SPECTACULU nas Oficinas de Adereços.

2. Mauá das crianças

Durante a concentração, a criançada da Providência descerá o morro para uma breve apresentação do AMARELO PROVIDENCIAL, bloco infantil que o Escravos da Mauá está apadrinhando e que reúne a garotada que durante o ano participa dos saraus literários e oficinas da CASA AMARELA, dirigida pelo pessoal do FAVELARTE.

3. Tem grafitti no samba

Em paralelo, os foliões que forem chegando poderão par-

ticipar da PINTURA COLETIVA DO MURO que fica na esquina da praça. Pincéis e tintas não tóxicas, em diferentes azuis e amarelos (as nossas cores), estarão disponíveis para uso incentivado por grafiteiros e instrutores. Após a partida do desfile, o muro será completado pelos grafiteiros mais experientes, que realizarão ali uma oficina gratuita, com a participação dos alunos da SPECTACULU, escola de arte e tecnologia sediada no Santo Cristo. No retorno do bloco, o muro estará prontinho e lindo, resultado da arte conjunta de foliões e grafiteiros.

4. Abram alas para os gigantes

Às 12h, o bloco vai formar e, quando se ouvirem os fogos lançados pelos moradores do Morro da Conceição – e os balões azuis e amarelos subirem pro céu – pronto, lá vamos nós!!!

Na frente do cortejo, vão 30 artistas de rua em pernas de pau, formados pela CIA DE MYSTERIOS E NOVIDADES. Eles fazem do asfalto o palco para a passagem de personagens e histórias da região portuária. Seus figurinos foram produzidos nas Oficinas pré-carnavalescas dos Escravos realizadas na escola. As fantasias foram fruto de muita criatividade e pesquisa sobre o imaginário do carnaval portuário. Nos figurinos da comissão de frente estarão dentre outros Pixinguinha, João da Bahiana, Tia Ciata, Heitor dos Prazeres, o Almirante Negro, a Corte portuguesa, os reis africanos, marinheiros, estivadores, cantoras de rádio, arlequins e colombinas. Atenção, muita atenção: este grupo de pernas de pau estará protegido e cercado para prevenir acidentes, pois desfilam aí vários iniciantes, dando seus primeiros passos como gigantes a partir das Oficinas de Dança nas Alturas.

5. *A Pequena África*

Em seguida aos pernas de pau, vem a cultura afro, representada pelas dançarinas do bloco OJUOBÁ-AXÉ, junto com o pessoal da CAPOEIRA DE ANGOLA do KABULLA e do projeto CONEXÃO CARIOCA DE RODAS DE RUA. Trazem para o nosso desfile a “Pequena África” e a energia que deu origem ao samba e aos cordões que inspiraram os antigos carnavais da região portuária.

6. *Escravos da Alegria*

Em seguida, vem o carro de som principal com os sambas-enredo “Tesouros da Mauá” e “Escravos da Alegria” de autoria da nova velha guarda da ala de compositores, a rapaziada que nasceu no bloco e hoje leva adiante letra e melodia.

A lateral do carro de som traz de um lado gravuras de Debret e de outro a arte da camiseta do bloco. Atrás do carro, virá a bateria nota 10 do Escravos da Mauá, que traz nada mais nada menos que 150 ritmistas. Na frente deles, é claro, a nossa madrinha de bateria e as duplas de mestre-sala e porta-bandeira.

Atrás deles, dois grupos especiais de foliões vão se concentrar:

7. *Parangolés da Mauá*

O primeiro estará trajando os “PARANGOLÉS DA MAUÁ”, concebidos no Ateliê VILLA OLÍVIA no Morro da Conceição, e produzidos pelos próprios foliões na oficina pré-carnavalesca de Pintura em Pano. Antes de serem pintados, os parangolés foram costurados pelas COSTUREIRAS DA PAZ, projeto que tem lugar no morro da Providência, com o objetivo de proporcionar a melhoria na qualidade de vida de mulheres chefes de família, so-

bretudo daquelas que são ou foram vítimas de violência doméstica.

9. Samba-dança

O segundo grupo de foliões especiais será formado pela galera que participou da Oficina de SAMBA-DANÇA, que aconteceu na Gamboa, nas instalações da Cia. de Misterios e Novidades. Comandada pela CIA AÉREA DE DANÇA, o pessoal vem com alguns passos na cabeça e muita liberdade no pé. A ideia é que a ginga e o movimento do pessoal do samba-dança se alastre pouco a pouco pelo bloco, fazendo do cortejo realmente um desfile de todos. Se você gosta de dançar, fique por ali por perto e participe: não se preocupe, pois os movimentos são simples e se estressar não faz parte dessa brincadeira.

Também, espalhados pelo bloco, a garotada da SPECTACULU que produziu os adereços estará encenando pequenas performances de interação com os foliões.

Para refrescar essa festa toda o carro-pipa estará presente para o banho coletivo.

10. A área portuária desfila no Escravos da Mauá

Na evolução do bloco, várias surpresas nos esperam. A primeira será a confraternização na esquina com a Pedra do Sal, espaço ritual e monumento natural da cultura negra e da nossa cidade. Nesse momento, a comissão de frente do bloco fará uma evolução homenageando a CULTURA NEGRA e os BALUARTES DO SAMBA.

Na esquina seguinte, quando o desfile passar entre o CAIS DA IMPERATRIZ e o antigo MERCADO DE ESCRAVOS DO VALONGO (atual rua Camerino), a comissão de frente do bloco encenará o hipotético encontro da corte portuguesa com os reis africanos, evocando a

mistura de influências e tradições que formou o nosso carnaval.

Um pouco mais adiante, no local onde habitualmente se concentra o tradicional bloco CORAÇÃO DAS MENINAS, estarão, este e outros blocos da região portuária, com seus estandartes desfraldados, em uma homenagem às pessoas e aos grupos que movimentam o carnaval da região portuária nos dias atuais, como o PINTO SARADO, o ESCORREGA MAS NÃO CAI, o ALEGRIA PORTUÁRIA, o ELES QUE DIGAM, o OBA, a BANDA DA CONCEIÇÃO, o FILHOS DE TALMA (que agora ressurge), entre outros.

Ao chegar à PRAÇA da HARMONIA, seremos recebidos pelo CORDÃO DO PRATA PRETA, com seu estandarte e o bonecão que representa o Prata Preta, líder da Revolta da vacina, que teve suas barricadas exatamente naquela praça. Será também o momento do desfile homenagear alguns dos velhos RANCHOS e CORDÕES que marcaram a história da região portuária na primeira metade do século passado. Partindo do CORETO da praça se integrarão ao desfile os estandartes que homenageiam o Rei de Ouro, o Recreio das Flores, o Repentinos do Brasil, o Pega o Lenço e Vai!, o Amantes da Saúde, o Gualemadas, o Crocodilos do Barroso, o Harmonia, o Favela dos meus Amores, o Fique Firme na Favela, o Tudo é Preto e o Teimosos da Gamboa, além dos que, vindo também de muito tempo atrás, ainda estão por aqui: como o já mencionado CORAÇÃO DAS MENINAS, o INDEPENDENTES DO MORRO DO PINTO, o FALA MEU LOURO (que também agora ressurge) e a VIZINHA FALADEIRA, que seguem fazendo a alegria da região como nos velhos carnavais. Saindo da Praça, e tendo ao fundo os navios ancorados no

porto será a hora do bloco confraternizar com os TRABALHADORES da região portuária. A sede do SINDICATO DOS ESTIVADORES estará enfeitada para saudar a passagem do Escravos da Mauá que, por seu turno, saudará os portuários com a evolução de sua comissão de frente marcada pela presença de MARINHEIROS em pernas de pau, pela passagem de bateria com chapéus de marinheiro e por referências à histórica presença de João Cândido, o almirante negro. Este será um momento muito especial do desfile, uma vez que ali estará, em pessoa, Seu Candinho, o filho de João Cândido, o “almirante negro”, líder da revolta da Chibata. Neste momento, pela primeira vez em sua história, o bloco vai interromper o seu desfile e, em uma merecida homenagem a João Cândido, cantaremos todos juntos o “Mestre-sala dos mares”, de João Bosco e Aldir Blanc. Homenagearemos também a velha guarda dos trabalhadores do porto e da estiva, testemunhas vivas desse século de transformações pelas quais passou a zona portuária carioca e em particular, com saudade, o querido CLAUDIO CAMUNGUELO, nosso eterno baluarte. Iniciando o percurso de volta, já na Avenida Venezuela, mais um encontro inesperado. No lado esquerdo da pista o pessoal do GALPÃO DAS ARTES – ESPAÇO GEPETO, sediado ali há 25 anos desenvolvendo cenografia para teatro, trará para a rua um pouquinho do seu trabalho. Depois de passar por baixo do ARCO DO MOINHO FLUMINENSE, tomaremos a Avenida Venezuela até o INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGIA, onde o bloco nasceu. Ali nos espera uma chuva azul e amarela. De lá, encerraremos o desfile seguindo até a Praça Mauá retornando então ao Largo da Prainha pela Sacadura Cabral.

11. *Para rever depois*

Encerrando o cortejo, o terceiro carro de som se encarregará de fechar o desfile. Sobre ele (e também espalhados pelo chão) estará a garotada do morro da Providencia documentando tudo com suas câmeras fotográficas da FAVELARTE, onde teve lugar a Oficina de Fotografia.

CONCLUSÃO

No início deste artigo, comentamos sobre a D. Zuleika, que aos 86 anos ainda move montanhas.

O carnaval é uma festa que se renova a cada ano e num bloco tudo é transitório. Cabe, porém, a pergunta: que emoções terão permanecido com as pessoas que de algum modo vivenciaram os emocionantes momentos desses 22 anos do Escravos da Mauá? O que farão eles com esse sentimento no futuro? Particularmente, os jovens que desfilaram em pernas de pau, os que fizeram adereços, figurinos, estandartes, parangolés, fantasias e com elas desfilaram, em que dimensão a vivência do cortejo de rua poderá reverberar em suas trajetórias? E os que fizeram e carregaram as bandeiras? Os que fotografaram, filmaram, pintaram? Os que desenharam camisetas, as produziram ou as venderam para viabilizar o bloco? Os que se mobilizaram e trouxeram os amigos? Os que tocaram instrumentos, puxaram o samba, fizeram as músicas e os versos? Os que viram o bloco passar da calçada ou da janela de suas casas? Os que escreveram sobre o Escravos da Mauá e os que ao bloco ofertaram generosos reconhecimentos? Os que doaram e os que se doaram?

Diz o *Samba da maioria*, de 2011: “*vim de muito longe, eu fiz a pé a caminhada, não perdi a fé mesmo com as pedras pela estrada, eu chorei, sorri, ouvindo o som da batucada*”. Não havia um plano estratégico, não houve uma tática previamente deliberada, tudo se organizou fora da esfera oficial, colaborativamente, de olhos e ouvidos bem abertos, das pontas para o centro. Reverberando sentimentos geracionais, aprendendo com o território, sintonizando vontades de participação, nutridos por um formidável acervo poético e musical, fizeram-se os nós, depois a rede de afetos, o tecido de sentimentos e com ele a mais linda fantasia!

A área portuária vai mudar, está no epicentro das mudanças urbanas planejadas para a cidade no contexto dos grandes eventos que se seguirão. Não é razoável que quem vivenciou o abandono da região se oponha à mudança.

Mas nesse contexto de transformação, é essencial que a cultura popular e o Patrimônio Material e Imaterial da área portuária sejam preservados e valorizados, permaneçam. O Escravos da Mauá é só um bloco de Carnaval, nada além disso. Não nasceu com uma missão institucional nem plano estratégico, mas seu percurso e contribuição para a autoestima da área portuária é clara e irrevogável. Seu caminho ensina e faz pensar. A tabela, a seguir, registra os aspectos singulares relacionados à gestão do bloco que foram debatidos neste artigo.

Aspecto da gestão	Ferramentas típicas da gestão empresarial	Aspectos singulares da gestão do Escravos
Construção da identidade, missão, visão e valores	Formulação estratégica formalmente definida por colegiado de lideranças e equipe de direção; análises de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças como referências para a construção da identidade.	Identidade construída coletivamente, gradualmente, intuitivamente, inspirada por sentimentos geracionais e enraizada em referências materiais e imateriais do território.
Comunicação da visão, missão e valores	Quadros murais, indicadores desenhados pela equipe de direção, lidos e acompanhados pelos colaboradores.	Canal lírico, poético. Versos e melodias compostos e cantados pelos foliões e integrantes do bloco em praça pública.
Estrutura organizacional	Estrutura formal, com responsabilidade distribuída de forma hierárquica, em arranjos de característica linear, departamental, por projeto ou matricial.	Sistema informal, baseado numa estrutura de sentimentos. Responsabilidades consensadas de modo descentralizado e colaborativo.
Ações táticas e operacionais	Desdobradas hierárquica e organicamente a partir da formulação estratégica feita pela equipe de direção.	Apoiada em redes de cooperação solidária, iniciativa e participação voluntária, das pontas para o centro.

Resultado econômico pretendido e destinação	Faturamento – Despesas = Lucro Lucro distribuído entre os sócios.	Faturamento = Despesas Eventuais excedentes transferidos como “despesas” para apoiar a sustentabilidade de escolas e projetos da região portuária relacionados à “transformação pela arte”.
Marca e valor	Valor de marca como ativo dos sócios Marca como valor de mercado.	Marca de valor para a comunidade Marca como ativo comunitário.

Aspectos singulares relacionados à gestão do Escravos da Mauá em seus 22 anos de existência

Em 2014, o Escravos da Mauá foi mais uma vez destacado pelo jornal *O Globo*, por meio do seu prêmio Serpentina de Ouro. Notavelmente, porém, desta vez, lado a lado com o Escravos, subiram ao palco também o Cordão do Prata Preta e a Liga dos Blocos da Zona Portuária. Praticamente metade dos premiados relacionava-se diretamente com a região. É um fato simbólico relevante, que mostra a utilidade e a efetividade das iniciativas e ações afirmativas aqui narradas, vitais para a valorização da cultura popular diante do cenário de mudança.

Como o centro cultural da D. Zuleika, também o Escravos da Mauá não tem sede, vive na própria rua, construção sem paredes que, por 22 anos, resiste com dignidade e clara noção de valor, contribuindo para transformar posi-

tivamente o entorno. Vinte e dois anos de existência, não é pouco nessa época em que tudo parece efêmero e fugaz; é praticamente um sexto da história da república no Brasil.

Notas

- 1 Os autores desse artigo fizeram parte integrante do núcleo de fundadores do bloco em 1992 e seguem no grupo de amigos que até hoje organiza o *Escravos da Mauá*. Neste sentido, talvez seja correto dizer que o presente texto situa-se como um depoimento, a história oral de um fato vivido, ou uma pesquisa-ação onde fomos sujeitos da história, nela influímos e por ela fomos influenciados.
- 2 O conteúdo desta seção é baseado em Barros, Maria Teresa Guilhon M. de. "Blocos: vozes e percursos da reestruturação do Carnaval de rua no Rio de Janeiro", Dissertação (mestrado) defendida no Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, Programa de Pós-Graduação em História, Política e Bens Culturais, em maio de 2013.
- 3 O termo "Cidade Partida" é uma referência ao famoso livro de Zuenir Ventura, lançado em 1994.
- 4 O CD-ROM *Circuito Mauá* – Direção Eliane Costa – 1997. Disponível em: http://www.escravosdamaua.com.br/cd_maua.htm recebeu o *Prix Möbius como melhor produção da América Latina* em 1997 chegando a finalista num dos maiores eventos da área na época, o *Prix Möbius International des Multimédias, realizado em Paris*, em outubro de 1998.
- 5 Dissertações que foram base de pesquisa para o cd-rom *Praça Mauá, Saúde e Gamboa*:. Lamarão; Rhaba; Moura; Calabre e Addor.
- 6 Os músicos aqui referidos são os que compõem o Fabuloso Grupo Eu Canto Samba, como foi batizado o grupo de amigos que desde 1997 passou a conduzir as rodas de samba do *Escravos da Mauá* no Largo da Prainha.
- 7 Desde 2012 o bloco mantém uma página oficial no Facebook com cerca de cinco mil seguidores.
- 8 Verso do poema *Para viver um grande amor*, de Vinicius de Moraes.

- 9 Para gerir este projeto de sustentabilidade tornou-se necessária a criação em 2012 da Associação do BEM – Bloco Escravos da Mauá. Dela fazem parte fundadores e organizadores do bloco que seguem levando adiante o projeto, nominadamente: Cristina Lemos, Izair Ramunsch, Claudia Baldarelli, Juciara de Souza, Andrea Lessa, Pedro Muller, Eliane Costa, João Costa, Aparecida Neves, Jacqueline Pinto, Teresa Guilhon e Ricardo Costa. Registre-se que além destes muitos outros colaboradores participam voluntária e anonimamente da produção do Escravos da Mauá.

Documentos consultados ao acervo do Escravos Mauá

Projeto Cultural "Circuito Mauá" – 1987

Convênio para Promoção de Atividades Culturais (Projeto Cultural Circuito Mauá) – 1987

Convocação para o desfile 2013

Convocação para o desfile 2014

Samba enredo de 1993 e 2005 – Navio Negreiro (Ricardo S. Costa)

Samba enredo de 1994 – Cidadania na Praça Mauá (Ricardo S. Costa)

Samba enredo de 1995 – Tamborins da amizade (Ricardo S. Costa)

Samba enredo de 1996 – Ó o auê aí ó (vários)

Samba enredo de 1997 – Abre que eu quero passar (Ricardo e Eliane S. Costa)

Samba enredo de 1998 – Os artistas de Mauá (Eliane S. Costa)

Samba enredo de 1999 – No Largo da Prainha (Ricardo S. Costa e Zé da Lata)

Samba enredo de 2000 – Desce o morro (Ricardo S. Costa, Fernando Braga e Zé da Lata)

Samba enredo de 2001 – O som do Rio de Janeiro (Moacyr Luz)

Samba enredo de 2002 – Navio do samba (Ricardo Costa, Pedro Muller, Zé da Lata e ala dos compositores)

Samba enredo de 2003 – Lua do Povo (Ricardo Costa, Zé da Lata e ala dos compositores)

Samba enredo de 2004 – Quilombo da Mauá (Ala dos compositores)

Samba enredo de 2006 – Boa companhia faz o dia clarear (Ricardo Costa, Zé da Lata e ala dos compositores)

Samba enredo de 2007 – Raízes do samba (Ricardo S. Costa, Eliane Costa, Zé da Lata e ala dos compositores)

Samba enredo de 2008 – Samba do ventre livre (Ricardo S. Costa, Zé da Lata e ala dos compositores)

Samba enredo de 2009 – Samba do lava-pés (Ricardo S. Costa, Zé da Lata e ala dos compositores)

Samba enredo de 2010 – Samba da maioria (Ricardo S. Costa, Zé da Lata e ala dos compositores)

Samba enredo de 2011 – O que passou e o que virá (João Costa, Tiago Prata, Miguel Costa e Miguel Diniz)

Samba enredo de 2012 – Um Rio azul e amarelo (João Costa, Tiago Prata, Miguel Costa e Miguel Diniz)

Samba enredo de 2013 – Tesouros da Mauá (João Costa, Tiago Prata, Miguel Costa e Miguel Diniz)

Samba enredo de 2014 – Escravos da alegria (João Costa, Tiago Prata, Miguel Costa e Miguel Diniz)

A vida na era do upload

YASMIN THAYNÁ

A minha história com a internet começou com a chegada do telefone em Santa Rita, Nova Iguaçu, Rio de Janeiro, onde fui criada, e de um programa do Governo Federal, que permitiu incentivos fiscais para a fabricação em grande escala de computadores a serem vendidos a preço popular. O nome do programa era Computador para Todos. Um dia desses, tive o privilégio de saber que um dos idealizadores do programa, na época, é um professor que admiro demais, o Sergio Amadeu da Silveira, da Universidade Federal do ABC. Ele ficou muito emocionado quando contei que meu pai fez um banco enorme de madeira para todo mundo lá de casa poder acessar à internet.

Lembro-me que a máquina tinha espaço para colocar disquete e leitor de CD-ROM, a tecnologia de última geração em termos de mídia e uma grande novidade pelo bairro. Ainda que por um desejo de ostentação, ter um leitor de CD era crucial para o funcionamento do computador. Lembro até hoje do CD verde com um pinguim simpático impresso que veio junto com a máquina. O computador só funcionava com a mídia inserida, que permitia a leitura do sistema operacional Linux.

Sem dúvidas, o Computador para Todos foi um dos programas mais “vândalos”, usando o termo para marcar

a época que vivemos no Brasil. O programa, a meu ver, permitiu a reprodução em massa de pessoas com desejo de compartilhar, de se encontrar, conhecer e criar coisas juntas. Pessoas de diversos lugares, não só as que detinham o poder econômico de comprar o acesso ao mundo novo da internet. Tenho certeza de que essa ação gerou vários direitos ao longo da história e ajudou a avançar a ideia de democracia no país.

Quando recebemos o computador lá em casa, transportado do centro da cidade até a nossa casa pelos braços do meu pai, foi uma grande alegria. Lembro-me que ele não conseguiu conter sua surpresa de ter nos oferecido o que considerávamos “um grande universo”, um universo que chegou até nós em um espaço de tempo muito curto em relação à chegada da linha telefônica. Com o carnê de uma loja que meu pai era cliente há anos, ele conseguiu em uma semana, após ter comprado um telefone, parcelar em 12 vezes sem juros o nosso primeiro computador.

Um novo mundo se abriu para nós. O mundo digital. O mundo do upload. E é sobre esse encontro que eu vou tratar neste artigo. Alternando relatos e algumas conclusões a que cheguei durante esses anos de imersão na cultura das redes.

ERA DO COMPARTILHAMENTO

Hoje, nós compartilhamos coisas todos os dias, seja por SMS, mensagens de voz, ligações, encontros presenciais, textos na web, videoconferências, postagens nas redes sociais. São muitas as formas que existem de se compartilhar informações. A origem do compartilhamento equivale à

origem da humanidade. Onde tem vida, tem compartilhamento de conteúdos. Assim como os povos primitivos, que utilizavam a imitação como um método educacional, a tradição oral dos povos mais antigos da sociedade valorizava além da história – passada dos mais velhos para os mais novos – as lendas e costumes por meio da conversa ou de uma música. Atualmente, para fazer esse mesmo processo, temos o Youtube.

Os tutoriais que encontramos no Youtube ensinam a montar um robô, fazer um aplicativo ou abrir uma lata. A forma como as técnicas são ensinadas simula o mesmo procedimento que usamos em casa quando vamos ensinar uma receita gastronômica a alguém: “você vai precisar de...”. O fato é que o Youtube, um lugar aberto e gratuito, por meio do qual “você transmite” o que sabe, deu continuidade ao formato de compartilhamento. Isso é fundamental para entender a cultura da internet, onde esses tutoriais, feitos por qualquer pessoa disposta a passar adiante o que aprendeu, exerce grande centralidade.

A própria história da criação do Youtube é um exemplo da força dessa cultura. O site começou com um desejo de amigos em compartilhar vídeos entre eles. Essa invenção aconteceu dentro de um hackerspace, espaço livre de troca de experiências, que existia numa garagem nos Estados Unidos, em 2005. O YouTube, talvez, tenha sido uma plataforma bem resolvida, na qual os usuários, que já compartilhavam o que sabiam via blog/sites, enxergaram uma boa chance de ajudar pessoas do outro lado do mundo a resolverem um problema passo-a-passo com explicações simples, claras e diretas, por meio do que se chama de tutorial ou videoaula. Esse método de aprender/ensinar certos

tipos de repertórios ainda segue o padrão presencial dentro das escolas, por exemplo, e que hoje, necessariamente, não precisa acontecer dessa maneira. As barreiras geográficas, sociais e econômicas se encurtam no momento em que uma pessoa interessada em passar adiante o que aprendeu joga na rede um link público com informações necessárias para outras pessoas.

O advogado norte-americano, Lawrence Lessig, diz sobre compartilhamento na internet: “Não há forma de matar essa tecnologia. Você pode apenas criminalizar seu uso. E se isso é crime, temos uma geração inteira de criminosos”. Como não se apaixonar por essa possibilidade?

ACESSO À REDE

O computador chegou em minha casa e com ele nasceu a minha vontade de explorar um ambiente com o qual eu jamais havia tido contato: decidi que queria estudar informática. Nossa casa ficava relativamente perto de uma escola técnica federal que oferecia um curso técnico de informática. Foi aí que liguei os pontos e descobri a programação. Meu pai, que já estava na ostentação máxima, comprou uma Lexmark, uma impressora multifuncional, que me possibilitou imprimir muitas apostilas de código de programação para o estudo quando eu tivesse que dividir o PC com meus irmãos.

Por um lado, não fui muito sagaz em ter estudado os algoritmos com dedicação, mesmo não tendo aprendido muito além do básico da programação. Isso por que quando recebi o edital da prova de seleção que teria de fazer para

entrar na escola técnica, vi que o exigido eram os conteúdos do ensino fundamental: matemática, geografia, história, etc. E nada de programação. Por outro, o meu desejo de ser desenvolvedora permaneceu no meu imaginário até os dias de hoje.

O acesso à internet me trouxe também muitas novas oportunidades de conhecimento. Passei a ir além do que tocava no rádio, do que tinha no bairro e do que passava na TV, apesar de eu jamais ter sido uma telespectadora assídua. E mais do que isso, a internet me estimulou a desejar fazer coisas, e não assistir a coisas. O que eu queria era aprender ferramentas naquele ambiente digital. Fico emocionada ao lembrar-me das vezes que descobri outros cantores da música popular brasileira, que sempre gostei, e da descoberta do eMule, um software livre que permitia baixar ficheiros e arquivos que outros usuários compartilhavam. Foi por um arquivo do eMule que baixei e assisti ao primeiro Charlie Chaplin da vida, o filme *Tempos modernos*.

Compartilhar o que tenho ou o que sei sempre foi central para mim. Quando comecei a desbravar os blogs na rede, vi que podia escrever literatura. E essa ideia veio na época em que o melhor amigo do meu pai, que é fera em língua portuguesa, tinha, recentemente, voltado para o Brasil, mas que ainda morava longe de nós. Ali, vi a oportunidade de enviar os meus escritos para ele e ficar durante um bom tempo fazendo videoaulas sobre os capítulos do primeiro livro que escrevi ali, na rede, “trocando ideia”.

OUTROS CAMINHOS

Não entrei na escola técnica. A vida me levou para outro caminho. Acabei indo estudar eletrotécnica em outra escola pública. Em 2008, o ano em que ingressei no ensino médio, passei a usar o Youtube de maneira constante. Dormia e acordava resolvendo cálculos de eletricidade. A partir daí, o Youtube entra com mais força no meu dia a dia, quando eu não compreendia pelos livros e nem pelas aulas presenciais, o que era bastante comum, corria para o Youtube. Os professores explicavam bem, mas as metodologias que as pessoas adotavam pelos tutoriais pareciam me aproximar da física de uma forma mais leve e eficiente.

No meio de tanta física, motor elétrico, transformadores, descobri que na minha cidade existia um espaço público perto da escola, que eu podia frequentar toda semana. Era o espaço Sylvio Monteiro, mais conhecido como Casa de Cultura de Nova Iguaçu. Na época, existiam atividades voltadas para malabaristas e simpatizantes. Lá, inventei mais uma vida que ficou para a posteridade. O mais curioso desse episódio é que eu tinha voltado recentemente da Bahia, aos 15 anos de idade. Alguns meses antes do meu aniversário, meu padrinho perguntou se eu queria uma festa ou uma viagem para a Bahia. Nunca curti muito fazer festas, então, optei pela viagem que me fez sair pela primeira vez do Rio de Janeiro.

Dando um “rolezinho” pelo centro comercial de Porto Seguro, na Bahia, vi vendedores ambulantes comercializando malabares. Comprei uns três tipos e, conversando com o vendedor, disse de onde eu era e ele me contou que em Nova Iguaçu existia um espaço onde malabaristas de várias

partes do Rio, e até da América Latina, se reuniam para trocar ideias e técnicas.

Era a Casa de Cultura de Nova Iguaçu. Esse espaço me possibilitou conhecer um pouco mais do meu corpo; passei a ficar mais por dentro do que acontecia na cidade, a estar sempre em movimento e, também, me estimulou a estender a vontade de estar em contato com malabares para além daquele espaço. Como eu não podia circular muito fora da minha cidade sozinha, mais uma vez resolvi recorrer ao Youtube. Passei a assistir a pessoas que ensinavam truques de malabares em vídeo. Não existia um canal específico. Na verdade, um vídeo levava a outro.

PLANOS E SEQUÊNCIAS

Depois dos malabares, arrisquei viver outra vida dentro da minha cidade. Vi que eu não tinha muita chance de ir para a Escola Nacional de Circo, mas que, apesar de nunca ter pensado que pudesse levar a sério, eu já tinha uma prática antiga: escrever. Iniciei as atividades num antigo espaço dentro da gestão que administrava a cultura da cidade, chamado CulturaNI, conhecido por muitos por *Jovem repórter*. Resumidamente, era o espaço onde jovens moradores de Nova Iguaçu produziam reportagens, notícias, vídeos sobre a cidade. Circulavam a cidade inteira, do bairro mais afastado ao centro. Conversavam com moradores, desde o artista, o historiador da cidade, o idealizador do museu, professor, camelôs, modelos, até músicos, poetas, escritores, cineclubistas, rezadeiras. O foco eram as pessoas. Cada jovem escrevia um texto por semana no blog. No ano que entrei, o

grupo era formado por mais de 30 jovens, que se reuniam uma vez na semana para discutir pautas com a orientação do jornalista e escritor Julio Ludemir.

Foi escrevendo para o CulturaNI que tive a chance de descobrir também que existia um espaço na cidade para estudar cinema, que se chamava Escola Livre de Cinema (ELC). Vi uma oportunidade para experimentar o que nunca havia passado pela minha cabeça, que era estudar cinema. Participei de um dos processos mais concorridos da história da ELC, quando a sede ainda era em Miguel Couto. Atualmente, está localizada em Austin.

Passei para o curso de roteiro, e o professor, Raul Fernando, dava todas as aulas com o YouTube ligado. Foi ali, em um dos verões mais quentes de Miguel Couto, que descobri Martin Scorsese, Glauber Rocha, Rogério Sganzerla, Pier Paolo Pasolini, Stanley Kubrick, Steven Spielberg, Federico Fellini. Eu tive aulas de narrativa assistindo trechos geniais do filme *Marca da maldade*, do Orson Wells; sobre as possibilidades de se apresentar personagens com o filme *O grande Lebowski*, de Joel Coen; também aprendi o que era plano sequência assistindo *Soy Cuba*, de Mikhail Kalatozov, e tantos outros que poderia citar.

Tudo isso com o Raul Fernando, e sua genial metodologia de nos fazer usar o Youtube que em 2010 já nos era acessível em casa ou em lan houses. Também podíamos usar os computadores da escola para pesquisar. Como extensão das aulas, ele alimentava o blog, que existe até hoje, Dicas do tio Raul, que possui a seguinte descrição: *O Youtube é uma ferramenta muito utilizada em minhas aulas. A pedido dos alunos, criei este blog, onde organizo planos, sequências e créditos de filmes que considero relevantes e*

que comumente uso como exemplo em sala de aula. Assista em tela cheia.

RECONSTRUÇÃO

A Escola Livre de Cinema aguçou um desejo de aprender o que eu não podia pagar. Então, comecei a explorar com muita vontade os tutoriais de edição de vídeo. E, assim, já tenho sete filmes dirigidos e editados com o que aprendi por lá, todos com orçamento zero, em sua maioria filme experimental, um média-metragem e seis curtas. Todos com pessoas do bairro onde cresci, inclusive um, que se chama *Reconstrução*, muito inspirado nos filmes do Godard, sem respeitar continuidade da narrativa. Eu fiz esse filme ao sair da escola. Com uma câmera digital compacta, filmei meu pai, meus irmãos e amigos deles concretando a laje de um quarto do segundo andar da minha casa. Filmei do início da manhã até o final do trabalho. Passei mais de seis horas filmando e, há três anos, edito esse filme, por isso que o nome *Reconstrução*, porque todo ano eu o reedito.

Além disso, associo a prática do “bater laje” com o que acontece no Youtube e nos movimentos de compartilhamento, muito inspirado no que o Claudio Prado fala em um vídeo:

O Brasil é um país colaborativo, é um país de colagens. Um país que foi feito na base do remix. O Brasil é o remix total onde isso se dá de uma forma cultural extremamente interessante. Eu descobri isso quando tentei explicar algumas vezes o que é um mutirão para os gringos. Pega um europeu e tenta

explicar o que é um mutirão. O cara não entende o mutirão. Ele não entende a possibilidade de que o cara, na favela, pega um grupo de pessoas para construir a casa do outro, no domingo, por troca de uma caipirinha, de uma cerveja e de uma feijoada. E ele passa o dia enchendo a laje do outro e trabalhando com o outro. Isso é uma curtição. Essa ideia de curtir, que o mutirão seja o elemento de criação, de alegria dentro de uma situação de favela onde a escassez é a essência, essa transformação alquímica da escassez em alegria, é a internet renunciada. A cultura da colaboração renunciada. Por isso que quando bateu aqui no Brasil as pontas dessa nova realidade colaborativa, que estava começando a nascer no mundo, ela encontra um terreno extremamente fértil no Brasil.

Essa parte de associar o filme à internet, especialmente ao Youtube, passou a existir a partir do último corte que fiz do filme. Num período que pude conhecer o Festival CulturaDigital.Br, que foi uma catarse para mim. Somente dois festivais foram catárticos na minha vida: o Iguacine, um festival de cinema que acontecia em Nova Iguaçu e trazia gente do Brasil inteiro para falar de cinema, e o Festival CulturaDigital.Br, que ocorreu no Rio de Janeiro, no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro e na Cinelândia, em 2011.

Eu nunca tinha visto tanta gente interessante, que agita um Brasil que é das redes, da cultura digital, do compartilhamento, da liberdade e do amor. Eu morei no MAM durante todos os dias do festival. Foi lá que vi o vídeo do Claudio Prado onde ele fala o trecho acima. Além de ter me encontrado, percebi que tudo que fazia na época se cruzava intensamente com o que estava acontecendo ali, nas oficinas do Ônibus Hacker, com as trocas todas de ro-

bótica, oficinas de *open design* à projeção de poesias em pipas no céu.

Eu era estagiária de cultura digital do primeiro ano da Agência de Redes para a Juventude, um projeto que estimulava jovens de origem popular a serem os realizadores de suas próprias ideias em seus territórios. E a agência tinha sido convidada para participar do festival. Ali, eu entendi muitas coisas: já estava na faculdade, em comunicação social, jornalismo, mas não me bastava a ideia de ser jornalista, apesar de achar uma profissão muito bonita. E durante o festival, ouvi falar do Massachusetts Institute of Technology (MIT). Naquele momento, vi que não precisava ser, necessariamente, uma jornalista, mas que podia inventar um modo de ligar as coisas para conseguir estudar no MIT.

AÇÕES NOS AMBIENTES DE ATUAÇÃO

Os uploads permitiram os maiores hackeios que eu vejo acontecendo desde o momento que comecei a observar a internet como uma ferramenta potente. Quando estudava eletrotécnica, em 2008, o uso massivo de caixinhas de som portáteis com entrada para pendrive ou cartão de memória para ouvir música na rua ainda não era tendência. Mesmo assim, vi um garoto de 14 anos, que estudava eletrônica na mesma escola que eu, aparecer no pátio com uma mochila jeans toda rasgada, com as logos de banda de metal e punk rock desenhadas com caneta na parte da frente da mochila e com um alto falante, bateria e uma entrada USB, que carregava a bateria e onde ele colocava o pendrive para tocar a música. Ele misturou o que havia aprendido no laboratório de eletrônica

da escola com o auxílio de vídeos tutoriais e criou uma mo-chila que tocava som. Aquilo era sensacional. Alguns anos depois, as caixinhas começaram a chegar às lojas.

Esse tipo de empoderamento eu perceberia muitas vezes desde então. A rede permite ao sujeito intervir em seus ambientes de atuação. Durante as manifestações de junho de 2014, que ocorreram, praticamente, em todo o Brasil, o ativista Bruno Ferreira Teles foi preso e acusado pela Polícia Militar do Rio de Janeiro de portar um *coquetel molotov*. O que provou a inocência de Bruno foram os vídeos postados no Youtube por diversos ativistas, que com celular e câmera registraram o momento. Esses vídeos foram disseminados na rede em pouquíssimo tempo, chegando a advogados e para a própria polícia. Com as amarrações políticas e a concessão das emissoras particulares de informação pública, a rede se torna um meio fundamental para se que se faça justiça.

Outro exemplo que posso citar é o da Batalha do Passinho, uma espécie de concurso de um tipo de dança que surgiu nas favelas cariocas. Trabalhei na batalha e percebi o quanto a difusão pela internet potencializava o passinho do menor da favela, fazendo-o chegar a outras esferas da cidade. Aquela cultura, que antes era alimentada pelos bailes em favelas e periferias, passava a ser registrada no Youtube, onde um garoto, ou uma garota, colocava um funk para tocar e com um celular registrava sua arte. O dançarino rabisca, que é como eles se referem ao ato de dançar, edita o vídeo e corre para a lan house subir o vídeo no Youtube para bombar na rede. Surge, então, mais um modo de expressão que o garoto e a garota de periferia inventaram, sem qualquer mediação do Estado ou empresas privadas, para dar visibilidade para o que sabiam e gostavam de fazer.

A Batalha do Passinho acontecia em fases, com eliminatórias em várias favelas da cidade e uma final com os representantes de cada comunidade participante das fases anteriores. Todos os palcos eram formados por jurados, alguns da favela e outros de fora. O evento chamou atenção da imprensa nacional e internacional, repercutindo para fora o que a favela já fazia há anos. Esse fenômeno, de alguma forma, ainda que não totalmente, ajudou a potencializar e ampliar as redes que o passinho poderia estar inserido. Surgiram novos trabalhos criados pelos próprios dançarinos, como, por exemplo, a Escola Livre do Passinho lá na Favela da Rocinha, em São Conrado, Rio de Janeiro; um filme sobre a dança, chamado *Batalha do Passinho*, dirigido pelo documentarista Emílio Domingos, onde ele registra várias batalhas desde a primeira com depoimento dos dançarinos que começaram a mostrar e acreditar, através da rede, no passinho como uma dança brasileira; como também o recente espetáculo *Na batalha*, que conta, por meio de projeções, música e passinho, a história dos bailes funks, das danças, dos modos de vestir, dos problemas sociais enfrentados dentro das periferias – como extermínio da juventude negra, o assassinato de vários dançarinos de passinho, o problema do crack – entre outras críticas. Essas iniciativas citadas ajudaram no processo de profissionalização do “passinho do menor da favela” como uma dança brasileira, que está sendo reproduzida em vários países.

Fica claro que a rede facilitou um processo de autoestima e abertura para outros modos de se expressar artisticamente. Possibilidades estas que não têm a ver com luxo, mas sim com o capital simbólico. Uma fala da Leandra Perfect, a criadora da maior comunidade de passinho na internet,

prova isto. Ela deu um depoimento para o filme *Batalha do Passinho* que é mais ou menos assim: “na favela, quem tem poder é o traficante. Hoje, o dançarino de passinho também tem poder dentro da favela”. Isso quer dizer que o sujeito que surgiu com a rede relaciona a cultura, identidade e seu território, e cria um espaço de intervenção para que outros possam surgir por outros meios, talvez, menos desiguais.

EXPERIÊNCIAS NA REDE

Para ir além das experiências que presenciei durante esses anos a partir e pela rede, resolvi conversar com algumas pessoas que dedicam parte do seu tempo para compartilhar o que sabem. E escolhem a rede por ser mais acessível geograficamente e financeiramente. Conversei com a Michelle Fernandes, de 30 anos, moradora de São Paulo, proprietária e designer de turbantes e acessórios da marca Boutique de Krioula; o Pedro Aquino, de 28 anos, formado em Comunicação Social, mora no Rio de Janeiro e é proprietário de um estúdio de fotografia (Ilumina Studio), que trabalha com tratamento e manipulação de imagem e motion graphic design; o Lucas Matheus Binsfeld, de 18 anos, mora em Cascavel Paraná, é produtor audiovisual de uma empresa de e-commerce na internet, a Dactylo Moveis, estudante de Publicidade e Propaganda E criador do canal Professor Youtuber; Camila Achutti, de 22 Anos, mora em São Paulo, é Engenheira de Software e está fazendo mestrado na área de Ciência da Computação na Universidade de São Paulo, IME, e se dedica ao canal no Youtube Mulheres na Computação; e Lucas Gardezani Abduch, de 22 anos, mora no

Rio de Janeiro, é Youtuber, malabarista e estudante do PRO-FAC, do Circo Crescer e Viver.

Michele, da Boutique de Krioula, faz vídeos para ensinar a fazer amarrações de turbantes. Com o Youtube, ela consegue gerar alguns valores sobre as visualizações dos vídeos, mas o retorno maior é o contato direto com os clientes e pessoas do mundo inteiro. Os vídeos da boutique são gravados em casa, com uma câmera semiprofissional. Michele investiu em iluminação e costuma editar no Movie Maker, um software de edição amador de vídeos. Quando se dispõe a gravar um vídeo, utiliza um dia inteiro para isso. “Muita gente pensa que é só chegar e gravar, mas não, tem que preparar os tecidos, pensar nas amarrações, aí vem a maquiagem, a gravação, regravações até ficar bom, aí vai para a edição e somente depois de tudo isso é que está pronto para ir para o Youtube.”

O público do canal Boutique de Krioula é, na maior parte, de mulheres de 15 a 40 anos, brasileiras que estão na fase de transição, deixando de usar química no cabelo e aceitando seu cabelo natural, “mulheres que perderam seu cabelo no tratamento do câncer e mulheres comuns que querem se sentir mais bonitas ainda e compor seu estilo com um belo turbante no dia a dia.”

Já Pedro Aquino mantém um canal que ensina como mexer no programa Adobe After Effects, um software de pós-produção e animações gráficas. Na virada de 2011 para 2012, ele resolveu compartilhar gratuitamente seus conhecimentos pelo Youtube. Começou com um tutorial básico de Sony Vegas, que ensinava a estabilizar um vídeo e, logo depois, lançou outro vídeo apresentando alguns fundamentos de After Effects.

A sua intenção em fazer tutoriais é a de compartilhar com as pessoas, de forma gratuita, os seus conhecimentos. “Não é filantropia, não é favor. Apenas sinto uma felicidade imensa ao perceber como alguns tutoriais bem feitos e divertidos podem mudar vidas”. Para gravar, ele usa o Camtasia, que grava a sua tela, Adobe Audition para limpar e equalizar o áudio e Adobe Premiere para editar. Em média, utiliza dois dias para gravar um bom tutorial. O primeiro dia é o da criação do que vai ensinar e da elaboração passo a passo do que deve ser feito para alcançar aquele resultado. O segundo dia, para gravar, editar o áudio no Audition, fazer os cortes no Premiere, *renderizar* e publicar no Youtube.

Ele acredita que se público são pessoas que se ligaram na potência que é adquirir conhecimentos na internet. Seus alunos variam de 12 a 60 anos, homens e mulheres, de classes sociais variadas, de norte a sul, leste a oeste do Brasil, alguns de Portugal, alguns de países da África que falam português. “Muito diversificado. Mas todos ou são artistas ou estão com seu lado artista preso no coração devido às pressões e convenções externas de que a única maneira de sobreviver é sendo médico, advogado ou engenheiro, trabalhando para uma multinacional, ou fazendo concurso público.”

Lucas Matheus Binsfeld, do canal Professor Youtuber, diz que não é possível definir uma utilidade específica, porque não se trata de um software apenas. No canal, é possível aprender técnicas em Illustrator, Premiere, After Effects e outros. Apesar de Lucas achar que, em razão da quantidade de informação fornecida, alguns de seus vídeos podem ser desnecessários, ele percebe que as pessoas acessam o canal pelo feedback e organização. O que passa a contar na co-

munidade é a qualidade. Quanto maior ela for, filtrada e organizada, mais chance há de atingir novas pessoas.

O lugar de gravação é em casa, no quarto, não há estúdio profissional para isso. Lucas disse que por acreditar nos vídeos e nas pessoas que os assistem, já comprou equipamentos para melhorar o desempenho. Inclusive, parte do dinheiro que recebe via Youtube utiliza para adquirir novas ferramentas de trabalho e upgrades para o canal e o site. Os programas que ele usa para trabalhar são o Atube Catcher e o Camtasia Studio.

Quando falamos em tutoriais, é normal pensar em coisas técnicas, como mexer num software ou como fazer um vídeo. O que a Camila Achutti faz no canal Mulheres na Computação é diferente. São vídeos onde ela divide experiências e impressões sobre as coisas que observa no mundo da tecnologia. “O meu primeiro vídeo foi por causa de uma leitora que me escreveu e eu, no impulso, fiz o vídeo. Depois disso, percebi que essa era mais uma possibilidade de alcançar as pessoas”.

De tudo que disse por lá, Camila acredita que se fizer uma revisita, um dos pontos mais fortes é sobre como não se deixar levar por pressão e estereótipos da figura da mulher na tecnologia. Ela reforça e entende a importância de a mulher ocupar esses espaços como pensadoras e produtoras dos conhecimentos que cercam o mundo tecnológico.

Hoje, muitas leitoras tornaram-se realizadoras no campo da tecnologia. Camila cita as meninas do Technovation Challenge, que “estão mandando muitos aplicativos. Acho que o tutorial sobre app Inventor foi o que mais teve resultado”.

Para falar de seu público, Camila arrisca ainda dizer que são meninas de 13, 14 anos até 40, 50 anos que, de algu-

ma maneira, se interessam, trabalham ou querem aprender mais sobre o mundo da tecnologia.

Camila tem certeza que o Youtube e a internet são lugares com grande potencial de aprendizagem. “Basta olhar para o formato de cursos como o Coursera, Veduca, entre outros, e perceber que todos foram inspirados no Youtube”.

O malabarista Lucas Gardezani postou seu primeiro tutorial em fevereiro de 2010, mas começou a produzir em quantidade e alta qualidade em maio de 2012. Atualmente, ele mantém o canal Malabarize-se, cujo objetivo é desenvolver e popularizar o malabarismo e o circo. Para Lucas, os tutoriais são pilares importantes para isso, pois ajudam a capacitar novos malabaristas e aperfeiçoar conhecimentos daqueles que já praticam. “Com isso, ganho principalmente satisfação pessoal e profissional por acreditar que espalhar arte e cultura gera impacto social positivo.”

Ele aprendeu malabarismo pelo Youtube e diz continuar aprendendo. Hoje, aprende mais vendo vídeos-arte do que tutoriais. “Também vejo muitos vídeos de receitas veganas na internet, para ter ideias e criar as minhas próprias versões. Além disso, tudo que sei de fotografia, videomaking e edição aprendi pela internet. O aprendizado é um processo constante, acontece a todo momento”.

Se visitarmos o canal Malabarize-se, é possível aprender o básico do malabarismo com bolas e noções de malabarismo de contato, diabolôs e bastão/staff, entre outras modalidades. “Ainda falta muita coisa para ser produzida, mas, aos poucos, o projeto vai crescendo e assumindo uma forma mais elaborada.”

O rapper emicida diz em uma das suas letras, *Ubuntu Fristili*: “eles não vão entender o que são riscos e nem que

nossos livros de história foram discos”. Este trecho devolve para nós uma ideia sobre os acessos que antes estavam presos a uma biblioteca pública, localizada nos centros das cidades ou eram permitidos somente para aqueles que tinham poder aquisitivo, e que, dentro das camadas populares da cidade (periferias, favelas), foi fundamental o processo de horizontalização dos repertórios, com CDs de música, DVDs de shows, filmes, séries, as Jukebox do bairro e, por fim, a internet com seus sites de download e seus aplicativos de compartilhamento de arquivo via Torrent.

Tudo isso contribuiu consideravelmente para o surgimento de novas ideias, o amadurecimento dos processos colaborativos em rede. Entre outros, destaco, também, o empoderamento de sujeitos a partir da rede, na qual eles passam a assumir como identidade profissional suas atividades de compartilhamento de conteúdos e ampliação de acessos. Passam a entender o que fazem como uma ação política. Em tempos como esse, não se pode viver sem upload.

Notas

- 1 Livre tradução de trecho do documentário *A Remix Manifesto*. Trecho retirado de: <http://revolucao.etc.br/archives/creative-commons-a-cultura-do-remix-e-do-compartilhamento/>.

Bibliografia reunida

ABRÃO, Eliane Y. *Direitos de Autor e Direitos Conexos*. São Paulo: Editora do Brasil, 2002.

AGUDO, Dudu de Morro. *Enraizados: os híbridos locais*. Rio de Janeiro: Ed, Aeroplano, 2011.

ALVES, Rôssi. *Rio de rimas*. Rio de Janeiro: Ed. Aeroplano, 2013.

ALVITO, Marcus e ZALUAR, Alba (Org). *Um século de favela*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998.

ANDERSON, Chris. *Makers. The New Industrial Revolution*. New York: Crown Business, 2012.

ARTHUR, Brian. (2011) “The Second Economy”. McKinsey Quarterly, october http://www.mckinsey.com/insights/strategy/the_second_economy, última consulta 14/08/2014.

BALKAN, Aral. (2014 a) “Free is a lie” <http://vimeo.com/93176515>, última consulta, 22/08/2014.

BALKAN, Aral. (2014b) “Spyware 2.0” <https://aralbalkan.com/notes/spyware-2.0/>, última consulta 22/08/2014.

BARROS, Maria Teresa Guilhon M. de. *Blocos: vozes e percursos da reestruturação do Carnaval de rua no Rio de Ja-*

neiro. Dissertação (mestrado). Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, Programa de Pós-Graduação em História, Política e Bens Culturais. Rio de Janeiro, 2013.

BAUWENS, Michel. (2012) “Evolving towards a Partner State in a Ethical Economy”. Reality Sandwich http://realitysandwich.com/142773/evolving_partner_state_ethical_economy/ (última consulta 15/08/2014).

BENKLER, Yochai. *The Penguin and the Leviathan. How Cooperation Triumphs over Self-Interest*. New York. Crown Business, 2011.

BERGER, Peter e LUCKMAM, Thomas – *A construção Social da Realidade*, Ed. Vozes, 10a edição, Rio de Janeiro, 1993.

BERNHOLZ, Lucy, Chiara Cordelli e Rob Reich (2013) “The Emergence of Digital Civil Society” Center of Philanthropy and Civil Society. University of Stanford. Disponível em: <http://web.stanford.edu/group/pacs/cgi-bin/wordpress/wp-content/uploads/Emergence.pdf>, última consulta, 14/08/2014.

BEZERRA, Luciana. *Meu destino era o Nós do Morro*. Rio de Janeiro: Ed. Aeroplano, 2010.

BOURDIEU, Pierre. *Poder Simbólico*, Ed. Difel, Lisboa, 1994.

_____ *Coisas Ditas*, Ed. Brasiliense, 1990.

BURGER, Andrew. (2014) “China Leads Global Solar Growth: New PV Capacity Up 232 Percent” <http://www.triplepundit.com/2014/08/china-leads-global-solar-growth-new-pv-capacity-232-percent/> (última consulta, 16/08/2014).

BOLAÑO, César. (2010). Indústria, criatividade e desenvolvimento. Texto apresentado na I Conferência Internacional de Economia Criativa do Nordeste – Anima Cult, 8 a 10 de dezembro de 2010, Fortaleza – CE. Mimeo. Disponível em <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-2053-1.pdf> Disponível em <http://eprints.qut.edu.au/28227/>.

CANCLINI, Néstor. *Culturas Híbridas*. Rio de Janeiro: Ed. Sudamericana, 1992.

_____ - *Consumidores e Cidadãos*. Rio de Janeiro. Ed. UFRJ, 1995.

CARVALHO, José Murilo de. *Cidadania no Brasil: o longo caminho*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 2000.

CASTELLS, Manuel. *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Oxford. Oxford University Press, 1996.

_____ - *Communication Power*. Oxford. Oxford University Press, 2009.

_____ - *Networks of Outrage and Hope. Social Movements in the Internet Age*. Polity Press. Cambridge UK, 2012.

CASTRO, Ruy. *Carnaval No Fogo: Crônica de Uma Cidade Excitante Demais*. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2003.

COASE, Ronald. (1937) “The Nature of the Firm”. *Economica*, New Series, Vol. 4, No. 16. (Nov), pp. 386-405. Disponível em: <http://www.colorado.edu/ibs/eb/alston/econ4504/readings/The%20Nature%20of%20the%20Firm%20by%20Coase.pdf>, última consulta 16/08/2014.

COSTA, Eliane. *Jangada Digital*. Rio de Janeiro: Azougue, 2011.

COSTA, Haroldo, *100 Anos de Carnaval No Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Editora Irmãos Vitale, 2001.

CULTURA, Binho. *A história que eu conto*. Rio e Janeiro: Aeroplano, 2013.

DA MATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

DE CLERCQ, Geert. (2013) “Analysis: Renewables turn utilities into dinosaurs of the energy world” <http://www.reuters.com/article/2013/03/08/us-utilities-threat-idUSBRE92709E20130308>, última consulta, 13/06/2014.

DEL PRIORE, Mary. *Histórias íntimas - Sexualidade e erotismo na história do Brasil*. São Paulo: Ed. Planeta, 2011.

DE LUCA, Luiz Gonzaga Assis. *A Hora do Cinema Digital*. Coleção Aplauso. São Paulo: Imprensa Oficial, 2009.

DE SOUZA, Zuleika Sant'Anna. *A vida e o sonho: memórias afetivas de Honório Gurgel*. Rio de Janeiro: Edição do autor, 2012.

DINIZ, Luciana Nemer. Conjunto Habitacional Presidente Getúlio Vargas: da proposta monumental à sobrevivência nos dias atuais. Rio de Janeiro: Anais do VII *Seminário Docomomo Brasil*, 2007.

FAUSTINI, Marcus Vinícius. *Guia afetivo da periferia*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2010.

FERNANDES, Taiane. Políticas para a cultura digital. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org). *Políticas culturais no governo Lula*. Salvador: EDUFBA, 2010.

FERREIRA, Juca e GIL, Gilberto. *Cultura pela palavra*. Rio de Janeiro: Ed Versal, 2013

GATES, Bill. (1976) "An Open Letter to Hobbyists". Disponível em: <http://www.blinkenlights.com/classiccmp/gateswhine.html>, última consulta, 10/06/2014.

GERSHENFELD, Neil. (2012) "How to Make Almost Anything. The Digital Fabrication Revolution". *Foreign Affairs*, novembro/dezembro:43/57. Disponível em: <http://www.foreignaffairs.com/articles/138154/neil-gershenfeld/how-to-make-almost-anything>, última consulta 21/08/2014.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. *Ressonância, materialidade e subjetividade: as culturas como patrimônios*. In: Horiz. antropol. vol.11 no.23 Porto Alegre, 2005.

GONZAGA, Luiz et al. *A Hora do Cinema Digital*. Brasil: Imprensa Oficial, 2009.

GORTZ, Andre. *O Imaterial. Conhecimento, Valor e Capital*. São Paulo. Annablume, 2005.

HAESBART, Rogério – Des-territorialização e identidade – a rede “gaúcha” no nordeste – Eduff, Niterói, 1997.

HAIGHT, Nardia. e HOFFMAN, Andrew. “Hybrid organizations: The next chapter of sustainable business”. *Organizational Dynamics* (2012) 41, 126—134, 2012.

HALBWACHS, Maurice. *A Memória Coletiva*. São Paulo: Vértice, 1990.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2005.

HECK, Stefan e ROGERS, Matt. *Resource Revolution. How to capture the biggest business opportunity in a century*. Amazon Publishing, 2014.

HOBSBAWM, Eric. *A Invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

JAGUARIBE, Beatriz. *Carnival Crowds*. In: Rio de Janeiro:

Urban Life Through the Eyes of the City. Londres: Editora Routledge, no prelo (2013).

JUNIOR, Jose. *Da favela para o mundo: a história do Grupo Cultural Afroreggae*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

KAUARK, Giuliana. Participação e interesses do MinC na Convenção sobre a Diversidade Cultural. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org). *Políticas culturais no governo Lula*. Salvador: EDUFBA, 2010.

KEEN, Andrew. *O culto do amador: como blogs, MySpace, Youtube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, nossa cultura e valores*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

LEMOS, Andre. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In: Lemos, A.; Cunha, P. (Org.). *Olhares sobre a Cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

LEMOS, Ronaldo e CASTRO, Oona. *Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música*. Rio de Janeiro: Ed. Aeroplano, 2008.

_____ e VARON, Joana (orgs). *Pontos de Cultura e Lan-houses: estruturas para inovação na base da pirâmide*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2011.

_____. *Futuros Possíveis*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

LESSA, Carlos. *O Rio de todos os Brasis: uma reflexão em busca de autoestima*. (Coleção Metrôpoles) Rio de Janeiro: Editora Record, 2001.

LESSIG, Lawrence. *Cultura Livre*. São Paulo: Trama, 2005.

_____. *Remix. Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. Penguin Press, 2008.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.

_____. *Inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. Ed. Loyola, 1998.

_____. *O que é o virtual*. São Paulo: Ed. 34, 1998.

_____. *As tecnologias da inteligência*. São Paulo: Ed. 34, 1993.

LUDEMIR, Julio. *1001 funks que você tem que ouvir antes de morrer*. Rio de Janeiro: Ed. Aeroplano, 2013.

Jota Efegê. *Figuras e coisas do carnaval carioca*. Rio de Janeiro: Editora Funarte, 2007.

MANKIW, N. Gregory. *Introdução à Economia. Princípios de micro e Macroeconomia*, Rio de Janeiro, Campus, 1999.

MEIRELLES, Renato e ATAÍDE, Celso. *Um país chamado favela*. Rio de Janeiro: Editora Gente, 2014.

MOSE, Viviane. *A Escola e Os Desafios Contemporâneos*. Brasil: Civilização Brasileira, 2013.

NAUGHTON, John. (2014) “Os 25 anos da World Wide Web”. Folha de São Paulo. Ilustríssima. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2014/03/1425370-os-25-anos-da-world-wide-web.shtml>, última consulta 16/08/2014.

NEGISHI, Mayumi. (2014) “Empresa japonesa dá adeus à linha de montagem”. The Wall Street Journal 4/06. Disponível em: <http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424052702304020004579602712740170626?tesla=y&tesla=y>.

NORTH, Doug, WALLIS, John e WEINGAST, Blair. *Violence and Social Orders. A Conceptual Framework for Interpreting Recorded Human History*. Cambridge. Cambridge University Press, 2009.

OLIVEIRA, Lucia Lippi. *Cultura é patrimônio: um guia*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2008.

OSTROM, Elinor. *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge. Cambridge University Press, 1990.

PARISSE, L. *Favelas do Rio de Janeiro: evolução-sentido*. Rio de Janeiro: Caderno do CENPHA, n.5, 1969.

PENTLAND, Alex. *Social Physics. How Good Ideas Spread—The Lessons from a New Science*. New York. The Penguin Press, 2014.

- PERIM, Junior. *Panfleto*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2012.
- PERLMAN, Janice: *O mito da marginalidade*. Ed. Zahar. 2ª Ed. 1980.
- PIMENTEL, João. *Blocos*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.
- PLATT, Damina e NEATE, Patrick. *Cultura é a nossa arma: Afroreggae nas favelas do Rio*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.
- POCHMANN, Marcio. *Atlas da exclusão social no Brasil, dez anos depois*. São Paulo: Ed. Cortez, 2014.
- POLLAK, Michael – 1992 – “*Memória e identidade social*”, Estudos Históricos. Rio de Janeiro: CPDOC-FGV, v.5, n.10, 1992. P2P Foundation (2012) *Synthetic overview of the collaborative economy*. Niterói: PPGEO – UFF, DP&A Editora, <http://p2p.coop/files/reports/collaborative-economy-2012.pdf> (última consulta 14/08/2014).
- PROSE, Francine. *Para ler como um escritor – Um guia para quem gosta de livros e para quem quer escrevê-los*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.
- QUACK, Anderson. *No olho do furacão*. Rio e Janeiro: Aeroplano, 2010.
- RIDENTI, Marcelo. *Em busca do povo brasileiro*. Rio de Janeiro: Record, 2002.

RIFKIN, Jeremy. *The Zero Marginal Cost Society. The Internet of Things, the Collaborative Commons and the Eclipse of Capitalism*. New York. Palgrave/Macmillan, 2014.

_____. *The Third Industrial Revolution. How Lateral Power Is Transforming Energy, the Economy, and the World*. New York. Palgrave/Macmillan, 2012.

Rocky Mountain Institute (2014) *The Economics of Grid Defection. When and Where Distributed Solar Generation plus Storage Competes with Traditional Utility Service*. http://www.rmi.org/electricity_grid_defection, última consulta 16/08/2014.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas culturais no governo Lula. In: _____ (Org). *Políticas culturais no governo Lula*. Salvador: EDUFBA, 2010.

SALLES, Ecio e ARAUJO, Maria Paula. *Vigário Geral*. Rio de Janeiro: Ed. Aeroplano, 2008

SANTOS, Milton. O retorno do território. In: SANTOS, M., SOUZA, M. A. A. de 2005.

_____. O território e o dinheiro. In *Territórios e Territórios*. Niterói: PPGEO – UFF, DP&A Editora, 2002.

SAPIA, Jorge Edgardo e Estevão, Andréa de Almeida, *Considerações a respeito da retomada carnavalesca*, In: revista Textos Escolhidos de Cultura e Arte Populares/Uerj, 2012.

SAVAZONI, Rodrigo. *Os novos bárbaros: a aventura política do Fora do Eixo*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2014.

_____. COHN, Sergio (Org.). *Culturadigital.br*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2009.

SEN, Amartya. Comportamento econômico e sentimentos morais in *Sobre Ética e Economia*. Brasil: Companhia das Letras, 1999.

SILVA, Eliana Sousa. *Testemunhos da Maré*. Rio de Janeiro: Ed. Aeroplano, 2012.

SILVA, Renê e ABREU, Sabrina. *A Voz do Alemão*. Rio de Janeiro: Ed. Versos), 2013.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu (Org.). *Cidadania e Redes Digitais*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil / Maracá – Educação e Tecnologia, 2010.

SILVEIRA, M. L. *Território: globalização e fragmentação*. São Paulo: Editora HUCITEC, 1994.

SODRÉ, Muniz A. C. *Claros e Escuros*. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

SOUZA, Allan Rocha de. *Direitos Culturais no Brasil*. Rio de Janeiro: Azougue, 2012.

SOUZA E SILVA, Jailson. *Por que uns e não outros?* Rio de Janeiro: 7 Letras, 2011.

SOUZA e SILVA, Jailson, BARBOSA, Jorge Luiz e FAUSTINI Marcus Vinicius. *O Novo Carioca*. Brasil: Mórula Editorial, 2012.

_____. e BARBOSA, Jorge Luiz (org). *O que é a favela, afinal?* Rio de Janeiro: Observatório de Favelas/BNDES, 2009.

_____. e BARBOSA, Jorge Luiz. *Favela: alegria e dor da cidade*. São Paulo/ Rio de Janeiro: SENAC / X – Brasil, 2005.

SHIRKY, Clay. *A Cultura da Participação*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

TAYLOR, Astro. *The People's Platform. Taking Back Power Culture in the Digital Age*. Londres: Fourth Estate, 2014.

The Economist (2012), "A third industrial revolution." Abril. Disponível em: <http://www.economist.com/node/21552901> (última consulta, 16/08/2014).

TORVALD, L. (1991). Disponível em: <http://www.thelinuxdaily.com/2010/04/the-first-linux-announcement-from-linus-torvalds/>.

UBS Investment Research (2013) "The unsubsidised solar revolution". Disponível em: <http://www.qualenergia.it/sites/default/files/articolo-doc/UBS.pdf>, última consulta 10/06/2014.

VALLADADARES, Lícia. *A invenção da favela: do mito de origem à favela.com*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2005.

_____. *Passa-se uma casa*. Rio de Janeiro: Zahar. 2ª ed, 1980.

VAZ, Sergio. *Cooperifa: antropofagia periférica*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.

VELOSO, Moreno. (2014) “O caso Snowden, de Hong Kong a Moscou”. *Valor Econômico*, 19/08/2014, p. D3.

VENTURA, Zuenir. *Cidade partida*. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 1995.

VIANNA, Hermano. Políticas da Tropicália. In: BASUALDO, Carlos (Org.). *Tropicália: uma revolução na cultura brasileira (1967-1972)*. Rio de Janeiro: Cosac Naify, 2007.

_____. *O Mistério Do Samba*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

WALDFOGEL, Jane (2011). NBER WORKING PAPER SERIES. Working Paper 17503. National Bureau of Economic Research. Disponível em: <http://www.nber.org/papers/w17503>, última consulta 10/06/2014.

WILSON, Fred. (2013) Conferência no You Tube. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=R43OKYmGbhU> (última consulta 14/08/2014).

YUDICE, George. *A conveniência da cultura: usos da cultura na era global*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2004.

YUNUS, Muhammad. *O Banqueiro dos Pobres*. Brasil: Ática Editora, 2002.

ZALUAR, Alba e ALVITO, Marcos. *Um século de favela (org.)*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006.

ZELIZER, Viviana. *The Purchase of Intimacy*. Princeton: Princeton University Press, 2005.

ZUCKERMAN, Ethan. *Rewire: Digital Cosmopolitans in the Age of Connection*. New York: W. W. Norton, 2013.

Organizadoras

ELIANE COSTA

Mestra em Bens Culturais e Projetos Sociais pela FGV-Rio, onde coordena o MBA de Gestão e Produção Cultural. De 2003 a 2012, foi Gerente de Patrocínios da Petrobras, responsável pela política cultural da empresa. Hoje, atua como consultora nos campos da Gestão Cultural, Economia Criativa e Cultura Digital. É autora do livro *Jangada Digital* (Ed. Azougue, 2011), sobre os Pontos de Cultura e as políticas do MinC para o cenário das redes na gestão Gilberto Gil. Graduada em Física pela PUC-Rio nos anos 1970, é doutoranda no HCTE – História das Ciências e das Técnicas e Epistemologia da UFRJ, com pesquisa sobre apropriações culturais periféricas dos paradigmas das redes distribuídas e das tecnologias digitais. Integra o conselho do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro e da Universidade das Quebradas.

GABRIELA AGUSTINI

Professora de Cultura e Tecnologia na FGV-Rio e na UCAM, sócia do Templo, plataforma de empreendedorismo sediada no Rio de Janeiro, onde é diretora do seu braço de inovação e tecnologia, o makerspace Olabi. Descobriu o potencial das redes quando, há dez anos, estudava Comunicação Social na USP e trabalhava em grupos de mídia. De lá

para cá, já organizou e participou de uma série de projetos, encontros e grupos sobre o impacto das novas tecnologias na sociedade, junto a instituições públicas, privadas, startups. Fez parte do grupo fundador da Casa da Cultura Digital, cluster criativo que reuniu diversas iniciativas pioneiras no campo da cultura e da tecnologia em São Paulo. Atuou como curadora e diretora executiva do Festival Internacional CulturaDigital.Br, em 2011, no Rio de Janeiro.

AUTORES/ENTREVISTADOS

ADAILTON MEDEIROS

Idealizador e Diretor Executivo do Ponto Cine, a primeira sala popular de cinema digital do Brasil. Fundou e dirigiu a Casa de Artes de Anchieta, a Rádio Comunitária Virtude e a Lona Cultural Carlos Zéfiro. Recebeu o Prêmio Faz Diferença 2008 do jornal *O Globo*, na categoria “Segundo Caderno – Cinema” e, em 2013, o Ponto Cine foi escolhido “Melhor Iniciativa Cinematográfica” pela Associação de Críticos de Cinema do Rio de Janeiro.

ANDERSON QUACK

Secretário Geral da Central Única de Favelas (CUFA), o carioca da Cidade de Deus é autor do livro *No olho do furacão* (Ed. Aeroplano) e fundador da Cia de Teatro Tumulto. É diretor dos programas de televisão *Aglomerado* e *O bagulho é doído*, e do documentário de longa-metragem *Remoção*.

BINHO CULTURA

Escritor, cientista social, produtor cultural, empreendedor e palestrante em congressos e seminários. Autor do livro *A história que eu conto* (Ed. Aeroplano) e idealizador da Fli-izo – Festa Literária da Zona Oeste, atua articulando parcerias e formando redes entre todos os setores da sociedade, dentro e fora do Brasil, tendo como foco a cultura para o desenvolvimento das regiões fora do eixo de investimentos e do marketing cultural.

GEORGIA NICOLAU

Jornalista e gestora cultural, é diretora de Gestão, Empreendedorismo e Inovação da Secretaria da Economia Criativa no Ministério da Cultura. Foi repórter de cultura de diversos periódicos, coordenadora de conteúdo do projeto Produção Cultural no Brasil – um panorama multimídia da cultura brasileira –, coordenadora de comunicação do Festival CulturaDigital.Br, no Rio de Janeiro, e do Festival Picnic, em Amsterdam. Trabalhou como assistente de curadoria do festival Transmediale, em Berlim.

JAILSON DE SOUZA E SILVA

Professor associado da UFF e fundador do Observatório de Favelas do Rio de Janeiro. Foi Secretário de Educação de Nova Iguaçu e Subsecretário Executivo da Secretaria Estadual de Assistência Social e Direitos Humanos do Rio de Janeiro. Graduado em Geografia pela UFF (1984), com mestrado em Educação pela PUC-Rio (1994), doutorado em Sociologia da Educação pela PUC-Rio (1999) e pós-

-doutorado pelo John Jay College of Criminal Justice – City University of New York. Tem uma série de pesquisas e trabalhos publicados na Revista Estudos e Políticas Urbanas e atua, principalmente, nos campos das políticas sociais, favelas, periferias, violência, educação e tráfico de drogas.

JUNIOR PERIM

Realizador e produtor cultural, é cofundador e coordenador executivo do Circo Crescer e Viver e diretor geral do Festival Internacional de Circo do Rio de Janeiro. Autor do livro *Panfleto* pela coleção Tramas Urbanas (Ed. Aeroplano). É membro do Colegiado de Circo do Conselho Nacional de Política Cultural e diretor executivo da Federação Ibero-americana de Circo.

MARCUS VINÍCIUS FAUSTINI

Videoartista, documentarista, escritor e diretor teatral. Fundador do Projeto Reperiferia e da Escola Livre de Cinema de Nova Iguaçu. Autor do *Guia afetivo da periferia* (Ed. Aeroplano), coordena a Agência de Redes para a Juventude e o Festival Hometheatre, além de escrever semanalmente para o Segundo Caderno do jornal *O Globo*.

RICARDO ABRAMOVAY

Professor titular do Departamento de Economia da FEA/USP. Autor de *Muito além da economia verde* e coautor de *Lixo Zero: Gestão de resíduos sólidos para uma sociedade mais próspera* (Planeta Sustentável/Abril). É colunista da

Revista Página 22 e membro do Painel Brasileiro de Mudanças Climáticas. Formado em filosofia pela Université de Paris X Nanterre, mestre em política pela FFLCH/USP e doutor em sociologia pelo IFCH/UNICAMP. Fez pós-doutorado na Fondation Nationale des Sciences Politiques e na École des Hautes Études en Sciences Sociales.

RICARDO SARMENTO COSTA

Pesquisador do Instituto Nacional de Tecnologia (INT) e professor da EBAPE/FGV. É coordenador acadêmico do MBA em Gestão Industrial e do MBA em Gestão da Produção e Qualidade da FGV. Trabalha desde 1985 na região portuária do Rio de Janeiro, onde criou o bloco carnavalesco Escravos da Mauá, ficando responsável pela logística e organização dos desfiles desde a sua fundação. Participou como compositor e letrista da maioria dos sambas do bloco. Coordenador geral da Associação do B.E.M. (Associação do Bloco Escravos da Mauá) e fundador da Trilha da Inovação, empresa com a qual colabora desde 1999, é autor de vários textos e artigos publicados no Brasil e no exterior.

SERGIO BRANCO

Doutor e Mestre em Direito Civil pela UERJ, é diretor do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro. Professor da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas Ibmec. Professor de direito civil e de propriedade intelectual da graduação e da pós-graduação da FGV Direito Rio (2006-2013). É Procurador-Chefe do Instituto Nacional de Tecnologia da Informação – ITI (2006). Autor dos livros *O*

domínio público no direito autoral brasileiro – Uma obra em domínio público e *O que é Creative Commons – Novos modelos de direito autoral em um mundo mais criativo*, entre outros. Especialista em propriedade intelectual pela PUC-Rio e em cinema documentário pela FGV-Rio. Graduado em Direito pela UERJ, é advogado no Rio de Janeiro.

TERESA GUILHON BARROS

Mestre em Bens Culturais e Projetos Sociais pela FGV/Rio e graduada em Comunicação Visual pela UFRJ (1989). Tem experiência na área de Comunicação, atuando principalmente nos temas da cultura urbana e da cultura digital. É diretora-presidente do Instituto Contemporâneo de Projetos e Pesquisa (O Instituto) onde atua no desenvolvimento e gerenciamento de projetos nas áreas de Cultura, Tecnologia e Educação. Nesse âmbito, trabalhou na criação e organização de eventos como o Seminário Internacional Cidades: Futuros Possíveis e projetos como o Laboratório Audiovisual Regiões Narrativas, em parceria com a Secretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro.

YASMIN THAYNÁ

Estudante de Comunicação Social da PUC-Rio, nasceu em Nova Iguaçu e cresceu na Vila Iguaçuana, em Santa Rita, na Baixada Fluminense do Rio de Janeiro. Passou pela Escola Livre de Cinema de Nova Iguaçu e outros cursos de audiovisual. Dirige, escreve e participa de produções de curta-metragem. É idealizadora de um projeto de audiovisual no qual trabalhou com mais de 300 alunos da rede pública de

ensino da Baixada Fluminense. Co-fundadora do projeto Nova Iguaçu Eu Te Amo, faz parte da Cia. dos Prazeres e está dirigindo o filme *KBELA*, uma experiência cinematográfica sobre ser mulher e tornar-se negra.

O TEXTO FOI COMPOSTO EM MINION PRO
E OS TÍTULOS EM FUTURA.

O PAPEL UTILIZADO PARA A CAPA FOI O
CARTÃO SUPREMO DUODESIGN 250 G/M².

PARA O MIOLO FOI UTILIZADO O PÓLEN SOFT 80 G/M².

IMPRESSO PELA GRÁFICA GRAFITTO PARA A
AEROPLANO EDITORA EM NOVEMBRO DE 2014.

Talvez as duas frases mais citadas de William Gibson, o escritor cyberpunk, sejam: "o futuro já está aqui – só não está uniformemente distribuído" e "a rua encontra seus próprios usos para as coisas". A realidade cultural do Brasil contemporâneo dá novos significados para essas palavras. O território onde o futuro aparece pode estar "fora de lugar". Lembro minha surpresa ao entrar pela primeira vez num baile funk, nos anos 1980: a música eletrônica fez sucesso popular no Rio de Janeiro primeiro na periferia. As ruas não esperam o centro apresentar as coisas tecnológicas para depois inventar seus próprios usos. O uso pode vir antes da coisa propriamente dita. A voracidade é enorme, novas ferramentas e novas práticas aparecem todas ao mesmo tempo agora, o tempo todo, driblando precariedades. Por aqui há "hackerspaces" a céu aberto, onde novas formas de organização e produção cultural são experimentadas. Tudo isso – era de se esperar – acontece também de maneira descentralizada. Este livro dá visibilidade para uma rede de laboratórios sociais que já estão por aí, aqui perto, distribuindo outros futuros possíveis e inventando diversas coisas/ideias mais.

Hermano Vianna

Este livro reúne uma amostra de um dos pensamentos mais vivos e importantes surgidos no Brasil nos últimos anos: a força transversal (e universal), transdisciplinar (e indisciplinar) da cultura brasileira. Pensar políticas culturais em nosso país é uma grande responsabilidade. No mínimo, essas políticas precisam estar à altura da complexidade e vigor da nossa cultura aberta, festiva, transformadora e generativa. Usando uma metáfora da tecnologia, o pensamento aqui expresso enxerga a cultura como uma grande plataforma open source, que tudo permeia e que a todos toca. Como incentivar e energizar essa plataforma? Como projetá-la, junto com seus valores, para o mundo? Quais suas intercessões com a economia e outros campos sociais? Como ela se revigora nas periferias brasileiras? São temas essenciais para o nosso país, tanto do ponto de vista da promoção do desenvolvimento local, quanto para nos projetar para um lugar cada vez mais especial no mundo.

Ronaldo Lemos

ISBN 978-85-7820-114-2



9 788578 201142

PATROCÍNIO

