

08 09
junho

Viana do Castelo



VIII Fórum Internacional de Gestão Artística e Cultural



Instituto Politécnico
de Viana do Castelo



Instituto Politécnico de Viana do Castelo
Escola Superior
de Educação



ASSOCIAÇÃO DE ESTUDANTES
www.associacaoestudantes.com

Av. Capitão Gaspar de Castro - Apartado 513 | 4901-908 Viana do Castelo
Tel. ESE : 258 806 200
figacipvc.wordpress.com

Título: **FIGAC 2017- A Gestão do Setor Artístico e Cultural na Atualidade**

Organização: **Manuel Gama**

Capa: **Carlos Melo**

ISBN: **978-989-8756-16-9**

Formato: **E-Book, 170 páginas**

Data de publicação: **2017, dezembro**

Editor **Escola Superior de Educação**
Instituto Politécnico de Viana do Castelo
Viana do Castelo

© **Escola Superior de Educação de Viana do Castelo 2017. Todos os Direitos Reservados.**

A presente publicação encontra-se disponível gratuitamente em www.figacipvc.wordpress.com.



O Fórum Internacional de Gestão Artística e Cultural – FIGAC – é um evento científico e cultural que se realiza na região Norte de Portugal desde o ano de 2010 no âmbito do curso de licenciatura em Gestão Artística e Cultural do Instituto Politécnico de Viana do Castelo.

O FIGAC visa promover o diálogo e a reflexão sobre aspetos relacionados com a gestão cultural contemporânea a nível nacional e internacional, e, a médio prazo, pretende constituir-se como um espaço de referência no que concerne à divulgação de boas práticas e à promoção da discussão e da produção científicas sobre temas relacionados com a gestão cultural contemporânea.

Ao longo das oito primeiras edições do FIGAC, os alunos finalistas do curso de licenciatura em Gestão Artística e Cultural promoveram e produziram, na região do Alto Minho, um conjunto de atividades muito diversificadas – ações de formação, conferências, debates, exposições, palestras, performances, residências artísticas –, que contaram com a participação de centenas de alunos, professores, investigadores e profissionais do setor cultural e criativo, nacionais e internacionais.

Nesta publicação compila-se alguns dos artigos que estiveram na base das treze comunicações que foram consideradas relevantes e pertinentes para integrar os quatro painéis temáticos do programa científico do VIII FIGAC que decorreu, nos dias 8 e 9 de junho de 2017, nas instalações da Escola Superior de Educação de Viana do Castelo.

Manuel Gama

Programa FIGAC 2017 “A Gestão do Setor Artístico e Cultural na Atualidade”

1 de junho a 9 de junho de 2017

Residência Artística “Artistas Emergentes Europeus”

Eleonora de Chiara – Itália

Frederico Almeida – Portugal

Isabel Sousa – Portugal

Joana Patrão – Portugal

Manuel Justo – Portugal

Michela Frontino – Itália

2 de junho a 9 de junho de 2017

Exposição/Instalação “Obras dos Residentes III”

8 de junho de 2017

09h00-09h30 | Sessão de Abertura

Direção da Escola Superior de Educação de Viana do Castelo

Coordenação do Curso de Licenciatura em Gestão Artística e Cultural

Coordenação do FIGAC 2017

09h30-10h30 | Conferência de Abertura

Artes, Educación y Gestión Cultural para el siglo XXI

[Gemma Carbó, Càtedra UNESCO de Polítiques Culturals i Cooperació,
Universitat de Girona, Espanha]

11h00-13h00 | Mesa-redonda 1 – Experiências na Residência Artística FIGAC 2017

Intervenção dos participantes na Residência Artística: Artistas Emergentes Europeus

14h30-16h00 | Painel 1 – Gestão Cultural e Educação

Contributos do Animador Sociocultural na gestão, dinamização e organização de espaços culturais na Educação dos mais jovens na cidade da Guarda

[Maria do Rosário Santana, Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior; Instituto Politécnico da Guarda, Portugal & Helena Santana, INET-md, Universidade de Aveiro, Portugal]

A Gestão Cultural e a Educação Artística – Fundamentos transformadores numa Pedagogia Musical e Artística nos séculos XX e XXI

[Maria do Rosário Sousa, Centro de Investigação em Ciência e Tecnologia das Artes, Universidade Católica Portuguesa, Portugal]

A Mídia na Adultização e Erotização Infantil: Modelação na Aprendizagem Social e o Interdito Legal no Brasil e Portugal

[Rosana de Medeiros, Universidade de Aveiro, Portugal; Alisson Renato Medeiros de Araújo, CESMAC, Brasil; Camilla de Araújo Cavalcanti, Faculdade de Direito, Universidade de Coimbra & Iva Alberta Teixeira Faria, Instituto Politécnico do Cávado e do Ave, Portugal]

16h30-18h30 | Painel 2 – Gestão e Políticas Culturais

Observatório de Políticas de Comunicação, Arte e Cultura da Universidade do Minho

[Manuel Gama & Fernanda Pinheiro, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, Escola Superior de Educação, Instituto Politécnico de Viana do Castelo, Portugal]

Patrocínio Cultural no Brasil: a utilização da Lei Rouanet como forma de fortalecimento de marca e legitimação social

[Tatiana Rehbein, Universidade do Minho, Portugal]

Pulsar Viana

[Sónia da Rocha, Universidade Católica Portuguesa, Portugal]

21h00 | Visita à exposição “Poesia Y Escombros” de Paco Pestana, Oficina Cultural do IPVC

9 de junho de 2017

09h00-10h30 | Painel 3 – Dança, Teatro e Performance

Estudo de Público e Dilemas de Programação na Quinzena de Dança de Almada

[Ana Macara, Instituto de Etnomusicologia-Música e Dança, Portugal]

Produção Cultural em Belém do Pará, Amazônia, Brasil: Uma análise do caso do Grupo de Teatro Palha

[Tânia Cristina Lima dos Santos & Paulo Roberto Santana Furtado, Programa de Pós-Graduação em Artes da Universidade Federal do Pará; Escola de Teatro e Dança da Universidade Federal do Pará, Brasil]

Nessa Cidade Todo Mundo É d'oxum: a performance nas matrizes africanas no espetáculo O Auto do Círio em Belém do Pará

[Francisco Edilberto Barbosa Moreira & Marckson Davi de Moraes, Escola de Teatro e Dança da Universidade Federal do Pará, ICA, Universidade Federal do Pará, Brasil]

11h00-13h00 | Mesa-redonda 2 – Experiências de Gestão Cultural na Região Norte de Portugal

Intervenção de representantes de organizações culturais da Região Norte de Portugal

Álvaro Santos – Casa das Artes, Vila Nova de Famalicão

Cabral Pinto – Bienal de Cerveira, Vila Nova de Cerveira

Isabel Araújo – ZOOM, Barcelos

Nuno Faria – Centro Internacional das Artes José de Guimarães, Guimarães

14h30-16h00 | Painel 4 – Produção Artística e Cultural

Produção Artística e Administrativa no contexto universitário Mineiro/Brasil

[Andréa Bergallo Snizek, Universidade Federal de Vicosa, Brasil]

Sapere Aude: contos da produção criativa de um festival de artes

[Yarasarrath Lyra, Instituto Federal da Bahia, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia, Brasil]

Periodismo, medios de comunicación o redes sociales ¿Cuáles utilizar en mi proyecto cultural?

[Rafael Esquivel Rosas, Universidad Autónoma del Estado de México]

16h30-17h30 | Conferência de Encerramento

A estatística cultural e a planificación de políticas culturais

[Hakan Casares, Consello da Cultura Galega, Espanha]

17h30 – 18h00 | Sessão de encerramento



Contributos do Animador Sociocultural na gestão, dinamização e organização de espaços culturais na Educação dos mais jovens na cidade da Guarda

Maria do Rosário Santana

rosariosantana@ipg.pt

**Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior – Instituto Politécnico da
Guarda**

Portugal

Helena Santana

hsantana@ua.pt

INET-md, Universidade de Aveiro

Portugal

Notas biográficas

Rosário Santana estudou Composição Musical na Escola Superior de Música e Artes do Espetáculo do Porto. Em 1998 obteve o grau de Docteur na Universidade de Paris-Sorbonne (ParisIV) com a Tese - Elliott Carter: le rapport avec la musique européenne dans les domaines du rythme et du temps. Desde 1999, desempenha as funções de Professor Coordenador no Instituto Politécnico da Guarda. Desenvolve trabalho de investigação na área da Análise Musical, Música e Musicologia e na área das Ciências da Educação. É co-autora do livro (semi)- BREVES. Notas sobre música do século XX, publicado pela Universidade de Aveiro.

Helena Santana estudou Composição Musical na Escola Superior de Música e Artes do Espetáculo do Porto. Em 1998 obteve o grau de Docteur na Universidade de Paris-Sorbonne (Paris IV) defendendo a Tese - L'Orchestration chez Iannis Xenakis : L'espace et le rythme fonction du timbre. Desde 2000, desempenha as funções de Professor Auxiliar no Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro e realiza investigação no domínio da música contemporânea. Para além dos artigos publicados, é co-autora do livro, (semi)- BREVES. Notas sobre música do século XX, e autora do livro (In)EXISTÊNCIAS do SOM, publicados pela Universidade de Aveiro.

Resumo

A ação do animador sociocultural, de acordo com Trilla, encontra-se entre aquela que caracteriza o educador e aquela outra que descreve a sua ação como agente social puro. Assim sendo, espera-se que o animador seja um agente de desenvolvimento, capaz de identificar carências e potencialidades sociais, grupais, comunitárias e institucionais, na sociedade em que está inserido, programando um conjunto de atividades de carácter educativo, cultural e social, no âmbito do serviço onde está integrado e das necessidades dos grupos ou comunidades que coordena.

Sendo a Animação Sociocultural portadora de diferentes âmbitos de intervenção, é nas estratégias que implementa que devemos potenciar a dimensão social, cultural e educativa que a caracterizam. Perceber de que forma o trabalho do animador incorpora esses mesmos elementos, e como estes se consubstanciam na dinamização de produtos culturais de carácter educativo, será fundamental para a determinação de uma nova realidade social e cultural.

Nesta comunicação, apresentaremos o caso concreto dos Serviços Educativos da Câmara Municipal, da Biblioteca e do Teatro Municipais da Guarda, e do seu contributo para a determinação de espaços de arte e de cultura que concorram para a Educação Artística participada dos mais jovens. Da análise do trabalho do Animador em parceria com os agentes culturais, compreenderemos de que forma o futuro da Educação Cultural e Artística das populações mais jovens, passa pela participação ativa em manifestações de carácter cultural, perspetivando uma nova realidade e um novo futuro.

Palavras-chave

Animação Sociocultural, Gestão Cultural, Educação Artística, Dinamização Cultural

A animação sociocultural é uma ferramenta muito útil para a divulgação e dinamização de territórios e espaços cujas dinâmicas dependem de atividades sociais e culturais, e cujas populações necessitam destas ações como fatores extrínsecos de difusão de saberes e culturas locais e regionais. A animação sociocultural é, cada vez mais, usada pelos núcleos culturais das Autarquias Locais para a organização e gestão de espaços, nomeadamente os que aqui abordamos, numa tentativa de buscar e atrair população para a literatura, a cultura e o saber.

Vivemos num Mundo complexo e volúvel onde as alternativas sociais e culturais se repetem contribuindo para o nascimento de uma sociedade conformada que não busca a mudança como solução, como descoberta de si e do outro, enfim, de outros modos de ser e de estar que podem beneficiar o individuo no seu bem-estar geral e qualidade de vida, em particular. A falta de laços afectivos entre os seres humanos, a ausência de comunicação e de relações amigáveis quotidianas, tem vindo a elevar a falta de reciprocidade nas relações e na entreaajuda entre a população. São vários os autores e múltiplas as definições que surgem sobre o que é a Animação Sociocultural. No entanto, nenhuma definição será válida se não permitir a ajuda dos indivíduos a tomar consciência dos seus problemas e das suas necessidades, contribuindo para a sua resolução. A animação sociocultural presente em todos os domínios da vida humana, em todos os problemas da vida em grupo, seja no campo, no bairro ou na cidade, ajuda a superar desigualdades sociais, promovendo a liberdade e a expressão dos mais desfavorecidos, favorecendo a inclusão. Sendo portadora de características únicas, a Animação Sociocultural promove a participação colectiva, o associativismo, o contacto intergeracional e a melhoria da qualidade de vida das populações. Os processos que gera e os métodos e técnicas que utiliza, apoiando-se numa pedagogia participativa, permitem ao animador ser um agente de mudança, um catalisador e um dinamizador, um mediador e um transmissor de saberes. A adequação metodológica aos projetos que desenvolve permite por em prática ações junto dos mais necessitados pelas atividades que promove e a forma de atuação em face dos diferentes contextos de atuação. A seleção dos espaços e âmbitos para a realização de atividades e criação de estruturas de convivência, aplicando o princípio metodológico da proximidade e o carácter voluntário e aberto que engloba a participação das pessoas nas atividades próprias da Animação, cumpre o respeito pela autonomia local e pela cultura própria de cada um dos participantes, e a

sua aceitação em face da pluralidade cultural. Assim sendo, a animação sociocultural emerge como um instrumento pedagógico único para a afirmação da identidade cultural.

Neste ínterim, podemos então afirmar que o animador sociocultural é o profissional qualificado apto a promover o desenvolvimento sociocultural de grupo e comunidades, organizando, coordenando ou desenvolvendo atividades de animação de carácter cultural, educativo, social, lúdico e recreativo. Numa sociedade, a cada dia que passa com uma conjuntura socioeconómica cada vez mais instável, o animador tem pela frente um enorme desafio para harmonizar os interesses globais com os nacionais, os locais e os individuais, pois o choque de valores culturais e interesses diversificados podem interferir com o seu leque de ações e atividades que propõe.

Em territórios do Interior Raiano, essas dinâmicas de atuação podem assim imiscuir-se nas decisões finais do profissional de Animação Sociocultural, pois este terá necessariamente que atender aos interesses das populações em articulação com os poderes locais e regionais. Assim, e em lugares onde a baixa densidade populacional conduz a uma baixa taxa de natalidade, é a diferença produzida por estes profissionais que conduz à atratividade dos territórios e a que a animação sociocultural possa ser vista como um agente, um método ou processo de desenvolvimento. Necessária à organização inteligente do tempo livre dos indivíduos, assoma para promover a criatividade e expressividade humanas, a partilha de saberes e a promoção cultural. Logo, a dinamização de espaços educativos aponta para uma consciência participante dos animadores na condução das atividades destinadas aos mais jovens e à promoção de ações que desenvolvam a criatividade e a imaginação deste público, diligenciando no seu bem-estar.

A animação revela-se, então, uma nova forma de intervenção social que promove e fortalece a comunicação, a socialização e a criatividade, usando uma linguagem que estimula a fantasia e o prazer de participar.

Enquadramento teórico

A animação sociocultural, presente em todos os domínios da vida humana, atua na superação de desigualdades sociais, doando liberdade à expressão dos mais desfavorecidos. Assim, e nos

espaços educativos das autarquias, de entre os quais destacamos as Bibliotecas Locais ou outros espaços, nomeadamente aqueles onde se promova a educação e a valorização dos indivíduos, surgem projetos destinados a motivar e estimular a imaginação e a criatividade dos mais jovens. Assim, seja em ações onde se diligencie no sentido do crescimento social pelo associativismo e promoção de ações de carácter transversal e inter-geracional, seja pela evolução cultural que advém da visita a museus, teatros, bibliotecas, centros culturais e programas de desenvolvimento artístico e cultural que fomentem as potencialidades educativas, terapêuticas e o desenrolamento de variados desafios junto dos públicos envolvidos, a educação e a valorização do indivíduo deve ser olhada como um fator de crescimento de uma região. Assim, o trabalho desenvolvido pelos Animadores Socioculturais no âmbito socioeducativo nas ações promovidas pelas ludotecas, pelos programas extraescolares, as casas de colónias de férias, os programas de tempo livre e ócio, onde a aprendizagem e a divulgação cultural se realizam em espaços não formais e, por isso, mais motivantes para certos públicos em termos de aprendizagem, é de primaz importância para o desenvolvimento do indivíduo enquanto ser nestes espaços territoriais mais desfavorecidos. A educação deverá ser um veículo de conhecimento e de libertação do oprimido, pela sensação de direito que provoca aquando do contacto com a cultura e o saber, e a emancipação do imaginário infantil e juvenil nas camadas mais jovens. É na cultura que se formam os indivíduos e nascem os homens que conduzem a humanidade ao progresso e ao bem-estar geral.

Harmonizando valores individuais e coletivos, culturais e económicos, com os interesses diversificados de uma sociedade em contínua evolução, o animador sociocultural dá voz aos interesses dos mais desfavorecidos, conduzindo-os por ações de divulgação da cultura e do saber, liberando a literatura nacional e local, produzindo inquietação no ser humano em contínua formação. Sendo intenção do animador intervir junto do grupo de trabalho, este deve estudar o grupo a que se destinam as suas ações, com vista a diagnosticar e analisar situações de risco nas áreas de intervenção sob as quais deve atuar, planeando e implementando projetos de intervenção com vista à organização e promoção/desenvolvimento de ações de carácter educativo, cultural, social, lúdico e recreativo, em contexto institucional, tendo em conta o serviço em que está integrado, neste caso os Serviços Educativos, e as necessidades dos grupos e dos indivíduos a quem as atividades que promove se destinam.

Não esqueçamos que a animação sociocultural é, de acordo com diversos autores, um conjunto de práticas sociais que visam estimular a iniciativa e a participação das populações no processo do seu próprio desenvolvimento, e na dinâmica global da vida sociopolítica em que estão integrados. Assim, o animador sociocultural tem um papel importante no desenvolvimento de práticas que promovam a educação para a democracia, numa perspetiva de desenvolvimento local e regional, onde as ações que disseminem e o crescimento que difundam nos mais diversos âmbitos é uma das formas que este tem de promover e divulgar o seu trabalho junto das populações. De acordo com Ventosa, a Animação sociocultural contribui para educar para a democracia através da prática cultural, sendo que a Animação Sociocultural será vista como uma forma de envolver as pessoas em projetos de natureza social e cultural, onde estas podem dar andamento à sua criatividade e imaginação, em objetos artísticos diversos que promovam o bem-estar das populações. Estas práticas são o suporte primeiro para o desenvolvimento de ações e práticas sociais e culturais cujos resultados derivarão de um conjunto de objetivos primeiramente estudados e delineados de acordo com os resultados a obter. Assim e de acordo com Trilla (2004), para definirmos os âmbitos de intervenção da Animação Sociocultural é preciso ter presente a perspetiva tridimensional respeitante às suas estratégias de intervenção, nomeadamente o âmbito etário: infantil, juvenil, adultos, terceira idade, o âmbito territorial: animação urbana, animação rural, e o âmbito temático, onde destacamos a educação, o teatro e os tempos livres, a saúde, o ambiente, o turismo, a comunidade, o comércio, o trabalho, entre outros.

Assim, o Animador Sociocultural é um profissional cujas competências passam por conceber e coordenar diversos processos de diagnóstico sociocultural, bem como pelo planejar, executar, gerir, acompanhar e avaliar projetos, programas e planos de ação dos serviços onde está inserido, investigando, integrado (ou não) em equipas multidisciplinares, o grupo alvo e o seu meio envolvente, diagnosticando e analisando situações de risco e áreas de intervenção sob as quais atuar; planejar e implementar projetos de intervenção comunitária; assim como planejar, organizar e promover/desenvolver atividades de carácter educativo, cultural, desportivo, social, lúdico, turístico e recreativo, em contexto institucional, na comunidade ou ao domicílio, tendo em conta as necessidades do grupo e dos indivíduos, com vista a melhorar a sua qualidade de vida. Todas estas ações são desenvolvidas com recurso a meios físicos e materiais de acordo com os

contextos de atuação. Portanto, e de acordo com os meios sociais e culturais onde está inserido, o Animador sociocultural, analisando os recursos materiais e imateriais que possui, estabelece objetivos e delinea estratégias com vista a uma ação precisa de acordo com o meio envolvente. A vertente educativa da Animação sociocultural é, assim, um apoio para a Educação formal e não formal onde a Educação Artística pode ter um papel importante para o desenvolvimento e consolidação de conhecimentos.

Não podemos, então, dissociar a Animação Sociocultural da educação não formal, uma vez que, ao trabalhar com os indivíduos e de acordo com as suas necessidades, a Animação Sociocultural apresenta-se como uma estratégia de inclusão social, que se diferencia de outras práticas socioculturais pelo facto de desenvolver ações cujos objetivos passam pela integração e promoção individual e comunitária. Segundo Trilla (1997), a profissão de animador, deverá situar-se entre aquela de um educador e aquela outra do agente social puro, pois o animador é, de certa forma, um irradiador de cultura, um monitor que trabalha para o desenvolvimento harmonioso do individuo atendendo às suas necessidades e formas de estar na sociedade onde se insere, assim como na coordenação de atividades dentro da instituição na qual trabalha, estruturando as atividades aí desenvolvidas. Neste sentido, e para que o animador possa desempenhar da melhor forma as suas funções, deve ter em conta o ser, o saber e o saber fazer, isto é, deve ter em conta a sua identidade, os conhecimentos que possui e os métodos que utilizará para alcançar os objetivos a que se propôs aquando do planeamento das suas atividades. O animador promoverá assim, e da melhor forma, o bem-estar das populações, o conhecimento, a responsabilidade, a autonomia, e o sentido crítico do individuo face à vida e a tudo o que a envolve.

O perfil concreto de um animador depende também do seu carácter, da sua personalidade e do seu temperamento, e o seu estilo vai-se afirmando com a prática e com as virtudes e os defeitos que deverá ultrapassar. O animador deve esforçar-se em mostrar uma forte dose de empatia para com os públicos com os quais trabalha, promovendo a criatividade, a expressão e a identidade do grupo e dos seus membros. Deve ser um agente de desenvolvimento, capaz de identificar carências e potencialidades sociais, grupais, comunitárias e institucionais, programando um conjunto de atividades de caráter educativo, cultural, desportivo e social, no

âmbito do serviço onde está integrado e das necessidades dos grupos ou comunidades, organizando, coordenando ou desenvolvendo atividades diversas no âmbito dos programas, encontrar múltiplas alternativas na utilização de novas técnicas e materiais, para o desenvolvimento das mais variadas atividades.

De salientar que o animador é o pilar central de toda a atividade da animação, uma vez que é ele que assume a responsabilidade de promover a vida do grupo. Na sociedade atual, onde a educação deve ser permanente e comunitária pressupondo a participação coletiva, o processo educativo rejeita o modelo de escola/armazém, valorizando a partilha de saberes entre os diferentes contextos de aprendizagem (Formal e Não Formal), assim como na interação com o meio envolvente (Lopes, 2008). Segundo o mesmo autor, deve existir uma relação de proximidade entre o plano educativo e o plano social, uma vez que a educação condiciona uma sociedade. É nesta interação entre sociedade e educação que o ato de animar deve assumir um papel de participação/ação, o que vai também ao encontro do defendido por diversos autores que afirmam que a educação permanente, para construir uma ação válida, deve ser complementada por ações de animação que serão uma mais-valia nas práticas educativas vigentes. A animação sociocultural transforma, assim, os estímulos e motivação nestes campos de ação socioeducativa. Neste contexto, torna-se essencial abordar a Animação sociocultural numa perspetiva Socioeducativa pois que, a Animação Socioeducativa apresenta-se como uma estratégia de educação em contexto não formal e promove uma educação global e permanente de carácter lúdico, criativo e participativo. A Animação Infantil não altera os princípios norteadores da animação sociocultural para a infância pois que mantém na sua forma de fazer os princípios próprios que a animação sociocultural defende, nomeadamente aqueles que norteiam os seus programas de intervenção, as suas atividades e metodologias, onde processos específicos e diferenciados, consequência do ajuste às particularidades e necessidades dos grupos a que se destinam as atuações, e a sua estreita relação com a pedagogia do ócio, contribuem para uma correta elaboração das ações desenvolvidas junto dos indivíduos a que se destinam.

Nos dias de hoje, os novos espaços e possibilidades de trabalho na área da Animação Socioeducativa estão a aumentar, tendo como objetivo primordial a ligação desta a uma

inovadora tecnologia educativa que articula, cruza e partilha saberes relativos aos diferentes espaços educativos (formal, não formal e informal) através de técnicas como as pertença da área científica das expressões. A Animação infantil surge em Portugal depois da Revolução de Abril, ganhando expressão como forma de Animação socioeducativa. Neste sentido, as suas ações tinham como objetivo primordial, o complementar das funções atribuídas à escola, pela via da Educação Não Formal. Assim, e numa fase inicial, a Animação Socioeducativa foi encarada como um conjunto de atividades que se realizavam no exterior da escola - educação não formal. Estas atividades consistiam em campos de férias, passeios e visitas de estudo, permitindo às crianças visitarem e conhecerem lugares e regiões diferentes dos seus locais de residência. Deste tipo de atividades resultavam a partilha e a interação das crianças entre si e com os seus monitores.

É importante salientar que em todo este processo da animação infantil está presente a educação informal no seu carácter não organizacional/institucional e permanente. Reforçando que é na interação desta variedade de técnicas que a Animação Socioeducativa pode contribuir para o sucesso da educação formal, é nesta pluralidade que se encontram espaços de ação, participação, motivação e envolvimento para o estudo e participação dos indivíduos, dado que são ótimos recursos e técnicas de incentivo.

Em suma, a Animação Sociocultural é uma forma de estímulo e motivação no campo de ação socioeducativa. A Animação Socioeducativa enquanto modalidade da Animação Sociocultural intervém no sistema educativo como estratégia, através da educação não formal. Ao assumir um carácter lúdico, a Animação Socioeducativa permite à criança dar espaço à imaginação e criatividade bem como promover e motivar grupos e comunidades para a participação.

Os Serviços Educativos da Câmara Municipal, da Biblioteca e do Teatro Municipais da Guarda

Os Serviços Educativos dos espaços que aqui apresentamos são lugares de conservação e difusão culturais, e que se podem tornar, dependendo dos agentes culturais envolvidos, em

fontes de inesgotável dinamização territorial. Verificamos pela observação da sua ação na Cidade da Guarda que, as atividades e dinâmicas culturais por eles apresentadas, tornam estes territórios férteis e empreendedores, sendo que as suas populações vertem neles a esperança da divulgação da literatura e das artes junto do público juvenil. Pela observação das dinâmicas geradas por estes serviços, cremos que estes locais primam pela planificação e organização de atividades pensadas e direcionadas para os mais jovens e para as classes mais desfavorecidas promovendo o seu acesso à literatura e cultura que de outra forma não seria possível. As atividades realizadas, sejam elas de carácter social, cultural ou outro, destinam-se a um público específico que é aí conduzido para fruir destes momentos únicos das suas atividades extracurriculares.

Os Serviços Educativos da Câmara Municipal promovem ações de divulgação da cultura e tradições locais nomeadamente pela presença das escolas dos diferentes níveis de ensino nas diversas ações existentes. Sendo que estas ações têm sempre uma temática que é trabalhada pelas escolas nas iniciativas que promovem e nos materiais que produzem, o estudo dessas matérias condiz com o carácter inovador das novas metodologias de ensino aprendizagem onde a aprendizagem partilhada e a construção do saber pelas ações desenvolvidas levam a criança a pensar de forma atuante e a cimentar os conhecimentos que adquire. A simulação e a preparação das atividades segundo os programas curriculares e as áreas em estudo, leva a criança a procurar o conhecimento pelos seus meios e a indagar junto dos mais velhos das soluções para as pesquisas que deverá realizar para conseguir as respostas que necessita.

As pesquisas/buscas que efetua poderão ser coadjuvadas pelas ações que estes centros desenvolvem nas atividades que promovem mormente no que concerne conferências, oficinas, workshops, mesas redondas e outras atividades onde a partilha e a troca de saberes é uma mais-valia para os seus intervenientes.

No que concerne o **Serviço Educativo da Biblioteca Eduardo Lourenço** este é fértil nas atuações que comporta. A diversidade das temáticas abordadas, a promoção da literatura e da cultura, nacional e internacional, a divulgação dos autores locais junto das escolas dos diversos graus de ensino, e a participação das crianças e jovens nestas ações é um trunfo nestes territórios onde a educação e a cultura tem dificuldade em chegar aos públicos mais

desfavorecidos, aqueles a quem se destina. As crianças do pré-escolar e os alunos dos diversos graus de ensino são convidados a participar em workshops, exposições, a leitura e a dramatização de contos, as noites passadas na biblioteca junto dos livros, que levam os mais novos a pensar o espaço da Biblioteca como a sua casa, buscando nos livros o apoio aos seus estudos e o suporte para a sua criatividade e imaginação. Estas ações são promovidas não só no espaço físico da biblioteca como na sua ação itinerante junto das escolas, por forma a promover junto de todos a difusão e a divulgação culturais.

O **Serviço Educativo do Teatro Municipal** tem uma ação única junto do público da Cidade da Guarda pelos serviços que outorga e os materiais que disponibiliza e que partilha com os utentes dos diversos serviços. As conversas, as tertúlias, os concertos, as sessões de cinema e os espetáculos de teatro cuja entrada é livre e destinada às escolas da cidade são um meio único de difusão da cultura e do saber junto de uma população com características únicas dada a sua inserção territorial numa região não muito fértil nestas ações pelas dificuldades económicas e sociais sempre presentes nestas regiões votadas à desertificação e ao abandono.

Pela análise das suas agendas culturais e diferentes meios de divulgação promocionais verificamos que o seu contributo para a educação e a difusão cultural junto dos mais jovens é uma realidade e que as ações que desenvolvem, cooperam na demarcação de espaços de arte e de cultura que contribuem de forma diferenciada para a Educação Artística participada dos mais jovens. Da análise do trabalho do Animador em parceria com os agentes culturais, compreendemos que a ação do Animador Sociocultural e a presença dos Serviços Educativos nestes territórios são o núcleo e o futuro da Educação Cultural e Artística das populações mais jovens, promovendo a participação ativa em manifestações de carácter cultural, perspetivando uma nova realidade e um novo futuro.

Conclusão

Pela análise e pesquisa efetuados na elaboração deste estudo, podemos aferir da enorme importância que estes Serviços têm para a dinâmica dos territórios, sendo que a gestão integrada destes espaços, com planos de atividades pensados e orientados para a divulgação dos seus patrimónios locais e regionais são uma mais valia para estas regiões. A gestão pensada e dirigida permite uma divulgação eficaz e uma concreta ação do animador para que as populações e os espaços se reinventem e revitalizem. No caso do património imaterial, presente nos saberes e tradições populares, é uma riqueza que não poderá ser posta de lado quando os territórios e autarquias se viram para a divulgação da literatura e cultura locais. Temos toda uma série de potencialidades a explorar, pela implementação de ações de divulgação e ações culturais que difundem o património, a cultura e o saber. Sejam na sua ação cultural, mormente nas exposições, workshops, oficinas de formação lançamento de obras literárias, cinematográficas e musicais, concertos e lançamento de livros e dramatização de contos e histórias infantis, cuja função é a exploração do património imaterial, os serviços educativos, desempenham uma função importante no território estudado. No que concerne os Serviços Educativos aqui mencionados, somos a referir a sua relevância nas atividades nos âmbitos da educação não formal e no caso da gestão, dinamização e organização de espaços de educação e cultura na Cidade mais alta, a gestão articulada e integrada de saberes poderá, dentro de uma determinada região, fornecer ferramentas de atuação e divulgação únicas, numa interação entre municípios e entidades com poder decisório. Urge atuar no sentido da promoção da cultura e do património, sendo que o animador, pela sua função na sociedade, poderá atuar no sentido da organização e gestão dos espaços com vista à sua utilização eficaz e integrada nas atividades em que exerce funções. É necessária a liberdade criativa em regiões onde a reserva dos seus públicos face à cultura e saber são uma realidade face aos constrangimentos sociais e culturais fruto da sociedade onde se insere.

Bibliografia

LEADER, Magazine (1994), *Cultura e Desenvolvimento Rural – LEADER – a cultura e o desenvolvimento local*, Nº 8 – Inverno.

LOPES, Marcelino de Sousa (2006), *Animação Sociocultural em Portugal*, Amarante: Intervenção – Associação para a Promoção e Divulgação Cultural.

LOPES, Marcelino de Sousa (fevereiro de 2008), *Animação Sociocultural em Portugal 2ª Edição*, Amarante: Intervenção - Associação para a Promoção e Divulgação Cultural.

MARTINS, Júlio de Sousa (1993), *Levantamento Cultural – Exemplos e Sugestões*, Aveiro: Estante Editora.

PEREIRA, *et al.* (Abril de 2004), *Animação Sociocultural: Turismo, Património, Cultura e Desenvolvimento Local*, Chaves: INTERVENÇÃO - Associação para a Promoção e Divulgação Cultural/Chaves.

PEREIRA, *et al.* (Maio de 2013), *Animação Sociocultural, Gerontologia e Geriatria: A Intervenção Social, Cultural e Educativa na Terceira Idade*, Chaves: INTERVENÇÃO - Associação para a promoção e divulgação cultural/Chaves.

SERRANO, Glória Pérez e Puya, M^a Victoria Pérez de Guzmán (2005), *El Animador, Buenas Prácticas de Acción Sociocultural*, Madrid: Narcea, S.A. de Ediciones.

SERRANO, Glória Pérez e Puya, M^a Victoria Pérez de Guzmán (2006), *Qué es la Animación Sociocultural – Epistemología y Valores*, Madrid: Narcea, S.A. de Ediciones.

TRILLA, Jaume (1997 e 1998), *Animação Sociocultural*, Lisboa: Editorial Ariel.

TRILLA, Jaume (coordenador) (2004), *Animación sociocultural – Teorías, programas y ámbitos*, Barcelona: Ariel Educación.

VENTOSA, Victor J. (Coord.) (2006), *Perspectivas actuales de la Animación Sociocultural – Cultura, tiempo libre y participación social*, Madrid: Editorial CCS.



***A Gestão Cultural e a Educação Artística – Fundamentos transformadores
numa Pedagogia Musical e Artística nos séculos XX e XXI***

Maria do Rosário Sousa

sousa.mrosario@gmail.com

Escola das Artes – CITAR – Universidade Católica Portuguesa

Portugal

Nota Biográfica

Doutorada em Ciências da Educação e em Educação Intercultural. Pós-Doutorada em Estudos Artísticos/Estudos Musicais – *Artistic Studies / Music Studies*, pela Universidade Católica Portuguesa. Exerce funções de professora e de investigadora integrada nesta instituição, no CITAR - *Research Center for Science and Technology of the Arts*. Professora Coordenadora no Conservatório Superior de Música de Gaia (CSMG), no âmbito do *Mestrado em Ensino da Música*, com especialidades em *Canto* e em *Música de Conjunto*. Autora de inúmeros artigos publicados em revistas nacionais e internacionais, e de várias obras intrinsecamente ligadas à educação artística, às artes, à música, e à interculturalidade. Mais Informações em: <http://www.degois.pt/visualizador/curriculum.jsp?key=2819528253653308>

Resumo

O artigo que se apresenta tem como principal objectivo proporcionar uma reflexão baseada na promoção de uma gestão cultural, onde a educação global se encontre alicerçada numa educação artística de qualidade, e na qual pedagogos e pensadores desenvolveram teorias e experiências realizadas ao longo dos séculos XX e XXI. Conformará o *Quadro Teórico Conceptual* um *Estado da Arte* abrangente destacando aspetos inovadores com autores de referência.

Salientar-se-á a figura incontornável de Madalena Perdigão (1981), grande impulsionadora das artes, através da Fundação Calouste Gulbenkian, cujos contributos tornaram possível a implementação de múltiplas e variadas *Metodologias do Ensino da Música para Crianças e Jovens*, na educação, em Portugal (Sousa, 1999; 2015). Juntam-se a esta importante personalidade outras figuras, que perpetuam marcas visíveis da relevância que se deve atribuir às artes na educação: David Elliot (1995); Roberto Carneiro (2001); Joaquim Azevedo (2004; 2007; 2015); Jacques Delors (2005); Pep Alsina e Andrea Giraldez (2012), entre outras, à escala mundial. Todas estas figuras consolidaram os seus pressupostos em inovações pedagógicas, traduzidas em modelos que, em muito, contribuíram para que novas visões, ao nível da gestão

cultural, proporcionassem a abertura de concepções mais atuais na educação artística, dentro dos currículos (Sousa, 2015).

O *Estudo Empírico* deste estudo é de natureza científica, de *análise qualitativa*. Encontra-se sustentada por autores de referência, destacando-se Bogdan e Biklen (1994); Carmo e Ferreira (1998); Vilelas (2000); Freixo (2012) e Coutinho (2013). A *entrevista semiestruturada*, junto de 37 personalidades portuguesas e estrangeiras, propicia indicadores pertinentes quanto às inúmeras possibilidades de se elaborarem processos metodológicos, plenos de motivação e de criatividade, no âmbito da educação artística (Sousa, 1999; 2015).

Palavras-chave

Gestão cultural, Educação global, Educação artística, Pedagogia musical, Metodologias inovadoras

A gestão cultural e a educação artística constituem um conjunto de fenómenos que têm sido objeto de estudo e de reflexões importantes nos últimos tempos. Na atualidade, talvez porque a pertinência e a acuidade dessas problemáticas se tornem cada vez mais evidentes, devido às transformações sucessivas e predominantes nos contextos da educação global, e, ainda, nos domínios do ensino especializado das artes, nomeadamente no ensino especializado da música, verificamos, com agrado, que a realização de eventos reflexivos acerca das temáticas em questão se torna uma realidade crescente. O estudo que se apresenta divide-se em duas partes: uma primeira parte que constitui o *Quadro Teórico Conceptual* e uma segunda parte que constitui o *Estudo Empírico*. Segue-se o seu desenvolvimento.

I Parte – Quadro Teórico Conceptual

O Estado da Arte

Tendo como princípios orientadores as palavras de Herbert Read, que, na sua obra *Educação pela Arte* (1958) afirma: *A arte deve ser a base de toda a educação* (p.13), acreditamos ser este um dos pressupostos que nos confirma a importância que se deverá atribuir à Educação Artística, enquanto paradigma peculiar a atingir dentro dos sistemas educativos das sociedades existentes, neste mundo globalizado. Vejamos o desenvolvimento do *Estado da Arte*.

Didáctica Global e Educação Artística

Muitos foram os autores de referência que, desde a antiga Grécia, até à atualidade, nos abordaram muitas questões relacionadas com a educação global e artística. Dos séculos XVI aos séculos XX e XXI importantes figuras nos aparecem, nomeadamente Iohannis Amós Comenius_(1592-1670), a quem a UNESCO¹ e a ONU² reconheceram os seus importantes

¹ UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

² ONU – Organização das Nações Unidas

contributos para a Pedagogia, sendo proclamado: O Pai da Pedagogia Moderna, impulsionador de um ensino para todos. Difundiu uma nova forma de ensinar e de aprender na sua obra *Didáctica Magna*, publicada em 1649.

Com a Didáctica Magna, Comenius confessava, pela primeira vez, a ambição de criar uma ciência da educação baseada num método, em conformidade com o espírito de um século que procurava a unidade do saber num método que a garantisse e afirmasse. A Didáctica Magna foi, talvez, neste sentido, «o discurso do método» da pedagogia. A revolução teórica que faz passar esta arte antiga para o nível de uma ciência segura dos seus métodos e dos seus resultados. É neste sentido que Michelet verá em Comenius não o Descartes, mas o «Galileu da Educação», o autor da revolução metodológica (Gomes, 2001). (1).

Na continuidade destas ideias, surge, no século XVIII, a importante figura do filósofo Jean-Jacques Rousseau (1712-1778). Este filósofo falava, igualmente, da sua preocupação pela educação do homem, desde a sua infância. No seu livro, obra de carácter didáctico, denominado *Emílio- ou da Educação* (cuja tradução para português foi realizada em 1995), Rousseau expõe um conjunto de reflexões, de grande interesse, que entende serem fundamentais para a formação global da pessoa humana.

Por volta dos séculos XX e XXI existiu, então, uma grande revolução no âmbito da pedagogia musical, da didáctica da música e da didáctica das expressões artísticas. As dinâmicas motivadoras e relevantes começam a destacar-se através do pensamento e da ação de um conjunto de pedagogos e de pensadores, que, preocupados com o ensino tradicional das artes e da música, em particular, dedicaram as suas vidas aos sentidos da inovação teórica e das práticas didáctico-pedagógicas de ensino-aprendizagem. Criaram, implementaram e difundiram percursos metodológicos mais atraentes e motivadores para crianças e jovens nos domínios das artes e da educação artística. Dessa forma, proporcionaram a toda a humanidade um manancial de ideias e de realizações que, atualmente, se revestem do maior interesse e da maior

pertinência em escolas, academias, conservatórios de música, chegando até às universidades nacionais e internacionais.

Assim, destacamos as figuras de Emile Jacques Dalcroze (1865-1950); Justine Bayard Ward (1879-1975); Zoltan Kodály (1882-1967); Edgar Willems (1890-1978); Carl Orff (1895-1982); Maurice Martenot (1898-1980); Shinichi Suzuki (1898-1998); Pierre van Hauwe (1920-2009); Raymond Murray Schafer (1923); György Kurtag (1926); Edwin Gordon (1927-2015) e Jos Wuytack (1935). Para podermos perceber os objectivos primordiais de cada uma das suas metodologias, passemos a uma síntese analítica das mesmas.

Pedagogos e Metodologias do ensino da Música para Crianças, ao longo dos séculos XX e XXI

- **Emile Jacques Dalcroze (1865-1950)**

De origem suíça, foi o criador de um sistema musical, através do *movimento* e do *ritmo* - *Ensino da Eurítmica*. A partir desse momento, deu início a um conjunto de investigações, através das quais descobriu a importante função *do movimento corporal*, na consciência e na clarificação do movimento musical (Sousa, 1999; 2015).

- **Justine Bayard Ward (1879-1975)**

Os seus princípios metodológicos evidenciam o valor da formação musical das crianças a partir dos seis anos, colocando-as em contacto com o canto e com a música, de forma lúdica e expressiva. Esta metodologia tem como particularidade muito importante a estreita colaboração com obras de carácter religioso, especialmente de *Canto Gregoriano* (Sousa, 2015).

- **Zoltan Kodály (1882-1967)**

Portador de uma grande formação cultural e de uma grande erudição, Zoltan Kodály afirmava: *A Música é para todos. Temos a obrigação de aproximar toda a população das artes e estas da*

população (Zöltan Kodály). Em colaboração com Béla Bartók, teve como principal objectivo a reestruturação do ensino da música no seu país, dando uma importância primordial à formação musical através do *Canto*, uma das formas de desenvolvimento da capacidade intelectual da criança nos aspectos social e cognitivo (Sousa, 1999; 2015).

- **Edgar Willems** (1890-1978)

Os princípios e fundamentos da sua metodologia não partem da matéria nem dos instrumentos, mas sim dos princípios da vida que unem a música e o ser humano, merecendo especial importância o movimento e a voz (Willems, 1970). Na concepção da *Metodologia Willems* a música é uma linguagem, e tal como a língua materna, necessita de uma interiorização anterior à sua prática, baseada na audição-desenvolvimento sensorial, que implica uma retenção e diversos propósitos de reprodução dessa linguagem (Sousa, 1999; 2015).

- **Carl Orff** (1895-1982)

Carl Orff constituiu um marco na história das metodologias de ensino da música para crianças e jovens. Autor de um conjunto de *Princípios Pedagógicos* para o ensino musical «*Orff-Schulwerk*», procurou transformar o ensino tradicional da música, ministrado em conservatórios e escolas de música. Criou um conjunto de instrumentos de fácil manuseamento, acessíveis a todas as crianças, desde a mais tenra idade, denominado: *Instrumentário Orff*. Este desejo de transformação conduziu-o ao estudo profundo da criança em união com a trilogia *palavra, música e movimento* (Sousa 1999; 2015).

- **Maurice Martenot** (1898-1980)

Martenot criou uma metodologia de ensino de educação musical para crianças a partir das suas experiências com o som, tendo inventado, em 1928, um instrumento musical com o nome de *Ondes Musicales*, também conhecido por *Ondes Martenot* (Sousa, 1999). Os seus princípios básicos fundamentam-se nos seguintes pressupostos:

- i) *no respeito pela vida através do desenvolvimento e aprendizagem de todas as áreas de expressão artística;*
- ii) *no desenvolvimento do sentido rítmico, de forma acessível a todas as crianças;*
- iii) *na pulsação como fator imprescindível na formação musical do aluno;*
- iv) *no valor do desenvolvimento da afinação auditiva;*
- v) *na aquisição dos elementos da teoria decorrentes da experiência concreta e com aplicação prática imediata;*
- vi) *no desenvolvimento do ensino e aprendizagem da música num clima de alegria, onde seja possível a expressão criativa e espontânea rítmica e melódica (Martenot, 1967, cit in Sousa, 2015, p.130).*

Maurice Martenot atribui um grande valor aos materiais didáticos para o apoio ao ensino aprendizagem da música, criando alguns de imenso interesse (Sousa, 1999; 2015).

- **Shinichi Suzuki (1898-1998)**

Em Shinichi Suzuki encontramos uma metodologia original, especialmente concebida para o ensino e para a aprendizagem de instrumentos de cordas, particularmente do violino. Mais tarde começou a ser também utilizada no ensino e na aprendizagem do piano. Tem como princípios fundamentais a aprendizagem da música através *da audição, da repetição e da imitação*, a partir dos três/quatro anos de idade (Sousa, 2015, p.118). A participação da família nas aulas de instrumento é um fator indispensável para este pedagogo (Sousa, 1999; 2015).

- **Pierre van Hauwe (1920-2009)**

Pierre van Hauwe foi um dos maiores defensores da *Orff Schulwerk*, da qual já falámos, preconizada por Carl Orff. Esta metodologia tem sido aplicada, de forma abrangente, em vários países do mundo, descobrindo-se que, através dela, se encontram caminhos inovadores e motivadores para a didática da música. Considera-se, portanto, uma metodologia excelente no

sentido de preparar os alunos para as aulas de instrumento, além do fator lúdico e alegre que faz emergir, dentro e fora dos muros das salas de aula (Sousa, 2015).

- **György Kurtag (1926)**

O ensino tradicional do piano encontrou na metodologia de György Kurtag uma nova forma de encarar o seu ensino e a sua aprendizagem. Introduziu estas perspectivas onde novas técnicas lúdicas e criativas que contrariaram, vivamente, as que se encontravam em vigor, por se considerarem desajustadas e prejudiciais, no sentido da postura e dos movimentos (Sousa, 1999; 2015).

- **Edwin Gordon (1927-2015)**

Edwin E. Gordon foi um dos mais destacados investigadores da actualidade nas áreas de Pedagogia, da Psicologia e de Didáctica da Música. Criador da terminologia *audiação* afirmou:

O poder da audiação pode compreender-se melhor através de uma analogia. A audiação é para a música o que o pensamento é para a fala. Quando os alunos aprendem a Audiar e a executar música em resultado de uma formação musical sequencial desenvolvem um sentido de posse, porque compreendem a música (Gordon, 2000, p. 4).

Desenvolveu diferentes níveis da *Teoria de Aprendizagem Musical (Music Learning Theory)* de grande profundidade (Sousa, 2010; 2015).

- **Raymond Murray Schafer (1923)**

Murray Schafer considera a música como um dos principais fatores para a uma boa formação integral da personalidade humana, possuindo características especiais de estimulação do desenvolvimento e da criatividade. Foi o grande impulsionador das *paisagens sonoras* da humanidade (Sousa, 2010, 2015).

- **Jos Wuytack (1935)**

Jos Wuytack continua ser um grande promotor e difusor das ideias e dos *Princípios de Carl Orff*. Numa das suas obras afirma:

Temos que transmitir a alegria de cantar, tocar, expressar, improvisar e de partilhar com os outros (...) No fim da aula é necessário dar um pequeno concerto com tudo o que se aprendeu, para termos a noção da globalidade. Isso ajudará a desenvolver a memória, fundamental em música (Jos Wuytack, 1982, p. 5).

Partindo das ideias da «*Orff-Schulwerk*», a pedagogia de Jos Wuytack baseia-se em princípios da actividade, da criatividade, da comunidade e da totalidade (Sousa, 1999; 2015).

Síntese dos elementos específicos de cada uma das Metodologias

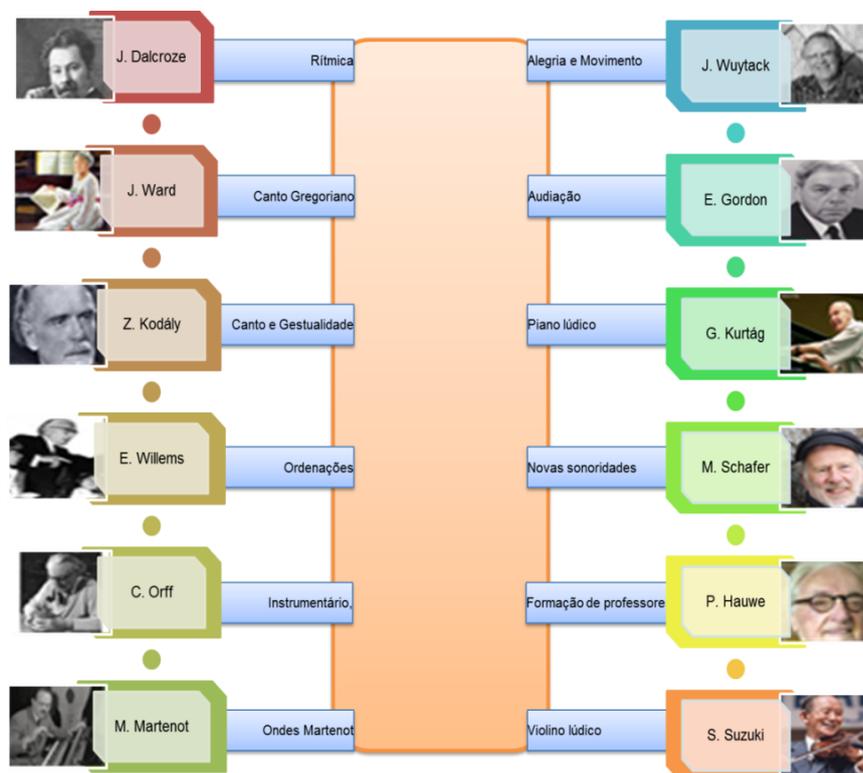


Fig.1 - Elementos que especificam cada metodologia

Competências privilegiadas das metodologias na sua globalidade



Fig. 2 - Competências privilegiadas das Metodologias num contexto global

Madalena Perdigão e as Metodologias do Ensino da Música em Portugal

Distinguindo-se por ter sido a pessoa que mais dinamizou o meio cultural português, nas últimas décadas, Madalena de Azeredo Perdigão foi diretora do Serviço de Música da Fundação Calouste Gulbenkian, dedicando-se fundamentalmente a ações nos âmbitos do desenvolvimento dos círculos musical e artístico (Sousa, 1999; 2015). No livro: *Sistema de Ensino em Portugal* (1981), Madalena Perdigão escreve um capítulo sobre o fenómeno da *Educação Artística*, no contexto do sistema de ensino português, afirmando a sua preocupação pelo ensino e aprendizagem das artes: *As artes não têm lugar nas Universidades Portuguesas, a não ser em termos de passado, como história, o que, sendo importante, obviamente, não basta* (p. 288). Procurando dar resposta a esta lacuna, dedicou grande parte da sua vida a promover e a

estimular a educação artística no país e no estrangeiro. Promoveu e aprovou diversos cursos de formação nomeadamente, o *Curso de Professores de Educação pela Arte*, e, no âmbito da divulgação das *Metodologias do Ensino e Aprendizagem da Música para Crianças* foi determinante o seu empenhamento e dedicação.

Ao longo do *Estudo Empírico* deste trabalho de investigação científica, passaremos à descrição da forma como foram implementadas as metodologias enunciadas em Portugal, acompanhadas de interessantes depoimentos.

II Parte- Estudo Empírico

Introdução

A apresentação de um *Estudo Empírico* terá como base científica a *entrevista semiestruturada*, de *análise qualitativa* (Bogdan e Biklen, 1994; Bardin, 1977; Carmo e Ferreira, 1998; Sousa, 1999; 2010; 2015; Vilelas, 2000; Freixo, 2012 e Coutinho 2013), sendo o *Inquérito por Entrevista* o instrumento de pesquisa utilizado, tal como já foi anteriormente anunciado. Consolidará esta pesquisa a *discussão* e a *interpretação analítica dos resultados*, seguidas da *Conclusão* deste trabalho (Sousa, 1999; 2015).

Procedimentos metodológicos

Todos estes percursos de investigação científica foram muito importantes, dado que foram realizados em diferentes épocas. Sendo, portanto, de utilidade para os estudantes, professores e investigadores, explicaremos, sumariamente, a forma como foram realizados esses procedimentos, quer aquando da 1ª publicação de uma obra, em 1999, quer na altura da 2ª publicação revista e aumentada em 2015.

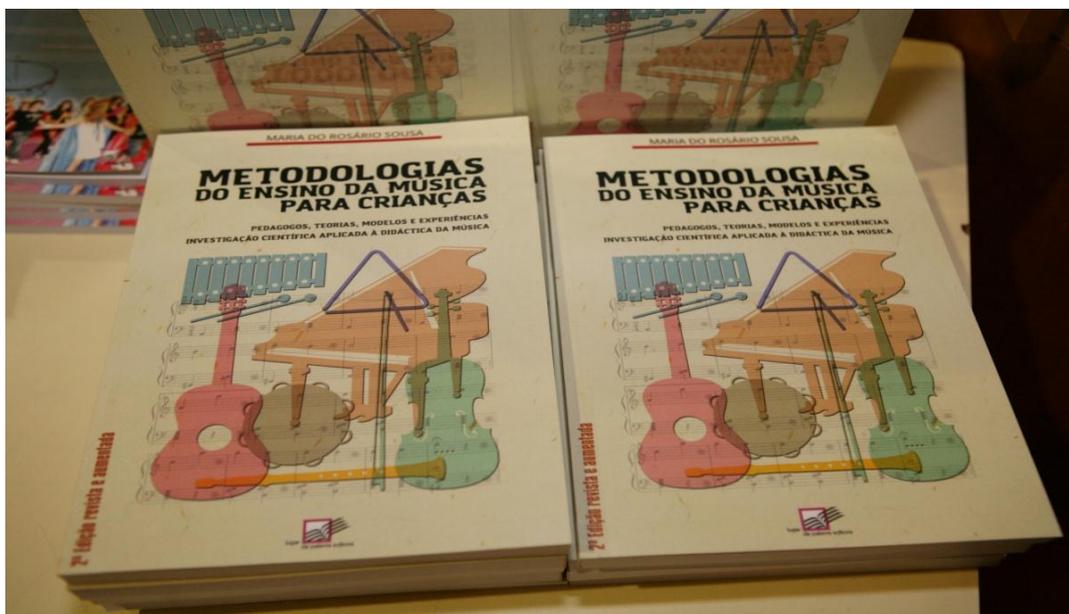


Fig. 3 – O livro

Em 1999 a *Entrevista semiestruturada* foi a metodologia científica utilizada (Lakatos e Marconi, 1983). Seguindo um *guião* previamente elaborado pela investigadora, por forma a abranger todas as questões que se tornaram pertinentes para a investigação em curso, foram gravadas em gravador áudio, testando sempre, junto do entrevistado, o aparelho por forma a garantir a fidelidade das gravações a realizar. As orientações da conversa seguiam um ritmo normal, de acordo com o *guião* de que falamos, sendo a investigadora a principal responsável por todo o seu cumprimento. Os entrevistados não foram obrigados a responder pergunta a pergunta, mas sim a fornecer as suas respostas e opiniões num contexto global, à medida que iam respondendo, livremente às questões, sendo as perguntas/respostas encaminhadas de acordo com os critérios e os objetivos da investigação. Depois de todas as entrevistas realizadas, foram ouvidas, uma a uma, e registadas, na sua íntegra, pela investigadora, o que significou um trabalho rigoroso e de grande responsabilidade. De seguida, foram todas enviadas, através dos serviços de Correio-CTT, para cada um dos entrevistados, para que os mesmos pudessem ler os textos relativos ao que disseram na entrevista, e efetuar qualquer ajustamento ou correção, ou, mesmo, até, qualquer eventual alteração, se assim o desejassem. Só depois destes

procedimentos é que a investigadora tinha a permissão necessária para a sua publicação (Sousa, 1999).

Em 2015, sendo os critérios de *metodologia de análise científica* e de *análise qualitativa* (Carmo e Ferreira, 1998) realizados dentro dos mesmos parâmetros, os procedimentos quanto ao modelo de recolha de dados foram obtidos de forma bem diferente. Desta forma, e dados os avanços tecnológicos e científicos registados, entre as duas datas -1999 e 2015-, os *Inquéritos por Entrevista* foram os instrumentos de recolha de dados que nos pareceram mais adequados. Estes instrumentos foram enviados através da *Internet* a cada um dos entrevistados, que, depois de escritos por cada um deles, foram, de imediato, revistos cuidadosamente pelos próprios, sendo os textos enviados à investigadora, por *correio electrónico*, já numa fase de revisão final, com a autorização expressa da sua publicação. Todos estes procedimentos de *metodologia de análise científica* merecem ser aqui registados, para que se possam verificar as evoluções dos trabalhos de investigação realizados no terreno, ao longo de tempos mais ou menos longos (Sousa, 1999; 2015).

Análise Categorical

Depois das entrevistas realizadas, procedeu-se à conseqüente *análise de conteúdo* das mesmas. Observemos, de seguida, a sua *análise categorial temática* (Bardin 1977) e (Sousa, 2015) a qual foi organizada tendo em consideração quatro aspectos fundamentais: *temas, categorias, subcategorias e indicadores*, que passamos a enunciar:

Tema 1- Metodologias do Ensino da Música para Crianças

Categoria 1 – Personalidades portuguesas introdutoras das metodologias em Portugal

Indicadores: Englobam-se neste *Tema* e nesta *Categoria* todas as metodologias estudadas ao longo desta investigação. Cada uma das personalidades apresentadas é representativa da sua metodologia, estudada no estrangeiro e trabalhada em Portugal. Os indicadores são pertinentes quanto à eficácia destas *boas práticas* que em muito dignificaram o ensino e a aprendizagem da Música em Portugal (Sousa, 1999; 2015).

- **Metodologia Emile Jacques Dalcroze:** Professora Margarida Abreu.
- **Metodologia Edgar Willems:** Professoras Teresa Macedo, Odette Gouveia, Irene Megre e Fernanda Correia.
- **Metodologia Carl Orff:** Professoras Maria de Lurdes Martins e M. Helena Vieira.
- **Metodologia Jos Wuytack:** Professor Jos Wuytack, Maestro Miguel Graça Moura e Professora Graça Boal Palheiros.
- **Metodología de Pierre van Hauwe:** Professores Fernando Lapa, Rui Ferreira e Sérgio Azevedo.
- **Metodologia Zoltán Kodály:** Professoras Cristina Brito da Cruz e Rosa Maria Torres.
- **Metodologia Justine Bayard Ward:** Professora Idalete Giga.
- **Metodologia Maurice Martenot:** Professora Maria de Lurdes Álvares Ribeiro.
- **Metodologia Shinichi Suzuki:** Professores Manuella Machado Pagano e António Fernando Silva.
- **Metodologia György Kurtág:** Professora Maria de Lurdes Álvares Ribeiro.
- **Metodologia Edwin Gordon:** Professoras Helena Rodrigues, Helena Caspurro e M. Helena Vieira.
- **Metodologia de Murray Schafer:** Professores Alberto Barros de Sousa e Amílcar Martins.

Categoria 2 – A Fundação Calouste Gulbenkian e Madalena Perdigão, nos contextos da introdução das metodologias, em Portugal

Indicadores: Os indicadores são relevantes quanto às iniciativas promotoras das artes e da educação artística através da ação direta da Fundação Calouste Gulbenkian, na pessoa de Madalena Perdigão, apoiando incondicionalmente a implementação das

Metodologias do Ensino da Música em Portugal. Comprovam-no as *palavras ditas pelos entrevistados* que passamos a citar (Sousa, 1999; 2015).

Cristina Brito da Cruz refere-se à sua iniciação musical da seguinte forma:

Comecei a estudar música na Gulbenkian com quatro anos, porque os meus pais entendiam que a música era fundamental na educação. A Fundação Calouste Gulbenkian organizou cursos de música para crianças a partir dessas idades, os quais terão começado no início dos anos 60. Penso terem sido então introduzidas em Portugal as metodologias Willems e Orff por professores sensacionais, tais como: Vitória Reis, Raquel Simões, Salomé Leal na Metodologia Willems e Leonor Moura Esteves, Victor Diniz, Maria de Lurdes Martins, Graziela Cintra, nos Princípios Pedagógicos Orff, entre outros, alguns dos quais me acompanharam e guiaram dos quatro aos dezassete anos.

Muitos dos músicos que fazem parte do Coro e da Orquestra Gulbenkian foram educados nessas escolas, bem como tantos outros músicos da minha geração (Cristina Brito da Cruz, 1999, cit in Sousa 2015, pp. 40-41).

No Porto organizaram-se, igualmente, cursos de iniciação musical para crianças, e cursos de iniciação para professores no âmbito da *Metodologia Willems*. Estes cursos, subsidiados pela Fundação Calouste Gulbenkian, tinham como orientadoras as Professoras Maria do Céu Diogo Costa, que trouxe, pela primeira vez, a Portugal o professor *Edgar Willems*, e a professora Maria Teresa Macedo -, grandes impulsionadoras desta metodologia (Sousa, 1999; 2105).

Maria Teresa Macedo refere-se à dinamização destes cursos da seguinte forma:

Os Cursos Willems de iniciações musical infantil funcionaram no Conservatório de Música do Porto, até Junho de 1974, sendo sempre e totalmente subsidiados pela Fundação Calouste Gulbenkian. Neles participaram cerca de trezentas crianças que usufruíam de um ensino gratuito.

A par destes cursos para crianças, decorriam também cursos de formação para professores. Denominavam-se Cursos de Educação e Didáctica Musical e tinham a duração de três anos. Funcionavam no Conservatório de Música do Porto, sendo, igualmente, subsidiados pela Fundação Calouste Gulbenkian (Maria Teresa Macedo, 1999, cit in Sousa, 2015, pp. 41-42).

Paralelamente a esta *Escola Willems*, surgiu a *Escola Orff*, de igual forma, implementada através da Fundação Calouste Gulbenkian, cujos objectivos fundamentais se basearam na divulgação e na realização de cursos de formação segundo os *Princípios Pedagógicos de Carl Orff*, para crianças, e para professores. Madalena Perdigão convidou **Maria de Lurdes Martins**, para implementar esta metodologia em Portugal, uma vez que tinha realizado na Alemanha, uma especialização com o professor Carl Orff. Em entrevista pessoal afirmou-nos o seguinte:

Em Portugal, fui a primeira pessoa a traduzir a obra de Carl Orff, porque tive conhecimento dela em Munique, onde estava com bolsa de estudo da Fundação Calouste Gulbenkian a estudar composição. Assisti a uma Conferência de Orff sobre a «Orff Schulwerk» na qual ele próprio realizou experiências vivas com crianças. Depois de ter falado com a Dra. Madalena Perdigão, foi-me solicitado que falasse como Prof. Carl Orff para que a implementação destes princípios pedagógicos fosse realizada em Portugal.

Esses cursos tiveram um enorme impacto junto dos professores e junto das crianças. Rapidamente cresceram e se formaram outros grupos. Para isso, foi necessário formar outros professores, de entre os quais Graziela Cintra e Leonor Moura Esteves, grandes colaboradoras neste trabalho. Realizaram-se, então, cursos intensivos de férias para professores e cursos para crianças que funcionavam durante todo o ano na Gulbenkian.

Esta Fundação teve uma enorme influência neste projeto, subsidiando também cursos para crianças com Necessidades Educativas Especiais (NEEs), tendo estes «Princípios Pedagógicos Orff» sido também aplicados

em musicoterapia, com muito êxito (Maria de Lurdes Martins, 1999, *cit in* Sousa, 2015, p.43).

Seguindo as orientações deste pedagogo, e, igualmente, a convite da professora Maria de Lurdes Martins, veio a Portugal, em 1973, o professor *Jos Wuytack*, com colaboração da Fundação Calouste Gulbenkian. Em entrevista pessoal, **Miguel Graça Moura** afirmou:

As razões que me levaram a prosseguir os cursos de formação de pedagogia musical, convidando o Professor Jos Wuytack para vir ao Porto, devem-se ao facto de ter tido conhecimento dos trabalhos já realizados pela professora Maria de Lurdes Martins, no âmbito da divulgação dos Princípios Orff, em Portugal, particularmente, a organização de cursos de formação para crianças e para professores a convite da Fundação Calouste Gulbenkian e da tradução para Português das obras da «Orff Schulwerk» (Miguel Graça Moura, 1999, *cit in* Sousa, 2015, p. 44).

Sobre *Jos Wuytack*, e em entrevista pessoal, a professora **Graça Boal Palheiros**, conhecedora e impulsionadora do trabalho deste pedagogo, confirmou que:

Jos Wuytack começou, uma carreira internacional em vários países, recebendo vários convites para trabalhar com professores. Veio a Portugal, pela primeira vez a convite da professora Maria de Lurdes Martins, com a colaboração da Fundação Calouste Gulbenkian e tem orientado cursos no nosso país, desde 1973. A sua personalidade e a sua maneira de trabalhar são, além de cativantes, extraordinariamente motivadoras (Graça Boal Palheiros, 1999, *cit in* Sousa, 2015, pp. 44-45).

Também a convite da Fundação Calouste Gulbenkian, tivemos oportunidade de conhecer a *Metodologia de Edwin Gordon*. **Helena Rodrigues**, no Prefácio da obra *Teoria da Aprendizagem Musical – Competências, conteúdos e padrões* (2000) refere-se à

implementação e a divulgação desta metodologia em Portugal. Nesta perspectiva, **M. Helena Vieira** afirmou em entrevista pessoal:

Muito devemos na Educação Musical em Portugal à Professora Helena Rodrigues, por ter trazido para o nosso país a pedagogia de Edwin Gordon. A seu convite, e com o apoio da Fundação Calouste Gulbenkian, foram realizados, em Lisboa, diversos cursos de curta duração no final dos anos 90 e inícios de 2000 com este pedagogo americano. Dessa forma, os princípios pedagógicos do autor de Teoria da Aprendizagem Musical (2000) foram difundidos por todo o país, através dos formandos que frequentaram as acções de formação (M. Helena Vieira, 2015, cit in Sousa 2015, p. 45).

Com apoios da Fundação Calouste Gulbenkian, encontrámos uma nova pedagogia. Trata-se da metodologia de *Raymond Murray Schafer*.

Amílcar Martins, ao longo da sua entrevista permitiu-nos conhecer esse mundo vasto de experiências dizendo:

O Encontro de 1978, em Lisboa, Portugal, com o canadiano Murray Schafer (nascido em 1933), realizado através da Fundação Calouste Gulbenkian e da APEM – Associação Portuguesa de Educação Musical, constituiu para todos(as) aqueles(as) que nele participaram uma experiência marcante e inesquecível, tanto pelo carácter criativo e inovador da sua proposta formativa, simultaneamente simples e complexa, como pela clareza, acessibilidade da sua abordagem musical, pedagógica e didáctica, como ainda pela emergência constante de um ambiente humano de grande fecundidade caracterizado pela envolvência da sua liderança sensível, sábia, interativa, lúdica, experimentalista e participada (Amílcar Martins, 2015, cit in Sousa, 2015, p. 46).

Depois da abordagem aos vários testemunhos, *ditos e referenciados* na *Análise Categorical* efetuada, vejamos de seguida a discussão e a interpretação dos resultados.

Discussão e Interpretação dos Resultados

Ao longo do *Quadro Teórico-Conceptual* foram abordadas temáticas relacionadas com a importância que se deve atribuir à formação artística global e musical, no contexto da educação de crianças, de jovens e da formação de professores, confirmados por autores de referência. O *Estudo Empírico* realça, através da *análise categorial temática*, de forma inequívoca, o valor que se deverá atribuir ao estudo e à aplicação didático-pedagógica das metodologias abordadas, nos contextos da Didáctica da Música, como princípio relevante nos domínios da gestão cultural e artística que se pretende cada vez mais consequente, nos contextos educativos.

Conclusão

No contexto de tudo o que acabamos de descrever, foi-nos possível constatar a importante colaboração atribuída pela Fundação Calouste Gulbenkian, e por Madalena Perdigão quanto às problemáticas da Educação Artística onde a música e as artes têm um papel predominante a realizar. Os seus *ideais de beleza e de plenitude*, como ela própria afirmava, *transmitidos através de uma educação artística de qualidade*, permitirão a cada ser humano uma educação, verdadeiramente global e completa. Sobre a implementação das metodologias aqui apresentadas e descritas não nos restam dúvidas quanto à sua eficácia na educação global, e na educação artística que pretendemos difundir.

Bibliografia

ALSINA, P. e GIRALDEZ, A. (2012). *7 Ideas Clave. La competencia cultural y artística*. Barcelona: Editorial Graó, de IRIF, S.L.

AZEVEDO, J. (2004). *Avenidas de Liberdade, Reflexões sobre Política Educativa*. Porto: Edições ASA.

AZEVEDO, J. (2007). *Sistema Educativo Mundial: ensaio sobre a regulação transnacional da educação*. Vila Nova de Gaia: Fundação Manuel Leão.

AZEVEDO, J. (2015). Contracapa. In SOUSA, M. R. (2015). *Metodologia do Ensino da Música para Crianças – Pedagogos, Teorias, Modelos e experiências – Investigação Científica aplicada à Didáctica da Música*. 2ª Edição Revista e Aumentada. Rio Tinto: Lugar da Palavra.

BARDIN, L. (1977). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

BOGDAN, R. e BIKLEN, S. (1994). *Investigação Qualitativa em Educação – Uma Introdução à Teoria e aos Métodos*. Porto: Porto Editora.

CARMO, H. e FERREIRA, M. M. (1998). *Metodologia da Investigação – Guia para auto-aprendizagem*. Lisboa: Universidade Aberta.

CARNEIRO R. (2001). *Fundamento da Educação e da Aprendizagem - 21 ensaios para o século 21*. Vila Nova de Gaia: Fundação Manuel Leão.

COUTINHO, C. (2013). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas – Teoria e Prática*. V. N. Famalicão: Edições Almedina.

DELORS, J. *et al.* (Eds.). (2005). *Educação, um Tesouro a Descobrir*. (Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o Século XXI. 9ª edição. Porto: Edições ASA.

DÍAZ, M. e GIRÁLDEZ, A. (coords.). (2007). *Aportaciones teóricas y metodológicas al educación musical – Una selección de autores relevantes*. Barcelona: Editorial Graó, de IRIF, S.L.

ELLIOT, D. (1995). *Music Matters- A New Philosophy of Music Education*. Oxford: Oxford University Press.

FLICK, U. (2005). *Métodos qualitativos na investigação científica*. Lisboa: Monitor Projetos e Edições Lda.

FREIXO, M. (2012). *Metodologia Científica – Fundamentos, Métodos e Técnicas*. Lisboa: Instituto Piaget.

LAKATOS, E. M. e MARCONI, M. A. (1983). *Metodologia do Trabalho Científico*. São Paulo: Atlas.

LESSARD-HÉBERT *et al.* (2010). *Investigação qualitativa – Fundamentos e práticas*. Lisboa: Instituto Piaget.

PERDIGÃO, M. (1981). Educação Artística. In SILVA, M. e TÁMEN, M. I. *Sistema de Ensino em Portugal* (pp. 285-305). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

READ, H. (1958), *A Educação pela Arte*. Lisboa: Edições 70.

SOUSA, A. B. (2003). *Educação pela Arte e Artes na Educação. 1º Volume: Bases Psicopedagógicas*. Lisboa: Instituto Piaget.

SOUSA, M. R. (1999). *Metodologia do Ensino da Música para Crianças*. 1ª Edição. Vila Nova de Gaia: Edições Gailivro, Lda.

SOUSA, M. R. (2010). *Música, Educação Artística e Interculturalidade: A Alma da Arte na Descoberta do Outro*. 1ª Edição. Rio Tinto: Lugar da Palavra.

SOUSA, M. R. (2015). *Metodologia do Ensino da Música para Crianças – Pedagogos, Teorias, Modelos e experiências – Investigação Científica aplicada à Didáctica da Música*. 2ª Edição Revista e Aumentada. Rio Tinto: Lugar da Palavra.

VILELAS, J. (2009). *Investigação – O Processo de Construção do Conhecimento*. Lisboa: Edições Sílabo.

WILLEMS, E. (1970) *As Bases Psicológicas da Educação Musical*. Lisboa: Ed. Patrocinada pela Fundação Calouste Gulbenkian.

Fontes Eletrónicas Consultadas

COMENIUS, I. A. (1592-1670). *Didáctica Magna. (1621- 1657)*. Versão para e-book. e Book Brasil. Com. Fonte Digital. Digitalização de *Didáctica Magna*. Introdução, tradução e notas de Gomes, Joaquim Ferreira. (2001). Fundação Calouste Gulbenkian [Nota de Copyright]: Lisboa. Disponível em: <http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/didaticamagna.pdf>.



A Mídia na Adultização e Erotização Infantil: Modelação na Aprendizagem Social e o Interdito Legal no Brasil e Portugal

Rosana Muniz de Medeiros

rosana@ua.pt

Universidade de Aveiro

Portugal

Alisson Renato Medeiros de Araujo

adv.medeiros@hotmail.com

CESMAC

Brasil

Camilla de Araújo Cavalcanti

camillacavancatiadv@gmail.com

Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra

Portugal

Iva Alberta Teixeira Faria

ifaria@ipca.pt

Instituto Politécnico do Cávado e do Ave

Portugal

Notas Biográficas

Rosana Muniz de Medeiros, 57 anos, natural de João Pessoa-PB-BR, reside em Barcelos, Licenciada em Pedagogia – UFPB – 1984, Especialista em Psicopedagogia – UNIGRANRIO – 1997, Especialista em Gestão Educacional – UFAL, 2001 – Mestre em Ciências da Educação – UA – 2011 – Doutoranda em Educação – UA (em andamento), possui trabalhos acadêmicos apresentados na área da educação, aprendizagem online, redes sociais, aprendizagem por modelação, políticas públicas, mídias entre outros. Para mais informações: <http://lattes.cnpq.br/4501310367537159>

Alisson Renato Medeiros de Araújo, 37 anos, natural de João Pessoa-PB-BR, reside Maceió/AL – BR, Bacharel em Direito – CESMAC – FADIMA – 2006 – Técnico Judiciário do Tribunal de Justiça do Estado de Sergipe - 2005 a 2008 - Diplomado pela Escola da Magistratura do Estado de Sergipe-BR - 2007 – Ex Assessor Judicial do Tribunal de Justiça do Estado de Alagoas – 2013 a 2017 – Advogado – 2017. Para mais informações: <http://lattes.cnpq.br/5581359015429753>

Camilla de Araujo Cavalcanti, 31 anos, natural de João Pessoa-PB-BR, reside em João Pessoa, Licenciada em Direito – Unipê – 2011, Especialista em Divórcio - FDUC – 2014, Mestre em Ciências Jurídico Políticas – FDCU – 2014 – Doutoranda em Direito Civil – FDUC (em andamento), possui livro publicado: " Famílias Pós-Modernas - A tutela constitucional à luz do princípio da Dignidade da Pessoa Humana", entrevista na TV, apresentação em palestras. Para mais informações: <http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K8217770J9>

Iva Alberta Teixeira Faria, 38 anos, natural e residente em Barcelos, licenciada em Direito - Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra - 2002, Pós-graduada em Direito dos Contratos - Escola de Direito da Universidade Católica Portuguesa - 2004, Mestre em Ciências Jurídico-Criminais - Escola de Direito da Universidade Católica Portuguesa - 2008, Doutoranda do Programa de Doutorado em Direito - Universidade de Santiago de Compostela, Espanha,

Advogada e Assistente Convidada do Instituto Politécnico do Cávado e do Ave, Barcelos. Para mais informações: <http://lattes.cnpq.br/6725111275961805>

Resumo

Muito se tem discutido sobre como a imagem das crianças brasileiras é exposta, de modo irresponsável na mídia, provocando uma adultização e erotização das mesmas (Brei, Garcia, & Strehlau, 2011; Flores, Júnior, Santos, & Teixeira¹, 2011). Acreditamos que essas imagens, amplamente divulgadas na mídia, inclusive eletrônica, têm influenciado na modelação do comportamento infantil. O objetivo do estudo é perceber, como as legislações brasileira e portuguesa tratam dessa realidade. Para tal, nossa questão de investigação é identificar que tipo de efeito a publicidade que adultiza a criança é capaz de exercer na formação de valores sociais nas mesmas? Sabemos que tudo o que passa a ser divulgado como imagem pública em forma de publicidade obtém uma valoração como modelo e comportamento social como “a modelação simbólica global e variada que ocorre por meio da mídia eletrônica” (Bandura, Azzi, Polydoro, & Costa, 2008, p. 20). Esse estudo surgiu a partir de uma análise de corpus latente na Internet, tendo como objeto de estudo imagens publicitárias infantis, disponibilizada no Google em duas realidades, Brasil e Portugal. A pesquisa enquadra-se numa abordagem qualitativa para estudo de caso, com análise de conteúdo e toma como base, a teoria da aprendizagem social de Albert Bandura, a CF do Brasil de 1988, o código de autorregulamentação publicitária, ECA e o regime jurídico português para esse fim.

Palavras-chave

Mídia; Adultização, Erotização, Modelação, Interdito Legal

Introdução

Nos últimos anos, uma preocupação crescente vem gerando polêmica quanto a utilização da imagem da criança e do adolescente, na publicidade brasileira, que pode ser visualizada, através de estudos desenvolvidos por (Brei et al., 2011; Flores et al., 2011), entre outros.

Vale salientar que, quando tratamos de criança, adotamos uma definição de Quinteiro, citando (Bolle, 1984) definindo-a como aquele ser que, “não é uma miniatura do cosmos dos adultos, bem ao contrário, é um ser humano de pouca idade que constrói seu próprio universo” (Quinteiro, 2002, p. 19). Já o dicionário de psicologia de Chaplin define criança como “alguém que não atingiu ainda a maturidade” (Caplin, 1981, p.123) portanto, aprende a partir dos exemplos e das trocas entre iguais.

Sabe-se que, algumas aprendizagens do comportamento social podem ser estimuladas, de acordo com os modelos mais enaltecidos, divulgados e popularizados na sociedade. A essa ação, alguns autores denominam de modelação, ou seja, “aprendizagem a partir de modelos” (Bandura, Azzi, Polydoro, & Costa, 2008, p. 123). Para esses autores, a modelação ocorre através da “imitação de condutas, ações, gestos e maneiras de ser dos outros” (idem, ibde).

No caso das crianças, essas atitudes são muito mais evidentes, e podem ser, facilmente constatadas, numa simples observação de postura, na maneira de vestir, falar e se conduzir no dia a dia; as crianças andam se comportando e se vestindo como se fossem verdadeiras miniaturas de um adulto.

Na atualidade, e mesmo sem a maturidade física e psicológica necessária, nossas crianças têm sido estimuladas a assumir precocemente, papéis e comportamentos sociais cada vez adultizados e eróticos.

No campo social, entendemos a adultização como aqueles comportamentos em que as crianças procuram imitar fielmente as atitudes do adulto e, no campo da mídia, entendemos a adultização como a divulgação de imagens publicitárias, onde crianças representam adultos. Já a erotização, como divulgação midiática, refere-se as imagens em que as crianças são expostas de maneira erótica e sensual sem uma reflexão crítica sobre essas e a sua real condição infantil, na sociedade. Segundo Innerarity,

os meios de comunicação, mídias¹ são os principais catalisadores da atenção, os instrumentos que atraem, dirigem e orientam a atenção das massas; oferecem um quadro estável para a regulação das relações de visibilidade e para distribuição da atenção pública (Innerarity & Ruas, 2009, p. 139).

Para esse estudo, iremos conceituar mídia como “conjunto dos diversos meios de comunicação, com a finalidade de transmitir informações e conteúdos variados. [...] como meios para disseminar as informações, como os jornais, revistas, a televisão, o rádio e a internet, por exemplo².

No campo específico da internet, onde buscamos imagens, de *corpus latente* de nossa análise de conteúdo, essa tem-se tornado “a primeira fonte que as pessoas consultam. O Google é o principal meio de a *nossa* cultura se conhecer a si própria” (Johnson, 2006, p. 116). Não é por acaso, que na questão da Web, essa tem se apresentado como “como espaço de divulgação instantâneo de visibilidade” (Medeiros, Souza, & Mercado, 2012, p. 130).

Por esse aspecto facilitador, encaminhamos nosso estudo, em busca de imagens *online*, *corpus latente na internet*, que possibilitasse a recolha de dados passíveis de análise, e o que estabelece a legislação no Brasil sobre a exibição adultizada/erotizada e, a proteção da imagem infantil na publicidade.

Interdito Legal – Brasil

No Brasil e, sob o ponto de vista legal, considera-se criança, para os efeitos da Lei, a pessoa até doze anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre doze e dezoito anos de idade (art. 2º, da Lei nº 8.069/90)³.

¹ Grifo nosso, no texto original não existe acréscimo dessa palavra

² https://www.google.com.br/?gws_rd=ssl#q=conceito+de+m%C3%ADdia

³ https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8069.htm

Evoluímos da chamada “Doutrina da situação irregular”, adotada antes do advento da Constituição da República de 1988 e do Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069/90), através do Decreto nº 17.943-A, de 12 de outubro de 1977 (conhecido como “Código de Mello Mattos”, elaborador, professor, jurista e primeiro juiz de menores do Brasil e da América Latina) e, posteriormente, por meio do “Código de Menores”, elaborado em 10 de outubro de 1979, em que o menor de 18 (dezoito) anos, adolescente e criança, eram tidos como verdadeiros “objeto” de direito.

A Constituição da República de 05 de outubro de 1988, rompendo totalmente com o sistema até então vigente, adotou o que se entende por “princípio da absoluta prioridade”, destinado à garantia dos direitos fundamentais da criança, do adolescente e do jovem (art. 227, da CF/88)⁴.

No caso específico de combate à violência e exploração, inclusive sexual, contra criança e adolescente, a Constituição da República afirma que (art. 227, §4º):

Art. 227. É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão. (Redação dada Pela Emenda Constitucional nº 65, de 2010)

§ 4º A lei punirá severamente o abuso, a violência e a exploração sexual da criança e do adolescente.

Com efeito, percebe-se que o legislador constituinte tem a nítida preocupação com o combate de qualquer tipo de abuso, violência e exploração sexual contra criança e adolescente.

Com a mídia em geral, envolvendo publicidade e propaganda, não seria diferente. Seus patrocinadores são geridos por valores de ordem pública e interesse social. Pertencendo ao gênero “comunicação social”, os meios de comunicação como Revistas, *Outdoor* ou mídia

⁴ <http://www.jusbrasil.com.br/topicos/10644726/artigo-227-da-constituicao-federal-de-1988>

eletrônica (redes sociais, *Facebook* etc.), devem ser exercidos de modo a respeitar os valores sociais e familiares, sob pena de se admitir a infringência de valores humanamente consagrados apenas porque exercido na forma “midiática”.

Por força do § 3º, do art. 222, da Constituição Federal, os meios de comunicação eletrônica, independentemente da tecnologia adotada, estão submetidos aos mesmos princípios que as emissoras de rádio e TV estão, como por exemplo: preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação; regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei; respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família (art. 221, da CF).

Vejamos o dispositivo:

Art. 222. A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou de pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no País. (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002)

*§ 3º Os meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço, deverão observar os princípios enunciados no art. 221, **na forma de lei específica** (grifo nosso) que também garantirá a prioridade de profissionais brasileiros na execução de produções nacionais. (Incluído pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002).⁵*

Independentemente de haver norma regulamentadora, o §3º acima citado, determina que os valores consagrados no art. 221 da Constituição Federal devem ser observados. Neste passo, tal comando independe de uma complementação, devendo apenas a lei regulamentadora estabelecer seus contornos, já que não se pode admitir, por sua simples ausência, que as ações

⁵ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm

praticadas no âmbito da “comunicação social eletrônica” pudessem ferir os valores consagrados e estabelecidos na Carta Magna.

Somado à rápida análise da visão constitucional quanto ao âmbito da “comunicação social eletrônica”, o Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA (Lei nº 8.069/90), adotou a “Doutrina da Proteção Integral”, ao dispor que: “ A criança e o adolescente gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta Lei, assegurando-se-lhes, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade” (Art. 3º, da Lei nº 8.069/90).

Como se percebe, a “proteção integral” é o arcabouço autorizativo da tutela infanto-juvenil em todas as searas, em todos os campos em que haja sua participação, de forma direta ou indireta.

O ECA, dentre outras exigências, afirma que a criança e o adolescente têm o chamado “DIREITO AO RESPEITO”, e um de seus aspectos é o respeito à integridade física, psíquica e moral, inclusive com a preservação de sua imagem e identidade, constituindo dever de todos o respeito à dignidade da criança e do adolescente (arts. 17 e 18, da Lei nº 8.069/90).

Por fim, como imposição legal, o ECA determina que revistas e publicações destinadas ao público infanto-juvenil não poderão conter a contrário sensu, dentre outras proibições, aspectos que desrespeitem valores éticos e sociais da pessoa e da família (art. 79, da Lei nº 8.069/90).

Na questão específica da *propaganda* e da *publicidade*, tentaremos fugir das confusões terminológicas e, para esse estudo, faremos uso do termos como sinônimos. Entretanto, antes de tratarmos legalmente da publicidade e da propaganda envolvendo um público infantil no Brasil, faz-se necessário dar uma definição para o termo.

Segundo Lopes (2010) legalmente, o termo *propaganda e/ou publicidade* pode ser definido como a divulgação de uma mensagem comum, de maneira convincente e direcionada por um anunciante identificado.

Em se tratando de publicidade envolvendo criança, percebe-se no Brasil, uma certa ineficácia da lei, ou o que poderia ser chamado de “uma quase completa ausência de regulação de temas

sensíveis, como regras [...], sobre o uso de apelo sexual em propagandas” (Lopes, 2010, p. 4), ou imagens adultizando crianças, etc.

Não podemos dizer com isso que inexistam um forte conjunto de regras que regulamenta a propaganda brasileira. Além de todo arcabouço legal de proteção integral da criança e do adolescente citado anteriormente, temos o Código de Autorregulamentação Publicitária que existe desde 1978, contudo, só em 2006 foi que o referido código fez a sua primeira atualização pensando no impacto da publicidade dirigida às crianças, no tocante à obesidade infantil, e as regras para os anúncios de alimentos e bebidas voltados a esse público específico.

No ano de 2013, uma nova alteração no Código de Autorregulamentação implementa medidas com intuito de “barrar o *merchandising* em programas dirigidos ao público infantil” (Lara, Strozenberg, Costa, & Fadiga, 2012, p. 5).

No tocante às regras, o Brasil considera que as adota de forma rígida, quando a publicidade tem por alvo, o público infantil e, enumera como uma das mais importantes: proibição do uso do imperativo, como “compre” ou “peça para seus pais”; conteúdos que desvalorizem a família, escola, proteção ambiental, ou que contenha algum tipo de preconceito racial, religioso ou social; difusão do medo, expor a situações perigosas, constrangimento por não poder consumir o produto ou serviço anunciado; associar crianças e adolescentes a situações ilegais, perigosas ou socialmente condenáveis⁶

Além do código de autorregulamentação publicitária, outras leis regulamenta a publicidade infantil no Brasil como: o CDC – Código de Defesa do Consumidor; a Agência Nacional de Vigilância Sanitária e o Código de Ética da publicidade ressaltando que, “o publicitário deve utilizar seu conhecimento de persuasão apenas em campanhas que visem o consumo de bons serviços, progresso de boas instituições e difusão de ideias sadias” (Lara et al., 2012, p. 11).

Não bastando essas leis e regulamentações, o Ministério Público acolhe, acata e promove a ação penal de qualquer denúncia, que seja considerada abusiva.

⁶ somostodosresponsaveis.com.br

Na questão da erotização e adultização infantil, o ECA – Estatuto da criança e do adolescente, no art.6º - leva em conta que a criança e, o adolescente, pela sua peculiar condição de pessoa em desenvolvimento, faz jus, a uma proteção integral e o (art. 1º ECA), os coloca como legítimos “sujeitos de direitos (art. 15, ECA), credores não somente do respeito aos valores fundamentais que impliquem na abstenção de qualquer ato lesivo à sua personalidade” (Júnior, 2006, p. 83) mas, também, a sua vulnerabilidade.

No tocante ao direito de imagem, Junior registra que “criança e o adolescente são sistematicamente tratados como objetos pela mídia [...], pelo propósito meramente comercial, explora de maneira exagerada ou gratuita a sua imagem (Júnior, 2006, p. 92).

Nos aspectos legais acreditamos, que ainda existe uma lacuna na legislação brasileira que precisa ser preenchida e, que se volte mais especificamente às imagens publicitadas de criança crianças e até adolescentes, de forma adultizada ou erotizada.

A Legislação Portuguesa aplicável à Publicidade

A publicidade assume uma significância exponencial no domínio da actividade económica mundial sendo, portanto, um instrumento tentador a utilizar pelas empresas para atrair e estimular os respectivos públicos-alvo e impulsionar padrões de consumo.

Assim, atenta a receptividade de todos os destinatários e a exposição e facilidade com que as pessoas têm acesso a conteúdo publicitários, quer pelos meios de comunicação social, quer pela utilização da internet e das redes sociais, a sociedade moderna não pode deixar de assumir a responsabilidade de estabelecer regras que protejam os consumidores e, mais concretamente no que a este estudo diz respeito, as crianças atenta a sua inexperiência, imaturidade e credulidade, prevenindo-se fenómenos como a erotização precoce das crianças e a sua adultização e exposição a realidades desajustadas à sua capacidade cognitiva.

O regime jurídico aplicável à publicidade dirigida a menores bem como à publicidade que utiliza menores encontra-se consagrado, no ordenamento jurídico português, no Código da Publicidade (Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro) – *o referido diploma obteve 14 alterações* –

Entretanto, no tocante ao nosso estudo, a Secção II do referido documento que trata das Restrições ao conteúdo da publicidade, Art. 14º - Menores⁷, assume a especial vulnerabilidade, em razão do seu incompleto desenvolvimento físico e psicológico, das crianças, destacando-se que são estabelecidas restrições quer no que se refere à publicidade dirigida aos menores, enquanto destinatários, quer quanto à publicidade que os utilize como intervenientes.

Naquela disposição legal, é elencado um conjunto de situações que configuram publicidade proibida e que se resumem, essencialmente, a três comportamentos publicitários: desde logo, é proibida toda a publicidade que incentive directamente as crianças a adquirirem bens e serviços, bem como aquela que vise a persuasão dos seus pais ou terceiros à sua aquisição (alíneas a) e b); de seguida, é proibida a inclusão de quaisquer elementos susceptíveis de colocar em perigo a integridade física ou moral das crianças, a sua saúde ou segurança, nomeadamente através de cenas de pornografia ou do incitamento à violência (alínea c); e finalmente, é proibida a utilização da sua imagem, enquanto intervenientes principais, para a divulgação de bens e serviços que não apresentam com aqueles uma relação directa (n.º 2).

No que a este último ponto diz respeito, cumpre ainda ressaltar que a norma proíbe a utilização de menores na publicidade enquanto intervenientes principais sempre que inexista uma “relação directa” entre o menor e os produtos divulgados, ou a contrário, a sua utilização como protagonistas só será lícita se os produtos ou serviços em causa se destinem a ser utilizados pelas crianças ou possam ser enquadráveis no seu universo.

Neste sentido, Ana Luísa Geraldes⁸, a propósito da análise da letra da lei, “a expressão relação directa inserida no n.º 2 do citado artigo 14.º, deve ser interpretada no sentido de que essa relação está interligada directamente com o destino, natureza, interesse ou utilização própria que o menor faz do bem ou produto anunciado: com tudo aquilo que integra o denominado Universo e Mundo da Criança”.

A nosso ver, o legislador, na preocupação da protecção das crianças para evitar a sua inadequada utilização de forma destacada, deixou por regular a sua utilização como meros

⁷ http://www.pgdlisboa.pt/leis/lei_mostra_articulado.php?nid=390&tabela=leis

⁸ Geraldes, Ana Luísa (1999), O direito da Publicidade, Instituto do Consumidor, Lisboa, p.175.

intervenientes secundários, deixando, portanto, espaço para alguns eventuais abusos ao uso da sua imagem.

Entendendo o Estudo

Ao adotar um estudo de natureza qualitativa, reconhecíamos que nesse tipo de abordagem “o pesquisador tem consciência de que deve explicitar suas escolhas [...], dentro dessa linha de pesquisa admite-se que não existe uma única e exclusiva forma de interpretação do real” (André, 2005, p. 81).

Como a nossa escolha situou-se no campo da publicidade com imagens de crianças, e o campo de recolha de dados foi delimitado como o espaço aberto virtual, *corpus latente da internet*, recorreu-se ao Google, em duas situações, com a seguinte orientação de busca: 1. Publicidade com criança no Brasil (imagem); 2. Publicidade com criança em Portugal (imagem).

Pelo fato do estudo estar direcionado para temas como, adultização e erotização infantil, buscou-se, nessa coleta de dados apenas as imagens que mais se identificassem com o estudo.

As referidas imagens foram catalogadas em quadros, devidamente identificadas de acordo com o campo de estudo pretendido ou seja, no Brasil.

Na questão do conteúdo elegeu-se duas categorias de análise de acordo com a teoria da aprendizagem social de Alberto Bandura, ou seja: aprendizagem observacional, através de um modelo simbólico; modelação por reprodução – praticar o comportamento como forma de aprimorar.

Com as referidas categorias, iremos inferir sobre as imagens e o potencial de aprendizagens de comportamento social que essas são capazes de favorecer.

Quadro I. Adultização e Erotização Infantil - Corpus Latente na Internet – Brasil

1



fonte: atarde.uol.com.br

2



fonte: longe.obviousmaq.org

3



fonte: <https://publicidadeinfantil.wordpress.com/2014/11/24/publicidade-lilica-ripilica/>

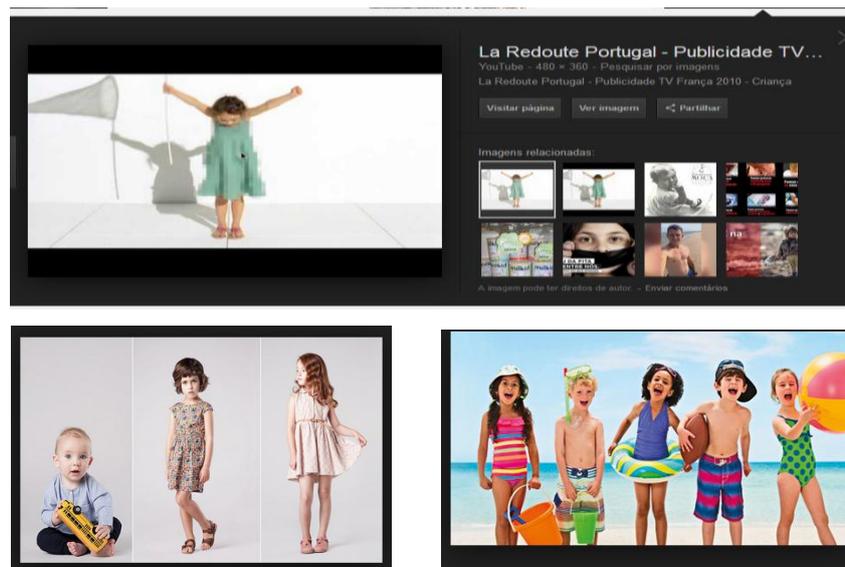
4



fonte <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2014/09/1515529-justica-manda-editora-recolher-revista-por-publicar-fotos-sensuais-de-meninas.shtml>

fonte: https://www.google.com.br/search?q=publicidade+com+crian%C3%A7a+no+Brasil&biw=996&bih=599&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi_54Ox2rLQAhVD6RQKHe7sB1kQ_AUIBigB#imgrc=5QD_-e78rmFbZM%3a

Quadro II. Publicidade com criança em Portugal - Corpus Latente na Internet



fonte: https://www.google.pt/search?q=publicidade+com+crianca+em+portugal&biw=1008&bih=599&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjDspvnoq3QAhUGuBQKHSNJA64Q_AUIBigB#imgsrc=acH7sV_uJGpzSZM%3A

Análise de Conteúdo

Quadro I.

Iniciamos a análise do quadro I, a partir de uma reflexão de Innerarity e Ruas ressaltando que, “nenhuma geração sentiu tão grande obsessão pelo visual como a nossa” (Innerarity & Ruas, 2009, p.50). A partir dessa reflexão, observamos no quadro I, e nas imagens 1 e 2, que a publicidade ressalta a imagem infantil, sem nenhum critério de razoabilidade crítica, e o que se vê, é uma imagem erotizada da figura feminina em um corpo de criança, numa publicidade em homenagem ao dia da criança e ao dia da mãe respectivamente.

Na questão da aprendizagem observacional, esse modelo simbólico de menina mulher estimula e exerce em maior medida a adultização da criança. Na imagem, a candura infantil cede lugar a

aspiração do sonho real de se tornar precocemente, mulher. O salto alto, a maquiagem sensual, as bijuterias, o corpo quase despido são apelos fortes e, com relação aos produtos, todos estão ao alcance de qualquer criança. O mercado de consumo se encarrega de colocar na praça produtos de qualidade inferior, com capacidade para atender a qualquer clientela. A publicidade ainda apela e, estabelece uma ligação entre a bondade e a felicidade infantil ao uso dos produtos que, em nenhum aspecto da fabricação, se destina a esse público. Sobre as necessidades impostas pela lógica do consumo encontramos, a “propensão natural para a felicidade. [...], a felicidade constitui a referência absoluta da sociedade de consumo, revelando-se como o equivalente autêntico da salvação” (Baudrillard, 1995, p.47).

A imagem 3. *Outdoor* de uma marca de roupa infantil Lilica - Apesar da modelo trajar roupa infantil, não dispensam o apelo erótico na chamada da publicidade “use e se lambuze” como mensagem escrita e, como não bastasse, a criança aparece carregada de maquiagem em uma pose sedutora de mulher fatal. Sem dúvida, mais uma vez um convite erótico que apela ao máximo para uma modelação infantil adultizada. A marca - destina-se a um público “A” mas, nada impede, que o público de menor poder aquisitivo tenha acesso aos modelos, com padrões inferiores de produção.

Já na questão da imagem 4, a publicidade representa um grosseiro mau gosto de apelo erótico infantil. A moda praia, publicita bumbum empinado, blusa levantada, biquinho com a boca e calcinha aparecendo. As crianças expostas no ensaio "Sombra e água fresca", da revista **Vogue Kids** de setembro aparecem, reforçando explicitamente a **adultização precoce** das meninas e a **erotização de sua imagem**⁹. O apelo publicitário gerou tão forte polêmica que, o MP resolveu retirar de circulação a edição de setembro/2016, da referida Revista. Quando passamos a análise das imagens na perspectiva da modelação, tomamos como referência que “as pessoas procuram modelos que possuam qualidades que admiram e capacidades às quais aspiram” (Bandura et al., 2008, 105), na questão infantil ainda em formação, os modelo admirados contribuem para a incutir crenças, hábitos e atitudes que influenciarão, sobremaneira, sua postura frente à vida.

⁹ Fonte: http://www.brasilpost.com.br/2014/09/13/polemica-vogue-kids_n_5815314.html

Quadro II.

Quando passamos à análise do quadro II, imagens 1, 2 e 3 - publicidade com crianças em Portugal, com marcas de roupas destinadas a esse público, encontramos um certo cuidado quanto a essa exposição na questão da adultização e erotização das mesmas. Nas referidas publicidades, crianças apresentam-se apenas como crianças, brincam, vestem-se e representam aquilo que é e, pode ser. Com relação a modelação de comportamento social, voltamo-nos as reflexões de Bandura sobre a teoria social quando referenda que essa “distingue as capacidades humanas básicas e a maneira como a cultura molda tais potencialidades em formas diversas apropriadas para diferentes culturas” (Bandura et al., 2008, p. 34).

Numa sociedade como a sociedade portuguesa, não é comum encontramos como no Brasil, vestuário disponível no mercado, que ressalte o aspecto adultizado e, ou, erotizado para o consumo infantil. Por um lado, pode-se concluir que o clima europeu não favorece a esse tipo de vestuário. Entretanto, mesmo num país de clima tropical como o Brasil, não aceitamos como verdade que, a imagem de um corpo menos vestido ou nu, de uma criança, visualizado no seu aspecto natural, possa expor uma imagem erótica e adultizada sem os toques específicos que os profissionais do *marketing* adotam, para transformar propositadamente essas imagens, em miniaturas de adultos erotizados.

Considerações Finais

De acordo com esse estudo, no Brasil, a publicidade de produtos de marcas caras, com imagens de crianças maquiadas, de salto alto, em poses sensuais, com frases de apelos eróticos e vestes de adulto tem-se tornado usual. Essa situação, tem excitado modelos de comportamentos infantis que, em certa medida, surge como um precoce *encurtamento da infância* brasileira, resultado de uma modelação por imitação, a criança imita a quem ela admira!

Por sua vez, se os produtos e serviços destinados a esse público infantil já são elaborados com “apelo erótico/sensual, isso significa que o mercado (por meio do marketing) e a sociedade como

um todo estão colaborando para a redução (ou eliminação) da fase infantil, imprescindível para a formação de um adulto psicologicamente saudável” (Brei et al., 2011, p. 113).

É fato que, a criança e, nomeadamente a menina - aprecia a imagem de beleza, de ser admirada, do poder, e da liberdade representada em revistas, panfletos publicitários, *Outdoor* ou nas publicidades expostas na *Web*. Nesse aspecto, nos questionamos: Qual menina não deseja a liberdade de usar o salto alto, a maquiagem e sutiã? Especificamente se esses, forem confeccionados de acordo com o seu tamanho!

Não estamos querendo dizer com isso que, brincar de ser adulto não seja um comportamento saudável, na infância. Pelo contrário, muita formação profissional têm surgido na infância, por modelação/admiração pela profissão do pai/mãe, professora, tios, etc. O grande problema que percebemos com a influência publicitária com apelo de adultização e erotização é que, muito precocemente, a menina deixa de ser menina e começa a assumir uma postura adulta em miniatura que nada condiz, com a sua condição de criança. Veste-se como uma mulher, expõe-se de maneira sensualizada que, pode vir a acarretar perigos como: o surgimento de um modelo de infância pernicioso e contagiante; estímulo da pornografia infantil; presença da criança como um objeto sexual; demonstração clara de que não existe barreiras de idade para o sexo.

Em si tratando do amparo legal no Brasil - ousamos acreditar que as leis e regulamentações são muitas mas, estão muito mais voltadas para os interesses comerciais que, ao amparo e a proteção da imagem da criança em casos de exposição adultizadas e eróticas. Prova disso é que as grandes marcas continuam a utilizar-se de imagens de crianças para divulgar seus produtos da maneira que mais lhes convém.

No caso de Portugal, a legislação que é aplicável a publicidade, proíbe de forma tácita, a utilização da imagem da criança, quando da divulgação de bens e serviços que deixem de representar os reais interesses da própria criança, exigindo que o bem ou produto anunciado refira-se a tudo aquilo que se associa apenas, o mundo infantil. Por essa razão, observa-se que a publicidade com imagens de crianças em Portugal restringe-se a apresentar a criança, apenas como criança.

Bibliografia

- André, M. E. D. A. de. (2005). *Etnografia da prática escolar* (12a ed.). Campinas - SP: Papyrus.
- Bandura, A., Azzi, R. G., Polydoro, S., & Costa, R. C. (2008). *Teoria social cognitiva: conceitos básicos*. Porto Alegre: Artmed.
- Baudrillard, J. (1995). *A sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70.
- Brei, V. A., Garcia, L. B., & Strehlau, S. (2011). A Influência do Marketing na Erotização Precoce Infantil Feminina. *Open Journal Systems*, 1(2238–104X), 98–116. Retrieved from <http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/tpa/article/view/11899>
- Caplin, J. P. (1981). *Dicionário de Psicologia*. Lisboa - Portugal: Dom Quixote.
- Flores, A. L. P., Júnior, J. N. de O., Santos, M. E. V., & Teixeira1, S. S. (2011). Erotização e Infância: as Duas Faces da Publicidade. *Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar Da Graduação*, Ano 4-Ed(1982–1689), 2–13. Retrieved from <http://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/35511/38230>
- Innerarity, D., & Ruas, M. (2009). *A sociedade invisível: Como observar e interpretar as transformações do mundo actual*. Lisboa: Teorema.
- Johnson, S. (2006). *Tudo o que é mau faz bem: como os jogos de vídeo, a TV e a Internet nos estão a tornar mais inteligentes*. Lisboa - Portugal: Lua de Papel.
- Júnior, D. C. (2006). *A Proteção Jurídica da Imagem da Criança e do Adolescente*. PUC - Pontifícia Universidade Católica - São Paulo. Retrieved from www.dominiopublico.gov.br/download/teste/arqs/cp011640.pdf%0A%0A
- Lara, L., Strozenberg, A., Costa, B. V. da, & Fadiga, A. (2012). As leis, a publicidade e as crianças - O que é preciso saber. O que dá para fazer.
- Lopes, C. A. (2010). Legislação de Proteção de Crianças e Adolescentes contra publicidade ofensiva: a situação do BRASIL e o Panorama Internacional. Retrieved December 12, 2016, from <http://www2.camara.leg.br/documentos-e-pesquisa/publicacoes/estnottec/areas-da-conle/tem>
- Medeiros, R. M. de, Souza, D. C. D. B. N. de, & Mercado, L. P. L. (2012). Aprendizagem e

conhecimentos de nativos digitais: caminhos para uma educação diferenciada. In J. S. Llabaca (Ed.), *Nuevas ideas en informática educativa: memorias del XVII congreso internacional educativo, TISE* (Digital 20, Vol. 8, pp. 121–125). Santiago do Chile: Universidade de Chile.

Quinteiro, J. (2002). Infância e Educação no Brasil. In A. L. G. de Faria, Z. de B. F. Demartini, & P. D. Prado (Eds.), *Por uma cultura da infância: metodologias de pesquisa com crianças* (pp. 19–47). Campinas - SP: Editora Autores Associados.

Sites consultados

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm

http://www.brasilpost.com.br/2014/09/13/polemica-voque-kids_n_5815314.html

<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2014/09/1515529-justica-manda-editora-recolher-revista-por-publicar-fotos-sensuais-de-meninas.shtml>

https://www.google.com.br/search?q=publicidade+com+crian%C3%A7a+no+Brasil&biw=996&bih=599&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi_54Ox2rLQAhVD6RQKHe7sB1kQ_AUIBigB#imgrc=5QD_-e78rmFbZM%3a

<https://publicidadeinfantil.wordpress.com/2014/11/24/publicidade-lilica-ripilica>

https://www.google.com.br/?gws_rd=ssl#q=conceito+de+m%C3%ADdia



Patrocínio Cultural no Brasil: a utilização da Lei Rouanet como forma de fortalecimento de marca e legitimação social

Tatiana Ravanello
tatiana.rehbein@yahoo.com.br
Universidade do Minho
Portugal

Nota Biográfica

Doutoranda em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho, Mestre em Patrimônio Cultural pela Universidade Federal de Santa Maria (Brasil), Especialista em Gestão Cultural pelo SENAC RS e Graduada em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Unochapecó. Como formação complementar possui cursos na área da Cultura realizados junto ao Ministério da Cultura brasileiro e de Propriedade Intelectual realizados junto ao INPI e à OMPI. Para mais informações: <http://lattes.cnpq.br/1774289961648871>

Resumo

Recentemente no Brasil o relacionamento das marcas com iniciativas culturais tem sido uma estratégia recorrente no atual cenário da gestão da comunicação. Sua eficiência reside no fato de que o patrocínio, diferente da propaganda em si, não oferece propriamente informação, mas possibilita ao público uma experiência afetiva capaz de gerar sentimento positivo e de estabelecer vínculos com a marca. Ao patrocinar a cultura, a marca toma emprestado para si os atributos e as percepções que são concernentes aos artistas e suas obras. Este estudo pretende, portanto, refletir sobre a adesão corporativa ao principal mecanismo fiscal utilizado pelas empresas brasileiras no patrocínio cultural – a Lei federal de Incentivo à Cultura, conhecida como Lei Rouanet. Para tanto, propõe-se a: a) descrever detalhadamente o funcionamento da Lei 8.313 de 1991; b) com base nos dados oficiais do Ministério da Cultura do Brasil, apresentar um panorama acerca do uso da dedução fiscal, concedida pela legislação em questão às empresas tributadas com base no Lucro Real, nos últimos 10 anos; c) identificar quais são as 10 maiores empresas patrocinadoras de projetos culturais a nível nacional; e, por fim, d) verificar, a partir da maior empresa patrocinadora, quais são os valores passíveis de transferência de uma marca cultural para uma marca comercial.

Palavras-chave

Estratégia de Comunicação, Lei Rouanet, Patrocínio Cultural, Marketing Cultural

Do Mecenato ao Marketing Cultural

A associação entre a esfera econômica e a esfera cultural já data de muito tempo e, ainda que hajam algumas visões pessimistas acerca de uma possível profanação gerada por este tipo vínculo, é inegável que o suporte financeiro de um tem sido extremamente importante para o desenvolvimento de outro. Os vários séculos que decorreram após a Roma antiga, quando dos primórdios do financiamento às artes, demonstraram, entretanto, nem sempre tratar-se de atitudes altruístas. Da Antiguidade Clássica, passando pelo Renascimento, pelo Iluminismo, chegando finalmente à Idade Contemporânea: em todos esses períodos históricos de grande fomento, a cultura e as suas manifestações serviram também a propósitos utilitários.

Ainda que o precursor deste movimento Gaius Cilnius Maecenas, o influente conselheiro do imperador Caio Julio Augusto entre 36 a.C. e 8 d.C (Reis, 2003), tenha sido um grande entusiasta da literatura com interesse real na prosperidade de um grupo de intelectuais e poetas (sendo ele mesmo um integrante), a aproximação entre o governo e o mundo das artes fez parte justamente de uma política inédita de relacionamento entre o império e a sociedade. Ao financiar o trabalho de nomes como Horácio, Virgílio e Vário, Augusto tomava para si atributos positivos que melhoravam a sua imagem pessoal e da sua administração. Cesnik (2007) afirma que, através da influência e do prestígio que tinham junto aos cidadãos, os eruditos emprestavam credibilidade a Augusto, ao mesmo tempo em que disseminavam a política imperial, inclusive através das suas obras. Sem ingenuidade, Gaius Maecenas implantou um dos mais eficientes sistemas de legitimação de poder, tornando filosofia e arte em pensamento oficial. Relação essa que prosperaria por séculos.

Supostamente, o popular termo *mecenato* teria sido criado em referência às atividades desse articulador político e cultural para designar o subsídio financeiro daqueles que sustentam a produção artístico-cultural. A definição clássica de um mecenas aponta para um indivíduo que, por vontade própria, consagra “uma parte da sua vida e rendimentos à proteção e desenvolvimento” desse cenário (Mendes, 1991, p.72). Ainda assim, ao longo dos séculos o trabalho de artistas subsidiados foi veículo de transmissão de mensagens de interesse particular a públicos específicos: “Ao lado do mecenato que apoiava a arte pela arte, surgia um outro, que tratava a arte com fins explícitos de comunicação de uma mensagem” (Reis, 2003, p.14).

Mas o financiamento, enquanto uma moeda clara de troca entre artista/atividade cultural e empresário/empresa, surge somente da década de 1960, quando do deslocamento da noção de marketing enquanto um complemento do processo de vendas para uma etapa essencial, anterior à produção.

Ao invés de empurrar para o consumidor o que a empresa dita, o consumidor passa a definir o que a empresa deve produzir, dando finalmente origem à proposta de marketing voltado ao consumidor. O processo de marketing tem início justamente na percepção dos desejos e necessidades do seu público e é essa definição que vai direcionar o desenvolvimento do produto ou serviço da empresa. [...] É justamente na busca desse maior relacionamento com o consumidor que germina a semente do marketing cultural. (Reis, 2003, p. 31-32)

Esse cenário deve-se sobretudo, segundo Reis (2003), a vários fatores decorrentes de tendências sociais e econômicas, como: maior disponibilidade de tempo para atividades de lazer, globalização cultural, formação de uma sociedade mais ativa e crítica, limitações em termos de possibilidade para propaganda e uma maior abertura entre as comunidades empresarial e cultural. Essa modalidade específica de fomento, designada como *patrocínio*, normalmente faz parte de um processo maior do marketing empresarial, uma vez que trata-se de um investimento feito “com o intuito de receber em troca um retorno institucional [...] coerente com o valor aplicado no projeto” (Olivieri & Natale, 2010, p. 206). É, assim, uma escolha estratégica onde equaciona-se a dimensão do potencial de visibilidade (Colbert & Cuadrado, 2008). No Brasil, entretanto, o amadurecimento do patrocínio como uma estratégia de comunicação se dá apenas nos anos 1990, com o advento das leis de incentivo à cultura.

A competitividade no interior dos mercados de bens e serviços, bem como a crescente demanda dos diversos públicos por ofertas menos massificadas têm exigido das empresas a adoção de procedimentos de diferenciação como, por exemplo, a exploração de aspectos do relacionamento com o cliente a partir de uma abordagem mais pessoal. Todas as importantes mudanças de paradigmas contribuíram para a percepção do impacto social positivo, a médio e longo prazo, das relações estabelecidas entre uma marca comercial e uma marca cultural.

E a cultura é inesgotável fonte geradora de emoção, empatia, identificação. A estratégia focada em projetos culturais como forma de criar emoções atua, por um lado, reforçando os valores que

para o consumidor são importantes. [...] Por outro lado, os projetos culturais apresentam maleabilidade ímpar para romper barreiras. [...] as empresas transpõem fronteiras de resistência, porque não lidam com a dimensão racional do consumidor e sim com sua experimentação e vivência de uma sintonia emocional. (Reis, 2003, p. 26)

Enquanto parte do marketing cultural de uma empresa e de uma estratégia específica de comunicação e posicionamento, o patrocínio difere dos suportes tradicionais da propaganda que “invadem” a vida privada do indivíduo e trazem consigo uma mensagem clara de persuasão. Nas atividades artístico-culturais patrocinadas, as relações de troca podem ser estabelecidas principalmente em virtude da disposição psicológica dos participantes, que escolhem, por vontade própria, incluir-se no processo através do envolvimento na própria atividade.

Neste trabalho será apresentado um breve panorama do patrocínio empresarial realizado por intermédio da Lei federal de Incentivo à Cultura em favor de iniciativas culturais no Brasil, a partir de uma pesquisa com recorte cronológico de dez anos (2006-2016). O levantamento de informações e referências se deu por meio de pesquisa bibliográfica e busca de dados através do Salic Net, uma ferramenta sistêmica do Ministério da Cultura brasileiro que disponibiliza dados a respeito de empresas e projetos beneficiados com a Lei.

Leis de Incentivo Fiscal no Brasil

Em comparação com outros países, como os Estados Unidos, por exemplo, as políticas públicas culturais chegaram tardiamente no Brasil: a promulgação da primeira lei de incentivo fiscal data de 1972, mas só foi aprovada em 1986. A Lei nº 7.505/86, ou Lei Sarney, concebida logo após a criação do Ministério da Cultura, embora tenha sido um mecanismo pioneiro de fomento ao setor, conforme indica Costa (2004, p. 120), o seu liberalismo foi o aspecto mais criticado já que dava margem para fraudes e abusos: sem distinguir os segmentos culturais ou regiões mais carentes de apoio, a lei contemplava inclusive “projetos culturais sem caráter público, como edições de luxo que as empresas ofereciam como brindes aos seus clientes e fornecedores”.

Por ocasião do plano de contenção inflacionária adotado pelo governo de Fernando Collor, a lei foi revogada juntamente com as demais leis de incentivo fiscal vigentes.

Em 1991, o então Secretário da Cultura, Sérgio Paulo Rouanet, obteve sucesso com seu projeto de lei vindo a produzir o texto legal que dá base à toda política de incentivos praticada hoje no Brasil. A Lei Rouanet instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura – PRONAC que financia projetos culturais de pessoas físicas e/ou jurídicas de natureza cultural, via captação e distribuição de recursos financeiros através do mecenato, do Fundo Nacional de Cultura – FNC e do Fundo de Investimento Cultural e Artístico – FICART. Os dois Fundos foram criados com objetivo de estimular a distribuição regional dos recursos e solucionar questões de infraestrutura do setor cultural, contudo somente o FNC foi executado.

Neste trabalho nos ocuparemos somente do mecanismo chamado de mecenato, o mais utilizado, que permite o repasse de aporte financeiro por empresas tributadas com base no Lucro Real a projetos culturais previamente aprovados pelo Ministério da Cultura.

Lei Rouanet, a Lei Federal de Incentivo à Cultura - LIC no Brasil

A nova Lei Federal de Incentivo à Cultura - LIC, nº 8.313/91, atribuiu seriedade ao setor ao introduzir: a) avaliação prévia de projetos com base na análise de mérito e viabilidade feita por uma comissão composta por representantes do governo e de entidades culturais, b) autorização para captação de recursos somente após a obtenção de parecer favorável c) divulgação da aprovação no Diário Oficial da União, e d) um maior rigor nos processos de prestação de contas. Parte-se do princípio que o dinheiro investido em cultura pela iniciativa privada através do incentivo fiscal é o imposto que o Estado não recolhe aos cofres públicos. Daí a importância de garantir a sua correta aplicação, aplicando medidas auxiliares.

Desde a sua implementação, a Lei Rouanet tem sido constantemente revisada através de Instruções Normativas (IN), que estabelecem os procedimentos para recebimento, análise, aprovação, execução, acompanhamento, prestação de contas e avaliação de resultados de projetos. As INs são atos administrativos expedidos pelo Ministério da Cultura, nos quais são

detalhados os preceitos contidos na Lei e no Decreto 5.761/2006 (que regulamenta a sistemática de execução do PRONAC) a fim de viabilizar aprimoramentos importantes na gestão sem contradizer a legislação superior (Menezes, 2016). O histórico conta com alterações anuais desde 2010, estando atualmente em vigor a IN 1/2017, publicada em março deste mesmo ano.

A modalidade de mecenato é um programa de financiamento por meio de incentivo fiscal que, conforme Cesnik (2007), é instituído por uma faculdade da União em conceder a pessoas físicas ou jurídicas a opção pela aplicação de parcelas no Imposto de Renda devido, por meio de doações ou patrocínios, em favor de projetos culturais previamente aprovados pelo MinC. “A diferença básica entre doação e patrocínio, neste caso, é a contrapartida de marca do mecenas nas peças promocionais e produtos realizados com esses recursos. No caso de patrocínio a marca da empresa pode ser inserida no produto final” (Cesnik, 2007, p. 33). Por sua vez, a transferência de valores pelo incentivador via doação não admite qualquer tipo de associação promocional com o projeto ou com os produtos resultantes desse. Há dois limites de abatimento, levando em conta o Imposto de Renda devido (IR) ao governo pelo incentivador: 6% para pessoa física e 4% para pessoa jurídica, sendo que somente empresas tributadas com base no Lucro Real estão aptas a fazer uso do mecanismo.

É interessante observar que, ainda que a própria lei faça a distinção entre as duas variantes no seu Capítulo IV, curiosamente, ambas são designadas genericamente como mecenato. Tal como vimos no tópico anterior, enquanto uma ação praticada de forma desinteressada no retorno de imagem, dentre as categorias, a que mais se aproxima verdadeiramente da etimologia do termo mecenato é a de doação.

A autorização para captação de recursos via mecenato somente é concedida aos projetos culturais que visem “exibição, utilização e circulação pública dos bens culturais deles resultantes, vedada a concessão de incentivos de decorrentes destinados a circuitos privados e a coleções particulares” (Cesnik, 2007, p. 20). Além disso, cada proposta apresentada é enquadrada pelo MinC dentro de um dos dois artigos que estipulam os percentuais de dedução do incentivador de acordo com as linguagens culturais abordadas (Tabela 1).

ATIVIDADE	PESSOA JURÍDICA		PESSOA FÍSICA	
	Patrocínio	Doação	Patrocínio	Doação
Artigo 18	100%	100%	100%	100%
Artigo 26	30% + lançar como despesa operacional	40% + lançar como despesa operacional	60%	80%

Tabela 1: Percentuais de dedução do IR do valor do incentivo de acordo com os artigos 18 e 26 da Lei Rouanet.

Fonte: Elaboração própria

O artigo 18 prevê o abatimento no IR devido de 100% do valor do total do incentivo, seja via doação ou patrocínio, exclusivamente para as seguintes áreas: a) artes cênicas; b) audiovisual (exceto longa metragem); c) música erudita, instrumental ou canto coral; d) artes visuais; e) patrimônio cultural material e imaterial; f) museus e memória; e g) humanidades (IN 1/2017).

Já o artigo 26 prevê diferentes abatimentos do IR devido de acordo com a natureza da pessoa e com a escolha do tipo de incentivo. Neste caso, o abatimento nunca será de 100%, cabendo ao incentivador a responsabilidade de totalizar com recursos próprios o valor da doação ou patrocínio. Todas as atividades não especificadas no artigo anterior são enquadradas no artigo 26 da Lei.

Abaixo é possível observar o funcionamento do mecanismo do mecenato do ponto de vista do incentivador pessoa jurídica (Tabela 2), através de exemplos hipotéticos nos quais as empresas obtiveram um lucro anual de R\$10.000.000,00 e incentivaram projetos com o valor de R\$50.000,00. Trataremos aqui apenas do caso pessoa jurídica, foco deste trabalho.

PESSOA JURÍDICA	Artigo 18		Artigo 26	
	Patrocínio (R\$) 100%	Doação (R\$) 100%	Patrocínio (R\$) 30% + desp. oper.	Doação (R\$) 40% + desp. oper.
1. Lucro líquido	10.000.000,00	10.000.000,00	10.000.000,00	10.000.000,00
2. Valor do incentivo depois do lucro líq. Valor do incentivo como desp. oper.	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
3. Novo lucro líquido	10.000.000,00	10.000.000,00	9.950.000,00	9.950.000,00
4. Contribuição Social – CS (9% de 3)	900.000,00	900.000,00	895.500,00	895.500,00
5. IR devido (15% de 3)	1.500.000,00	1.500.000,00	1.492.500,00	1.492.500,00
6. Adicional do IR (+ 10%) *	976.000,00	976.000,00	971.000,00	971.000,00
7. Dedução permitida do IR devido	50.000,00	50.000,00	15.000,00	20.000,00
8. IR a ser pago (5+6-7)	2.426.000,00	2.426.000,00	2.248.500,00	2.443.500,00
9. Total de impostos pagos (8+4)	3.326.000,00	3.326.000,00	3.344.000,00	3.339.000,00

Tabela 2: Exemplos de abatimentos conforme artigos da Lei Rouanet e modalidades de incentivo.

Fonte: Adaptado de Cesnik (2007) e Costa (2004)

* A legislação do Lucro Real prevê o pagamento adicional de 10% sobre o que exceder o valor resultante da multiplicação de R\$20.000,00 pelo número de meses do período de apuração. Consideramos aqui 12 meses.

Em tese, parte do valor dos impostos que seriam pagos diretamente ao governo federal são direcionados de forma direta para uma causa cultural específica. A Lei Rouanet não isenta o

contribuinte de pagar os seus impostos, mas compartilha a responsabilidade entre a sociedade e o Estado de garantir o direito constitucional de acesso à cultura por todos os brasileiros.

Panorama da utilização da Lei Rouanet

Ao longo dos quase 26 anos de vigência da Lei Rouanet foi possível observar a progressiva adesão aos mecanismos de incentivo, tanto por parte de agentes e entidades culturais quanto de pessoas físicas e jurídicas interessadas em subsidiar iniciativas culturais. Entre 2006 e 2016, o MinC recebeu um total de 77.081 propostas e aprovou 68.318 dessas, ou seja, uma taxa de aprovação de 88,63%. Desse montante, o quantitativo de projetos aprovados que recebeu algum tipo de incentivo via mecenato foi de mais de 52%, representando aproximadamente R\$12,5 bilhões destinados à cultura, um somatório de cerca de 34% a mais do que no período anterior (1995-2005).

A participação da iniciativa privada, contudo, ainda é um pouco tímida: do valor total captado na última década, apenas 7,26% correspondem a recursos próprios de investimento, o que demonstra a preponderância de projetos submetidos ao abrigo do artigo 18 da Lei. Interessante no entanto notar que, apesar das grandes diferenças econômicas que existem no Brasil, incentivadores de todas as unidades federativas do país (com exceção do Amapá em 2006) utilizaram o mecanismo durante a década analisada.

Historicamente o eixo Rio-São Paulo, composto pelos dois maiores estados do país, absorveu as maiores somas de verbas de captação. Isso ocorre, entre outros motivos, por serem sede de diversas multinacionais e estatais brasileiras, além de acolherem a maior parte dos megaeventos e dos proponentes com alta expressividade no cenário da indústria cultural e criativa brasileira. No ano de 2016, porém, proponentes dos três estados da região sul, mais o Distrito Federal e Minas Gerais tiveram uma forte participação no mecenato: com cerca de 25% do valor total captado via mecenato contra cerca de 68% do eixo Rio-São Paulo.

Dentre as dez maiores empresas incentivadoras é possível observar relativa constância na utilização do mecanismo no período analisado (Tabela 3). Longe de ser uma decisão aleatória,

essas corporações possuem políticas de patrocínio muito bem elaboradas, disponíveis para consulta, e consoantes com as suas áreas estratégicas de atuação. Apesar de os investimentos em cultura terem gradativamente diminuído em alguns casos, fato extremamente relacionado com os movimentos dos mercados e da economia, a maioria das empresas que figura o ranking tem se mantido, nos últimos dez anos, pelo menos entre as 40 primeiras posições.

INCENTIVADOR	ÁREA	VALOR (R\$)	Nº DE PROJETO
1. Petróleo Brasileiro S.A. – Petrobras	Energia	1.022.982.824,32	3.682
2. Vale S/A	Mineração	470.557.347,08	417
3. Banco Nac. Do Desenv. Econ. e Social - BNDES	Financeira	393.610.860,49	668
4. Banco do Brasil S.A.	Financeira	391.371.859,87	1.559
5. Bradesco Vida e Previdência S/A	Financeira	180.197.606,69	200
6. Cielo S.A.	Financeira	168.149.865,22	261
7. Centrais Elétricas Brasileiras S/A – ELETROBRÁS	Energia	167.572.948,16	839
8. Banco Itaucard S.A.	Financeira	112.734.749,70	110
9. Telecomunicações de São Paulo S.A.	Comunicação	106.416.670,16	160
10. Redecard S/A	Financeira	101.387.404,71	158
TOTAIS:		3.114.982.136,40	8.054

Tabela 3: Dez maiores incentivadores PJ que utilizaram o mecanismo do mecenato (2006 – 2016)

Fonte: Elaboração própria. Dados extraídos do sistema de informações SalicNet (n.d.) do MinC brasileiro.

Conjuntamente, as dez empresas apresentadas no ranking são responsáveis por quase 25% de total captado via mecenato durante todo o período analisado. Entre 2007 e 2011, as três primeiras posições pertenceram a Petrobras, Vale e Banco do Brasil, respectivamente. Ainda que a Petrobras tenha diminuído drasticamente os seus incentivos, despencando de 634 em

2006 para 1 projeto cultural patrocinado em 2016, o montante despendido desde o início da atuação da Lei, com alto volume de verba entre 2006 e 2013, outorga o primeiro lugar à empresa no referido decênio. O baixo desempenho da empresa está diretamente relacionado à desestabilidade política nacional e à crise econômica no país que se arrasta desde, pelo menos, 2012.

INCENTIVADOR	ÁREA	VALOR (R\$)	Nº DE PROJETO
1. Banco Nac. Do Desenv. Econ. e Social - BNDES	Financeira	61.020.862,20	84
2. Banco do Brasil S.A.	Financeira	32.391.089,10	79
3. Cielo S.A.	Financeira	27.761.620,04	37
4. Samsung Eletrônica da Amazônia Ltda	Eletrônica	23.810.380,00	7
5. Bradesco Vida e Previdência S/A	Financeira	18.480.930,00	8
6. Companhia Brasileira de Metalurgia e Mineração	Mineração	16.978.760,90	56
7. Banco Bradesco S/A	Financeira	16.900.000,00	16
8. Redecard S/A	Financeira	16.454.000,00	14
9. BB Corretora de Seguros e Adm. Bens S.A.	Financeira	13.000.000,00	5
10. Banco Itaucard S/A	Financeira	12.401.519,55	22
TOTAIS:		239.199.161,79	328

Tabela 4: Dez maiores incentivadores PJ que utilizaram o mecanismo do mecenato em 2016.

Fonte: Elaboração própria. Dados extraídos do sistema de informações SalicNet (n.d.) do MinC brasileiro.

Não obstante, o Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES que, desde 2014 assumiu a liderança anual do ranking, mantém a regularidade no uso do mecenato, figurando continuamente, durante todo o período analisado, entre os dez maiores incentivadores, e com notável aumento nos valores aportados: comparativamente aos R\$11 milhões de 2006, a

dilatação do repasse financeiro através do mecanismo foi de 524% em 2016. Por sua vez, o declínio da participação da Petrobras em 2016 é tão inversamente expressivo que o seu contributo representa apenas 0,01% do valor aportado no primeiro ano analisado. Dessa forma, apresentamos aqui o BNDES como o atual maior patrocinador da cultura via Lei Rouanet no Brasil (Tabela 4).

Teoricamente, todos os projetos incentivados pelo BNDES cumprem os princípios e diretrizes da sua política de patrocínios, o qual ocupa-se de duas linhas diferentes de trabalho: escolha direta de projetos convidados, identificados como ações de oportunidade ou de continuidade, e aprovação de projetos via editais de seleção pública lançados duas vezes ao ano. Os recursos para repasse são oriundos de renúncia fiscal via LIC federal e ainda de fundos próprios.

O programa de âmbito nacional acolhe projetos do setor audiovisual, editorial, musical, jogos digitais e de preservação do patrimônio histórico, artístico e arquitetônico, priorizando aqueles com alto significado cultural e com plano de sustentabilidade bem elaborado. Mas o diferencial de sua atuação está certamente em conceber a chancela sob a ótica do desenvolvimento integrado: cultural, econômico e social.

O BNDES aposta na rica diversidade cultural brasileira para impulsionar o desenvolvimento do país. Suas variadas manifestações movimentam cadeias produtivas que geram trabalho, emprego e renda e promovem inclusão social. Para apoiar o setor, o Banco dispõe de diversos instrumentos, como financiamento, recursos não reembolsáveis e fundos de investimento. (BNDES, n.d.)

O BNDES preza pelo relacionamento comunitário nas regiões em que atua, desenvolvendo ações e incentivos também em outras frentes como educação, saúde, esporte e ciência. Em favor de qualquer área, no entanto, todos os patrocínios são concedidos no âmbito da sua estratégia de comunicação que necessariamente: a) favoreçam a valorização da marca; b) divulguem sua atuação junto aos públicos de interesse; c) contribuam com a consecução dos objetivos e metas da empresa através do relacionamento entre entes públicos e privados; d) valorizem a promoção da cidadania; e e) possuam vínculos com a missão e as diretrizes estratégicas da empresa (BNDES, n.d.).

Dentre os projetos incentivados pela empresa estão grandes eventos de relevância e projeção nacional. No próximo tópico analisaremos as possibilidades de associações entre uma dessas iniciativas culturais e a marca BNDES. O evento escolhido foi a Festa Literária Internacional de Paraty – FLIP que recebe anualmente recursos da estatal, tendo sido a maior beneficiada em 2016 com o aporte de R\$2.000.000,00.

O processo de transferência de imagem entre patrocinador e patrocinado

Diferentemente da propaganda convencional que trabalha sob uma perspectiva retilínea, a ideia de promoção de marca ligada ao patrocínio relaciona-se muito mais como uma espécie de atuação entre protagonista e coadjuvante: embora a(s) marca(s) patrocinadora(s) seja(m) exibida(s) durante a execução de um determinado evento cultural, por exemplo, a sua presença não oculta o evento em si, que é sempre o foco de interesse do público participante. O contato que acontece aqui é operado em uma dimensão diferente da meramente comercial.

Levando em consideração que boa parte da escolha do consumidor por produtos e serviços não é uma decisão puramente racional, o patrocínio pode ser uma variável de comunicação eficaz na ampliação de atributos para além dos intangíveis, já que “desenvolve associações que acrescentam profundidade, riqueza e um sentimento contemporâneo em relação à marca e ao seu relacionamento com os clientes” (Aaker & Joachimsthaler, 2004, p. 215). Tal benefício faz parte de um processo denominado de *Brand Image Transfer* – BIT (Smith, 2004), ou seja, é uma transferência de valores dentro do contexto de uma aliança.

A BIT sustenta-se a partir da teoria da aprendizagem associativa, a qual explica como as partes das redes associativas podem interagir e fazer trocas significativas de traços de personalidade entre as marcas envolvidas (neste trabalho, uma cultural e outra comercial) (Gross, 2015). A aprendizagem do público é influenciada, entretanto, por fatores internos e externos anteriores à sua participação em um evento cultural patrocinado, variando ainda de indivíduo para indivíduo. A categorização e a análise de pesquisas feita por Smith (2004) apontam quatro fatores de contingência externos (domínio – ou área patrocinada; composição – ou visibilidade do

patrocinador diante de múltiplos patrocinadores; status – ou imagem de qualidade do evento/projeto patrocinado; e duração – ou tempo de relacionamento entre o patrocinador e patrocinado) e dois fatores internos (conhecimento de marca – ou a capacidade do público em nomear as marcas patrocinadoras e reconhecer as suas categorias de atuação; e imagem da marca – ou a totalidade das associações simbólicas e utilitárias ligadas à marca e identificadas subjetivamente pelo público).

O processo de transferência de imagem via patrocínio está ainda condicionado à percepção de correspondência e ligação entre os envolvidos. Com base no trabalho de Keller (1993) sobre formação de imagem da marca, Smith (2004) identifica seis tipos genéricos de associações: a) atributo do produto (produtos utilizados no mesmo contexto); b) imagens do usuário (o mesmo tipo de pessoa usa ambas as marcas); c) personalidade de marca (ambas são vistas como sendo igualmente modernas, por exemplo); d) benefícios funcionais (ambas as marcas proporcionam benefícios semelhantes em utilização); e) benefícios experienciais (níveis semelhantes de envolvimento emocional ou prazer sensorial); e f) benefícios simbólicos (afinidade no apelo de autoconceitos do consumidor).

[...] o ajuste entre patrocinador e patrocinado pode ser alcançado em um ou mais níveis de associação de marca identificados. Além disso, quanto maior (menor) o ajuste percebido entre as associações [...], maior (menor) o potencial de transferência. (Smith, 2004, p. 464, tradução nossa)

Dessa forma, com base nas sugestões do autor sobre o processo de aprendizagem, identificou-se quais seriam as possíveis associações entre o BNDES, atual maior patrocinador da cultura via Lei Rouanet, e a Festa Literária Internacional de Paraty, um dos projetos beneficiados com o incentivo financeiro da empresa (Figura 1).

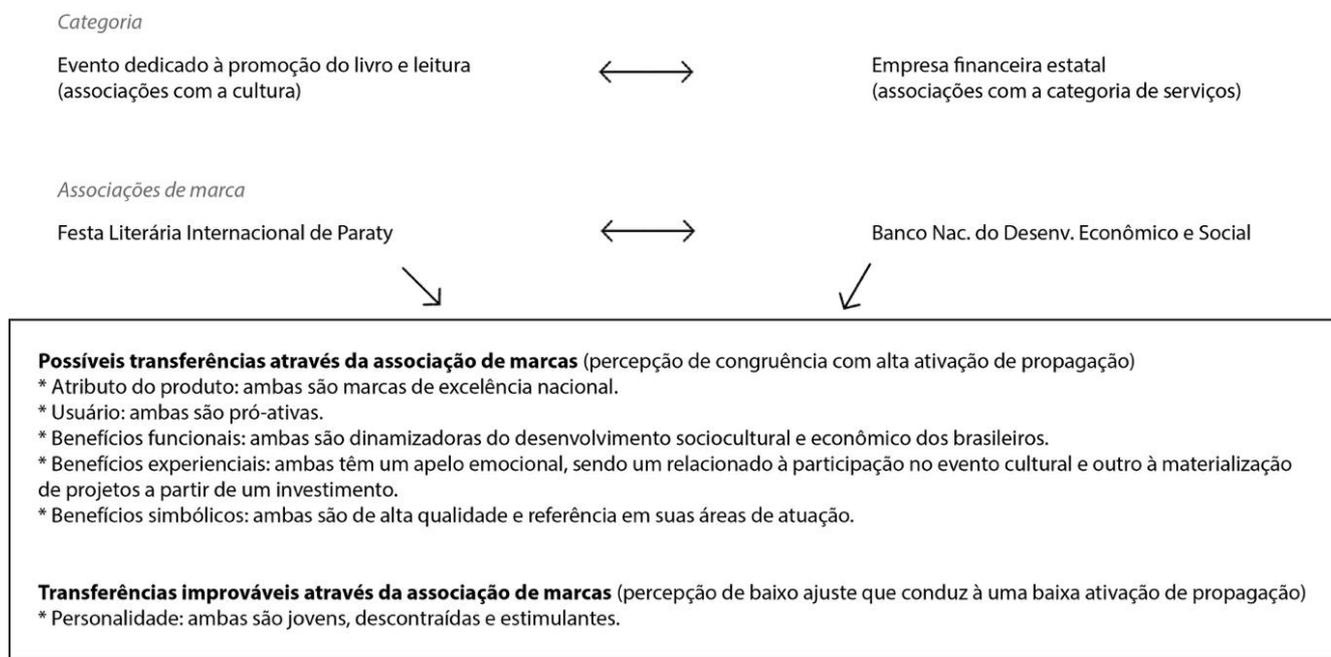


Imagem 1: Processo de transferência de imagem de marca (BIT) no contexto do patrocínio.

Fonte: Elaboração própria, adaptado de Smith (2004).

Como destaca a figura, a aliança entre as marcas representa um alto nível de ajuste percebido devido às várias associações que podem ser feitas entre elas. A personalidade do evento, entretanto, dificilmente poderá ser totalmente associada ao seu patrocinador que, apesar dos interesses partilhados, possui perfil de uma empresa séria e tradicional. A congruência existente em cinco dos aspectos levantados por Smith (2004) propõe a transferência de imagem a partir da similaridade de atuação da FLIP e do BNDES junto aos seus públicos, revelando ainda diversas extensões de valores que podem ser intercambiados nessa aliança, especialmente o sentido de responsabilidade social.

Considerações Finais

A adesão corporativa à Lei Rouanet tem se apresentado de forma próspera no último decênio, acompanhando, de maneira evidente, o movimento da economia e as tendências da

comunicação de forma geral. De acordo com os dados levantados pode-se deduzir que os antigos modelos de subsídio às artes e à cultura foram reformulados sob novas perspectivas de diálogo nas alianças que são atualmente constituídas, mantendo-se, entretanto, o propósito original de tangibilizar e dar profundidade à marca ou à pessoa do patrocinador. Esse fato é observado no Brasil e comprovado pelo baixo número de doações, modalidade que não admite promoção do mecenas, face ao volume de patrocínio via mecenato.

Usando a cultura como instrumento para estreitar ou estabelecer relações com públicos específicos, empresas têm acrescentado valor ao seu posicionamento conceitual a partir de um ponto de vista pragmático do financiamento de projetos. Contudo, ainda que o patrocínio via mecenato seja uma importante ferramenta de democratização cultural e de execução de iniciativas de desenvolvimento social, a isenção do governo nas decisões de concessão contribui para a centralização de recursos em determinados projetos considerados pela empresa de maior retorno de imagem, muitas vezes ligados ao seu porte, status e projeção. Mesmo que essa liberdade de escolha do repasse financeiro seja importante para a condição existencial do mecanismo, visto que é desta forma que a iniciativa privada é encorajada a participar, há que se considerar também os possíveis efeitos negativos, como o arquivamento de projetos por falta de captação de recursos.

Nenhuma empresa opera de forma isolada num espaço social ou econômico e deve integrar o seu foco de atuação o desenvolvimento de laços com os grupos que compõem a sua comunidade (Mendes, 1991). Ao longo dos anos, a Lei Rouanet tem se tornado no mais robusto dos instrumentos de incentivo à cultura e figura hoje como um dos elementos-chave da estratégia de legitimação social de empresas brasileiras de médio e grande porte.

Bibliografia

Aaker, D. & Joachimsthaler, E. (2007) *Como construir marcas líderes*. Porto Alegre: Bookman.

BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Sustentável (n.d.) *Patrocínios*. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/patrocínios>, acesso em 14 de abril de 2017.

Cesnik, F. de S. (2007) *Guia do incentivo à cultura*. Barueri: Manole.

Colbert, F. & Cuadrado, M. (2008) *Marketing de las artes y la cultura*. Barcelona: Ariel.

Costa, I. F. (2004) *Marketing cultural: o patrocínio de atividades culturais como ferramenta de construção de marca*. São Paulo: Atlas.

Gross, P. (2015) *Growing brands through sponsorship: an empirical investigation of brand image transfer in a sponsorship alliance*. Hanover: Springer Gabler.

IN nº 1, de 20 de março de 2017. Diário Oficial da União. Brasília, DF: Ministério da Cultura.

Keller, K. L. (1993) Conceptualizing, measuring and managing customer-based brand equity, *Journal of Marketing*, 57, 1-22.

Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Diário Oficial da União. Brasília, DF: Ministério da Cultura.

Lei nº 7.505, de 02 de julho de 1986. Diário Oficial da União. Brasília, DF: Ministério da Cultura.

Menezes, H. (2016) *A lei Rouanet: muito além dos (f)atos*. São Paulo: Edições Fons Sapientiae

Mendes, J. V. (1991) *Marketing, patrocínio e mecenato*. Lisboa: Texto Editora.

Olivieri, C. & Natale, E. (org.) (2010). *Guia brasileiro de produção cultural 2010-2011*. São Paulo: Edições Sesc –SP.

Reis, A. C. F. (2003) *Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado*. São Paulo: Cengage Learning.

Salic Net (n.d.) Sistema de apoio às leis de incentivo à cultura. Disponível em: <http://sistemas.cultura.gov.br/salicnet>, último acesso em 23 de abril de 2017.

Smith, G. (2004), Brand image transfer through sponsorship: a consumer learning perspective, *Journal of Marketing Management*, 20 (3-4), 457-74.



Pulsar Viana

Sónia da Rocha
sirocha@sonaesierra.com
Universidade Católica Portuguesa
Portugal

Nota Biográfica

Sónia Santos da Rocha nasceu no Porto, em 1976. Licenciada em Relações Internacionais Económicas e Políticas, na Universidade do Minho (1998), diplomada com o Master Business Administration (MBA), com especialização em Sistemas de Informação, pelo Instituto de Estudos Superiores Financeiros e Fiscais, em Valadares (2002). Na Escola das Artes da Universidade Católica Portuguesa realizou uma Pós Graduação em Gestão das Artes (2009), um Mestrado em Arte Contemporânea (2010) e é atualmente Doutoranda em Estudos do Património (2013-2016). No final de 2001, entrou para a Sonae Sierra, empresa especialista na gestão de centros comerciais, sendo atualmente Diretora Adjunta de Centros Comerciais. Acumula, desde Abril de 2013, o cargo de Gestora do Programa de Arte Pública da Sonae Sierra.

<https://www.linkedin.com/in/s%C3%B3nia-da-rocha-8b03b417/>

Resumo

Pretende-se apresentar um exemplo de programação cultural realizada num contexto empresarial. Trata-se de uma série de iniciativas realizadas e a realizar no Centro Comercial Estação Viana, no âmbito da Política de Arte Pública inserida no vector da Responsabilidade Corporativa da empresa. A comunicação irá alertar para questões relacionadas com os atuais paradoxos que nos trazem os conceitos de Arte Pública e de Arte nos espaços públicos, bem como dar uma nova perspectiva do que pode ser programar eventos culturais e artísticos.

Palavras-Chave

Arte pública, Centros comerciais

Gestão cultural em edifícios de retalho: enriquecimento dos centros comerciais

Com esta comunicação pretende-se apresentar um exemplo de programação cultural, realizada num contexto empresarial, num edifício da indústria do retalho, designadamente um Centro Comercial sito em Viana do Castelo: Estação Viana Shopping. O Case Study que será apresentado hoje é o evento Pulsar Viana que ocorreu em 2016. Contudo, como estamos a apresentar este evento num contexto de uma instituição de ensino superior que prepara jovens para serem gestores culturais, vemo-nos obrigados a realizar uma análise prévia desse contexto para um breve teste a como estes diversos conceitos se cruzam e criam uma teia dialética entre o fenómeno e a sua justificação teórica, do fenómeno para a teoria, e dos conceitos à prática.

Na perspetiva de António Jorge Monteiro, professor de Gestão Cultural, esta profissionalização visa formar profissionais competentes para promoverem em Portugal um sector cultural sustentável. Segundo este autor, a cultura assenta na necessidade do Homem desenvolver atividades de criação artística e intelectual (...)¹.

É o desenvolvimento de atividades culturais ao longo da História que promove o surgimento de um campo cultural, e chegados ao séc. XX nasce o conceito de Políticas Públicas Culturais que promovem o nascimento de um novo sector de atividades cultural com três subsectores: Património Cultural, Atividades artísticas e Indústrias Culturais (sendo este último o único que se tem demonstrado mais independente dos financiamentos das políticas públicas ou da sociedade civil).

Quem poderá programar um evento de arte e cultura?

Qualquer empresa ou instituição que queira desenvolver uma política de Responsabilidade Cultural Corporativa poderá programar eventos de arte e cultura, no decurso das suas habituais atividades empresariais.

¹ MONTEIRO, António, Campo Cultural e Gestão Cultural profissional, Dez 2015

Olhando para a gestão cultural como a atividade que integra de forma coerente todas as vertentes das organizações culturais, permitindo uma abordagem sistémica na procura sustentável da satisfação das necessidades e desejos de todos os stakeholders, nomeadamente os criadores e os públicos culturais, poderá a prática da programação cultural e artística em espaços de retalho constituir parte integrante de uma gestão cultural profissional?

Tendo em conta que se aplica o conceito de Arte Pública - que visa o local e o público a que se destina - acreditamos que sim. Interessa ainda distinguir a cultura erudita da cultura popular. A erudita é orientada pelos pensamentos e artes, e movimenta-se nos domínios da filosofia (estética e epistemologia) e tem maior foco no artista e na obra. Na cultura popular a orientação é para os domínios da antropologia e etnografia, que tem em vista as utilidades para os públicos.

Quando pensamos na Arte Pública sentimo-la no cruzamento destas duas esferas, ela é produzida por artistas numa esfera erudita, e produzida para um local e público numa esfera popular da cultura. O artista de arte pública estuda o campo da sociedade civil, da perspetiva popular e aplica o seu conhecimento erudito para criar as pontes necessárias à transformação do artista em cidadão e os cidadãos em artista também. O público é confrontado com obra de arte pública no retalho podendo alcançar níveis superiores de questionamento.

Numa tentativa de desenhar o conceito que nos faz sentido, discípulos que somos de Siah Armajani², lê-se no meu livro “Arte Pública em Centros Comerciais”:

A Arte Pública tende a não ser feita por artistas demiurgos;

A Arte Pública reconhece a existência das gentes e o *genius loci* dos lugares;

A Arte Pública visa ser apropriada e não sacralizada;

A Arte Pública visa ser utilizada;

A Arte Pública visa elevar o espírito de determinado lugar e a não ser universal;

² ARMAJANI, Siah, manifesto Public Sculpture in the context of American Democracy, In AA. VV., Reading Spaces, MACBA, 1995, Barcelona, pp 111-114.

A Arte Pública reconhece a importância dos locais públicos na vida de uma comunidade;

A Arte Pública quer ser entendida, acessível a uma fácil leitura;

A Arte Pública e os artistas têm uma missão a cumprir junto da comunidade;

A Arte Pública contemporânea é um trabalho de equipa, cuja aplicação da participação cidadã permite ampliar a sua taxa de sucesso na apropriação e legibilidade;

A Arte Pública não tem por trás uma ideologia, trabalha em função do local, do público e do momento concreto;

A Arte Pública através da sua forma e/ou conteúdo, possui uma forte função social.³

Olhando para o entendimento estrito da Cultura, originário da Europa Continental, ela é um bem público, algo que se usufrui e se assimila: Entendendo-se como “bens públicos” todos os que produzem benefícios sociais a todos os cidadãos e que o mercado não consegue remunerar e, neste sentido, os bens e valores culturais, imateriais e materiais, tem um valor qualitativo intrínseco sendo fator de enriquecimento da pessoa humana, do seu relacionamento com o outro e, conseqüentemente, determinante para o exercício de uma ética de cidadania.

Podemos então concluir que a programação de Arte Pública num espaço de retalho poderá ser um bem público? **E como fazê-la acontecer?**



³ ROCHA, Sónia Santos, Arte Pública em Centros Comerciais, UCP, 2016.

Case Study ANÁLISE À PROGRAMAÇÃO CULTURAL E ARTÍSTICA: PULSAR VIANA 2016 – Alma Vianense

No âmbito do projeto **Pulsar Viana**, o **Estação Viana Shopping** acolheu **Alma Vianense**, um projeto da autoria do arquiteto Tiago Arieira, que apelou à participação dos visitantes do centro comercial na sua elaboração.



Sob influência dos covos de pesca e da Alma Vianense, o projeto partiu das premissas “Pulsar” e “Alma dos Vianenses”, redefinindo a entrada sul do Estação Viana Shopping, com duas estruturas, ligadas entre si, onde estiveram colocadas interpretações dos Corações Vianenses, fruto da contribuição de mais de 100 pessoas da região de Viana do Castelo.

Os corações eram ativados mediante a passagem de pessoas, libertando batimentos cardíacos, reinterpretados através de Bombos de Viana, transportando o espetador para uma alvorada Vianense, criando uma plataforma de arte pública viva.



Esta foi uma iniciativa que pretendeu “pulsar” as pessoas para os traços estéticos vianenses, segundo uma visão contemporânea. O contraste dos perfis metálicos frios, usualmente ocultos nas construções, com o colorido dos bordados, conduziu cada indivíduo para uma dimensão estética genuína, numa instalação com 25 metros de comprimento e 3 metros de altura.

Tiago Arieira, Arquiteto responsável pela instalação, referiu que “acredito que este tipo de projetos são oportunidades únicas de testar novas ideias, agitar, provocar e colaborar com pessoas de diferentes backgrounds, uma das minhas grandes paixões. Um ponto muito importante do projeto é a integração de todo o tipo de pessoas, resultando uma estrutura que permite receber a interpretação do Coração Vianense através da técnica de bordados em redes similares às dos covos.”

Desta forma, durante quatro meses, o Estação Viana Shopping transformou-se no coração de Viana do Castelo, local onde se promoveu a iniciativa Pulsar Viana que pretende, em conjunto com a comunidade, impulsionar a cultura da região.



O artista

BIOGRAFIA

Tiago Arieira nasceu em Viana do Castelo, no ano de 1986. Desde cedo acredita na integração das várias artes levando-o, sempre que possível, a convidar outros artistas para os seus projetos.

A nível académico, obtém em 2010 o grau de mestre em arquitetura pela Universidade do Minho, com uma tese subordinada ao tema “Proposta de requalificação intramuros do burgo medieval de Viana do Castelo” vencendo em Julho de 2012, o concurso “Fazer Acontecer a regeneração Urbana em Viana do Castelo”. No ano letivo 2007/2008 participa num programa de mobilidade internacional na (ZHAW) Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften – Suíça.

A nível profissional, colabora entre 2010 a 2014, colabora com a Divisão de Manutenção e Reabilitação do Edificado da Universidade de Coimbra onde teve a oportunidade de participar na reabilitação de diferentes edifícios, mediante interpretações contemporâneas, como é o caso do Planetário da Universidade.

Paralelamente, inicia o departamento de arquitetura e design da empresa familiar ARIEIRA`S, com escritórios em Viana do Castelo e Londres, em

resposta a uma crescente encomenda privada. Com este passo intensifica a colaboração multidisciplinar, estando previsto a inauguração de vários projetos durante o ano de 2016.

Desde Agosto de 2010, desenvolve, em coautoria, a marca “I Love Viana”, que visa internacionalizar o nome da cidade de Viana do Castelo. Para este projeto/marca dirige artisticamente o documentário “Noite dos tapetes – Entre o divino e o profano”, tendo sido selecionado para vários festivais internacionais.

Em 2014, inicia em Londres uma colaboração com o estúdio multidisciplinar HASSELL. Esta mudança de país permite um aumento exponencial na participação em projetos de diferentes escalas, como a instalação artística “Hypnos: The architecture of Sleep” e os escritórios da SKY.

Ao longo dos anos tem, ainda, vindo a participar em múltiplas exposições coletivas nacionais e internacionais destacando-se a participação na Clerkenwell Design Week de 2012 e 2015 e a 17th Macao International Trade and Investment Fair.

O seu compromisso, propósito, carta de intenções: **PULSAR VIANA – ALMA VIANENSE.**

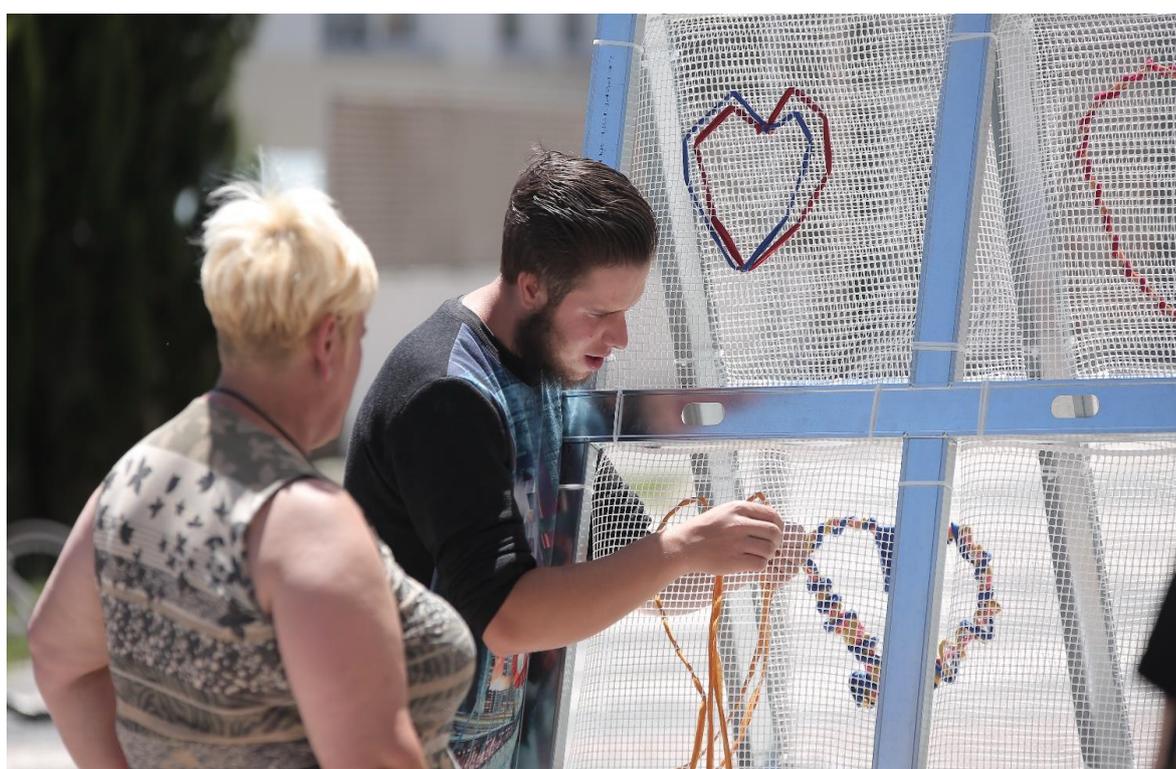
O projeto “Pulsar Viana - Alma Vianense” pretende pulsar as pessoas para os traços estéticos vianenses, segundo uma visão contemporânea.

Sob influência dos covos de pesca e da Alma Vianense é criada uma instalação artística que redesenha a entrada sul do Estação Viana Shopping, para o evento PULSAR VIANA.

O contraste dos perfis metálicos frios, usualmente ocultos nas construções, com o colorido dos bordados, conduz cada indivíduo para uma dimensão estética genuína.

Os interstícios são preenchidos por interpretações dos “Corações Vianenses”, fruto da colaboração de múltiplos cidadãos, criando uma plataforma de arte pública viva.

Os corações anónimos são ativados mediante a passagem de pessoas, libertando batimentos cardíacos, reinterpretados através de Bombos de Viana, transportando o espetador para uma alvorada Vianense. Tiago Arieira⁴



⁴ Documentação fornecida pelo autor.



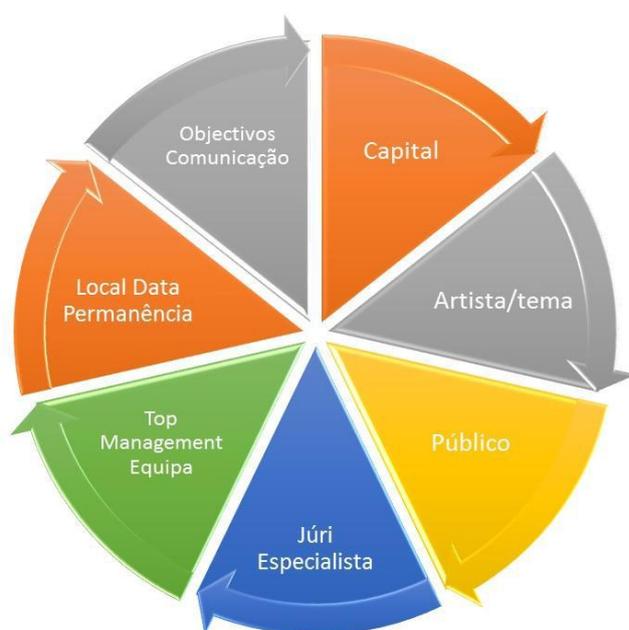
5

⁵ Fotos cedência da Sonae Sierra

Teorizando a prática...

A Gestão Cultural profissional é segundo AJM a articulação dos objetivos (programação) e os recursos (produção) das organizações culturais – e/ou departamentos culturais dentro das organizações não culturais – com eficiência e eficácia, no sentido de obter os melhores resultados (gestão).

Desses aspetos a garantir, destacaria os seguintes, apresentando-os num gráfico que designa a RODA DO EVENTO CULTURAL:



Definição de objetivos

Os objetivos que estão por trás da mostra cultural e artística que a empresa deseja realizar devem ser bem definidos e bem enquadrados, nas estratégias e nas políticas da empresa. É necessário ter em atenção a diferença entre um evento de Marketing Cultural e um evento de Responsabilidade Cultural Corporativa.

O Marketing tem por função primordial promover um produto ou uma marca. Se o espaço de retalho pretende promover a sua marca deverá assumir perante os artistas que o vai fazer, e que

utilizará o nome deles para se promover. Dessa forma o artista terá oportunidade de aceitar ou declinar essa proposta, e aceitando – muitas vezes encontra benefícios nisso para si também - poderá cobrar o valor adequado por isso.

“De uma forma geral e recorrente, são os protagonistas das atividades periféricas ao sector cultural tradicional que tudo vão fazendo para passar a integrá-lo nos seus domínios procurando, naturalmente, dele tirar benefícios em função dos seus interesses económicos particulares, exclusivamente orientados para a sociedade de consumo, não tendo em vista procurar satisfazer quaisquer dos outros interesses nucleares do sector cultural”⁶.

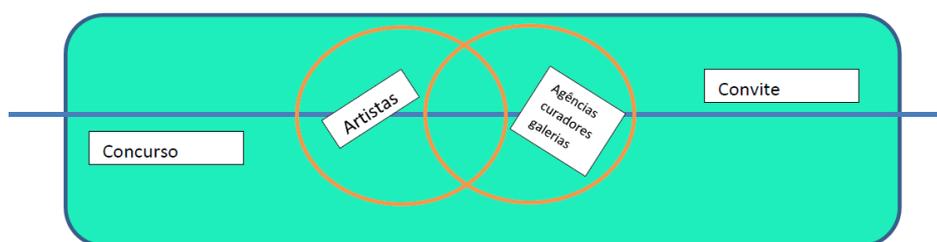
A estratégia de Marketing Cultural passa por realizar eventos artísticos ou culturais com o objetivo essencial de posicionar a sua marca para aquilo que acreditam ser uma elite que faz parte do seu mercado, e dessa forma o espaço/produto/marca/serviço será lido pelos seus visitantes com uma classificação mais exclusiva. Esta é a esfera da programação cultural através da colocação de arte em espaços públicos. Habitualmente esta exposição de arte em espaços públicos recorre a uma curadoria que batizamos de “contadora de histórias”, pois tem uma vocação para passar a mensagem/conhecimento através do entretenimento.

A Responsabilidade Cultural Corporativa entende que a Cultura e a Arte são úteis ao desenvolvimento da sociedade e olha para a função social da Arte utilizando-a para passar mensagem aos visitantes que dela possam usufruir. Aqui a Arte não deverá ter carácter exclusivo, mas sim inclusivo, numa perspetiva de obra de Arte realizada pelo artista para aquele lugar e públicos, o que designaremos por Arte Pública. Esta é a esfera da criação artística e da criação de valor para o Lugar.

Estando os objetivos do evento definidos esses deverão ser passados ao artista ou à agência, ou ainda colocados de forma expressa no regulamento em caso de haver concurso prévio. É fundamental que o artista convidado (ou o autor da proposta escolhida no concurso) tenha os seus objetivos alinhados com os que a empresa promotora definiu para o evento artístico ou

⁶ MONTEIRO, António, idem.

cultural. O processo de encomenda deverá também ser decidido nesta fase, e de acordo com os objetivos desta programação: será uma exposição coletiva, uma exposição individual de autor ou um concurso para escolher a melhor proposta?



Definição do espaço e do tempo

Quanto à definição do espaço, esta é de suma importância no caso de haver concurso, pois, para que todos concorram em pé de igualdade, o promotor do evento sugere apenas aquele local e todas as propostas partem da mesma base. Caso seja convite direto ao artista, ele poderá sugerir um local para intervir, ou pode o promotor do evento sugerir a localização que mais lhe convier.

A data da inauguração deve estar prevista e ser bem estabelecida, o cronograma em caso de concurso é sempre mais difícil de gerir pois havendo um júri constituído é necessário harmonizar as agendas. Muito importante saber à partida qual o prazo mínimo de exibição das obras de arte em exposição. Poderá ainda tratar-se de uma obra de arte pública site specific, neste caso a sua permanência poderá ser ilimitada, e não se adivinhe a retirada da obra tão cedo. A escolha poderá recair em espaços que precisam de ser reabilitados ou animados para atrair a atenção dos seus visitantes. A Arte também traz, por vezes, um carácter lúdico aos espaços. Consideramos que no caso dos edifícios de retalho é difícil que haja o compromisso de a obra permanecer intocável para sempre. Contudo o carácter não permanente da obra de arte não lhe retira impacto ou mérito. A obra será produzida tendo em conta a permanência desejada no local escolhido. Em situação de renovação de imagem é possível que uma obra de arte pública seja considerada datada e o proprietário tenha necessidade de contratar nova obra.

Envolvimento do Top Management e dos stakeholders

Garantir o envolvimento dos stakeholders principais: sócios e clientes para obter, sempre que possível, o seu feedback e realinhar os objectivos da ação com estes inputs. Quem da empresa, que pertença ao top staff, poderá fazer parte da equipa de projecto que garanta esta ligação? Um administrador da empresa que faça parte da equipa do evento artístico, ou a coordene, permitirá ao projecto da empresa ser visto como um projecto apoiado a um nível superior, o que habitualmente se traduz em maior apoio por parte dos outros departamentos complementares. Poderão ser levantadas questões de ordem protocolar, logística, processual, jurídica, comercial, entre outros.

Comité/Júri

Se não existir na empresa um recurso humano especializado em Arte e/ou Cultura recomendamos que se constitua um Júri com especialistas no caso de se recorrer ao processo de encomenda através de concurso, ou que se contrate um curador ou agência de arte. Recomenda-se o acompanhamento especializado por algum agente do sistema da arte contemporânea: instituição, agente de arte, curador, ou até artista curador.

É importante saber como chegar à comunidade artística para organizar um evento de programação cultural.

No caso de se tratar de um concurso recomendamos que constitua um júri (com número impar de elementos sempre que possível) que tenha a presença dos seguintes elementos:

1. Elementos locais do espaço de retalho;
2. Elementos do município/ instituições culturais locais;
3. Elementos das instituições locais de ensino superior ou secundário;
4. Especialistas em arte;
5. Outros que pareçam pertinentes na área de mercado que a empresa atua.

Artistas e eventuais temas a abordar

Depois da decisão sobre que processo de encomenda escolhermos, teremos de refletir se haverá um tipo de obra mais adequado ao espaço de exposição que vamos selecionar. No caso dos espaços de retalho – bem como em qualquer espaço de propriedade pública ou privada com uso coletivo – recomendamos que se siga o crivo da criação da obra de arte para o público e o local escolhidos tendo em perspetiva as recomendações basilares da Arte Pública.

(Introduzir as recomendações da nossa tese de mestrado)

Quanto a temáticas, poderá o programador deixar o caso em aberto ou procurar um tema que esteja relacionado ou com o espaço onde foi implementado o edifício e a sua história e espírito do lugar, ou ainda um tema premente na agenda da sociedade no momento:

Saúde, amor, educação, ambiente, família, valores sociais, alegria, emoções, segurança....

Definição da equipa da empresa dedicada ao projeto

A equipa de gestão local do espaço de retalho tem de ser sempre envolvida, eu diria que como mandatário. São eles que vivendo diariamente na instalação conhecem o comportamento dos seus clientes residentes – lojistas que gerem os espaços comerciais individualmente – e o seu público flutuante – que os visita regularmente.

Quem vem a este espaço da indústria do retalho? Quantas vezes? A maioria são famílias? Jovens?

Relembrar/Definir público-alvo

Quem é o meu cliente? Qual o meu mercado?

Se se tratar de um distribuidor de energia ou comunicações móveis, quando comunico faço-o de forma global, falo para todos no geral. Se se tratar de uma farmacêutica, falo para médicos ou públicos de farmácia. Se se tratar de um Banco falo para empresas e particulares. Até que ponto ter uma programação cultural enquanto mecenas me beneficia?

Sendo o nosso caso de estudo de um centro comercial, ou espaço de retalho, que benefícios, e para quem, há em programar Arte e Cultura num Centro Comercial?

As empresas que gerem ativos imobiliários, que gerem condomínios comerciais, ou são proprietárias dos ativos no mundo da indústria do retalho, podem decidir ser apenas mecenas ou empresas com uma atuação mais significativa no mercado da arte:

1. Financio/Mecenas – pretendo valorizar a minha marca posicionando-a – crio valor para o artista e crio valor para a marca;
2. Financio/Programando e Exibindo/expondo – gero mais valor do que apenas premiar o mérito de um bom trabalho – crio valor para o artista, crio valor para a marca (externalidades positivas através de maior tráfego e/ou vendas) e crio ainda valor para o público visitante.

Acreditamos assim que criamos mais valor quando há exibição/exposição dos premiados/escolhidos.

Capital disponível – esforço de orçamentação

É fundamental cotar muito bem o evento, não só considerando os valores de remuneração dos envolvidos, mas também quanto nos vai custar a estratégia de comunicação que preciso seguir para alcançar os meus objetivos!

Decidir que capital disponho para utilizar neste evento para acrescentar valor:

- À criação artística
- À marca que represento;
- Ao público visitante;
- Ao artista

Tendo em vista o facto de haver valor acrescido para o público visitante quando há visitas ao evento, e que muitas vezes esse tipo de sucesso depende apenas do facto do evento constar nas agendas de programação cultural, ou ter um cartaz com uma boa imagem com conteúdo equilibrado.

Quão paradoxal poderá parecer ver na agenda cultural do Público ou do Expresso a programação do PULSAR VIANA?

Em suma, neste orçamento há pelo menos quatro aspetos que não podemos esquecer:

1. Prémio/remuneração artista
2. Custos logísticos exposição
3. Remuneração agência/curador (se houver)
4. Orçamento comunicação

É ainda fundamental acordar muito bem as formas e prazos de pagamento, pois como sabemos as estruturas financeiras que sustentam os ateliers dos artistas podem não suportar a aquisição prévia dos materiais sem um adiantamento.

Conclusões

É fundamental que quando a empresa tomar a decisão de se enquadrar enquanto responsável cultural - de forma corporativa dentro do mercado que opera - tenha estes aspetos garantidos.

Além do habitual plano de intenções alinhado e do conhecimento do público-alvo que deseja alcançar, que seguramente conhecerá muito bem.

Reconhecemos pela prática que temos tido que os corredores de circulação e as praças dos espaços de retalho são excelentes palcos para a existência de uma programação cultural e artística constante e coerente.

Reconhecemos também que a coerência entre objetivos e resultados finais é lida pelo mercado dos artistas, e se o objetivo for contar com a colaboração deles, e eles com a do ambiente empresarial, a transparência bilateral nos processos é fundamental.

Quanto à constância, ela é importante, na medida em que os utilizadores dos espaços de retalho se vão habituando à presença dessa programação e vão criando hábitos de fruição das exposições e das mostras de arte dos espaços de cariz essencialmente comercial.

Programar pela criação artística,

Programar pela exposição das obras,

Programar para ativar o espaço com uma função social,

Programar para criar públicos arte

Programar para dar...



Produção Cultural em Belém do Pará, Amazônia, Brasil: Uma análise do caso do Grupo de Teatro Palha

Tânia Cristina Lima dos Santos

tania.umji@gmail.com

**Programa de Pós-Graduação em Artes da Universidade Federal do Pará
Brasil**

Paulo Roberto Santana Furtado

rspaulo36@gmail.com

**Universidade Federal do Pará
Brasil**

Ivone Maria Xavier de Amorim Almeida

ivmaxavier@gmail.com

**Universidade Federal do Pará
Brasil**

Notas Biográficas

Tânia Cristina Lima dos Santos. Mestranda em Artes, pelo Programa de Pós Graduação em Artes da Universidade Federal do Pará. Mestre em Teoria Econômica, com graduação em Ciências Econômicas, ambas realizadas na UNAMA (Universidade da Amazônia). Presidente, produtora cultural e captadora de recursos do Grupo de Teatro Palha, tendo produzido mais de vinte espetáculos. Elabora projetos, capta recursos e realiza diversas produções independentes nas áreas do teatro, música e audiovisual. Professora Metodologia de Pesquisa em Artes, para o curso de Licenciatura em Teatro pelo PARFOR/UFGA. Para mais informações: <http://lattes.cnpq.br/8116169645008096>

Paulo Roberto Santana Furtado. Mestre em Artes. Professor da Escola de Teatro e Dança da UFGA nos cursos Técnicos e Graduação em Teatro e Dança. Exerceu o cargo de Diretor do Teatro Universitário Cláudio Barradas. Coordenador do curso de Licenciatura em Teatro da UFGA/PARFOR. Ator, Cantor, Diretor Teatral, Professor e Publicitário. Como ator e diretor, possui mais de 30 anos de experiência neste fazer, tendo atuado e dirigido mais de 90 espetáculos nas áreas de Teatro, Música e Dança. Desenvolve atividades de extensão e pesquisa teatral, com ênfase no teatro popular e na linguagem da interpretação teatral. Para mais informações: <http://lattes.cnpq.br/4090281906746877>

Ivone Maria Xavier de Amorim Almeida. Doutora em História Social –PUC/SP (2010), Mestre em Antropologia Social pela UFGA (1998). Professora Adjunta da UFGA, lotada no ICA, vinculada à ETDUFGA. Atua no Programa de Pós-graduação em Artes em Rede Nacional (UFGA) e no PPGARTES-UFGA. Estabelece diálogos entre Artes e as Epistemologias do XIX,XX e XXI. Desenvolve pesquisa sobre Narrativas Míticas e suas relações com os elementais (terra, água, ar e fogo) em comunidades continentais e insulares da Amazônia Paraense. Tem experiência na área da Antropologia do Imaginário e Sociologia do Teatro. É Pesquisadora-colaboradora no projeto TAMBOR (PPGARTES-ETDUFGA). Atua especialmente nos temas: Encantarias, Festas

Populares, Religiosidade, Corpo, Memória. Para mais informações:
<http://lattes.cnpq.br/5012937201849414>

Resumo

O artigo faz uma análise sobre o processo de produção do Grupo de Teatro Palha de Belém do Pará - Brasil, criado em 06 de setembro de 1980, um dos mais antigos do Estado e que até os dias atuais encontra-se em atividade. A reflexão se divide em dois momentos, um correspondente ao período de 1980 a 1987, quando o Grupo trabalha em um processo de coletivização do fazer artístico, utilizando uma forma de organização denominada “teatro de grupo”. E outro momento que corresponde ao período de 2000 a 2016, período que o Grupo passou a contar com a participação de um produtor cultural, o qual passou trabalhar com a poética imbricada na arte de produzir teatro e na coletivização do processo de fazer-conhecer e exprimir de um grupo de teatro na cena teatral belenense. O artigo traz à luz do conhecimento suas táticas e estratégias adotadas para financiamento de seus projetos; os princípios e procedimentos indispensáveis para o grupo realizar sua produção e organização; e por fim, as técnicas de produção, oriundas de um pensamento do âmbito da administração e da economia, utilizadas pelo Grupo sem abrir mão da ética e do compromisso artístico. Enfatiza ainda, a importância deste profissional como parte integrante do grupo de teatro, que desenvolve com seus membros, atividades coletivizadas para concretização das realizações artísticas em uma cidade que inexistem políticas públicas para as artes, em especial o teatro, um fazer artístico de grupo na Região Norte do Brasil às margens da Amazônia Brasileira.

Palavras-chave

Produção Cultural, Teatro de Grupo, Grupo de Teatro

Introdução

O ano é 1980, período marcado por um efervescer político, econômico e cultural. O Brasil vive a ressaca da ditadura militar. Isto tem reflexos na classe cultural que se articula e retoma o trabalho em grupo valorizando a figura do encenador, fenômeno que já acontecia na Europa desde a década de 50, em detrimento das experimentações coletivas que deram o tom de ousadia na década de 70.

Neste fervor Paulo Santana e Wlad Lima¹, diretores com características de encenadores, pessoas que estimulam e organizam o trabalho de criação, mas que têm a palavra final sobre o que será usado em cena e na concepção geral do espetáculo fundam o Grupo de Teatro Palha, em 03 de setembro de 1980, num período considerado um vácuo no surgimento de grupos teatrais no país. Isto é evidente na fala de Furtado, “(...) fundamos o grupo e trabalhamos 34 anos no terreno hostil de Belém do Pará, numa das muitas cidades isoladas da imensidão do Brasil, sem nenhuma tradição cultural, reconhecida, mas reduzida a correr cegamente atrás do bonde da história”. (FURTADO, 2015, p. 75).

Os fundadores do Grupo acreditavam na importância da conscientização por meio do teatro, ideia surgida nos anos de 1960, quando artistas e educadores propiciavam ampliação social e geográfica aos espectadores. Desgranges afirma que

“Os agentes culturais de então almejavam estreitar relacionamento com uma parcela do público que se encontrava fora do circuito comercial da arte, articulando uma luta para abrir as instituições culturais a todos, bem como para levar espetáculos teatrais e promover práticas artísticas, tanto em localidades distantes do centro urbano, quanto nos mais diferentes espaços: fábricas, sindicatos, igrejas e escolas, universidades, empresas e hospitais”.
(DESGRANDES, 1984, p. 46).

¹ Artista-pesquisadora, atriz, diretora e cenógrafa de teatro na cidade de Belém do Pará. Possui Pós-doutoramento em Estudos Culturais junto a Universidade de Aveiro. Doutorado e mestrado em Artes Cênicas pelo Programa de Pós-graduação em Artes Cênicas da Universidade Federal da Bahia PPGAC/. Professora da Universidade Federal do Pará, no Curso Técnico de Formação de Ator, Licenciatura em Teatro e nos mestrados, acadêmico e profissional, em Artes.

Em sua primeira fase, 1980 – 1987, o PALHA consolida seu trabalho ancorado na pesquisa e criação coletiva, com redação de um texto final, evidenciando-se a importância de uma linguagem própria e do desvelamento de uma história do ponto de vista dos vencidos (teatro de ruptura). Márcio Souza, defensor desta prática, destaca que para alcançar seus objetivos cênicos foi necessário um contato político com o público, optando “pelo aprofundamento, pela radicalidade, pelo complexo e pela invenção” (Souza, 1984, p. 74).

O teatro brasileiro torna-se pertinente para esta reflexão quando evidencia a importância das contribuições de alguns autores e grupos à dramaturgia brasileira contemporânea, com peças que procuram uma aproximação com o povo e com a realidade brasileira.

“Os autores (e o que parece a plateia) querem reconhecer, no nosso palco, um parentesco próximo ou remoto com a preocupação do cotidiano – mesmo as comédias que atualizam os temas da mitologia ou da antiguidade clássica, procuram distinguir neles uma faceta da realidade brasileira. Desejamos autores, em sua linguagem própria, contribuíram para que se explore um pouco melhor o país, ainda tão desconhecido, nas suas linguagens fronteiras”. (MAGALDI, 1962, p. 255).

Fase de Criação: 1980 – 1987

A primeira montagem do Grupo foi “**Jurupari a Guerra dos Sexos**”, texto de autoria de Márcio Sousa, com estreia no Teatro Experimental do Pará Waldemar Henrique, em 02 de Dezembro de 1980. O texto é uma tragédia amazônica segundo uma gesta comum aos povos do Alto Rio Negro.

Em 1991 o Grupo inicia a montagem do texto infantil “O Campeonato dos Pombos”, de Raimundo Alberto. A peça conta a história de uma corrida de pombos-correios que saem da cidade de “Deus me livre” para a metrópole dos pombais. Durante a corrida ocorrem muitas trapaças e jogadas sujas para evitar a vitória dos mais fortes. O Espetáculo estreia em 29 de Novembro de 1981.

Em 1982 tem início uma pesquisa pelos municípios do Estado em busca de subsídios que sustentassem os anseios do Grupo, que retratassem as riquezas locais, o homem amazônico ou uma temática para ser levada ao palco. Em Cametá, começa o processo de criação coletiva do texto “Tatu da Terra, Lenda ou erosão?” com redação final do dramaturgo Ramon Stergman. A obra é mergulho no imaginário Amazônico, trazendo para cena causos e lendas que faziam parte da exploração da Castanha do Pará às margens do rio Tocantins. Estreia em 03 de junho de 1982, na Casa de Cultura de Cametá e realiza várias temporadas em Belém e em outros municípios do Brasil.

Em 1983 inicia a montagem do espetáculo **“Ao Toque do Berrante”**, com roteiro de Ramon Stergman. O PALHA assume a temática regional com o objetivo de fortalecer as identificações culturais do Estado e dar continuidade a pesquisa do corpo do ator, num trabalho voltado para o teatro musical. O espetáculo estreia no dia 17 de novembro.

O Grupo, já com nome firmado no movimento cultural do Estado, realiza nova empreitada, tendo como ponto de partida “A Historia do Mundo”, no traço e na palavra yanomami, pesquisa feita por Claudia Andujar, nascida na Suíça, criada na Hungria e naturalizada brasileira, que desde 1970 realiza pesquisa sobre os índios yanomami, surpreendida e encantada com a rica mitologia, crenças e religião e sua própria maneira de existir.

O trabalho é realizado a partir da expressão visual dos índios e com palavras sobre o mundo que os cerca. Assim é construído o espetáculo **“Iby Ey Mârã - Terra sem Males”**, obra de criação coletiva e texto final de Ramon Stergmam. O espetáculo é construído a partir dos rituais indígenas que contam a origem do mundo.

O texto retrata os conflitos que se via e vêem ainda hoje estampados nos jornais e televisões entre índios e FUNAI (Fundação Nacional do Índio). A música foi criada a partir de sonoridades indígenas com letras em tupi-guarani, espanhol e português, o gesto e o corpo dos atores eram a matéria principal para a realização da dramaturgia do espetáculo. Neste ponto estamos de acordo com Pavis,

“a encenação não restitui tais quais os movimentos e comportamentos da vida cotidiana. Ela os estiliza, torna-os harmoniosos e legíveis, coordenados

em função do olhar do espectador, trabalhando-os e ensaiando-as até que a encenação esteja por assim dizer 'Coreografada'. (Pavis, 1999, p. 85).

O espetáculo estreia em 14 de junho de 1984 no Teatro da Paz, logo em seguida parte para São Luís, Teresina, Fortaleza, Natal, João Pessoa e Campina Grande.

Em seu retorno, o grupo se desfaz por problemas financeiros, o movimento teatral paraense, também entra em crise, em busca de identidade própria, pela falta de apoio dos órgãos do governo e pela falta de uma política séria para a cultura, onde o que prevalece é o clientelismo Político.

Vale observar que a partir da década de 80, o amadorismo das gerações é substituído pela busca de profissionalismo. *“As pessoas trabalhavam amadoristicamente no sentido pleno da palavra: com muito amor, mas sem técnica e sem dinheiro. Não existia profissionalismo, o elenco não recebia cachê, o diretor também não (...) as pessoas tinham outras profissões.”* (Reis, 2006, p. 42).

Em Belém os grupos que nasceram nesta época desenvolviam um trabalho profissional, não no sentido da palavra, mas no sentido da qualidade de seu fazer. O maior problema era a falta de uma política clara e justa de incentivo à cultura. Em nível nacional os benefícios ficavam sempre no eixo Rio – São Paulo, regionalmente não era diferente, aqui funcionava o clientelismo e as amizades dos dirigentes com produtores dos grupos garantiam verbas para as suas montagens, indicações para participar de projetos nacionalmente, mostras e festivais, com o favorecimento de passagens e cachês custeado pelo Governo.

Fase de Transição: 1987 – 2001

Em 1987 o PALHA realiza uma oficina de iniciação teatral com prática de montagem, cujo resultado final culmina com a estreia do espetáculo infantil “No Reino do Rei Reinante”, de Tércio Ribeiro Moraes.

Neste mesmo ano monta o espetáculo de Besteirol² “Se Não Gostaram... É Porque Não Entenderam”, texto de criação coletiva, composto de pequenos esquetes, piadas e jogos de palavras, tudo a serviço da sátira. As cenas abusam da caricatura, do traço grosseiro, do exagero e não perdoa os equívocos e as ambiguidades sexuais

“De certa maneira, o besteirol se origina das cortinas do antigo teatro de revista. (...) O gênero, sem dúvida, exige dos intérpretes extrema flexibilidade interpretativa e capacidade de improvisação que lhe permita, de certa forma, perceber o “clima” do público para que possa manipulá-lo e conduzi-lo”. (MARINHO, 2004, p. 62).

A mesma falta de recursos financeiros força o Grupo a uma nova parada e somente em 1994, retorna a cena para montar “O Mendigo ou O Cachorro Morto”, do poeta, ensaísta e dramaturgo alemão Bertolt Brecht. A peça acontece em um ato e resume-se ao diálogo entre o imperador (que acaba de sair vitorioso de uma guerra) e o mendigo cego (que acaba de perder o único companheiro: um cachorro).

O PALHA nunca teve um produtor, as atividades de produção eram desenvolvidas por um integrante do Grupo ou um convidado. Elas aconteciam sempre com problemas técnicos, que iam da escrita do projeto até o confronto com o possível patrocinador e/ou apoiador. Esta nova jornada nos faz compreender a necessidade do Marketing, como afirma REIS,

“... em qualquer parte de seu ciclo produtivo a marca pode ser atingida, positiva ou negativamente, logo, é primordial que a marca seja associada a valores relevantes socialmente, veiculando assim para o consumidor a imagem agradável da responsabilidade social corporativa”. (REIS, 2000, pg. 47).

² Teatro Besteirol foi um movimento teatral que nasceu em São Paulo, ganhando força no Rio de Janeiro na década de 80. Desprovido de preconceitos, o Besteirol incorporou diversas referências da cultura brasileira para montar uma caricatura do comportamento cotidiano. O humor anárquico e o rompimento com o engajamento e a cultura dita erudita forma os pilares do movimento.

O Retorno – 2002 a 2016

O processo de restauração do Grupo inicia em 2002 com a chega de novas pessoas para sonhar junto o fazer teatral, a primeira foi a economista Tânia Santos, a segunda Priscila Régis Brasil para produzir a montagem do texto “O Marinheiro”, de Fernando Pessoa, com dramaturgia de Paulo Santana, que recebe o nome “De Eterno e Belo... Há apenas o Sonho”. Na montagem as irmãs estão enclausuradas em um prédio antigo, sede do Grêmio Literário e Recreativo Português.

Tânia Santos, imbricada na poética construtiva do Grupo, assume a produção e captação de recursos para o mesmo e em 2004 escreve projeto para a Lei de Incentivo à Cultura e ao Esporte do município de Belém Tó Teixeira e Guilherme Paraense, por meio da qual obtém o patrocínio do Circuito Cultural MASTERCARD Belém, trazendo para cena o monólogo, inspirado na obra de Antonin Artaud “Van Gogh – O Suicida da Sociedade”, com dramaturgia de Paulo Santana.

Ainda em 2004 a Fundação Cultural do Pará “Tancredo Neves”, lança o edital para o Projeto Ler e Rer Vestibular, com o objetivo de encenar obras de leituras obrigatórias para o vestibular. Contemplado com o edital, o PALHA constrói o espetáculo “O Burrinho Pedrês”, inspirado no Clássico conto “Sagarana” de Guimarães Rosa, com adaptação dramaturgo Edielson Goiano.

Em 2005, escreve mais uma vez projeto para a Lei Tó Teixeira e Guilherme Paraense, e obtém patrocínio Circuito Cultural MASTERCARD Belém, montando o espetáculo “Se não gostaram é porque não entenderam... A Revanche”. Um espetáculo de bar, com vasta distribuição de brindes e sem pudores ou meias palavras, tudo dito de forma direta e explícita.

Os Dramaturgos: Carlos Correia Santos

À partir de 2005 o Grupo abandona o processo de coletivização na construção do texto e opta pela presença do dramaturgo e sua valorização na cena paraense, dando início a montagem de “Nu Nery”, de Carlos Correia Santos, ganhador do Prêmio IAP (Instituto de Artes do Pará) de Literatura, na Categoria Dramaturgia. Trata-se da dramatização da paixão e poesia das biografias de Ismael Nery, Adalgisa Nery e Murilo Mendes, artistas que marcaram a história com a sua arte e sua poética intensa e excitante caso de amor. Enquanto o trabalho de montagem é

realizado, Tânia Santos escreve o projeto para concorrer ao Prêmio FUNARTE / Petrobras de fomento ao Teatro, sendo o único Grupo da região Norte a ser contemplado com a premiação. Estreia no dia 24 de março de 2006, na Galeria de Arte do Memorial dos Povos. O espetáculo foi contemplado ainda com os seguintes editais: “Caravana FUNARTE de Circulação Nacional – Teatro”, para realizar turnê em 2007; representou a Região Norte no 1º Festival Brasileiro de Teatro de Itajaí em Santa Catarina, em fevereiro de 2007; e, “Caixa Cultural” para realizar temporada em Brasília, em 2008.

Em junho de 2006 é contratado pela Centrais Elétricas do Norte do Brasil S/A – ELETRONORTE, subsidiária das Centrais Elétricas Brasileiras S/A – ELETROBRAS, para realizar a 7ª Semana do Meio Ambiente nas dependências da Hidrelétrica de Tucuruí, com um texto teatral infanto-juvenil “Uma Flor para Linda Flora”.

Já em maio deste mesmo ano o Grupo inicia a montagem do texto “Júlio Irá Voar”, texto trata da polêmica sobre o pioneirismo da navegação aérea, protagonizada pelo poeta, jornalista e inventor Júlio Cezar Ribeiro de Souza, o primeiro homem a descobrir e provar a existência da aerodinâmica. Foram seis meses de preparação dos atores, num processo de experimentação do teatro dança.

“Neste tipo de dança, os problemas de desenhos espaciais e temporais são de menor importância. O processo de composição se desenvolve por meio de uma série de incidências, na maioria das vezes ligadas a fatores externos. Sua forma é regida por leis dramáticas e o movimento desempenha um papel secundário”. (PAVIS, Patrice, 1999: pag. 84).

Mais um espetáculo patrocinado, agora pela Amazônia Celular pela Lei de Incentivo à Cultura do estado do Pará SEMEAR e realiza temporada no período de 17 a 26 de outubro de 2006, no anfiteatro do Instituto de Artes do Pará – IAP ao lado da Basílica de Nazaré. Em junho de 2009, é convidado para abrir a Semana de Ciência e Tecnologia, em homenagem à Júlio Cezar Ribeiro de Souza, promovido pelo Governo do Estado do Pará. E em agosto, o espetáculo se apresenta no Teatro da Caixa Cultural em Brasília, como prêmio do Edital de Circulação da Caixa Econômica Federal.

Em junho de 2007 estréia o espetáculo **“A Fábula das Águas Tristes”**, como parte das comemorações da 8ª Semana do Meio Ambiente em Tucuruí, ficando em cartaz de 11 à 23 de junho, no Cine Teatro Roxy, com patrocínio da Eletronorte, perfazendo um público total de 39.000 alunos da Rede Pública de Ensino, em cinco apresentações diárias.

Em 2009 o PALHA inicia a montagem de **“THEODORO”**, que no final do ano de 2008 recebeu o Prêmio SECULT de Artes Cênicas – Cláudio Barradas e, também, é contemplado com o Prêmio Myriam Muniz da FUNARTE. O texto traz para a cena a trajetória de Theodoro José da Silva Braga, pintor historiador de arte, ilustrador, decorador, professor. A montagem é inspirada no teatro de revista de costumes paraense ou “o chamado teatro nazareno, pelo visto, nunca foi uma atividade artística exclusivamente local. Manteve sempre certa independência, ou relação, com o teatro de revista que se fazia no Brasil” (SALLES, 1994. p. 400). O espetáculo estreia no dia 19 de Março e fica em cartaz ate o dia 12 de abril de 2009 no espaço Cuíra.

Em 2010 a parceria com o dramaturgo Carlos Correia é interrompida e propõe-se o Projeto Leituras: Vestibular, contemplado no Programa mais Cultura Micropojetos-Amazônia Legal, porém, sua estreia só ocorreu no ano de 2011, em virtude do desembolso efetuado pelo Ministério da Cultura. O realizou leituras dramáticas de textos obrigatórios para o vestibular: Vestido de Noiva de Nelson Rodrigues, O Velho da Horta de Gil Vicente, No Moinho de Eça de Queiroz, Um Conto de Natal de Miguel Torga, Capítulos dos Chapéus de Machado de Assis.

Os Dramaturgos: José Maria Vilar

Em 2011 o Palha inicia parceria com o poeta, compositor, escritor e dramaturgo paraense José Maria Vilar, com o projeto de encenação denominado “caminhos das águas”, com o propósito de realizar a montagem dos textos: “As Mulheres e a Mulher que empalhava Bichos”, de José Maria Vilar; e, “Cobras”, inspirado no romance “Rio de Raivas” de Haroldo Maranhão e adaptação de José Maria Vilar.

O texto “As Mulheres e a Mulher que empalhava Bichos” foi contemplado com o prêmio FUNARTE de Teatro Myriam Muniz – 2011, na categoria montagem de espetáculo, realiza temporada no Teatro Universitário Cláudio Barradas de 13 a 17 de junho de 2012 e firma parceria

com os municípios de Castanhal, Capanema, Bragança e Benevides, nos quais realiza apresentações nos finais de semana de julho de 2012.

Em 2010 é contemplado com o Prêmio Procultura de Estimulo ao Circo, Dança e Teatro no ano de 2010, com o projeto “Cobras” texto teatral de livre adaptação do romance “Rio de Raivas” de Haroldo Maranhão, com dramaturgia de José Maria Vilar. Em função de atraso no repasse da verba pelo Ministério da Cultura, a estreia só acontece em setembro de 2012, quando o Grupo comemora os 32 anos de existência.

Os Dramaturgos: Raimundo Alberto

Em 2014 surge a ideia de se trabalhar um texto do dramaturgo paraense Raimundo Alberto, com o texto “Os Mansos da Terra”, para apresentação no 5^o Seminário de Dramaturgia Amazônica, que foi realizado nos dias 21 a 23 de maio de 2014, um evento que é promovido desde 2010, a partir do projeto de pesquisa “Memórias da Dramaturgia Amazônica: a construção do acervo dramático”, idealizado pela professora Dra Bene Martins.

“Os Mansos da Terra” foi a primeira obra escrita pelo autor, em 1971, um dos textos mais encenados por esse Brasil afora, no qual as canções, crendices, superstições e provérbios dão um toque de cultura popular ao estilo do autor. A Obra faz parte de seu “mundo interior, pessoal, histórico”, que nasce na escrita da peça onde se torna evidente a sensibilidade e comovida solidariedade com que retrata e por vez comenta em falas ou em músicas, como vive este povo sofrido, em meio a miséria, fome, febre, chuvas lutando para sobreviver com o pouco gado ou da pequena roça que conseguem, explorados e submetidos por “atravessadores” que se apropriam do que tem para vender. O Espetáculo estreia no dia 22 de Maio de 2014.

Em novembro de 2015 o PALHA sem recursos financeiros e sem perspectivas de novos Editais de Fomento à cultura no Brasil, volta às origens e convida membros do Grupo para realizar uma montagem sem recursos financeiros, o que é aceito por todos, inicia-se então os ensaios para montagem de três obras dos fundadores do teatro moderno, Samuel Beckett: *Esperando Goodot*; Fernando Arrabal: *Fando e Lis*; e, Eugéne Ionesco: *As Cadeiras*. As peças foram escolhidas para a encenação por serem representativas do conjunto da obra de maior importância para o teatro

do Absurdo. Trata-se de peças desconcertantes, mas que certamente têm muito a dizer para o público, no sentido de tomada de consciência de suas existências e do mundo em que vivem.

No meio do processo de ensaios o Banco da Amazônia publica Edital de Patrocínios Culturais, imediatamente o Grupo escreve Projeto e concorre a premiação, sendo contemplado em fevereiro de 2016, porém a estreia só acontece em agosto, face ao tempo hábil necessário para o repasse de recursos oriundos do patrocinador.

Considerações Finais

A Busca da identidade coletiva é um processo complexo e revela que as escolhas de um grupo teatral fundado nos anos 80 e que se mantém em atividade até os dias de hoje, como é o caso do Grupo PALHA, reflete a trajetória de tantos outros grupos da Amazônia, que fazem do teatro um instrumento de transformação da sociedade.

As transformações do mundo refletem nos desejos e objetivos dos componentes de um grupo, assim como o espaço social que ele ocupa, escrevendo sua própria história, *remando muitas vezes contra a maré* do mercado, dos modismos e das crises externas e internas que requer tenacidade. Muitos trabalhos, acertos e erros, pois ela é o terreno fértil que traduz sua existência, através do seu fazer e de sua qualidade técnica e estética.

Este artigo faz uma reflexão sobre a importância de um grupo amador, para uma cidade do Norte do Brasil, designação esta que se traduz naquele praticado por um grupo de pessoas que apreciam o teatro, executando-o com dedicação, sem dele tirar proveitos econômicos, mas que além de promover diversão, incita a reflexão ou crescimento de uma comunidade ou de pessoas que nele trocam experiências de vida, paixão e/ou profissão.

Estes grupos amadores são propulsores de forças para a mudança e a atualização deste fazer, principalmente em regiões mais carentes do Brasil, que é o caso do Grupo PALHA, a serviço da atualização do panorama teatral regional e/ou brasileiro.

O Teatro amador é um movimento espontâneo. Existe independentemente de qualquer tentativa de fixar suas tendências ou regras de atuação. Daí nasce, inclusive, sua riqueza e fascínio. Ele encerra um vigor apaixonado, uma entrega entusiástica que em muitos casos organiza e confere significados a seus espetáculos. Alimenta-se, sobretudo de um desmedido amor à atividade teatral. Mesmo que para muitos seja um simples exercício de vaidade ou exibicionismo, para outros é uma causa primeira; para o grupo PALHA, uma forma de ação prática na transformação da sociedade, uma forma de atuar com incansável força no seio de uma sociedade.

Manfred Wekwerth³, assistente de Brecht afirma “que em princípio a atividade profissional e não profissional são idênticas: ambas se propõem a representar uma história diante de um público e num palco, com o objetivo de divertir e instruir a plateia através da reflexão” (Peixoto, 1985. p.176). Ele acentua com lucidez, que atualmente as vantagens dos profissionais possuem suas desvantagens. Assim como as desvantagens dos amadores possuem suas vantagens. A questão é, para ambos, o importante é saber utilizar vantagens e excluir as desvantagens.

A arte de observar a vida social real pormenorizada no teatro tradicional é o ponto essencial das representações dos amadores e fazer com que os atores dos grupos não imitem os atores profissionais e sim os homens. Uma das grandes tarefas para os diretores e encenadores, quando trabalham em um grupo de teatro amador, é fazer com que seja destruída a ideia de que o palco é algo sagrado e solene. Evitando o teatral, que cerca o cotidiano do trabalho profissional, o ator não profissional reencontrará o comportamento do homem a partir de sua própria experiência, não contaminada.

Assim, mantém-se o compromisso com a singularidade da formação brasileira e com a cultura popular, sua produção cênica, expondo as ambiguidades das interpretações criadas sobre o Brasil e sobre a Região Norte Amazônica, que luta para sair da margem do silêncio e de um regionalismo que gera pensamentos e diálogos com a emancipação humana e com propostas artísticas renovadoras.

³ Manfred Wekwerth, assistente de Brecht, responsável pelas atividades do Berliner Ensemble em Berlim Oriental.

Bibliografia

ARTAUD, Antonin. **O teatro e seu duplo**. Tradução de Teixeira Coelho. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

BRECHT, Bertolt. **O Pequeno Órganon para o Teatro**. Paris, 1948.

CHAUÍ, Marilena de Souza. **Conformismo e resistência: aspectos da cultura popular no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

DESGRANGES, Flávio. **A Pedagogia do espectador**. São Paulo: HUCITEC, 2003.

FURTADO, Paulo Roberto Santana, 1960 – **Grupo de Teatro Palha: trajetória e identidade teatral** / Paulo Roberto Santana Furtado. 2015. Orientador: Luizan Pinheiro da Costa; Coorientadora: Margaret Moura Refkalefsky. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Pará, Instituto de Ciências da Arte, Programa de Pós-Graduação em Artes, Belém, 2015.

GARCIA, Silvana. **La nueva dramaturgia y el proceso colaborativo en la escena paulista**. Conjunto - Revista de teatro latinoamericano. La Habana, Casa de las Américas n.134 p.24-28 oct/dic. 2004.

GULAR, Ferreira. **Vanguarda e subdesenvolvimento: Ensaio sobre Arte**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 1978.

LOUREIRO, João de Jesus Paes – **Cultura Amazônica: uma poética do imaginário** – Belém: CEJUPA, 1995.

MAGALDI, Sábato. **Panorama do Teatro Brasileiro**. Coleção Ensaio, volume 4, Ministério da Educação e Cultura / DAC / FUNARTE / Serviço Nacional de Teatro, 1962.

MARINHO, Flávio. **Quem tem medo de Besteiro? A História de um Movimento Teatral Carioca**. Rio de Janeiro: Relume Dumará / prefeitura do Rio de Janeiro, 2004.

PARAGUASSÚ, Éleres. **Teatro de Vanguarda**. Belém: Paka Tatu, 2008.

PAVIS, Patrice. **1947 – Dicionário de Teatro/Patrice Pavis**. Trad. J.Guinsburg e Maria Lúcia Pereira. São Paulo: Perspectiva, 1999.

PEIXOTO, Fernando. **Teatro em Movimento: 1959-1984**. São Paulo: Hucitec: Secretaria de Estado de Cultura, 1985.

PRADO, Decio Almeida. **O Teatro Brasileiro Moderno**. São Paulo: Perspectiva, 2009. – (Coleção debates / dirigida por J. Guinsburg).

REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing Cultural e Financiamento da Cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado**. 2ª Ed. São Paulo: Thonson Learning Edições, 2006.

ROSENFELD, Anatol. **História da Literatura e do Teatro Alemão**. Perspectiva, 1994.

_____. **O teatro épico**. São Paulo: Perspectiva, 2002.

SALLES, Vicente. **A Música e o tempo no Grão Pará**. Belém do Pará, Conselho Estadual de Cultura, 1990.

_____, Vicente, 1931. **Épocas do Teatro no Grão-Pará: ou, Apresentação do Teatro de época Vicente Salles**. Belém: UFPA, 1994 – Tomo 1 e 2.

_____, Vicente, **O Negro no Pará**. Belém: SECDET/MEC, 1998.

SOUZA, Márcio. **Teatro indígena do Amazonas: teatro**, vol. II. Rio de Janeiro: Codreci, 1979.

_____, Márcio. **O Palco Verde**. Rio de Janeiro: Ed. Marco Zero, 1984.

_____, Marcio. **Teatro Márcio Souza I**. São Paulo: Marco Zero, 1997.

UNAMAZÔNIA: órgão noticioso, crítico, cultural, consagrado à integração latino americana. V.1, n.0 (jun.1998). Belém: SECULT, 1998.



Nessa Cidade Todo Mundo É d'oxum¹: a performance nas matrizes africanas no espetáculo O Auto do Círio em Belém do Pará

Francisco Edilberto Barbosa Moreira

betobenone@live.com

Escola de Teatro e Dança da Universidade Federal do Pará - CAPES

Brasil

Marckson Davi de Moraes Lisboa

marckson.moraes@gmail.com

Programa de Pós-graduação em Arte- ICA -Universidade Federal do Pará

Brasil

¹ Trecho da música É D'Oxum de autoria de Gerônimo.

Notas Biográficas

Francisco Edilberto Barbosa Moreira - BOLSISTA CAPES

Professor dos cursos de Cenografia e Figurino da Escola de Teatro e Dança da Universidade Federal do Pará - Brasil. Doutorando em História da Arte - Universidade de Évora- Portugal. Coordenador e diretor artístico do projeto de extensão O Auto do Círio de 2010 a 2013. Diretor artístico e coreógrafo de Comissão de Frente da Associação Carnavalesca Bole-Bole de Belém do Pará. Ator, Figurinista e Fundador da Companhia Cênica de Cínicos. Para mais informações: <http://lattes.cnpq.br/0791005330116716>

Marckson Davi de Moraes Lisboa

Graduado em Letras com habilitação em Língua Inglesa e Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Artes – PPGARTES – ambos da Universidade Federal do Pará – Brasil. Iluminador Cênico do Teatro Experimental Waldemar Henrique da Fundação Cultural do Pará em Belém. Assistente de direção do espetáculo O Auto do círio desde 2010. Ator, arte-educador e Fundador da Companhia Cênica de Cínicos. Para mais informações: <http://lattes.cnpq.br/3905428988109886>

Resumo

Estudo sobre a concepção do corpo performático de artistas praticantes e simpatizantes das religiões afro-brasileiras de matriz africana (candomblé e umbanda) que prestam homenagem a Nossa Senhora de Nazaré, dentro do cortejo dramático conhecido como O Auto do Círio, que percorre as ruas da cidade velha na quadra nazarena em comemoração aos festejos da padroeira dos paraenses, em Belem do Pará no Brasil. Enfocaremos a preparação corporal e quais influências que estas religiões proporcionam na concepção e execução do corpo a ser apresentado no cortejo, colaborando assim, para a criação das identidades culturais do

espetáculo. Em nosso método investigativo dialogaremos com as teorias de performance de Schechner (2012) sobre o seu conceito de corpo restaurado junto com as contribuições de Taylor (2003) pensando a construção performática e identitária como algo capaz de produzir e comunicar conhecimento. Além, da colaboração de Salles (2011) desvelando o emaranhado do movimento criador e a relação deste com o pensamento do espectador, reveladas em nosso estudo a partir de entrevistas com os artistas, fotos, relatos, bem como, a nossa contribuição direta na criação do espetáculo, observando e interferindo diretamente na estrutura do processo artístico como diretores.

Palavras-chave

Performance, Matrizes africanas, Teatro de rua, Carnaval.

O cortejo do Auto do Círio

“Ilumina, ilumina, ilumina, senhora divina, ilumina Eu tenho tanta estrada em meu caminho E muitas ilusões pra tropeçar”²

Criado em 1993 por Amir Haddad³ na escola de Teatro e Dança da UFPA, o Auto do Círio em Belém do Pará é um espetáculo teatral de rua em forma de cortejo dramático que mobiliza pessoas diferentes e insere momentos lúdicos entre o sagrado e o profano, entre o belo e o grotesco, entre a ficção e a realidade, durante os festejos do Círio de Nossa Senhora de Nazaré. Movidos pelo sentido de partilha de um corpo individual para um corpo coletivo, seus artistas participantes estabelecem vínculos afetivos que valorizam o prazer de comungar algo particular com o outro, proporcionados pela estruturação do espetáculo teatral de rua “que privilegia uma encenação proteiforme com multiplicidade de processos de criação e uma diversidade de produtos artísticos apresentado, numa reunião de várias culturas no mesmo espaço, sem hierarquias e em existência simultânea”(Santa Brígida, 2014, p. 28), dialogando com as memórias e as histórias da cidade.

Neste diálogo direto, nos referimos não somente as suas construções arquitetônicas, ruas e praças, mais também as pessoas que aqui estão, que chegam, que saem, que somente passam, e que “tornam esses espaços vivo, fervente, poético” (Rodrigues Neto, 2004, p.53), transformando e renovando a cidade a cada ano, seus elos afetivos através das manifestações culturais de um povo mestiço por natureza.

No cortejo dramático seus artistas mobiliza os artistas compartilham de uma poética instaurada no cotidiano e que interliga momentos interliga entre imaginário e realidade Rodriguez Neto

² Música de autoria: Noca da Portela/Tranka/Tonimo Nascimento.

³ Teatrólogo, fundador e diretor do Grupo Tá Na Rua no Rio de Janeiro.

(2004), motivados pelo sentido da participação coletiva independente de cor ou credo, condição social ou política, unidos para homenagear através da arte a festa do Círio Nazaré.

O corpo performático do auto

Em sua diversidade cultural e em tantos processos criativos, na origem de sua concepção, o auto foi dividido em estações apresentadas frente as igrejas e palácios da cidade, sendo cada uma realizada por grupos específicos da cultura local. O corpo performático do espetáculo vai além desta apresentação construída pelo performer, exigindo do mesmo, um estudo e apropriação de suas ações individuais que somam ao corpo coletivo do cortejo.

Nesta perspectiva as comunidades afro-religiosas, presentes desde seu início da criação do espetáculo, apresentam através de seus corpos, formas, cores, cantos e batuques, exercendo uma participação importante para a formação e conscientização de suas histórias e memórias, apresentadas no corpo coletivo do espetáculo para a cidade Belém.



Figura 1: Atores do Curso Técnico em Ator da escola de Teatro e Dança da UFPA carregam a Santa em um barco no espetáculo “O Auto de Círio” 2010. Fonte: Marivaldo Pascoal.

Esse corpo afro criador é apresentado entre mito e realidade, entre sagrado e profano, comungado entre santos e orixás, dividindo o mesmo espaço cênico no Auto do Círio. Na figura 1, comprovamos esse casamento identitário entre o anjo anunciador e a imagem de nossa senhora, onde a atriz em seu ato criador passa da figura mãe dos ribeirinhos, com seu corpo em argila, para Nossa Senhora dos Navegantes, mais tarde a própria Nossa Senhora de Nazaré e por fim a imagem do orixá Iemanjá. Através de seu corpo a mesma estabelece uma comunicação e seus atos “transmitem informação, memória cultural e identidade coletiva de uma geração ou grupo para outra por meio de comportamento reiterados” (Taylor, 2008,p.93).

Sua interação cênica em relação ao outro e com o público, permite uma criação de signos absorvidos e assimilados no ato poético de sua apresentação. Dentro dessa mistura de carnavalização e religiosidade em uma grande procissão cênica; músicas, danças, teatro e é construída uma encenação híbrida, poética e festiva, Santa Brígida (2014), agregada de várias formas que compõe nossa diversidade de identidade cultural.

O corpo preparado e suas influências afro-brasileira

É comum a presença de personagens que não se “enquadram” ao que seria, no pensar comum, normalmente aceito. Fadas, Gnomos, Diabos, Santos, Orixás e uma diversidade de seres míticos prestam sua homenagem à Nossa Senhora de Nazaré. No cortejo esses personagens se misturam, partilham de uma performance maior, conjunta, tem um espírito unificado para comungar e estabelecer relações interpessoais, que culminam em uma teatralidade partilhada por todos que dividem o espaço da encenação como acontece com as manifestações religiosas ribeirinhas segundo Adriano Saraiva:

“o ribeirinho cumpre suas promessas por meio de rituais, traduzidos muitas vezes na forma de festejos, almoços comunitários, missas, procissões, novenas, bailes, etc. Dessa forma, cada evento deste possui sua própria história e razão de existência, forma única de ser organizado e sua representatividade para comunidade varia de grupo para grupo.” (SARAIVA 2010, p. 150).

Festa de diferentes e iguais atrelados a um senso comum de partilhas e homenagens, de brincadeiras e verdades, são apresentados de formas lúdicas geradas a partir de indutores diversos, fazem com que a matriz afro dentro da encenação do Auto do Círio tornam-se identidade dentro de sua estruturação religiosa e carnavalesca com suas próprias histórias e organização artística.

Pensando nessa inserção de cultura, história afro-brasileira e africana e em cumprimento da lei 10.639 de 2003, que insere nos conteúdos pedagógicos das escolas públicas e particulares do ensino fundamental e médio, o curso de técnico de formação de ator da Escola de Teatro e Dança da Universidade Federal do Pará, já realizava desde 2000 na disciplina práticas corporais, ministrada pelo professor Miguel Santa Brígida, os discentes desenvolviam atividades teóricas e práticas a partir da cultura afro-brasileira e africana, como indutores para a criação e conscientização corporal para o trabalho de ator.

Como resultado do curso, os “mitos”, como assim são chamados, geram a cada ano, um olhar reflexivo sobre a cultura e religião afro-brasileira inserida por nossos antepassados para a cultura nacional. O ato de sua apresentação torna-se festa a cada ano fortificada pela presença do artista em sua performance e que segundo Ferretti provoca um “estado de efervescência estado que tem parentesco com o estado religioso” (Ferretti, 2007, p.3), gerando uma exaltação festiva em suas realizações. onde cada aluno mostra a comunidade o que foi aprendido e pesquisado durante o tempo letivo, concebendo desde seu corpo performático, a um desenho cênico com todos os elementos da linguagem teatral, sendo estes resultados agregados ao cortejo do Auto do Círio.

Na estrutura do cortejo os afro descendente e seus tambores ganham uma participação toda especial no espetáculo conforme visto na figura seguinte. Dessa maneira o ritmo, a dança e o batuque, ao mesmo tempo africano e ameríndio anunciavam a presença religiosa africana dentro do espetáculo permanecendo viva e comungando com outras culturas neste emaranhado que envolve a nossa cultura amazônica. Saraiva (2010, p. 160) nos diz que: “nas comunidades amazônicas temos desde os mistérios das encantarias, da pajelança, dos rituais até os momentos efervescentes das festas religiosas e o imaginário das entidades míticas do mundo da natureza”, que se sobrepõe sobre os corpos ao som da percussão do batuque, composto por

homens, mulheres e crianças, entoando o mesmo canto, pulsam na batida dos tambores e com tochas acesas, conduzem o espetáculo pelas ruas da cidade velha.

O corpo afro-religioso do auto

O corpo afro-religioso do auto, que aprende, experimenta, comunica, realiza ações treinadas, vesti-se, que concebe individual e no coletivo, ocupa o espaço e cria atos significantes e identidades, torna as ruas, o espaço ritual segundo Schechner, sendo o tempo da ação “definido por experiência mútua” (Schechner, 2012, p.70), apresentada pela criação corpórea de um personagem, seja ele místico ou real, já apresentado ou estreando no espetáculo.

Para a atriz Cei Mello⁴, aluna da escola de Teatro e Dança, atriz presente em algumas edições do espetáculo O Auto do Círio, a presença da cultura negra na encenação por ocasião da festa do círio de Nazaré, fortifica e unifica nossa sociedade e nossa cultura. Ela nos fala da escolha do orixá Oxum dentro da disciplina técnicas corporais:

*“A escolha do mito oxum foi também por estabelecer uma correlação de imagens entre o percurso do Círio de Nazaré, representando aqui um dos tripés do auto do círio que faz referencia a fé, o percurso de uma escola de samba, a segunda ponta desse tripé, representando o carnaval, a terceira ponta seria o drama e que seria a própria performance, o desempenho durante o auto do círio (...) eu recortei a narrativa do espelho de oxum, de uma passagem, conhecida dentre os seguidores das religiões de afro, de candomblé. (...) como roteiro de ação estabeleci 10 ações, foi escolhido uma música mecânica, uma musica cantada, o figurino super elaborado, com esse figurino eu participei não só dessa performance, mas de vários Auto do Círio a minha oxum já eu creio que ela teve assim umas sete aparições”
(Entrevista concedida em 28 de Agosto de 2016)*

⁴ Advogada. Atriz, formada pela Escola de Teatro e Dança da UFPA e atuando na Cia de Atores Contemporâneos desde 2004.

É perceptível na fala da atriz, que a mesma desenvolveu um treinamento específico que a “transporta a uma transformação de orixá, diferente de uma incorporação de um filho de santo num terreiro onde o orixá toma conta do corpo, mas, enquanto atriz, ela chega a essa transformação assim como outros, por que “treinam, praticam e/ou ensaiam para, temporariamente, “deixar a si mesmos” e ser inteiramente “aquilo” que esteja performance” (Schechner, 2012, p. 72).



Figura 2: Atriz Cei Mello representando Oxum no espetáculo “O Auto de Círio” 2004. Fonte: IC.

Na figura 2, vemos em sua representação de Oxum, signos que podemos relaciona-los a figura da padroeira dos paraenses. Aqui, Oxum reina sobre todos os rios e tem sua imagem quase sempre associada á maternidade, pois ela controla a fecundidade. Se pensarmos na localização da cidade de Belém, esta é cercada por rios e desses rios chegam aos nossos cais milhares de fieis para agradecer suas preces a virgem de Nazaré. A santa é considerada a mãe de todos os paraenses por abraças e guardar sobre seu manto todos os pedidos e apelos de seu povo.

Outro exemplo forte de laços afetivos com Maria aconteceu com a atriz e pesquisadora Ana Moraes⁵. Ao desenvolver sua pesquisa de mestrado pautada na body art, o foco de suas experimentações artísticas se deu na pintura corporal de yao do orixá Iemanjá nas festas públicas de um terreiro de candomblé de nação Ketu:

“Eu sou batizada católica e eu tenho uma relação muito forte com Maria, com Nossa Senhora de Nazaré, com essa figura da mãe de Jesus. Então desde pequenininha eu sempre tive muita devoção. Uma intimidade muito grande com ela (...) eu fiz o curso de especialização em estudos contemporâneos do corpo pelo ICA e lá eu entrei em contato com a comunidade do Auto do Círio. Eu conhecia já ia, mas nunca tinha participado efetivamente do elenco. E meu trabalho de especialização foi um trabalho que já fazia pesquisa sobre pinturas corporais. Naquela época era um foco meu a body art mas, eu conheci nessa época também a etnocologia e trabalhei com as duas”. (Entrevista concedida em 25 de Agosto de 2016)

Nesta pesquisa, que começou com um estudo aprofundado pela atriz, revela aos nossos olhos a delicadeza e sensibilidade na sua construção corpórea, assim como na sutileza de suas ações em movimento, criando para o espectador um estado de “estar em transe e no controle” (Schechner, 2012, p.83), como vemos na figura 3.

Dentro da estrutura do espetáculo em forma de cortejo e com elementos da estética do carnaval, a divisão por alas, alegorias, quesitos das escolas de samba na estrutura do cortejo Santa Brígida (2014), inseridos no espetáculo possibilitando o diálogo com várias linguagens e as mais diversas manifestações tanto cultural como religiosa, permitindo dentro da encenação que esses rituais e cantos realizados as escondidas sejam revelados para a cidade.

⁵ Doutoranda em artes pelo ICA/UFPA. Mestra em artes ICA/UFPA. Professora na rede estadual de ensino.



Figura 3: Atriz Ana Moraes realizando a performance yao no espetáculo “O Auto de Círio” 2013. Fonte: Gisele Martins.

O sincretismo religioso dentro do cortejo acontece de forma natural. O “povo do santo”, como assim são chamados os praticantes de religião afro-brasileira, veem no Círio, sendo mais específico dentro do Auto do Círio, a maneira mais completa e festiva de expressar sua devoção. Vera Brito⁶– ao falar sobre sua participação há anos dentro do cortejo explica a sua crença:

“que Deus e só um. A linguagem pode ser diferente (olorum, zamby etc) mas, Deus é único. E representar os orixás no caminho de Maria também significa a busca pela fé, respeito, amor a uma só energia que chamamos de Deus (...) quando vem e ideia em mente para desenvolver estes trabalhos

⁶ Vera Brito licenciada em história pela UVA, educadora social na UNIPOP. Comunicóloga na missão Friuli Amazônia. Especialista em estudos Hídricos.

ha todo um processo de pesquisa cuidadosamente antes de confecção do figurino, primeiramente consulto um babalorixá, para saber das determinações, pedir licença, se pode ou não foi assim que fiz ou melhor assim que sempre faço. Diante da aceitação da minha proposta de personagens através do Orixá, faço as devidas oferendas determinadas pela entidade que pede através do jogo de búzios para que tudo seja repleto de luz e axé.” (Entrevista concedida no dia 25 de Agosto de 2016)

Assim sendo, além de todas uma preparação proporcionada através de exercícios corporais, leituras de pequenos textos, lendas, músicas, a criação vai sendo produzida sendo induzidas pelas ações diárias resultantes destes encontros que são sistematizados a dinâmica da encenação. São Veras, Ceis, Antônio, Aninha, Marias, João, artistas da cena ou não, são consumidos pela fé e devoção a Nossa Senhora de Nazaré e que através de seus corpos, únicos, conjuntos, propõem através de suas preocupações e seus trabalhos a busca pelo conhecimento de suas histórias, e sobre este ou aquele orixá ou qualquer outra entidade que iram interpretar, no sentido de preservar as tradições culturais de nossas raízes.

O corpo e sua gestualidade, a leveza ou não de seus movimentos, a cor de seus adereços e indumentária, são cuidadosamente estudadas e escolhidas, praticas, ensaiadas, preservando o mais simples gestual de uma mão ao vento, respeitando as culturas dos outros, entendendo e aceitando o corpo alheio para que nesse jogo da encenação possibilitem comunicar histórias, criar mundos, inventar novos corpos, transformando assim as ruas do bairro velho da cidade de Belém num grande tapete colorido, que partilham e comungam através de sua arte a festa da arte que é o Auto do Círio de Nossa Senhora de Nazaré.

Bibliografia

FERRETTI, Sérgio F. 2007. Religião e Festas Populares. Disponível: <https://repositorio.ufma.br/jspui/handle/1/189>.

RODRIGUES NETO, Benedito Lima. 2004 Abrigo poético: um estudo sobre o teatro de rua em Belém. Dissertação (mestrado), apresentado ao Programa de Pós-graduação em Artes Cênicas, da Universidade Federal da Bahia.

SANTA BRÍGIDA, Miguel. 2014. O Auto do Círio: drama, fé e carnaval em Belem do Pará / Miguel de Santa Brígida. Organizado por: Miguel de Santa Brígida, Waldete Brito, Wlad Lima. - Belém: Programa de Pós-graduação em Artes/ICA/UFPA.

SARAIVA, Adriano Lopes. *Religiosidade Popular E Festejos Religiosos: Aspectos Da Espacialidade De Comunidades Ribeirinhas De Porto Velho, Rondônia*. Revista Brasileira de História das Religiões. ANPUH, Ano III, n. 7, Mai. 2010.

SCHECHNER, Richard. 2012. Performance e Antropologia de Richard Schechner; seleção de ensaios organizada por Zeca Ligiero; (tradução Augusto Rodrigues da Silva Junior...et al). Rio de Janeiro: Mauad X.

TAYLOR, Diana. 2008. Performance e Patrimônio Cultural Intangível. Pós. Belo Horizonte. v. 1. p. 91-103.



Produção Artística e Administrativa no contexto universitário Mineiro/Brasil

Andréa Bergallo Snizek¹

anberg63@gmail.com

Universidade Federal de Viçosa/MG

Universidade de Lisboa – Faculdade de Motricidade Humana/PT

Brasil

¹ Intérprete-Criadora, Professora da Universidade Federal de Viçosa, Diretora do Programa Argumentos do Corpo (Projetos - Seminário Argumentos do Corpo, Mostra Artes da Cena e Núcleo de Estudos e Práticas Artístico-Corporais. Doutora em Motricidade Humana/DANÇA –Faculdade de Motricidade Humana/UL, Mestre em Ed. Física, Cultura, Esporte e Lazer, especialista em Educação Psicomotora e Graduada em Educação Física pela Universidade Federal de Santa Catarina. Pós-Doutoranda em Dança, UL/FMH, 2016/2017.

Nota Biográfica

Licenciatura/Educação Física, Universidade Federal de Santa Catarina (1986); Especialização/Educação Psicomotora; Mestrado/Educação Física, Cultura e Lazer, Universidade Gama Filho (2004) e, Doutora/Motricidade Humana/Dança – UL/FMH/Pt. Professora de Graduações em Dança, desde 1996, respectivamente na UniverCidade, Faculdade/RJ Angel Vianna/RJ e UFRJ/RJ. Pesquisa e leciona dança contemporânea, composição/criação, produção artística e administrativa e educação. É professor na Universidade Federal de Viçosa, desde 2010, do Departamento de Artes e Humanidades. Na UFV, dirige o PARC, Programa Argumentos do Corpo e os projetos, Argumentos do Corpo (SEMINÁRIO), Núcleo de Estudos e Práticas Artístico-Corporais (NEPARC). Lider/Grupo de Pesquisa, Artes da Cena Contemporânea: Corporeidade, educação e política/2013. Link CV (Plataforma Lattes). Para mais informações: <http://lattes.cnpq.br/7475182715030806>

Resumo

Esta comunicação, a partir da experiência do Projeto NEPARC, pretende fomentar discussões sobre a prática artística no contexto universitário. O Núcleo de Estudos e Práticas Artístico-Corporais, tem como propósito a produção de conhecimento, através do estudo de novas linguagens e as novas tecnologias, a construção de espetáculos de Dança e Performance. Ações como oficinas, mini cursos e palestras, originaram o partilhamento dos conhecimentos/saberes com comunidades e/ou cidades pouco contempladas com propostas artístico-culturais. O Projeto funciona no Departamento de Artes e Humanidades/Sede do Curso de Dança da Universidade Federal de Viçosa/MG/Brasil. Teve financiamento PROEXT – Governo Federal, 2013 e 2015. Iniciou sua construção de seu repertório artístico em 2012, com a criação do espetáculo "Por enquanto é isso...", composto por trabalhos de renomados coreógrafos brasileiros, do carioca Alex Neoral (FÓCUS CIA DE DANÇA/RJ), do mineiro Vanilto Alves de Freitas (Lakka), de Uberlândia/MG, da premiada coreógrafa baiana, Ana Vitória e de Andréa Bergallo/MG. Finalizou a referida turnê, incluindo oficinas e palestras, em 2013, depois de circular por diversas cidades

do interior. Em 2015, circulou com o espetáculo “Achados e Perdidos”, composto por criações de Andréa Bergallo e de Camila Oliveira. A edição 2015 do Projeto NEPARC priorizou ações em escolas, promovendo debates sobre arte, oficinas em escolas públicas de Ponte Nova, Viçosa e arredores da Zona da Mata Mineira/Brasil.

Palavras-chave

Dança, Universidade, Políticas Culturais, Produção Cultural

Introdução

O cenário das artes do século XXI tem como protagonistas a complexidade² humana, a corporeidade, a cultura, a mestiçagens, a hibridação, entre outros elementos que, indissociáveis, constituem a poética do corpo, dos gestos da dança, das artes da cena (SNIZEK, 2013).

As artes corporais vêm ocupando lugar de destaque em estudos de diversas áreas do conhecimento – antropologia, sociologia, psicologia, filosofia, comunicação e artes (nesta é objeto de sua própria investigação) – e pressupõe a complexidade das ações corpo-comunicativas, visto que suas estratégias e potenciais sustentam-se nas representações de seus atores sobre si e o outro, o mundo. Tais mudanças no campo, gradativamente, reivindicam mais do que somente análises e representações da obra, do “produto”, destacando a importância dos processos de sua construção para e no entendimento da obra. Portanto, é o “fazer” dos corpos da cena, mais do que no “feito” deles (obra finalizada), em suas ações e representações sobre processos de criação, que produzem as informações e perspectivas que possibilitem compreendermos a construção do conhecimento e dos pareceres que gradativamente deram forma ao discurso, a estratégias e reinvenções de si mesmo, ressignificações das coisas e do contexto, que, certamente serão o suporte de atitudes, segundo percepções presentes para projetos e conhecimentos futuros (SNIZEK, 2013).

A dança como área do conhecimento, inaugura sua legitimação, no Brasil em 1956³, na Universidade Federal da Bahia. As duas últimas décadas foram marcadas pelo aumento significativo quanto à oferta de novos cursos do gênero no ensino superior. Na última década as graduações, (bacharelado e licenciatura) na área passaram de 12 para 33 no Brasil. Dentre eles, o primeiro do Estado de Minas Gerais, o Curso de Dança da Universidade Federal de Viçosa, criado em 2001. Essa transformação das formas de profissionalização no campo das artes corporais/dança vem dinamizando e potencializando a qualidade e a produção de pesquisas, projetos de extensão e de ensino exigindo dos profissionais do campo atenção redobrada para com os seus projetos políticos pedagógicos.

² Complexidade, conforme sugere Morin (2011).

³ Ver: <http://www.danca.ufba.br/>

Os Projetos Políticos Pedagógicos, atendendo às exigências do Ministério da Educação, dos cursos de bacharelado e licenciatura, buscam promover e estimular ações interdisciplinares e entre diferentes áreas de formação. E aos seus propósitos investigativos do corpo, da construção de linguagem e do desenvolvimento humano através da arte, explicitam e intensificam a importância das relações sociais na construção de saberes. Indiscutivelmente, putada nas mudanças quanto as representações corpo, do corpo da arte, do corpo/sujeito do mundo contemporâneo. Partindo-se do pressuposto de o corpo da dança constituir redes de colaboração articulando-se através de práticas/ações para e ao comunicar e inaugurar peculiaridades estéticas e éticas através dos argumentos de seu discurso poético. Esses corpos/sujeitos e seus projetos e processos criativos, a cada encontro, criam uma ambiência de questionamentos e reflexões críticas indispensáveis ao desenvolvimento humano na sociedade brasileira.

Em paralelo ao estabelecimento de novos cursos e transformações das Diretrizes Curriculares Nacionais⁴, definidas pelo Estado/MEC se deram mudanças políticas, econômicas e sociais nas formas de viabilização de produções artísticas/culturais no país, efetivadas entre a metade década de 1990 e início do século XXI. Quando e onde a Prefeitura do Rio de Janeiro e sua Secretaria de Cultura, se tornou referência de implementação de políticas públicas de fomento à Dança no Brasil.

Buscaremos, portanto, fomentar reflexões sobre produções artísticas no contexto do ensino superior, a partir das ações do Núcleo de Estudos e Práticas Artístico Corporais (NEPARC)⁵ – criado em 2012, na Universidade Federal de Viçosa, Minas Gerais – sobre as articulações entre o núcleo e os sistemas administrativos/públicos para e na concretização das suas produções artístico-acadêmicas. Sistemas estes que refletem, em parte, mudanças nas premissas de (des)investimentos do Estado no desenvolvimento Cultural do país.

⁴ Ver: <http://portal.mec.gov.br/mais-educacao/323-secretarias-112877938/orgaos-vinculados-82187207/12991-diretrizes-curriculares-cursos-de-graduacao>

⁵ <http://argumentosdocorpo.com.br>

A Dança na Universidade no Brasil

O aumento significativo da oferta/criação de Cursos de Graduação em Dança, no Brasil⁶, não apenas implica na confirmação de sua legitimação como área de conhecimento, desafia e exige continuamente transformações nas formas de agir/pensar propostas de formação no campo das artes performativas. Pensar a dança no ensino superior implica pensar as competências pretendidas de formação no campo. Sempre e sob a tutela do Ministério da Educação.

Segundo Rodrigues (2014), o Bacharelado em Dança propõe a formação de profissionais aptos a atuar como criadores e/ou intérpretes de espetáculos, a pesquisar novas linguagens e relações interdisciplinares para e na criação, em geral, fundamentando-se em disciplinas do projeto pedagógico como as de práticas de técnicas corporais/dança, música, composição e coreografia, bem como as de disciplinas teóricas, como história, crítica, anatomia, cinesiologia e psicologia. Já a Licenciatura em Dança, visa a formação de um profissional voltado para o seu ensino, que, para além de cursar as disciplinas pertinentes a formação artística, deverá cumprir as de formação pedagógica, de estudos de metodologias e realizar estágios docentes. Rodrigues (2014) destaca ainda que há, atualmente, Cursos Específicos para a formação de pesquisadores e críticos de dança, citando o de Teoria da Dança, oferecido na Universidade Federal do Rio de Janeiro. (pg.76)

Ainda que reconhecida a seriedade e complexidade dos Projetos Pedagógicos das instituições que ofertam cursos superiores de dança, é de suma importância destacar que tais conteúdos teórico-práticos, objetivados nas “diferentes propostas” de formação em dança (bacharelado e licenciatura) no Brasil, não eximem seus participantes de um profundo conhecimento corporal, por se dar nos e com e o(s) corpo(s).

Quanto ao contexto acadêmico mineiro, especificamente, o do Curso de Dança, na Universidade Federal de Viçosa⁷, seus projetos pedagógicos, como os de outras instituições passam por constantes atualizações, em especial, referentes aos investimentos do Governo/Ministério de

⁶ Na última década as graduações, (bacharelado e licenciatura) na área passaram de 12 para 33 no Brasil (SNIZEK, 2014).

⁷ Ver: <http://www.dan.ufv.br/>

Educação, que busca ampliar a democratização dos conhecimentos desenvolvidos/produzidos na universidade.

As ofertas de Editais/Concursos⁸ de fomento à ações de extensão, aumentaram significativamente, entre 2010 e 2014. E por mais que esta mudança tenha beneficiado o desenvolvimento e a democratização de projetos artístico-acadêmicos naquele contexto, ainda assim, no país, na região, as ações artísticas seguem sendo as primeiras atividades a sofrerem os cortes, a margem da contenção de recursos.

Nesse sentido, Cravell (2014), reafirma este aumento e considera que os editais/concursos em questão demandam dos pretendentes/artistas/estudantes habilidade de escrita, noções e estratégias de produção e de organização, por parte dos interessados. Dentro e fora da universidade⁹. À esta percepção, a autora associa a nova realidade dos estudantes universitários de dança, que não mais apenas reproduzem movimentos, pesquisam as ciências cognitivas, participam em projetos artísticos, de ações de inclusão social, investigam as próprias histórias, desenvolvem competências, analisam criticamente suas ações imersos e atentos ao contexto onde estão inseridos.

As mudanças no fazer artístico, dentro e fora da universidade, resultam de investimentos de pesquisadores, artistas/pesquisadores em estudos sobre o corpo da e na arte, fundamentados em especial em relações interdisciplinares entre estudos das artes, da filosofia, da sociologia e da antropologia.

A compreensão das configurações de redes de colaboração efetivadas para e em processos de criação/artes performativas, pressupõe e ou tem suporte na perspectiva de que ao mover-se, o corpo/sujeito-espaco é outro, tanto quanto o espaco, seu e o qual ocupa, redimensionando, segundo Silva (1999), sua percepção e entendimento do mundo e de si próprio: “Um corpo motor na medida em que transgride o seu lugar (o lugar que é e o lugar onde está) e o transforma noutros lugares (que passam a ser o seu novo lugar), potencia as dimensões os sentidos do lugar” (Silva, 1999, p. 27).

⁸ Editais em vigor de fomento à Projetos de Extensão e Cultura aplicados na Universidade Federal de Viçosa: PROEXT, ProCultura, PIBEX, FUNARBEX, MAIS CULTURA, entre outros.

⁹ Ver: Siqueira & Snizek (2013).

Portanto, como para Cravell (2014), considera-se nesse texto, o compreender e o analisar criticamente a complexidade do fazer artístico no universo acadêmico, uma atividade que proporciona ao estudante a possibilidade de assumir e rever as próprias responsabilidades, construir pontos de vista sobre sua formação artística, potencializar suas práticas discursivas estética e eticamente, portanto, a participação na construção do campo artístico e cultural no Brasil (p. 82).

O NEPARC, com suas ações funciona como agente de encontros, trocas de conhecimentos, provoca socializações. O seu funcionamento, tão complexo quanto a criação artística, requer conhecimentos diversos, técnicos artísticos, administrativos, de produção e da rede que se estabelece entre pessoas de diferentes setores da instituição.

Políticas Públicas para as Artes/Dança

“Em um modo de produção capitalista e no âmbito da cultura de massa, o fazer artístico também gera custos. Quando o artista não produz por diletantismo nem possui outra fonte de renda, precisa de apoio, patrocínio, financiamento, depende, ao menos em parte, de políticas culturais públicas e privadas para viver e se manter com seu trabalho em arte”. (SIQUEIRA & SNIZEK, 2013, p. 101).

Paralelamente à reavaliação crítica do “lugar” do artista e da obra artística na sociedade, surge um Estado interessado no controle do desenvolvimento cultural, atuando como organizador e mediador através da administração das necessidades sociais (WILLIAMS, 2000, p. 92). Cria leis, condições, contrapartidas, instrumentos provocadores de formas de articulação intra e extraclasse para a apresentação e viabilização do fazer artístico, seja ele voltado para o desenvolvimento social, educativo ou puramente artístico (SIQUEIRA & SNIZEK, 2013).

O termo **política cultural**, é recente, porém não o são as formas de apoio à arte e ao artista no Ocidente. No Renascimento e nos séculos seguintes o artista convivia com a ideia e ou submisso ao mecenato, só a partir do final do século XVIII, deixou de depender de patrocinadores nobres ou burgueses, para depender do “mercado”. Teige se refere a esta etapa como a da “liberdade burguesa”, “miserável liberdade” uma vez que coloca o artista à mercê dos cânones do mercado de arte (SIQUEIRA & SNIZEK, 2013).

Philippe Urfalino, em *L'invention de la politique culturelle* (URFALINO, 2004, p.14, *apud* SIQUEIRA & SNIZEK, 2013), considera que política cultural não se reduz nem a uma justaposição de políticas sectoriais, muito menos a um remanejamento republicano do mecenato real, por se tratar de uma totalidade construída por ideias das práticas políticas e administrativas situadas em um contexto intelectual e político. Segundo o autor, foi o escritor e Ministro de Assuntos Culturais (1959-1969), André Malraux que criou oficialmente o termo e a proposta das políticas culturais na França. Seu objetivo foi permitir acesso à arte e aos espetáculos a um público maior, bem como condições para que os artistas pudessem criar com continuidade. A política cultural de Malraux participava do mesmo espírito que os movimentos de Educação Popular da época:

«...mission de rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre possible de Français: assurer la plus vaste audience à notre patrimoine culturel et favoriser la création des œuvres de l'art et de l'esprit qui l'enrichissent » (URFALINO, 2004, p.16, *apud* SIQUEIRA & SNIZEK, 2013).¹⁰

Para Urfalino, foram três as linhas de ação no sentido de fomento ao desenvolvimento cultural francês. A (primeira) linha de ação, foi de Malraux, marcada por uma tripla ruptura: ideológica, com a afirmação, em nível de Estado, de uma filosofia de ação cultural; artística, com a feitura de um setor artístico profissional subvencionado induzido pelo suporte seletivo do ministério;

¹⁰ “...missão de tornar acessíveis as obras principais da humanidade, e inicialmente da França, ao maior número possível de franceses: assegurar a mais vasta audiência a nosso patrimônio cultural e favorecer a criação de obras de arte e de espírito que nos enriqueçam”. Extraído do decreto de 24 de julho de 1959 sobre a missão e organização do ministério. Reproduzido por Urfalino (2004, p.16).

administrativa, com, além da autonomia orçamental, a formação de um aparelho administrativo e a invenção de modos de ação específicos. A conjunção dessas três rupturas foi decisiva para marcar o período Malraux (SIQUEIRA & SNIZEK, 2013).

A segunda linha de ação política, para Urfalino, fez do desenvolvimento cultural a doutrina oficial do ministério de Jacques Duhamel (1971 a 1973) e seu diretor de gabinete Jacques Rigaud. Gestão na qual tornou as *maisons de la culture* instrumentos de sua política, abarcando e complementando a ação cultural de Malraux. Duhamel deu três definições do que pretendia o desenvolvimento cultural: 1) tornar acessível ao maior número de pessoas as obras principais da humanidade (como Malraux); 2) estender o campo da ação cultural da política cultural à melhoria das condições gerais de vida, à “vida cultural primária” (englobando arquitetura, design, meio ambiente natural, meios de comunicação de massa, publicidade); 3) dar suporte e proteção à criação. (URFALINO, 2004, p.271, *apud*, SIQUEIRA & SNIZEK, 2013).

E a terceira das ações culturais, entendemos ter inspirado a política cultural carioca dos anos 90, na gestão da secretária de cultura Helena Severo¹¹, subordinada a gestão do prefeito César Maia.

A base dessa política, fundou e reconheceu os Centros Coreográficos, como espaços objetivados em promover a descentralização da produção e das apresentações de dança, diversificando polos, atendendo à várias cidades, evitando a concentração de desenvolvimento e oferta de espetáculos e criadores em Paris. Acionou a regionalização do desenvolvimento cultural, com apoio de subsídios federais, regionais e municipais. Uma política de descentralização que levou a *nouvelle danse* francesa a ocupar seu espaço no universo estético da dança. Evidenciando, ainda, o reconhecimento das obras de arte/dança como socialmente situadas, o que conforme Guigou (2004), não deve eclipsar a questão de seu conteúdo. Esta perspectiva dinamizou e ampliou discussões no campo da sociologia da arte.

¹¹ Nos anos 80, período do governo socialista do presidente François Mitterrand (1981-1995), o ministro da Cultura e da Educação Nacional, Jacques Lang, implementou uma política cultural que incluía o ramo da dança. Lang entendia que a cultura era uma arma econômica porque poderia mudar mentalidades e porque a crise, ainda que econômica, era uma crise de espíritos (URFALINO, 2004. p.372).

Porém, como sugere a autora, sem deixar de associar/relacionar o conteúdo da obra ao contexto de sua produção:

C'est ce que nous faisons en étudiant les interactions dans les chorégraphies, l'organisation du processus de création et les itinéraires professionnels des créateurs. L'étude des interdépendances dans les réseaux de légitimation, des créations et des discours de chorégraphes, représente une tentative pour intégrer les acquis de l'approche du contenu de l'oeuvre et ceux de l'approche de la production des oeuvres. (GUIGOU, 2004, p. 15)¹²

Para Becker, “todas as artes que conhecemos envolvem redes elaboradas de cooperação” (1977, p. 207). Esses relacionamentos sociais, parcerias e/ou elos cooperativos, aparentemente, dificultam o ideário do artista. “O envolvimento do artista com e sua dependência de elos cooperativos, assim, restringe o tipo de arte que ele pode produzir” (1977, p. 211). E o criar de forma independente, paradoxalmente, o faz criar outras redes de relações, de troca de informações, novos espaços para circulação.

As políticas culturais, os fomentos ao desenvolvimento e concretização de projetos artístico culturais são e foram fundamentais para o apoio a um movimento ético e estético na França e, não diferente, no Brasil.

Certamente e não somente como fruto de políticas de incentivo, a evidência da dança contemporânea na década de 1990, no Rio de Janeiro, pôde ser percebida com crescimento em número dos grupos de dança, da oferta de eventos especializados, da implantação de atividades educativas com dança em escolas de ensino fundamental e médio, da institucionalização da dança no ensino superior com vistas à formação profissional¹³ e ainda, com as formas de sua

¹² “É o que fazemos estudando as interações nas coreografias, a organização do processo de criação e os itinerários profissionais dos criadores. O estudo das interdependências nas redes de legitimação, das criações e dos discursos de coreógrafos, representa uma tentativa de integrar as experiências de acesso ao conteúdo da obra e as de acesso à produção das obras».

¹³ A formação em dança, tradicionalmente vinculada a escolas formais e informais, chegou à universidade. O Rio de Janeiro já ofereceu três cursos de graduação em dança: o do Centro Universitário da Cidade, desde 1985 (já extinto); o da Universidade Federal do Rio de Janeiro, desde 1995 e o da Faculdade Angel Vianna, desde 2001.

divulgação, espaço na mídia – em caderno culturais de jornais, em programas de televisão (SIQUEIRA & SNIZEK, 2013).

Sob certa inspiração do “modelo” francês dos anos 80, a Secretaria Municipal de Cultura do Município do Rio de Janeiro¹⁴, adotou como política global a democratização da arte, a formação de plateia e o apoio a companhias de dança através de suporte financeiro anual utilizado na infraestrutura de ensaios, *workshops* e produção de espetáculos¹⁵ (SIQUEIRA & SNIZEK, 2013).

Um olhar retrospectivo e reflexivo sobre o universo da dança contemporânea no Rio de Janeiro mostra que na década de 1980, a dança contemporânea carioca parece ter se estruturado na informalidade, “no romantismo”, sobrevivendo, em parte, por amor à arte, em um clima de “entradas e bandeiras”, nas palavras da coreógrafa Regina Miranda (2003)¹⁶, conquistando espaço. Já a década de 1990 parece ter sido período de efervescência no universo da produção. Essa larga produção afetou, na primeira década do século XXI, a dinâmica de reflexões críticas sobre às formas de participação por parte da classe artística na preservação da memória e no desenvolvimento cultural do país.

Surge naquele contexto, uma “classe artística” disposta a aliar a criação artística ao conhecimento dos mecanismos das agências do Estado e do mercado. Dessa forma, o criador/diretor, provisoriamente, passa gerenciar suas produções. Período no qual foi necessário conhecer a linguagem da administração pública e privada, do mercado, dos custos e benefícios para poder com parcerias ativas viabilizar suas produções artísticas.

Contudo, a complexificação dos editais/concursos, suas exigências burocráticas e de acesso/direito demandam conhecimentos especializados, energia/tempo dos artistas, e não diferente se dá no contexto acadêmico, quanto à produção a científica e a apresentação de

¹⁴ Artistas da dança atribuem, em parte, tal desenvolvimento à atuação de Helena Severo, ex-secretária de cultura do município, ex-secretária de estado de cultura e ex-presidente da Fundação Theatro Municipal/RJ. Em suas gestões, de 1993 a 1999, foram implantados projetos como os de Subvenção às companhias de dança (1994), Bolsa RioArte (1995), Panorama de Dança Contemporânea (1997, quando este evento passou a integrar o calendário cultural da cidade), Circuito Carioca de Dança (1998), Prêmio Rio Dança (1998), Projeto Memória da Dança (1998) que fortaleceram e deram visibilidade à dança contemporânea no Rio¹⁴ e serviram como referência de investimento público em cultura para o Brasil. Severo recebeu uma menção honrosa, em 1995, do júri do Prêmio Mambembe de Dança da Funarte.

¹⁵ Essa política se repete de forma reduzida agora, com César Maia como prefeito do Rio pela terceira vez.

¹⁶ Entrevista concedida em 16/05/2003.

“resultados” pelos pesquisadores, neste caso, os do campo das artes performativas. Surge então, ou se reafirmou a profissão, a do Produtor Cultural. Um caminho sem volta, novas possibilidades organização, de agenciamento, a partir de novos conhecimentos, com ou sem a participação do Estado.

Como proceder então? Como produzir conhecimento através de ações artísticas e suas inúmeras possibilidades de concretizações? Como lidar com recursos regulados pelo Estado? Como se dá o fazer artístico (profissional) no contexto acadêmico? Há recursos disponíveis para a produção de arte/dança dentro da universidade? Se há, que que tipo de recurso é disponibilizado pelo Estado para projetos artístico-acadêmicos?

NEPARC

O Núcleo de Estudos e Práticas Artístico-Corporais, tem como propósito a produção de conhecimento através da construção de espetáculos de Dança, Performance, bem como o estudo de novas linguagens e as novas tecnologias. Pesquisas e concretizações que originaram ações como oficinas, cursos, workshops e palestras que visam o partilhamento dos conhecimentos alcançados com comunidades e/ou cidades pouco contempladas. Funciona no Departamento de Artes e Humanidades/Sede do Curso de Dança da Universidade Federal de Viçosa (Viçosa-MG), tem a direção geral e artística de Andréa Bergallo. O Projeto NEPARC teve financiamento PROEXT – Governo Federal, 2013 e 2015. Iniciou suas ações, a construção de seu repertório artístico em 2012, com a criação de seu primeiro espetáculo, chamado "Por enquanto é isso...", que contou com trabalhos de renomados coreógrafos, o carioca Alex Neoral (FÓCUS CIA DE DANÇA/RJ), o do mineiro Vanilto Alves de Freitas, o Lakka, de Uberlândia, da premiada coreógrafa baiana, Ana Vitória e de Andréa Bergallo. Finalizou esta turnê de espetáculos, oficinas e palestras, em 2013, depois de circular por diversas cidades de Minas Gerais. Em 2015, o projeto estreou o espetáculo “Achados e Perdidos”, composto por criações de Andréa Bergallo e de Camila Oliveira. O mesmo circulou por diversas cidades de Minas e foi também apresentado no Centro Coreográfico do Rio de Janeiro. A edição 2015 do Projeto

NEPARC deu ênfase a ações como projetos escola, levando as coreografias, debates e as oficinas para escolas públicas de Ponte Nova e de Viçosa¹⁷.

Equipe de Trabalho

Direção Geral e Artística: Andréa Bergallo Snizek e Jussara Braga

Assistente de Direção Artística: Vinícius Monteiro

Identidade Visual, Web Designer: Camila de Oliveira

Direção de Produção, Assessoria de Imprensa: Débora Kamasche e Camila Oliveira

Equipe de Produção: Camila de Oliveira, Douglas Paiva e Vinícius Monteiro Iluminação Criação: Lili Mendes

Montagem e operação: Gefferson Paixão

Tiago Cândido

Coordenação Administrativa: Marco Túlio Rodrigues

Consultoria Administrativa: Wellington Magalhães

Cenografia e Virtual Designer: Victor Brandão

Fotografia e Vídeo: Emanuell Carvalho

Preparação Corporal: Bianca Christian, Jussara Braga, Ronaldo Mansur e Vinícius Monteiro

Intérpretes Criadores: Andréa Bergallo, Anderson Domingues, Agda Gabriella, Bianca Christian, Camila Oliveira, Douglas Paiva, Jussara Braga, Ronaldo Mansur e Vinícius Monteiro.

Trabalhos do Repertório:

Plástico Bolha – Coreografia Vanilton Lakka – MG

Planta Baixa – Coreografia Camila Oliveira – MG

¹⁷ Ver: <http://argumentosdocorpo.com.br>

On_Line – Coreografia Andréa Bergallo – MG

Outro Lugar: Coreografia Alex Neoral da Fócus Cia de Dança – RJ (remontagem)

Orikis: Coreografia Ana Vitória – RJ (remontagem)

Oficinas oferecidas pelos integrantes:

Arte Educação

Ballet Clássico

Consciência Corporal

Dança Contemporânea

Danças Urbanas

Danças de Salão (Forró, Samba de Gafieira, Tango e Bolero)

Produção Artística e Administrativa

Vídeodança/Edição de Vídeo e Fotografia

Considerações Finais – Realizações do NEPARC

Compreender e o analisar criticamente a complexidade do fazer artístico no universo acadêmico e fora dele, requer ação, que entende-se, proporciona ao estudante a possibilidade de assumir e rever as próprias responsabilidades, construir pontos de vista sobre sua formação artística, potencializar suas práticas discursivas estética e eticamente.

O NEPARC concretiza, com suas ações artístico-acadêmicas, a democratização dos conhecimentos produzidos a partir da universidade e redes de colaborações efetivadas participando da construção do campo artístico e cultural no Brasil. Através de suas ações e em parceria com a Universidade Federal de Viçosa/MG, a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura, a

Fundação Arthur Bernardes¹⁸ e a Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais¹⁹ (FAPEMIG), colabora e atende aos propósitos dos Projetos Pedagógicos dos Cursos de Graduação em Dança, portanto, aos pretendidos pelo Ministério da Educação, em especial, no que se refere a democratização dos conhecimentos alcançados às comunidades, à sociedade.

Nesse sentido:

No contexto acadêmico, especificamente como fonte de dados para pesquisas, como por exemplo a apresentação do Projeto NEPARC no SIA (Simpósio de Integração Acadêmica) por: Débora Kamasche Henrique de Souza (bolsista PROEXT 2015), Andréa Bergallo Snizek (orientadora) e de Camila de Oliveira (bolsista PROEXT 2015). Como referência para a produção de artigos, monografias e de novas linguagens, como dança e multimídia²⁰.

As ações do projeto implicaram: 1) Criações e apresentações de espetáculos; 2) Circulações intermunicipais e interestaduais com os espetáculos, oficinas e palestras; 3) Organização e concretização de eventos – I, II e III Seminário Argumentos do Corpo e I e II Mostra Artes da Cena Contemporânea e, 4) A criação e funcionamento do Laboratório de Tecnologias e Performance – (LTP). Todas elas, levaram a uma intensa efetivação de relações entre ensino, pesquisa e extensão, promovendo uma nova e criativa dinâmica de oferta e divulgação de bens culturais na Zona da Mata Mineira. Através da arte foi possível a integração, o acesso à diversas e novas linguagens artísticas, cumprir, portanto o seu papel de agente da democratização da produção de conhecimento e de senso crítico através da poética, com ética.

Os integrantes, estudantes, professores, técnico envolvidos puderam interconectar de forma aplicada as proposições disciplinares como por exemplo, relação entre técnica e estética, associando as escolhas à estéticas e às condições financeiras e burocráticas. Elementos determinantes na concretização de trabalhos /obras. Além de atuarem na equipe de produção na construção de perfil público do Projeto, através de criações de material gráfico/virtual de

¹⁸ A Fundação Arthur Bernardes, (<http://www.funarbe.org.br/pt/>), criou o Sistema FINANCIAR, (<https://www.financiar.org.br/>), um portal de Editais/Concursos abertos de acordo com a área de interesse dos usuários. Docentes, discentes e técnicos tem acesso ao sistema.

¹⁹ Ver: <http://www.fapemig.br/>

²⁰ Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=mvgxql-lpx0&feature=youtu.be>

divulgação, da criação e manutenção de um site, de um portfólio e ainda na definição de questões técnicas pertinentes a estética dos trabalhos construídos.

O NEPARC se apresentou no 9º Seminário de Dança da Faculdade Angel Vianna²¹, no Centro Coreográfico do Rio de Janeiro/RJ²², onde teve contato com público especializado. Seus integrantes atuaram em mesas redondas e em mediações de debates. Participou, ainda, em Belo Horizonte, com mais 90 estudantes, de uma manifestação para o incentivo ao Projeto de Lei do deputado Roberto Andrade que institui o Programa Estadual de Fomento à Dança, com a apresentação de parte de um de seus trabalhos, na Assembleia Legislativa, com o intuito de apoiar a consolidação da Lei 1478/2015 no Estado de Minas Gerais. Disponibilizou o ônibus fretado, pago com recurso PROEXT 2015, do Projeto NEPARC, autorizado pela Pró-Reitoria de Extensão e Cultura, uma vez que a participação dos estudantes e professores dizia respeito aos interesses da classe da dança e mercado de trabalho.

O NEPARC concorreu e foi contemplado com o Edital/Concurso PROEXT, em 2013 e 2015. Recebendo respectivamente de R\$ 25.000,00 e R\$ 99.998,00. Para além dos recursos recebidos do Governo Federal e da Fundação Arthur Bernardes, houve investimentos de recursos pessoais, por diferentes razões, dentre as quais, pela necessidade de agilidade e de qualidade dos materiais, como por exemplo, materiais gráficos, técnicos especializados e divulgação. Em parte, pelos recursos oficiais recebidos, serem disponibilizados pelo sistema e em rubricas diferentes, dentre as quais várias não se adequam às realizações artísticas. O que intensifica a necessidade de uma postura pró ativa para todos os integrantes da equipe e rede de colaboradores.

Para além do PROGRAMA PROEXT – Governo Federal, foram fundamentais as colaborações e os usos dos sistemas criados e administrados pela Fundação Arthur Bernardes (FUNARBE) e pelos recursos obtidos através dos editais/concursos ofertados pela FAPEMIG que viabilizaram realização do II e III Seminário Argumentos do Corpo).

Nada teria sido possível sem a colaboração, profissionalismo e boa vontade de todos os servidores envolvidos, em todas as instâncias administrativas da UFV, aqui representados por

²¹ Ver: <http://www.escolaangelvianna.com.br/blog/>

²² Ver: <https://centrocoreografico.wordpress.com>

Marco Túlio Rodrigues e Wellington Magalhães. O projeto não faria sentido algum sem os integrantes, que acreditaram no poder transgressor da ARTE. Nesse sentido há que se falar daqueles que “exigiram/pediram” a criação do NEPARC e os que nele encontraram um lugar de encontro. Encontros, como sugerido por Deleuze (1998), a partir dos quais potencializam-se infinitas conexões, onde o É, pode ser substituído gradativamente pelo E, E, E...

Evidentemente, até aqui e agora, o NEPARC contou com a generosidade de criadores/coreógrafos renomados no cenário nacional e internacional, disponibilizando trabalhos inéditos e remontagens que contribuíram para a legitimação do NEPARC. Um voto de confiança determinante.

Bibliografia

- ARENDDT, Hanna (2008). *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- BECKER, Howard. (1977) S. *Arte como ação coletiva*. In Uma teoria da ação coletiva. pp. 205-225. Rio de Janeiro: Zahar.
- BOURDIEU, Pierre (1974). O mercado dos bens simbólicos. In Sérgio Miceli (Org.). *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, p. 99-181.
- CAVRELL, Holly (2014). *Reflexões sobre um programa de dança contemporânea no ensino superior*. In A dança na universidade: para quem, por quem e como? Revista de C. Humanas, Vol. 14, n.1 - jan./jun. p. 81-95. Universidade Federal de Viçosa, MG.
- DELEUZE, Gilles (1998). *Diálogos – Gilles Deleuze / Claire Parnet*. São Paulo: Escuta.
- FOUCAULT, Michel (2004). *Vigiar e punir*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- GUIGOU, Muriel (2004). *La nouvelle danse française*. Paris: L'Harmattan.
- LOUPPE, Laurence (2000). *Corpos Híbridos*. In Lições de Dança. Rio de Janeiro: UniverCidade.
- MAUSS, Marcel (1974). *As técnicas corporais*. In Marcel Mauss. *Sociologia e antropologia*. pp. 209-234. São Paulo, Edusp. v. 2.

MORIN, Edgar (2011). *Introdução ao pensamento complexo*. Porto Alegre: Sulina.

SILVA, Eliana R. (2014). *O aluno protagonista e as novas atuações do artista da dança*. In A dança na universidade: para quem, por quem e como? Revista de C. Humanas, Vol. 14, n.1 - jan./jun. p. 74-80. Universidade Federal de Viçosa, MG.

SILVA, Paulo C. da (1999). *O Lugar do Corpo*. Lisboa: Instituto Piaget.

SNIZEK, Andréa B. (2004). *A dança contemporânea na década de 1990: movimento artístico, políticas públicas e mercado*. Dissertação (Mestrado em Educação Física). Rio de Janeiro: Universidade Gama Filho. Or.: Prof. Dr. Hugo Rodolfo Lovisolo.

_____(2013). *Dança Contemporânea: provocações políticas e poéticas do corpo*. In Siqueira, D. O. & Snizek, A, B. *Argumentos do Corpo: cultura, poética e política*. Viçosa, MG: Editora UFV, p. 81-99.

_____(2014). *Corpo e indetidade na dança contemporânea*. In A dança na universidade: para quem, por quem e como? Revista de C. Humanas, Vol. 14, n.1 - jan./jun. p.43-57. Universidade Federal de Viçosa.

SIQUEIRA, Denise C. O. & SNIZEK, Andréa B. (2013). *Políticas culturais: Arte, mídia e representações sociais*. In A dança na universidade: para quem, por quem e como? Revista de C. Humanas, Vol. 14, n.1 - jan./jun. p. 100-128. Universidade Federal de Viçosa, MG.

TEIGE, Karel (2001). *O mercado da arte*. In K. Teige, M. Dionísio, J. Smiers, R. Moulin, R. Rochlitz, & H. Foster, *Sobre mercado e crítica de arte*. Lisboa: Abril em Maio. (Col. Textos roubados, n. 3).

URFALINO, Philippe (2004). *L'invention de la politique culturelle*. Paris: Hachette Littératures.

WILLIAM, Raymond (2000). *Cultura*. São Paulo: Paz e Terra.



Sapere Aude: contos da produção criativa de um festival de artes

Yarasarrath Alvim Pires do Carmo Lyra
yarasarrath.lyra@ifba.edu.br

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia
Brasil

Nota Biográfica

Atriz, produtora cultural e professora de teatro do Instituto Federal da Bahia-IFBA – Campus Jacobina. Mestrado em Artes Cênicas pela Universidade Federal da Bahia-UFBA (2014), com pesquisa em processos criativos no campo do Teatro de Animação. Graduação em Licenciatura em Teatro (2011) pela UFBA. Formação como atriz pelo Curso Técnico de Formação de Ator da Universidade Estadual de Feira de Santana-UEFS (1998). Vinculada no diretório de grupos do CNPQ: ao Grupo de pesquisa Automação, Eficiência Energética e Produção (IFBA); e ao GIPE-CIT Grupo Interdisciplinar de Pesquisa e Extensão em Contemporaneidade, Imaginário e Teatralidade (UFBA). Mais informações em <http://lattes.cnpq.br/9415196806750421>

Resumo

Esta pesquisa se refere a um estudo prático-teórico, cuja pesquisa de campo foi desenvolvida dentro do Instituto Federal da Bahia (IFBA), no Campus Jacobina, a partir de uma experiência artístico-pedagógica relacionada à atividade de extensão, “Festival de Artes IFBA”. Nesta conjuntura, foram compreendidos, interpretados e tornados visíveis Princípios e Procedimentos criativos realizados entre os meses de março a dezembro do ano de 2015. Assim, para o desenvolvimento da pesquisa, foi feito uso de uma metodologia adequada a processos de criação artística, operando com a Abordagem Compreensiva apresentada por Sonia Rangel, que se apoia, entre outros autores, na Teoria da Formatividade de Luigi Pareyson. Nessa abordagem, o pesquisador propõe a compreensão da trajetória criativa, quando o sujeito, imerso no processo de sua obra, coloca-se em contato com as mudanças ou variações da sua criação. Trata-se também de um contexto crítico-reflexivo, no qual se cruzam três grandes temas: Processo de Criação, Potencial Criativo e Arte-Educação. Diante do entendimento da Abordagem Compreensiva para Processos de Criação, realizou-se imersões em Laboratórios Criativos (I, II e III), as quais puderam instaurar e ampliar a problemática da pesquisa, num processo criativo de descobertas por tentativas, gerando a produção artística da mostra de artes integradas “Sapere Aude! – contos de um festival”.

Palavras-Chave

Processo de criação, potencial criativo e arte-educação.

Contos produtivos de um festival

Há, nos mais graves acontecimentos, muitos pormenores que se perdem, outros que a imaginação inventa para suprir os perdidos, e nem por isso a história morre. (Machado de Assis, 2011).

O estudo aqui realizado trata-se da compreensão e interpretação do trabalho artístico de extensão acadêmica, realizado dentro da instituição pública federal de educação básica e técnica, Instituto Federal da Bahia (IFBA) – Campus Jacobina. Esta atividade de extensão refere-se a um estudo prático-teórico, cuja pesquisa de campo foi desenvolvida a partir de uma experiência artístico-pedagógica com um grupo de jovens, no “Festival de Artes IFBA”, gerando a mostra de artes integradasⁱ “Sapere Aude! – contos de um festival” (Figura 1), que aconteceu no dia 18 de novembro de 2015. A atividade em questão teve como público-alvo jovens com idade entre 14 e 18 anos, com pouca, muitas vezes nenhuma, vivência com arte, formando um grupo de 47 participantes, estudantes do IFBA.

Amor por Anexins – texto Artur de Azevedo e atuação Laiane Rocha e Uallas Dias
As Confissões do Fracasso – texto criado a partir dos poemas de Charles Bukowski por Heloisy Tinell
 atuação Heloisy Tinell
Meu amor – texto e atuação Victor Hugo Alcântara
Você Acredita em Milagres? – texto criação coletiva (improvisação) e atuação Adriele Lago, Ana Júlia, Giselle Santos, Larissa Wendy, Leticia Alves, Luiz Alexandre e Maria Gabriela Oliveira

DANÇAS
It won't stop de Sevyn Streeter ft. Chris Brown dançado por Rafaela França e Pablo Marcos
Pout-porri Devagarinho e Vú dançado por Adriele Lago, Clara Mendes, Nicolle Sampaio e Thalyta Leal
Mix KPOP: BANG BANG BANG do grupo BigBang e **Dope** do grupo BTS – Bangtan Boys, dançado por Greice Hellen, Heloisy Tinell, Luísa Souza, Mariana Carvalho e Mateus Borges
Blow all the time dançado por Andressa Mota, Andreina Macedo, Clériston Júnior e Luiz Alexandre
Pout-porri Carimbó Chamegado, Earned it e BOSS dançado por Adriele Lago, Clara Mendes, Nicolle Sampaio e Thalyta Leal
Mix POP: Best Dance dançado por João Henrique, Luísa Souza e Mateus Borges.

ENCERRAMENTO
Setes – texto e atuação Heloisy Tinell
Bicho de Sete Cabeças (Geraldo Azevedo, Zé Ramalho e Renato Rocha) instrumental André Lima e João Oliveira
Mama África by Bracket e coreografia de Vladimir Gerônimo dançado por Adriele Lago, Clara Mendes, Greice Hellen, Heloisy Tinell, João Henrique, Jorge Luz, Luísa Souza, Mariana Carvalho, Mateus Borges, Maurício Leandro, Nicolle Sampaio, Tales Ferreira, Thalyta Leal e Uallas Dias.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA BAHIA CÂmpus Jacobina

Reitor | Renato da Anúnciação Filho
Direção Geral | Epaminondas Silva Macêdo
Direção de Ensino | Lucília Santa Rosa
Direção Administrativa | Aurélio Bulcão
Coordenação de Extensão | Saulo Daniel Campos de Oliveira
Coordenação dos Projetos de Extensão | Yarasrath Lyra
Orientação de área - Artes visuais e Música; Teatro e Dança
 André Luiz de Araújo Lima; Yarasrath Lyra
Professores Colaboradores do Projeto
 Arivaldo da Silva Souza e Normando Raimundo de Lima Júnior

Tentativas criativas sonhos inventivos

Esta mostra artística reúne três projetos Festival de Artes, Curso de Teatro e Cenografia, os quais integram as atividades de extensão do Câmpus Jacobina, resultado de oito meses de pesquisa colaborativa de criação em artes – dança, música, teatro e visuais; sob minha orientação e do Professor André Luiz de Araújo Lima. No início, reconhecemos dominâncias temáticas e num processo democrático elegemos o tema “Mitologias” para abrir o festival. Também, admitimos que deveríamos ter um momento livre, quando cada integrante mostraria suas habilidades e preferências estéticas.

Nesse sentido, pontuo que “Sapere Aude! Contos de um Festival” nasceu a partir dos laboratórios práticos de criação, no qual descobrimos por tentativas um modo próprio de dar forma aos nossos sonhos. Dessa maneira, recupero o pensamento acerca da *formatividade*, quando “dar forma” significa fazer, mas não um fazer predefinido, idealizado, de regras prefixadas, um fazer que a todo tempo cria o modo de fazer. Um formar que requer tentativas, execução, realização; por outro lado, exige inventar, descobrir, encontrar o modo de fazer, ou seja, a criação caminha junto com a produção, atuando com suas próprias regras no ato das tentativas. Estas tentativas, levam ao bom resultado, ao sucesso. No entanto, não se trata do sucesso enquanto uma boa realização das regras, mas a descoberta de regras no instante da criação.

Nesse processo de descobertas por tentativas pude registrar que todo o processo de criação em “Sapere Aude!” foi a partir de diversas tentativas, nunca incoerentes e abortivas, sempre com organização e resultados inventivos que iam se modificando no trajeto criativo.

Yarasarrath Lyra

PROGRAMAÇÃO

ABERTURA - MITOLOGIAS

ARTES VISUAIS
Desenhos em exposição Emile Oliveira, Ítalo Santos e Lucas Diego

TEATRO
Criação do mundo – texto e atuação Juan Pietro
Verdadeira Essência – texto e atuação Maurício Leandro
Concílio dos Deuses – texto Heloisy Tinél e Mariana Carvalho e atuação Greice Hellen, Heloisy Tinél, Juan Pietro, Luma Montenegro, Mariana Carvalho, Mateus Borges, Maurício Leandro, Tales Ferreira, Talita Ariane, Uallas Dias e Victor Hugo Alcântara

DANÇA
Abertura com homenagem às danças tradicionais das culturas: afro-brasileira, africana, celta, egípcia e indígena. Dançado por Greice Hellen, Luma Montenegro, Mariana Carvalho, Mateus Borges e Tales Ferreira
Índigena – “Kworo Kango, canto dos índios Kayapó”, dançado por Luma Montenegro e Maurício Leandro
Espiritos da Floresta – adaptação da música de Rhapsody Of Fire e atuação de Mateus Borges
Celta – “Téir Abhaile Ríú” de Celtic Woman, dançado por Bárbara Dantas, Mariana Carvalho e Tales Ferreira
Chinesa – “Qing Hua Ci” de Jay Chow, dançado por Greice Hellen, Heloisy Tinél, Luma Montenegro, Mariana Carvalho e Tales Ferreira
Poema “Meu candomblé” atuação Mateus Borges

Afro-brasileira – “Na beira do mar” de Timbalada, dançado por Greice Hellen, Mateus Borges e Mariana Carvalho
Dança dos orixás – “Raça Negra” de Margareth Menezes, dançado por Maurício Leandro, Mateus Borges, Heloisy Tinél, Greice Hellen e Tales Ferreira
A mulher fala de seu amado por Mariana Carvalho
Letra da música de amor do Antigo Egito por Tales Ferreira
Egípcia – Mix de duas apresentações egípcias, dançado por Greice Hellen, Heloisy Tinél, Luma Montenegro e Mariana Carvalho
Africana – “Chill” de Gasha & Eddy Kenzo, dançado por Greice Hellen, Jorge Luz, Luísa Souza, Mariana Carvalho e Mateus Borges

TEATRO
Sonho de uma noite de verão – adaptação do texto de William Shakespeare e atuação Adrielle Ainsworth, Gabriel Rodrigues, Greice Hellen, Heloisy Tinél, Joyce Leal, Mariana Cerqueira, Mateus Borges, Nicolle Sampaio, Rian Dantas, Raquel Carvalho, Tales Ferreira, Thalya Leal e Thialla Lima

MÚSICA
Depois do Prazer (Chico Roque e Sérgio Caetano), **Essa tal Liberdade** (Alexandre Pires), **Palpite** (Vanessa Rangel), **Quebrou a Cara** (Fernando Barros), **Olha a Onda** (Fuzuê/Marcelo Menezes), **Segura o Tchan** (Bieco, Cau Lima e Cissinho) pela Banda Tocou Negro
Me namora (Edu Ribeiro) e **De Janeiro a Janeiro** (Roberta Campos) por Adrielle Ainsworth
Born to die (Justin Parker / Lana Del Rey) por Adrielle Ainsworth e Heloisy Tinél
Acima do Sol (Skank) por Adrielle Ainsworth e Thalia Silva
I’m your atmosphere (John Mayer), **Dear Marie** (John Mayer) e **O Pidido** (Elomar) por João Oliveira
I will Always love you (Dolly Parton), **Tocando em frente** (Almir Sater e Renato Teixeira) por Talia Santiago
Hasta que llegues tú (ANAHÍ) e **Por enquanto** (Renato Russo) por Ranna Menezes
Juro (Marcus Freitas) e **Revolta** (D’BLACK) por Tiago Gomes
A Dança das Borboletas (Zé Ramalho) por Lucas Diego
The Scientist (ColdPlay) e **I + I** (Beyoncé) por Thalia Silva e Lucas Duarte

TEATRO
Vida e Morte – texto e atuação Heloisy Tinél e Victor Hugo Alcântara
A Sombra Assombra – texto Haidyil Linhares e atuação Mariana Carvalho
Uma Pedra no Caminho – texto criação coletiva (improvisação) e atuação Clara Mendes, Edna Pereira, Igor Araujo, João Vitor Teixeira, Maria Clara Moraes, Nisley Nascimento e Yarley Emanuel
Perdidamente Encontrado – texto e atuação Mateus Borges
Romeu e Julieta – adaptação do texto de William Shakespeare e atuação Alan Santos, Enos Aniceto, Douglas Rodrigues, Gabriela Arouca, Luis Felipe Miranda, Luma Montenegro, Mariana Cerqueira, Maurício Leandro, Uallas Dias e Victor Hugo Alcântara
Solidão – texto e atuação Tales Ferreira
O Amor e a Morte – texto Fabio Braza e atuação Vitor Santos

Fig. 1 – Programação do Festival – frente e verso

No início, todos participavam juntos dos trabalhos de maneira coletiva e colaborativa, mas devido às especificidades técnicas, artísticas e o melhor aproveitamento do tempo, subdividimos em duas propostas de trabalho: Teatro e Dança, sob minha mediação, e Música e Artes Visuais, a cargo do colega Professor André Luiz de Araújo Lima. Essa divisão ocorreu por afinidade e habilidade dos professores envolvidos, sem perder o caráter coletivo e colaborativo.

O projeto de extensão “Festival de Artes IFBA” foi realizado entre os meses de março a dezembro do ano de 2015, dividido em três Laboratórios Criativos I, II e III. No mês de fevereiro, fizemos divulgação e inscrição dos participantes no projeto de extensão. Durante os meses de março a junho executamos os laboratórios criativos I e II, avançando nos seguintes princípios e

procedimentos criativos: pesquisa temática; leituras de textos; seleção de músicas; criação de um banco de imagens a partir do tema; concepção, seleção, criação e experimentação de repertório coreográfico; discussão e sistematização das possibilidades criativas; criação de texto dramático e roteiro de cenas; concepção geral de criação e estruturação do festival; verificação das estratégias para melhor utilizar os recursos materiais; encontros com o grupo de cenografia para definir concepção e coleta/seleção de materiais para construção dos figurinos e adereços.

Assim, os laboratórios criativos I e II aconteciam paralelamente, e consistiam em pesquisa prática e teórica, a qual fundamentou a decisão do tema, a imersão teórica e as descobertas de dispositivos e habilidades para as modalidades artísticas, teatro, dança, música e artes visuais. No mês de abril, definimos coletivamente, por meio de eleição, o tema do festival – Mitologias, mas também acatamos que o festival iria ter uma parte livre, quando os participantes poderiam explorar e dilatar suas habilidades artísticas. Ao final dos laboratórios I e II tivemos, para poucos convidados, uma mostra artística dos processos criativos já desenvolvidos.

De julho até novembro aconteceu o Laboratório Criativo III, quando já tínhamos definido o trabalho artístico que cada integrante iria realizar, também foi quando escolhemos o nome para o festival, “Sapere Aude! – contos de um festival”. Diante dessas definições iniciamos sistematicamente os ensaios, escalando os grupos para cada encontro. No início de novembro todos os trabalhos estavam prontos para serem apresentados, apenas realizamos os ensaios para manter o ritmo das criações.

Este festival teve como objetivo promover a integração e o intercâmbio artístico entre os estudantes dos três cursos ofertados pelo IFBA (eletromecânica, mineração e informática) dos quatro anos em andamento, propiciando tempos e espaços educativos e formativos, bem como, estender a oferta de atividades artísticas extracurriculares como parte da formação social na educação técnica. Igualmente, pensamos em ampliar a participação crítica e criativa dos envolvidos no âmbito da instituição, estimulando e exercitando a autonomia da prática artística, para fomentar a educação do sensível, a qual contribuirá para a formação cidadã. Desta maneira, o que ficou evidente foi o exercício das capacidades crítico-reflexiva acerca dos processos criativos instaurados no projeto de extensão, possibilitando criação de produtos artísticos nas

diversas linguagens para apreciação do público, além de fortalecer as ações de Extensão no IFBA.

Em vista deste processo artístico pode-se reconhecer que a educação media a reflexão na sociedade por meio do cognitivo e do sensível. Este último vem sendo tolhido por aquele, gerando uma cultura arraigada em um racionalismo cartesiano, ainda presente. Entretanto, segundo Duarte Junior (1988), nas últimas décadas, a arte-educação tem refletido explicitamente a sociedade por meio da prática do sensível. Esta compreende o ensino da arte como campo de conhecimento específico e autônomo, com objeto e metodologia próprios, que possibilita o olhar artístico e o enriquecimento do cidadão como pessoa do mundo e no mundo.

Não obstante, ressalta-se que foi possível verificar ao final deste projeto de extensão, que os participantes haviam desenvolvido: a capacidade de trabalhar em grupo, aprimorando o senso de autonomia, desenvolvimento social, integração e espírito de liderança; descobriram e fortaleceram suas potencialidades criativas, ampliando o repertório artístico, para criação de produto poético. Por consequência, foi incentivado à independência tanto para a criação artística quanto para decisões simples e complexas da produção cultural, a exemplo: os estudantes procuraram apoio de pessoas, empresas e instituições públicas para realização das tarefas criativas. Destaco ainda, que os objetivos aqui propostos atingiram o seu público direto, os participantes do projeto, e reverberou no público indireto, uma vez que era construídos objetos de artes e estes era apreciados pela comunidade acadêmica e extra acadêmica.

Um trilhar por caminhos contados

Quando era criança eu deveria pular o muro do vizinho para catar goiaba. Mas não havia vizinho. Em vez de peraltagem eu fazia solidão. Brincava de fingir que pedra era lagarto. Que lata era navio. Que sabugo era um serzinho mal resolvido e igual a um filhote de gafanhoto. Cresci brincando no chão,

entre formigas. De uma infância livre e sem comparamentos. Eu tinha mais comunhão com as coisas que comparação. (Manoel de Barros, 2010).

Para a realização deste projeto de extensão, fizemos uso de uma metodologia adequada a Processo de Criação, a Abordagem Compreensiva apresentada por Sonia Rangel (2006), a qual, entre outros autores, apoia-se na Teoria da Formatividade de Luigi Pareyson (1993). Nessa abordagem, o pesquisador propõe a compreensão da trajetória criativa, na qual o sujeito, imerso no processo de sua obra, coloca-se em contato com as mudanças ou variações da sua criação. Nas palavras de Rangel (2006, p. 311), [...] significa colocar-se dentro, em processo, em contacto, sem um pré-modelo a ser comprovado, sem um pré-conceito, numa atitude de reconhecer o que emerge ou se configura como fluxos do pensamento encarnado nas ações, princípios da criação, ou seja, compreender, na medida do possível, a invenção e a recepção para o artista da sua própria obra; e, no campo das ideias, compreender como o próprio pensamento opera com suas recorrências e originalidades.

A partir do entendimento dessa abordagem, realizamos imersões em laboratórios criativos, nas quais foi possíveis instaurar e ampliar a problemática das atividades artísticas de extensão. Igualmente, ao apresentar o trabalho ao público, novas questões foram levantadas, que foram acolhidas como oportunidade para aprimorar futuramente outras ações. Neste sentido, as atividades foram ordenadas pelas questões que emergiram da prática, dos desejos individuais de cada participante, convocando a reflexão para melhor compreender e interpretar campos e cruzamentos dos processos criativos.

Portanto, esse trabalho de extensão seguiu as seguintes etapas: pesquisa de campo, a qual teve como meio de investigação Laboratórios Criativos I, II e III, nos quais possibilitaram descobertas de dispositivos e habilidades artísticas. Em paralelo, fizemos levantamento bibliográfico, temático e iconográfico, os quais contaram com interpretação de textos de livros especializados. Também, utilizamos referências não sistemáticas, a partir da internet. Seguimos fazendo aproximações e cruzamento crítico-reflexivo entre os textos encontrados e os laboratórios criativos.

No início estava prevista 120 h de carga horária total, mas no curso do Laboratório Criativo III, segundo momento do projeto, a demanda criativa aumentou, exigindo um tempo maior de trabalho tanto dos alunos quanto dos mediadores, totalizando 160 h.

A potência de uma produção criativa

Eu sei de muito pouco. Mas tenho a meu favor tudo o que não sei e, por ser um campo virgem, está livre de preconceitos. Tudo o que não sei é a minha parte maior e melhor, é a minha largueza. É com ela que eu compreenderia tudo. Tudo o que não sei é que é a minha verdade. (Clarice Lispector, 2012).

De acordo com Fayga Ostrower (2007), o homem é um ser criativo. Seu potencial criativo e a realização deste fazem parte de suas necessidades. As potencialidades e os processos criativos não se restringem apenas ao campo artístico, embora, esta área permita ao indivíduo amplitude emocional e intelectual. O ato criativo exige a integração humana do agir e viver, criar e viver.

Para a interpretação dos processos criativos do “Festival de Artes IFBA” será considerado a compreensão de Ostrower (2007), a qual interliga estes ao plano individual e cultural, tendo como premissa para a criação a percepção consciente. A autora acolhe que, contemporaneamente, o consciente vem sendo, manipulado, massificado e que se o modo de vida de uma pessoa se encontra de maneira racionalista e reducionista, esta não será capaz de criar. Entretanto, este modelo de consciência é julgado como uma deformação.

O ato criador, para Ostrower (2007), ocorre a partir de processos intuitivos e conscientes, que abrangem as capacidades de compreender, relacionar e ordenar. Isto afigura quando o homem age, imagina, sonha, deseja numa relação íntima que se estabelece com sua experiência de vida, dando-lhes significados. Nesta investigação, por ordenar e relacionar os significados, o homem encontra a mais profunda motivação para criar, dar uma forma. Neste sentido, as obras artísticas individuais e coletivas dos participantes do festival nascem dos desejos íntimos de cada

um em realizar sonhos, devaneios imaginados, e assim, por criar e dar sentido as suas imagens poéticas. Este universo onírico e poético enquanto produtor de conhecimento aproxima-se da visão de Gaston Bachelard (2008), quando afirma na Poética do Espaço:

[...] a vida da imagem está toda em sua fulgurância, no fato de que a imagem é uma superação de todos os dados da sensibilidade. A imagem é [...] um produto direto da imaginação, [...] a imaginação aparece como uma potência maior da natureza humana. (BACHELARD, 2008, p. 16-18).

Para Ostrower (2007, p. 9), “criar é basicamente formar, é poder dar forma a algo novo”. Esta autora concebe o homem como ser criador, o qual estabelece relacionamentos com o universo interior e exterior a ele. E mesmo ao criar se recria, num sistema favorável a transformações radicais, inovador, que provoca as limitações e a passividade. Assim, o potencial formador dos jovens estudantes do IFBA apoiou-se na riqueza de sua imaginação, que pode concorrer para a criação de um produto estético por meio do seu repertório de vida e dos seus desejos criativos.

Ao seguir a trilha criativa do potencial formador dos jovens estudantes do IFBA, pôde-se conhecer que as formas estão por toda parte, a percepção e relação destas não sucedem de maneira involuntária, causal, está diretamente ligada ao indivíduo, uma vez que se trata de uma projeção de ordem interior. Ainda que ocorram desdobramentos da percepção em sua coerência, infere-se que existe uma lógica própria. O homem forma/cria, na medida em que é incitado, como ser consciente, a perceber a vida (OSTROWER, 2007). E foi a partir desse modo de pensar e sentir que os mediadores, movidos pela coragem criativa, provocaram os participantes para inventar, criar e dar forma aos seus objetos poéticos.

A capacidade humana de inovar respostas frente a desafios envolve a coragem criativa. Para Rollo May (1975), a coragem é a habilidade do homem em seguir em frente, enfrentar o desespero, superar a apatia exterior e escutar o eu interior, “[...] a coragem criativa é a descoberta de novas formas, novos símbolos, novos padrões segundo os quais uma nova sociedade pode ser construída” (MAY, 1975, p. 19).

Nesta perspectiva, a criatividade é a característica mais vasta do ser humano, pois compreende diversas qualidades, como a de gerar ideias raras, solucionar problemas de modo incomum, utilizar objetos e situações de maneira não costumeira, criar possibilidades novas frente aos desafios. É inerente à criatividade humana a capacidade de renovação, mudança e transformação. Contudo, esta potencialidade exige flexibilidade, pois se tolhida em suas possibilidades, pode gerar repetição e endurecimento.

Quando na vida cotidiana a ausência de perspectivas se torna latente, ocorre um enrijecimento dos processos de criação qualificado pela repetição de modelos já existentes e limitações para o novo. Conformismo e inflexibilidade são manifestações que podem ter origem em estímulos inovadores sufocados na história de cada um. Estas questões podem se tornar evidentes na fase da juventude uma vez que estamos vivendo momentos de retração e falta de oportunidade e estímulos para nossos jovens. Neste sentido, ações de arte-educação como essa pode oferecer aos nossos jovens momentos de crescimento e formação cidadã. Na visão dos jovens estudantes do IFBA a tentativa de mobilizar os processos criativos, pode suavizar e até mesmo eliminar possíveis sentimentos de estagnação ou conformismo gerados principalmente pelo grande volume de tarefas cotidianas e escolares, proporcionando a estes indivíduos novas expectativas e aprendizagem artísticas como possibilidades de vida. Nas palavras de um estudante do 3º ano de informática (2015), “a experiência artística que vivemos durante quase todo ano ajudou ‘refrescar’ a mente das atividades obrigatórias do Campus”.

Assim, de acordo com May (1975), a criatividade apresenta aspectos revolucionários que podem propiciar mudanças e transformações em toda vida, especialmente durante a fase jovem, uma vez que criar não é apenas uma forma de relaxamento e lazer, mas também representa a intensificação de vida, ampliação da vitalidade interior. O fazer artístico, independente da arte, propõe, através de formas harmoniosas, a comunicação de sentimento para sentimento entre diferentes pessoas, provocando sensações, prazer estético.

Nesta perspectiva, apresentada por Ostrower (2007) e May (1975), pode-se afirmar que a criatividade e os processos que se desenvolvem a partir desta são inseparáveis à vida humana como totalidade espaço-temporal. Independentemente de formação escolar, posição social ou mesmo faixa etária, o homem necessita criar para estar e sentir-se vivo e bem.

Desta forma, a arte e a educação devem ser entendidas como caminho para a leitura e escrita da história de cidadãos (FREIRE, 1996). Assim, o projeto de extensão “Festival de Artes IFBA” permite dupla recuperação, uma no sentido de aprendizagens sociais destes sujeitos por meio de releituras de suas vidas e outra como possibilidade ampla de um fazer artístico criador, como propõem Fayga Ostrower (2007), mesmo que a *priori* o senso comum o associe, equivocadamente, apenas ao universo da diversão, por valer-se da espontaneidade dos jovens em atribuir sentido e vida na criação de seus objetos poéticos. Ainda, pode-se afirmar que a arte suscita, nos seres humanos, uma forte atração com os laços espirituais e de tradição. Nos jovens, essa relação é mais potente, pois melhor lida com o mundo fantástico da imaginação, adaptando o seu objeto criativo às suas necessidades atuais, transformando-as em sua criação ideal para seus contextos.

Por conseguinte, este projeto de extensão que teve como resultado a produção artística da mostra de artes integradas “Sapere Aude! – contos de um festival”, trabalho relevante para a comunidade, pois ampliou as atividades artísticas desenvolvidas no instituto e na cidade de Jacobina, o que possibilitou uma maior permanência e interação dos participantes dentro do espaço educacional, além de permitir uma abertura para práticas artísticas, contribuindo para alargamento de referência de mundo. Destarte, deve-se primar ainda que as atividades artísticas, por sua natureza lúdica e sensorial, contribuem de forma direta para a educação da percepção e do sensível dos envolvidos.

Bibliografia

ASSIS, Machado de. *Esau e Jacó*. São Paulo: Ática, 2011.

DUARTE JR., João Francisco. A utilidade e o prazer: um conflito educacional e introdução. In: _____. *Fundamentos estéticos da educação*. Campinas: Papirus, 1988.

BACHELARD, Gaston. *A poética do espaço*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

BARROS, Manoel de. *Gramática Expositiva do Chão*. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 1999.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

LISPECTOR, Clarice. *Clarice na cabeceira: jornalismo*. Rio de Janeiro: Rocco. 2012.

MAY, Rollo. *A coragem de criar*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1975.

OSTROWER, Fayga. *Criatividade e processos de criação*. Petrópolis: Vozes, 2007.

PAREYSON, Luigi. *Estética: teoria da formatividade*. Trad. Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 1993.

RANGEL, Sonia Lucia. Processos de criação: atividade de fronteira. *ABRACE IV Congresso de Pesquisa e Pós-Graduação em Artes Cênicas*, 2006, Rio de Janeiro. ABRACE IV Congresso. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2006.



Comissões do FIGAC 2017 “A Gestão do Setor Artístico e Cultural na Atualidade”

Comissão Científica

Anabela da Silva Moura Correia
Carlos Alberto dos Santos Almeida
César Augusto Meira Sá
Francisco Manuel de Almeida Trabulo
João Carlos Monteiro Martins
Manuel Carlos Lobão de Araújo e Gama
Maria Antonieta Lopes Vilão Vaz de Moraes
Maria José Costa Barros

Comissão Organizadora

Manuel Gama
Ana Pereira
Carlos Ferreira
Catarina Pereira
Henrique Monteiro
Manuel Santos
Márcia Passos
Joana Vilar
Ângela Calisto
Flávia Cunha
Pedro Milhano
Rita Moreira
Diana Faria
Joana Melo
Andreia Rodrigues
Gustavo Ribeiro
Marlene Rodrigues
Joana Rego
Daniela Nóvoas
Jéssica Fernandes
Sónia Pereira

Índice

Programa FIGAC 2017 “A Gestão do Setor Artístico e Cultural na Atualidade”	4
Contributos do Animador Sociocultural na gestão, dinamização e organização de espaços culturais na Educação dos mais jovens na cidade da Guarda	9
A Gestão Cultural e a Educação Artística – Fundamentos transformadores numa Pedagogia Musical e Artística nos séculos XX e XXI	23
A Mídia na Adultização e Erotização Infantil: Modelação na Aprendizagem Social e o Interdito Legal no Brasil e Portugal	45
Patrocínio Cultural no Brasil: a utilização da Lei Rouanet como forma de fortalecimento de marca e legitimação social	65
Pulsar Viana	83
Produção Cultural em Belém do Pará, Amazônia, Brasil: Uma análise do caso do Grupo de Teatro Palha	103
Nessa Cidade Todo Mundo É d’oxum: a performance nas matrizes africanas no espetáculo O Auto do Círio em Belém do Pará.....	119
Produção Artística e Administrativa no contexto universitário Mineiro/Brasil	133
Sapere Aude: contos da produção criativa de um festival de artes.....	153
Comissões do FIGAC 2017 “A Gestão do Setor Artístico e Cultural na Atualidade”	167

Cultura - Conjunto de atividades humanas e de bens e serviços, cuja razão de ser se baseia nas funções de criar, produzir, disseminar, comercializar, preservar, educar ou regular conteúdos simbólicos. A Cultura apresenta três características fundamentais: está relacionada com expressões, baseia-se na criação e na comunicação através de símbolos e, habitualmente, está relacionada com direitos de propriedade intelectual (direitos de autor, de patentes e de marcas, direitos de distribuição, etc.).

(Instituto Nacional de Estatística, 2016, p.9)

08 09
Viana do Castelo

Viana do Castelo



www.vianadocastelo.pt

VIII Fórum Internacional de Gestão Artística e Cultural

A Gestão do
Setor Artístico
e Cultural na
Atualidade



Av. Capitão Gaspar de Castro - Apartado 513 | 4901-908 Viana do Castelo
Tel. ESE : 258 806 200
figacipvc.wordpress.com