

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL

DIANA DE PEDRO CAVALCANTI

PRIMAVERA LITERÁRIA E CULTURAL- FOMENTAR E FLORESCER A CULTURA
EM NOVA FRIBURGO

Niterói, RJ

2016

DIANA DE PEDRO CAVALCANTI

PRIMAVERA LITERÁRIA E CULTURAL- FOMENTAR E FLORESCER A CULTURA
EM NOVA FRIBURGO

Trabalho Experimental Projetual apresentado ao curso de graduação em Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para obtenção do grau bacharel.

Orientador: Wallace de Deus Barbosa

Niterói, RJ

2016

C376 Cavalcanti, Diana de Pedro.

Primavera literária e cultural : florescer e fomentar a cultura em Nova Friburgo / Diana de Pedro Cavalcanti. – 2016.

55 f. : il.

Orientador: Wallace de Deus.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Produção Cultural) Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2016.

Bibliografia: f. 43-44.

1. Projeto cultural. 2. Feira. 3. Literatura. 4. Cultura. 5. Nova Friburgo (RJ). 6. Criatividade. 7. Economia. I. Deus, Wallace de. II. Universidade Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação

DIANA DE PEDRO CAVALCANTI

PRIMAVERA LITERÁRIA E CULTURAL- FOMENTAR E FLORESCER A CULTURA
EM NOVA FRIBURGO

Trabalho Experimental Projetual
apresentado ao Curso de Graduação em
Produção Cultural da Universidade
Federal Fluminense, como requisito
parcial para obtenção do Grau de
Bacharel.

Niterói, 04 de agosto de 2016.

BANCA EXAMINADORA

Dr. Wallace de Deus Barbosa
Universidade Federal Fluminense

Me. Luiz Carlos Mendonça
Universidade Federal Fluminense

Ma. Ohana Boy Oliveira
Universidade Federal Fluminense

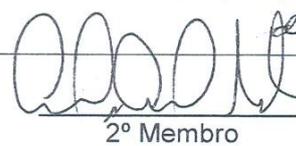
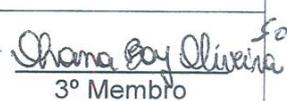
Niterói
2016



ATA DE APRESENTAÇÃO DE TRABALHO FINAL DO CURSO DE PRODUÇÃO CULTURAL

IDENTIFICAÇÃO DO TRABALHO	
Nome do Candidato: DIANA DE PEDRO CAVALCANTI	Matrícula: 209.33.049
Título do Trabalho: “PRIMAVERA LITERÁRIA E CULTURAL – FOMENTAR E FLORESCER A CULTURA EM NOVA FRIBURGO”	
Orientador: Dr. Wallace de Deus Barbosa	
Categoria: Monográfica	Data da Apresentação: 04/08/2016

BANCA EXAMINADORA
1º Membro (Presidente): Dr. Wallace de Deus Barbosa
2º Membro: Me. Luiz Carlos Mendonça
3º Membro: Me. Ohana Boy Oliveira

AValiação:		
Análise / Comentário		
<p>A Banca destaca a qualidade do trabalho, de natureza propulsiva e dedicado à cidade natal do proponente, cuja meta principal remete para a valorização do livro e da leitura, valorização dos artistas locais e o direito à cidade.</p> <p>A Banca destacou ainda a relação efetiva do trabalho com a cidade de Nova Friburgo, inscrevendo-o em um roteiro cultural de notável relevância social.</p>		
Nota Final (média dos três integrantes da Banca Examinadora):		
ASSINATURAS		
 1º Membro (Presidente)	 2º Membro	 3º Membro

“O direito à cidade não é simplesmente sobre um direito ao que existe, mas sobre o direito de refazer entorno de uma nova imaginação, entorno de uma diferente visão utópica e realmente tentar reconstruir a cidade de uma forma diferente.”

David Harvey

AGRADECIMENTOS

Lembro como se fosse ontem o dia em que sai de Friburgo para morar em Niterói. Minhas mãos e braços estavam ocupados com tanta coisa pendurada que eu tive que acenar com o olhar. E durante esses segundos minha mãe resolveu, também com o olhar, me falar tanta coisa.

Hoje eu pude perceber que na verdade, aqueles tupperwares, preparados sempre com tanto carinho, eram muito mais do que feijão congelado, uva, canelone, iogurte e sopa. Meus pais mandavam naqueles potes doses certas e semanais de sonho, coragem, esperança, paciência, força, calma, determinação e amor.

Em nenhum passo estive sozinha. Porque o afeto deles transcende potes, escadas, ônibus, paredes, o mar e a serra. Essa é minha segunda graduação, na primeira, os agradecimentos tiveram duas laudas, desta vez eu resumiria em três palavras: mãe e pai, obrigada.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....10

CAPÍTULO 1- PROJETO PRIMAVERA LITERÁRIA E CULTURAL

1.1 IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO.....12

1.2 APRESENTAÇÃO.....12

1.3 JUSTIFICATIVA.....14

1.4 OBJETIVOS.....16

1.5 ESTRATÉGIA DE AÇÃO/ DIVULGAÇÃO.....18

1.6 CONTRAPARTIDA.....20

1.7 CRONOGRAMA.....21

1.8 ORÇAMENTO.....23

1.9 PROGRAMAÇÃO.....25

1.10 SINOPSES DOS CURTAS EXIBIDOS.....27

CAPÍTULO 2- REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 AS CIDADES CRIATIVAS- PRESSUPOSTOS TEÓRICOS.....30

2.2 A ECONOMIA CRIATIVA.....36

2.2.1 ALGUMAS ABORDAGENS DA ECONOMIA CRIATIVA.....36

CONCLUSÃO.....43

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS45

ANEXOS.....47

LOGO DO PROJETO

FOTOS DA PRAÇA DO SUSPIRO

DESCRIÇÃO DOS ARTISTAS E CONVIDADOS

EDITORAS CONVIDADAS

RESUMO

Este trabalho visa a elaboração de um projeto cultural formulado para a cidade de Nova Friburgo. A ideia é realizar uma feira literária e cultural que ocupe espaços públicos e apresente uma programação gratuita que alcance um público de diferentes faixas etárias. O objetivo desse projeto é criar uma atmosfera que estimule o ambiente criativo, desperte a comunidade para a busca por novos conhecimentos e incentive a participação dos moradores em espaços de socialização. Além de ser uma proposta inédita, o evento também será uma maneira de promover o bem-estar da população através da cultura. Já na parte teórica do trabalho serão explorados os conceitos de cidades criativas e economia criativa, que estão diretamente relacionados a esse tipo de iniciativas.

Palavras-chaves: Projeto, cultura, cidade criativa, economia criativa.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa a elaboração de um projeto cultural. A ementa do curso de Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense oferece disciplinas que instrumentalizam o aluno a atuar como proponente de projetos e ações que fomentem a cultura em diferentes âmbitos. Desta maneira, a relevância desse trabalho encontra-se no fato de que esse trabalho pode ultrapassar as paredes da academia, já que o objetivo final é pô-lo em prática.

Assim, o capítulo 1 apresenta o projeto cultural com todos os desmembramentos necessários para participar de diversos editais de cultura, tal como os quesitos exigidos para se enquadrar na Lei Rouanet. Dentre os tópicos desenvolvidos estão a apresentação, justificativa, objetivos, estratégia de ação e divulgação, cronograma, orçamento, programação e sinopses dos curtas exibidos.

O projeto denominado “Primavera Literária e Cultural”, como o próprio nome diz, será uma feira cultural e literária que acontecerá na cidade de Nova Friburgo, Região Serrana do Rio de Janeiro. O evento ocorrerá em espaços públicos da cidade, apresentando uma programação gratuita e diversificada, voltada para todas as faixas etárias. Além de ser uma ação de cunho educativo, que valoriza o hábito de leitura da população, a feira promoverá diversas atividades culturais como apresentações musicais, teatrais, oficinas, debates, declamações de poesias, mostra de curtas, entre outras atrações.

Essa proposta é inédita na cidade e o evento, além de promover o bem-estar da população através da cultura, objetiva incentivar a criação de espaços de socialização para que o município desenvolva repertório para se tornar uma cidade criativa, que incentive a população a participar, questionar e elaborar pensamentos críticos. Como consequência desse movimento, surgirão novas buscas de conexões e soluções para o modo de viver daquela comunidade, movimentando a economia criativa do local.

Vale ressaltar que o atual momento político tem gerado mudanças significativas nas esferas sociais e culturais. Cada vez mais pode-se perceber que os espaços públicos são explorados, seja como local de reivindicação e manifestações por direitos ou para socialização, evidenciando-se pelo grande número de festas e eventos que ocupam praças e ruas. O surgimento do movimento

“OcupaMinc” exemplifica esse fato. Com a extinção do Ministério da Cultura, diversas cidades aderiram as atividades promovidas pela própria população com programações artísticas e gratuitas. Nesse contexto de ascensão dos cidadãos como atores culturais, é importante que as cidades favoreçam seus papéis como espaços de troca e acessibilidade, potencializando ainda mais esse cenário.

Portanto, na parte teórica deste trabalho, serão explorados temas referentes às cidades criativas e economia criativa, levantando reflexões a respeito do papel da cidade atual, da participação da população nesse processo e da importância de iniciativas que incentivem a socialização em espaços públicos. Para refletir sobre esses conceitos os principais autores estudados foram Ana Carla Fonseca Reis, Manuel Castells, Xavier Greffe, Charles Landry, entre outros.

CAPÍTULO 1- PROJETO CULTURAL

1.1 IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

Título: Primavera Literária e Cultural

Área: Literatura

Segmento: Cultura

Público: livre

Cidade: Nova Friburgo

Data de Realização: 23 a 25 de setembro

Valor total do projeto: R\$117.500,00

1.2 APRESENTAÇÃO

Esse projeto surge a partir do ideal de valorizar a prática da leitura entre crianças, jovens e adultos e por acreditar que o hábito de ler é fundamental no processo de aprendizagem intelectual e sensorial e deve ser praticado em todas as idades. Além de estimular a memória, imaginação e criatividade, através dos livros vivemos experiências, adquirimos conhecimento e processamos novas informações com mais facilidade.

Hoje em dia, com as novas formas de tecnologia, aumentou o tempo que passamos em frente aos computadores, vídeo games, tablets e celulares com inúmeros aplicativos, o que acaba deixando a prática de ler, muitas vezes, em segundo plano. A partir dessa reflexão, surge a ideia de fazer uma feira literária e cultural em Nova Friburgo, cidade serrana do Rio de Janeiro. O projeto, inédito na região, consiste em promover um encontro democrático que alcance o maior número de pessoas, assim, será um evento gratuito com uma programação voltada para todas as idades.

A Feira terá duração de três dias nos quais serão realizadas diversas atividades além da exposição de estandes com editoras convidadas, como leituras de obras, lançamentos de livros, bate-papo com autores locais e convidados, debate, mostra de curtas, sarau de poesia, leitura dramática, oficinas, minicursos, apresentações teatrais, musicais, contações de histórias, além de ações que incentivam a troca e a doação de livros.

Com o intuito de promover um fim de semana com uma programação voltada para a cultura, o projeto vai explorar diversos pontos da cidade como praças e teatros para despertar, através da literatura e da arte, o interesse da população pela ocupação dos espaços públicos.

A escolha da cidade foi baseada na relação de afeto com a mesma e no desejo de tornar Nova Friburgo uma cidade culturalmente viva, que ofereça conhecimento e entretenimento aos moradores e, como consequência, atraia turistas e movimento a economia local, gerando empregos e melhorando a qualidade de vida.

Já a escolha do nome faz referência ao potencial de produção de flores da cidade, identificada como a maior concentração de flores de corte de todo o estado do Rio. O termo “primavera” também é utilizado quando ocorrem ondas de manifestações e transformações políticas ou sociais em determinado local. Assim, espera-se que o evento faça florescer novas formas de trocas culturais durante estação mais florida do ano.

Neste contexto, cabe o registro da frase do autor Jaime Lerner sobre cidades criativas: “A cidade deve ter um sonho. Uma cidade é um sonho coletivo. Construir esse sonho é vital. Sem ele, não haverá o envolvimento essencial de seus habitantes.” Desta maneira, esse projeto se apresenta como a transcrição de um sonho.

1.3 JUSTIFICATIVA

Esse projeto surge a partir da necessidade de incentivar a prática da leitura no cotidiano das famílias e promover um espaço cultural de troca. A proposta de criar um evento gratuito é uma forma acessível de alcançar todas as classes sociais e pessoas de qualquer faixa etária. Por meio de ações musicais, apresentações teatrais e musicais, oficinas, sarau de poesias, debates, mostra de curtas e contações de história, podemos valorizar a literatura de uma maneira ainda mais prazerosa.

O hábito de ler entre as novas gerações deve ser valorizado para não sucumbir diante das novas formas de tecnologia. Essa foi uma das motivações para a criação desse evento, que pretende envolver a cidade de Nova Friburgo a mergulhar durante três dias no universo literário e cultural. Os artistas locais também serão convidados para participar da programação, incentivando o interesse da população local da cidade.

Vale ressaltar que, em 2011, a cidade passou por uma grande tragédia natural que abalou profundamente todos os cidadãos, e manifestações culturais que ocupam os espaços públicos da cidade e incentivam ambientes de socialização e novos conhecimentos é uma forma de fortalecer o bem estar e a autoestima da população.

Além disso, a cidade apresenta um enorme potencial turístico e apresenta uma estrutura capaz de receber pessoas de outras regiões durante o evento. Nova Friburgo tem uma forte rede de hotelaria, oferece circuitos de gastronomia, diversos pontos turísticos e atividades de ecoturismo, o que favorece a execução de projetos de grande porte no município.

Outro ponto importante é o atual momento político e o movimento de explorar e utilizar os espaços públicos como trocas sociais e culturais. Recentemente com a extinção do Ministério da Cultura, por exemplo, diversas cidades aderiram ao movimento “OcupaMinc”, no qual a própria população criou uma programação com diversas atrações artísticas gratuitas e de qualidade, voltadas para o público em geral. Nesse cenário, as cidades devem incentivar os espaços públicos para

favorecer cada vez mais a ascensão dos cidadãos como atores culturais e sociais, o que reforça a identidade das comunidades.

Esses preceitos se encaixam nas definições do que chamamos de cidades criativas. Para Jaime Lerner qualquer cidade carrega esse potencial:

“A própria essência da cidade criativa depende de sua habilidade para construir um sonho coletivo e mobilizar os esforços de seus cidadãos, para transformar esse sonho em realidade- um esforço que pode ser realizado por qualquer cidade- pequena ou grande.”

Ainda segundo Peter Kageyama a cidade criativa é um anseio: “É o sentimento de que algo está acontecendo, de que algo poderia acontecer, e de que esse algo será interessante. É um sentimento de movimento, de momentum.”

Tais conceitos respondem à pergunta de qual é papel da cultura e das cidades na regeneração urbana e dão combustível para por em prática ações que estimulem novas manifestações e eventos culturais. Assim, além dos benefícios econômicos, podemos reforçar a importância de encontros que estimulem a participação direta da população para que esses cidadãos se questionem e pensem em novas ações que transformem o ambiente em que vivem de, construindo uma cidade cada vez mais acessível a todos.

1.4 OBJETIVOS

GERAIS:

Promover a valorização do livro e da leitura, estimulando o imaginário popular;
Atrair a atenção da população para a busca de novos conhecimentos;
Estimular e difundir a produção artística, literária, cultural, intelectual e editorial;
Valorizar artistas locais na programação oferecida;
Oferecer uma programação de qualidade, diversificada e gratuita;
Incentivar o hábito de trocar e doar livros;
Incentivar artistas locais a participarem de eventos na cidade;
Estimular por meio da cultura e entretenimento a auto-estima da população friburguense;
Incentivar moradores a pensar em novas manifestações culturais;
Colaborar para a inclusão social e democracia na programação do evento;
Promover manifestações que incentivem o turismo e a economia local;
Disseminar a ideia de cidade criativa no governo, empresas, instituições e com a população em geral;
Levar atrações inéditas para a cidade;
Despertar a cidade para a realização de atividades inovadoras;
Incentivar os cidadãos a ocuparem os espaços públicos que a cidade oferece;
Formar plateia para atividades culturais;
Formar uma identidade cultural e social a partir da permanência desse tipo de evento;

ESPECÍFICOS:

Realizar um evento que leve conhecimento literário e cultural para a população;
Realizar um sarau de poesia com Chacal e poetas do CEP 20000;
Realizar uma chuva de poesia do alto da Capela de Santo Antônio na Praça do Suspiro;
Realizar leituras de obras de Lygia Bojunga (40 anos de lançamento do livro “A bolsa amarela”);
Promover lançamento de livros de autores locais e autores de fora indicados pelas editoras;
Promover um debate sobre a importância da literatura na formação de crianças e jovens;

Realizar contações de história;

Promover apresentações dos espetáculos infantis “Se minha biblioteca falasse” e “Os tapetes contadores de história”;

Promover apresentação teatral “De tempos somos- um sarau do grupo Galpão”;

Promover uma mostra de curtas que são adaptações de obras literárias no Centro das Artes;

Promover shows na praça com o grupo Posada e o clã, Julia Vargas e Chico Chico, Wlad e sua gente e Paulinho Moska,

Oferecer oficinas de ilustração, roteiro e um minicurso de Histórias em Quadrinhos e História Política;

Realizar show com a cantora e contadora de história Bia Bedran no Teatro Municipal para crianças de escolas públicas;

Realizar leitura dramática com atores friburguenses do grupo Laboratório Cênico de obras de Shakespeare (400 anos de morte);

Recolher livros para doação;

Realizar troca de livros;

Promover parcerias com food trucks locais durante o evento.

1.5 ESTRATÉGIA DE AÇÃO/ DIVULGAÇÃO

DETALHAMENTO DO PROJETO

Durante os três dias de evento a feira funcionará na Praça do Suspiro, aonde fica o teleférico da cidade, um dos principais pontos turísticos. A ideia é montar a exposição embaixo de uma tenda de 30x7m, ao todo terão 16 estandes de 3x2m cada, que podem ser usados por uma ou duas editoras. No final do stand terá um espaço com mesa, pufes e cadeiras para o bate-papo e autógrafos com autores. Esse espaço ficará aberto ao público de sexta a domingo, das 10h às 19h. Um estande será destinado para troca e doações de livros. A organização do evento entrará em contato com algumas instituições como abrigos e orfanatos para oferecer as doações.

A contação de histórias, leitura de obras, o sarau de poesias e peças infantis ocorrerão na parte de fora, na praça, assim como o palco e um espaço com uma pequena praça de alimentação ao ar livre, com três ou mais food truck locais.

A apresentação da Bia Bedran será realizada no Teatro Municipal apenas para estudantes da rede pública de ensino. De acordo com a faixa etária do espetáculo será definida uma série e as escolas que tiverem interesse em participar levarão um número de alunos pré-estabelecidos.

A seleção dos curtas exibidos na mostra será uma parceria com o Canal Curta, todos selecionados do Porta Curtas, o primeiro e maior site de exibição de curtas-metragens do Brasil. Os filmes são criações baseadas em obras literárias ou mostram histórias que tenham alguma relação com o universo literário em geral. A lista pré-selecionada tem os seguintes curtas: Perto de Clarice, A moça que dançou depois de morta, Galinha ao Molho Pardo, Rio de Janeiro, Minas, Cartas a Mãe, Boca a Boca, J. Carlos. A exibição ocorrerá no Centro de Artes e as senhas serão distribuídas antes das sessões.

As oficinas de roteiro e de quadrinho também acontecerão no Centro de Arte e terão vagas limitadas de 20 pessoas cada. O debate sobre a importância da vivência literária na formação de crianças e jovens, assim como as leituras

dramatizadas da obra de Shakespeare também serão no mesmo espaço, localizado na Praça Getúlio Vargas, cerca de 10 minutos a pé da Praça do Suspiro.

A chuva de poesia, inspirada na ação do festival MIMO, acontecerá do alto da capela Santo Antônio, também localizada na Praça do Suspiro, logo após o sarau com o poeta Chacal.

PLANO DE MÍDIA

Período: Elaborar o planejamento no início de agosto e começar a divulgação nos meados de agosto.

Objetivo: Difundir, por meio dos diversos meios de comunicação, o evento para toda a região serrana e cidade do Rio de Janeiro.

Editorias pautadas: Cultura, Literatura, Comportamento, Infantil, Artes, Teatro, Música, Agenda, Turismo, Educação, Economia.

Mídias envolvidas: TV, Rádio, Jornal, Jornal de Bairro, Revista, Sites, Blogs e Redes Sociais.

A divulgação do evento será realizada nos principais veículos da imprensa local. As pautas das atividades diárias serão sugestão de cobertura para as TVs da região (INTERTV, SBT, TV ZOOM e Luau TV), os principais jornais (Jornal A Voz da Serra, Nova Imprensa, Século XXI e Revista Êxito Rio) e para as rádios e sites da cidade, assim como os demais meios de comunicação de Petrópolis e Teresópolis.

Além da imprensa local, também serão explorados os grandes jornais do Rio como O Globo, Extra, O Dia e O Fluminense, além de sites, blogs e rádios que apresentem uma linha editorial compatível as atividades que constarão na programação.

1.6 CONTRAPARTIDAS

As empresas estão cada vez mais conscientes de que os investimentos em ações culturais e sociais geram visibilidade a sua imagem, além de impactar economicamente no município o qual a empresa faz parte, atraindo novos clientes e gerando cada vez mais retorno e crescimento financeiro.

Com o mecanismo de incentivos fiscais da Lei Rouanet, as iniciativas privadas têm a oportunidade de apoiar um projeto com parte dos impostos que seriam destinados ao Governo. Assim, as empresas podem promover o desenvolvimento social e cultural da sua localidade sem alterar o seu plano orçamentário.

As marcas que apoiam ou patrocinam o evento terão como contrapartida seu nome veiculado ao projeto cultural, assim, a população reconhecerá a empresa como incentivadora de ações positivas para a cidade, as aproximando do público. As marcas serão veiculadas aos banners, na programação e nos textos divulgados para a imprensa.

POSSÍVEIS PATROCINADORES

A cidade sedia grandes empresas e indústrias, que serão procuradas para participar diretamente apoiando ou patrocinando o projeto. Entre os possíveis nomes estão: Concessionária Rota 116 (apoio com banner no pedágio no início da Serra), Secretaria Municipal de Cultura, Secretaria Municipal de Educação, Superpão, Duda, Hela, Daflon, Energisa, 3F, InterTV, Grupo Real, Águas de Nova Friburgo, Stam, Hak, Haga, Viação Real, Universidade Estácio de Sá, Faculdade Santa Doroteia, entre outras. Alguns hotéis também serão procurados para receber os convidados do evento e formar parcerias: Hotel Bucsky, Habitare Apart Hotel, Caledônia Inn e Hotel Domingues Plaza.

1.7 CRONOGRAMA

ETAPA	ITEM	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO
1-Pré-produção	Definição do quadro de tarefas	X			
	Contato com patrocinadores	X			
	Confirmação dos artistas		X		
	Contato com editoras e autores	X			
	Contratação das equipes		X		
	Emissão de contratos		X		
				X	
	Confirmação dos convidados		X		
	Confirmação do food truck		X		
	Confirmação parceria das escolas	X			
	Impressão banner e programação		X		
	Solicitações alvarás bombeiro/ prefeitura	X			
	Captação de recursos (apoios e patrocinadores)	X			
	Inscriver o projeto em editais (Lei Rouanet)	X			
	Busca de apoio com hotéis	X			
2-Produção					
	Montagem da tenda			X	
	Montagem dos stands			X	
	Montagem do palco			X	
	Montagem da luz			X	
	Montagem do som			X	
	Colocação dos banheiros químicos			X	
3-Divulgação					
	Impressão do material		X		
	Redes sociais		X		
	Banners		X		
4- Custos administrativos					

	Pagamentos dos funcionários				X
	Pagamento dos artistas			X	
	Prestação de contas				X
	Pagamentos de seguro				X
	Pagamento de direitos autorais				X
5- Pós-produção					
	Retorno aos patrocinadores				X
	Relatório de público				X
	Relatório de mídia				X

1.8 ORÇAMENTO

	QUANTIDADE	VALOR	TOTAL
SERVIÇOS E PRODUTOS			
ALUGUEL E MONTAGEM DE PALCO	1	5.000,00	5.000,00
ALUGUEL DE BANHEIRO QUÍMICO (3 DIAS)	3	600,00	1.800,00
BANNER	2	400,00	800,00
ALUGUEL DE ESPAÇO PARA O BANNER	2	400,00	800,00
ALUGUEL E MONTAGEM DE 16 ESTANDES COM PRATELEIRAS	1	2.000,00	2.000,00
PROGRAMAS	2.000	2,00	4.000,00
IMPRESSÃO POESIAS	1.000	0,50	500,00
ANÚNCIOS EM JORNAIS	3	1.500,00	4.500,00
ALUGUEL E MONTAGEM DE TENDA	1	4.000,00	4.000,00
ALUGUEL DE SOM	1	4.500,00	4.500,00
ALUGUEL DE ILUMINAÇÃO DE PALCO	1	2.500,00	2.500,00
ALUGUEL DE PUFES E CADEIRAS	10 DE CADA	500,00	500,00
ALUGUEL DE CONTAINER PARA CAMARIM	1	1.000,00	1.000,00
TOTAL SERVIÇOS E PRODUTOS			31.900,00
PESSOAL	QUANTIDADE	VALOR	TOTAL
COORDENADOR DE PRODUÇÃO (1 MÊS)	1	3.000,00	3.000,00
ASSESSOR DE IMPRENSA (1MÊS)	1	3.000,00	3.000,00
SOCIAL MIDIA (1 MÊS)	1	2.000,00	2.000,00
FOTÓGRAFO	1	600,00	600,00
DESIGNER GRÁFICO	1	2.500,00	2.500,00
PRODUTORES LOCAIS (DIAS DO EVENTO)	2	200,00	800,00
PRODUTORES LOCAIS (1 MÊS)	2	2.000,00	4.000,00
TÉCNICO DE SOM	1	600,00	600,00

TÉCNICO DE LUZ	1	600,00	600,00
MOTORISTA PARA BUSCAR OS CONVIDADOS	2	300,00	1.800,00
SEGURANÇAS	2	600,00	1.200,00
EQUIPE DE LIMPEZA	2	450,00	900,00
TOTAL PESSOAL			21.000,00
ARTÍSTICO	QUANTIDADE	VALOR	TOTAL
PAULINHO MOSKA		30.000,00	30.000,00
POSADA E O CLÃ		3.500,00	3.500,00
JÚLIA VARGAS E CHICO CHICO		5.000,00	5.000,00
WLAD E SUA GENTE		1.500,00	1.500,00
BIA BEDRAN		3.000,00	3.000,00
GRUPO GALPÃO		2.700,00	2.700,00
FANFARRA PRODUÇÕES		1.800,00	1.800,00
GRUPO LABORATÓRIO CÊNICO		1.000,00	1.000,00
GRUPO OS TAPETES CONTADORES DE HISTÓRIA		2.000,00	2.000,00
MÁRCIO DOS SANTOS RODRIGUES (OFICINEIRO)		2.000,00	2.000,00
ELIARDO FRANÇA (OFICINEIRO)		2.000,00	2.000,00
ROSA CUBA RICHE (PALESTRANTE)		1.500,00	1.500,00
MARY FRANÇA (PALESTRANTE)		1.500,00	1.500,00
CHACAL		2.000,00	2.000,00
AUTORES DE FORA QUE LANÇARÃO LIVROS	3	2.000,00	6.000,00
TOTAL ARTÍSTICO			64.600,00
VALOR TOTAL DO PROJETO			117.500,00

1.9 PROGRAMAÇÃO

Sexta-feira, dia 23

9h às 12h- Mini Curso De Histórias em Quadrinhos e História Política: Grupos minoritários e representatividade em narrativas gráficas no Centro de Artes

10h- Espetáculo “Histórias de um João de Barro” de Bia Bedran no Teatro Municipal (fechado para crianças de escolas municipais)

11h- Oficina de ilustração com Eliardo França no Centro de Artes

14h- Autógrafos e bate-papo com a autora Bia Bedran

16h- Roda de conversa com autores locais (Chaiene Braboza Santos e David Massena)

17h- Debate sobre a importância da vivência literária na formação de crianças e jovens- Convidados: Professor Pierre (professor de literatura e vereador da cidade), Rosa Cuba Riche (Dra em Teoria Literária pela UFRJ) e a autora de livros infantis Mary França no Centro de Artes

19h- ABERTURA- Apresentação do espetáculo “De Tempo Somos- Um Sarau Do Grupo Galpão” na Praça do Suspiro

Sábado, dia 21

9h às 12h- Mini Curso De Histórias em Quadrinhos e História Política: Grupos minoritários e representatividade em narrativas gráfica no Centro de Artes

10h- Contação de histórias com a friburguense Valéria Muniz

11h- Apresentação do grupo Os tapetes contadores de história (Retalhos de Drummond)

14h- Roda de leitura de obras de Lygia Bojunga (homenagem aos 40 anos do livro “A bolsa amarela”)

15h- Oficina de roteiro de cinema com Rodrigo Fonseca (professor da Escola de Cinema Darcy Ribeiro) no Centro de Artes

16h- Lançamento/autógrafo de 3 autores indicados pelas editoras participantes

18h- Declamação de poesia com Chacal e poetas do CEP 20000 seguido da “Chuva de poesia” da torre da Capela de Santo Antônio.

20h- Show da Julia Vargas e Chico Chico com abertura da banda de forró local Wlad e sua gente

Domingo, dia 22

9h às 12h- Mini Curso De Histórias em Quadrinhos e História Política: Grupos minoritários e representatividade em narrativas gráficas no Centro de Artes

11h- Apresentação do espetáculo infantil “Se minha biblioteca falasse” da Fanfarra Produções

15h- Leitura dramatizada de obras de Shakespeare (homenagem aos 400 anos de morte) com o grupo local de teatro do grupo Cômicos Anônimos no Centro de Artes

18h- Mostra de curtas baseados em obras literárias ou temas correlacionados no Centro Cultural

19h- ENCERRAMENTO- Show de abertura da banda Posada e o Clã e show do Paulinho Moska

*Os estantes ficarão abertos ao público de sexta a domingo, das 10h às 19h.

**Um estande será destinado para o troca-troca de livros usados e arrecadação de livros doados.

1.10 SINOPSES DOS CURTAS EXIBIDOS

Perto de Clarice

Gênero: Documentário

Subgênero: Biografia

Diretor: João Carlos Horta

Duração: 12 min Ano: 1982 País: Brasil

Sinopse: O documentário feito pelo diretor João Carlos Horta, em 1982, aborda aspectos da personalidade e da alma da escritora Clarice Lispector, lembrada por ocasião da sua morte, em depoimentos de amigos, colegas e parentes. Os depoimentos são intercalados por trechos de uma entrevista que Clarice concedeu a uma emissora de televisão.

A moça que dançou depois de morta

Gênero: Animação

Subgênero: Drama, Romance, Adaptação Literária, Cinema Fantástico

Diretor: Ítalo Cajueiro

Duração: 11 min Ano: 2003 País: Brasil

Sinopse: Baseado em uma história de cordel de J. Borges, renomado artista popular, e produzido inteiramente com xilogravuras originais do próprio autor. Um rapaz se apaixona por uma misteriosa moça num baile de carnaval do interior.

Galinha ao Molho Pardo

Duração: 8 min

Gênero: Ficção

Subgênero: Infanto-juvenil, Adaptação Literária

Diretor: Feli Coelho

Elenco: Almir Lima, Ana Luisa Alves, Aruana Maria da Conceição da Silva, Jefferson da Fonseca Coutinho, Matheus Rodrigues Gonçalves

Duração: 8 min Ano: 2007 País: Brasil

Sinopse: O menino Fernando vive aventuras ao tentar salvar a vida de uma galinha que seria preparada ao Molho Pardo pela cozinheira Alzira, para o almoço de domingo. Filme baseado em conto homônimo de Fernando Sabino.

Rio de Janeiro, Minas

Duração: 8 min

Gênero: Ficção

Subgênero: Adaptação Literária

Diretor: Marily da Cunha Bezerra

Elenco: Cristina Ferrantini Evandro dos Passos Xavier, Nana de castro, Paulo de Souza

Duração: 8 min Ano: 1991 País: Brasil

Sinopse: Voz de homem conta o encontro que teve aos 14 anos com um belo estranho menino que o leva através do pequeno rio-de-janeiro ao encontro do amor, do medo e da coragem. Baseado em episódio de "Grande sertão: veredas" de Guimarães Rosa.

Cartas da Mãe

Duração: 28 min

Gênero: Documentário

Diretor: Fernando Kinas, Marina Willer

Duração: 28 min Ano: 2003 País: Brasil

Sinopse: Cartas da mãe é uma crônica sobre o Brasil dos últimos 30 anos contada através das cartas que o cartunista Henfil (1944/1988) escreveu para sua mãe, Dona Maria. Estas cartas, publicadas em livros e jornais, são lidas pelo ator e diretor Antônio Abujamra enquanto desfilam imagens do Brasil contemporâneo. Política, cultura, amigos e amor são alguns dos temas que elas evocam, criando um diálogo entre o passado recente do Brasil e nossa situação atual. Artistas, políticos e amigos de Henfil, entre eles o atual Presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva, o escritor Luis Fernando Veríssimo, os cartunistas Angeli e Laerte e o jornalista Zuenir Ventura, falam sobre a trajetória do cartunista dos anos da ditadura militar até sua morte. Animações inéditas de seus cartuns complementam o documentário.

Boca a Boca

Duração: 17 min

Gênero: Ficção

Subgênero: Adaptação Literária

Diretor: Allan Ribeiro

Elenco: Ângela Weiner, Antônio Carlos Guerreiro, Dal Ribeiro

Duração: 17 min Ano: 2003 País: Brasil

Sinopse: João e Maria não querem almoçar com os amigos. Precisam inventar uma desculpa. Como fazer isso sem perder a dignidade?

J. Carlos

Duração: 26 min

Gênero: Documentário

Subgênero: Biografia

Diretor: Norma Bengell, Sílvio Tandler

Duração: 26 min Ano: 2014 País: Brasil

Sinopse: As ilustrações, charges e histórias de vida de J. Carlos marcaram a primeira metade século XX e toda a arte gráfica brasileira. Neste filme, Sílvio Tandler e Norma Bengell recuperam seu legado e prestam homenagem ao grande artista, enquanto nossos olhos passeiam por suas imagens.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 AS CIDADES CRIATIVAS- PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

Existem muitas abordagens sobre o que vem a ser uma cidade criativa. Segundo Reis e Urani (2011, p. 32), todas essas abordagens ainda são embrionárias. Para alguns autores seria uma cidade com maior concentração da denominada “classe criativa”, terminologia criada por Richard Florida, onde indivíduos que exercem certas “profissões com maior carga de criatividade individual e cuja escolha primordial na vida, conforme o autor é a cidade onde viver por sua efervescência, diversidade cultural, presença tecnológica, grau de tolerância e assim por diante”. No entanto, isso na visão dos autores parece estranho, pois para ser “bem sucedida” deve ser criativa, isto é, a cidade deve olhar para fora “atraindo pessoas que se enquadrariam na classificação de ‘classe criativa’ e não para dentro, estimulando a criatividade de seus habitantes, independentemente da profissão que exerçam”.

Para outros autores, de acordo com Reis e Urani (2011), a fundamentação da cidade criativa não ocorre pela maior presença da classe criativa, mas pela participação das indústrias criativas na economia. Acredita-se que pela sua grandeza em criar, atrair e abrigar empresas criativas pode atrair talentos criativos. Uma grande concentração de indústrias criativas e de clusters criativos seria, dessa forma, indicativo de maior criatividade urbana.

Para Reis e Urani (2011), uma cidade criativa é atraente para as indústrias criativas e para indivíduos criativos, tendo por base a capacidade de seus moradores de expor a criatividade em prática e um ambiente cultural e econômico propício para tal. As indústrias e talentos, conseqüentemente, que se sentem atraídos e chegam a cidade reforçam sua base criativa, em um ciclo benéfico. “Ao invés de privilegiar a presença de uma classe criativa, de um grupo de pessoas no seio urbano, a cidade criativa é sistêmica, integrada e incentiva a eclosão da criatividade de todas as profissões, de forma complementar”.

Lerner (2011) salienta que nem todas as cidades são criativas, mas todas apresentam potencial para sê-las. Para o autor, a própria essência da cidade criativa depende de sua habilidade para criar um sonho coletivo e mobilizar os esforços de

seus habitantes, para transformar o sonho em realidade, um esforço que pode ser feito por qualquer cidade, pequena ou grande.

Lerner (2011) diz que a concretização dessa visão de futuro pode ser entendida como qualidade de vida, a qual é traduzida em alguns conceitos essenciais para qualquer cidade: sustentabilidade, mobilidade e solidariedade, assuntos que mobilizaram ideias inventivas em volta do mundo.

Para Strickland (2011), a cidade criativa representa a cidade do futuro, tanto em forma quanto em conteúdo. A cidade criativa se beneficia da sua relevância histórica como ponto focal, geográfico e econômico. Ela reúne grupos, afeta econômicas de escala de suprimentos, informações, trocas de ideias, concentrações de capital, proximidade de empregos e oportunidades de trabalho.

A cidade criativa, segundo Strickland (2011), reconhece e incorpora os atributos mencionados acima, mas é muito mais intencional e focada na implementação de um processo que assegure a integração demográfica e o incentivo às pessoas e empresas que se preocupam com questões como valores culturais, comunidade, atenção, justiça, inovação, gênero, equidade racial e religiosa.

Reis e Urani (2011) destacam que o foco maior é dado às grandes cidades, porém as pequenas cidades, bem como as pequenas empresas podem ser muito inovadoras e inspiradoras. Quanto maior for a sinergia entre grandes e pequenas, cidades e empresas, mais fundamentadas serão as fibras das redes regionais urbanas, tanto na esfera cultural quanto na socioeconômico.

Para ilustrar tal afirmativa, Reis e Urani (2011) citam o exemplo da cidade Guaramiranga, com uma população de aproximadamente 5.000 pessoas, situada no alto do Maciço do Baturité, no Ceará, fica 100 km de Fortaleza, e possui características muito peculiares, a começar pelas físicas. A cidade de Guaramiranga abriga um enclave de Mata Atlântica, atualmente, área de preservação ambiental e possui um clima condizente com sua altitude e sua vegetação.

No ano de 2000, a produtora cultural Via de Comunicação iniciou um processo de transformação na cidade de Guaramiranga, tendo como ícone visível o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga. Voltado para as pessoas que queriam escapar dos sons carnavalescos, ao mesmo tempo, em que faziam turismo em um local de tesouros culturais e ambientais, o Festival não deixa de ter repercussão com

as tradições da cidade. Na primeira metade do século XX, a cidade promovia concertos, saraus e tertúlias organizados pelas famílias abastadas, com propriedades na região, uniam-se as manifestações locais. A figura 1 ilustra a cidade de Guaramiranga.

O jazz e blues também foram escolhidos porque a rica música instrumental do Ceará enfrentava condições de trabalho que não faziam jus à sua qualidade. O número de CDs, horas de rádio e outros indicadores da presença da música instrumental no Ceará estavam desfalecidas. Quando a sustentabilidade econômica de uma profissão cultural é ameaçada, a diversidade cultural também fica envolta de risco (REIS e URANI, 2011).



Figura 1 – Cidade de Guaramiranga, Ceará

Fonte: REIS e URANI, 2011, p. 34

A escolha da cidade de Guaramiranga como sede do Festival enfrentou muitos desafios. Dentre eles, a ausência de infraestrutura de hospitalidade e urbana; a necessidade de capacitação de pessoas em diversos serviços; a mentalidade dos patrocinadores. Para enfrentar os obstáculos, o processo de desenvolvimento promovido pelo Festival não foi implementado na comunidade, mas com ela e por

ela. Os espetáculos são complementados por oficinas, atividades de ecoturismo, encontros entre novos talentos e nomes consagrados, programação complementar entre cidades vizinhas, ensaios gratuitos, além de outras atividades promotoras de um fluxo mais constante de turistas para a região, ao longo do ano (REIS e URANI, 2011).

Em 2011, na sua 12ª edição, novo estudo feito durante o Festival de Jazz & Blues (figura 2) enfatizou a relevância de seus impactos econômicos, sociais e culturais. Confirmou a importância de um processo de transformação apoiado pelos habitantes da localidade, com uma governança que estimula as pessoas a se apropriarem de seu futuro e provedor de benefícios culturais, sociais, econômicos e ambientais.



Figura 2 – Festival de Jazz & Blues de Guaramiranga (Chico Gadelha)

Fonte: REIS e URANI, 2011, p. 31

Portanto, uma cidade criativa é uma cidade que surpreende, aguça a curiosidade, o questionamento, o pensamento alternativo e, dessa maneira, busca soluções.

Em uma cidade criativa, existem três elementos fundamentais, independe da sua história, da sua condição socioeconômica e de seu tamanho: inovações, conexões e cultura (REIS e URANI, 2011).

a) Inovações

As inovações correspondem à criatividade aplicada à solução de problemas ou à antecipação de oportunidades. Muito embora, a associação mais recorrente é a inovação tecnológica, a criatividade urbana é apoiada por inovações das mais variadas, como, por exemplo, as sociais - mutirões para a construção de residências na vizinhança; as culturais – um produto, serviço, manifestação ou modelo de negócio original; e ambientais – o desenvolvimento do comércio de créditos de carbono ou o emprego de pneus na pavimentação das estradas (REIS, 2010; REIS e URANI, 2011).

b) Conexões

As conexões ocorrem em inúmeras dimensões como a histórica – entre o passado da cidade, que cria sua identidade e sua estratégia de futuro, delineando a cidade que se quer ter; geográfica – entre bairros e zonas, o que é relevante nas grandes cidades; de governança – com a participação dos segmentos público, privado e da sociedade civil; de diversidades – envolvendo indivíduos com diferentes pontos de vista; entre local e global – mantendo as singularidades da cidade (REIS, 2010; REIS e URANI, 2011).

c) Cultura

A cultura se introduz na cidade criativa de quatro maneiras mais visíveis: por seu conteúdo cultural, englobando serviços, produtos, patrimônio (material e imaterial) e manifestações de caráter único; pelas indústrias criativas, incluindo cadeias culturais, da criação à produção, do consumo ao acesso, impactando economicamente na criação de emprego, renda e arrecadação tributária; agregação de valor a segmentos tradicionais, concedendo-lhes diferenciação e unicidade, em um cenário mais amplo de economia criativa; na formação de um ambiente criativo, pela convivência de diversidades e manifestações, torna-se fonte de inspiração para olhares e pensamentos distintos, em particular, pelas artes (REIS, 2010; REIS e URANI, 2011).

Lerner (2011) ressalta que uma cidade mais saudável emerge onde o carro não é a única opção confortável de transporte; onde a energia de deslocamentos

desnecessários é poupada; onde se incentiva a caminhada por suas ruas, parques e avenidas.

Outro aspecto destacado por Lerner (2011, p. 39) é morar perto do trabalho, ou trazer o trabalho mais próximo de casa, é um dos fundamentos da sustentabilidade. “Reduzir o uso do automóvel, separar o lixo, dar funções múltiplas aos equipamentos urbanos, 24 horas por dia, poupar o máximo e gastar o mínimo. Sustentabilidade é uma equação entre o que é poupado e o que é gasto”.

Para Jordi (2011), a cidade criativa consiste em uma área urbana voltada à inovação e à cultura. O autor entende por inovação como sendo o resultado da implementação de critérios de viabilidade para a criatividade, que cria valores de mudança, melhoria e progresso em todas as atividades econômicas, sociais e culturais. A criatividade é alicerçada na cultura das comunidades e na dimensão social do fato cultural. A dimensão social da cultura é a base para o estímulo e a promoção do talento individual ou coletivo.

Jordi (2011) afirma que a cidade criativa é um território social com uma cultura aberta ao risco e à cooperação estratégica dos agentes econômicos, sociais e culturais, em que a comunicação de novas ideias promove o desenvolvimento e a transformação de novos produtos e serviços.

Jordi (2011) é da mesma corrente de Lerner (2011), quando afirma que a dimensão cultural da cidade criativa atua como um elemento de melhoria da qualidade de vida nos ambientes social e ambiental e ajuda a aumentar sua atratividade como cenário econômico.

Landry (2011) afirma que uma cidade criativa estimula a inserção de uma cultura de criatividade, no modo como se participa da cidade. “Ao incentivar a criatividade e legitimar o uso da imaginação nas esferas pública, privada e da sociedade civil, amplia-se o conjunto de ideias de soluções potenciais para qualquer problema urbano”. O autor também considera o modo holístico e interconectado das cidades criativas, tal como sua capacidade dinâmica.

Ainda Segundo Reis (2011) vale ressaltar as percepções relativas ao papel desempenhado pelo turismo nas cidades criativas, que desencadeia muitas associações positivas como catalisador de negócios locais, de desenvolvimento do setor de serviços e do aumento da demanda cultural, o que garante a viabilidade de muitos projetos culturais.

2.2 A ECONOMIA CRIATIVA

2.2.1 Algumas abordagens da economia criativa

A terminologia “economia criativa” surgiu há duas décadas de modo significativo e, segundo Greffe (2015), há muitas formas de conceituar o que se tornou nos dias de hoje um *buzzword* (palavra da moda).

Uma das formas é a partir de palavras que lhe são atreladas com maior frequência, tais como: novas tecnologias, hibridação artística, novos modelos de negócios, capacidade de mudança, sem deixar de lado, a criação. Portanto, a economia criativa surge como uma nova forma de encarar as fontes do desenvolvimento econômico, evidenciando uma problemática unificadora que vai além das leituras setoriais e destaca o papel de um valor transversal: a criatividade.

Nesse sentido, Greffe (2015) cita como exemplo a *Apple*, a qual integrou arte, tecnologia e inovação, mesmo tendo conservado um vínculo com uma economia mais tradicional, ou seja, sua capacidade de fazer dinheiro e de impor, de forma muitas vezes sub-reptícia, vários limites. A inovação está sempre presente. Há mais de dez anos, as grandes empresas norte-americanas tornaram-se, antes, produtoras de patentes mais do que de produtos, já que a produção de patentes lhes parecia mais lucrativa do que aplicação direta.

Outro exemplo citado por Greffe (2015) é a empresa belga *The Smart*, que não tem mais nenhum local físico, mas trabalha em rede com outras unidades espalhadas pelo mundo, e nem mesmo conhece diretamente seus interlocutores. O que parece interessante é o surgimento de uma nova lógica e não apenas de um novo segmento da economia, no limite, um novo modo de fazer a economia.

Greffe (2015) explica que, atualmente, quando se fala de economia criativa, isso não quer dizer que a economia torna-se de repente criativa, mas que maneiras originais de criatividade assumem um lugar relevante e poderiam assegurar um futuro desenvolvimento. Essas maneiras residem no crescente papel de aspectos imateriais na produção (conhecimento, organização), da demanda de experiência dos consumidores, da relevância dos produtos de conteúdo em distintos mercados.

Nessa perspectiva, o autor ressalta que se redescobre o papel que a cultura desempenha na economia, citando, inclusive Weber que fez da cultura um ambiente mais ou menos propício ao desenvolvimento do espírito do capitalismo, onde a economia criativa concede à cultura um papel ainda mais de destaque, usando-a como alavanca direta na produção e do consumo de bens e serviços.

A expressão indústrias criativas surge com o programa do *New Labour Party*, em 1997, no Reino Unido, norteado por Tony Blair, para quem o desenvolvimento de uma economia madura vai depender, a partir daí, muito menos da recuperação de suas indústrias manufatureiras tradicionais do que de novas indústrias, então, denominadas de criativas, considerando o potencial que elas fornecem em termos de valor agregado, de exportação e de empregos (GREFFE, 2015).

Reis (2008) comenta que há uma série de interpretações conceituais sobre indústrias criativas, que não seguem uma linha comum. Caves¹ define indústrias criativas como sendo as associadas às artes, cultura e entretenimento de forma geral. Enquanto, que Howkins², o divisor de águas da economia criativa seria o potencial de desenvolver direitos e propriedade intelectual, segundo o autor da obra “Moeda da economia criativa”, estendendo sua amplitude dos direitos autorais para desenhos industriais, marcas registradas e patentes. Sob esse viés, é difícil de dizer o que não faria parte da economia criativa na sociedade contemporânea e qual seria a diferença apresentada diante da economia do conhecimento.

Throsby (2001) resgatou a cultura nos debates sobre as indústrias criativas, referindo-se a produtos e serviços culturais que incluem criatividade em sua produção, englobam certo nível de propriedade intelectual e transmitem significado simbólico.

Hartley (2005, p. 5) tece uma abordagem mais vasta da economia, integrando cultura e tecnologias na seguinte definição:

A ideia de indústrias criativas busca descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com indústrias culturais (escala de massa), no contexto das novas tecnologias de mídia (TICs) em uma nova economia do conhecimento, para o uso dos novos consumidores-cidadãos interativos.

¹ CAVES, R. *Creative industries – contracts between art and commerce*. Cambridge: Harvard University Press, 2000.

² HOWKINS, J, *The creative economy – how people make money from ideas*. London: Penguin Books, 2001.

As indústrias culturais são, em sua essência, indústrias culturais que souberam, na maioria dos casos, prosperar qualquer que fosse a conjuntura e às quais se acrescentam as indústrias quase culturais, ou seja, indústrias nas quais os ativos culturais são mobilizados não para produzir bens culturais propriamente ditos, mas produtos cuja dimensão cultural conta ao lado de sua tradicional dimensão funcional ou utilitária, como é a moda, a arquitetura, os brinquedos, a publicidade, entre outros, denominados de indústrias culturais, para desenvolver o campo ampliado das indústrias criativas. A tudo isso, segundo Greffe (2015), soma-se a produção de softwares, o que então ultrapassa vastamente a esfera da realidade anterior e cria uma amplitude primordial a esse movimento.

Para a administração britânica, as indústrias criativas são:

Aquelas que combinam a criação, a produção e a comercialização de conteúdos intangíveis com vocação cultural. Esses conteúdos são objeto de direitos de propriedade e assumem a forma de bens e serviços. Essa lista corresponde geralmente à produção de livros, discos e filmes, mas também à de produtos audiovisuais e fotografias (O'CONNOR³, 1998 *apud* GREFFE, 2015, p. 18).

Tal conceituação representa uma tradição de medida do emprego artístico em que as entidades de arte já tinham posto em prática no passado. No entanto, a novidade reside no fato de que ela inclui, nas indústrias criativas, os empregos que estão associados tanto no segmento comercial privado, com fins lucrativos ou não, quanto com o segmento público não comercial.

O Departamento para a Cultura, Mídia e Esporte (*Department for Culture, Media and Sport - DCMS*), da Grã Bretanha diferencia treze indústrias constitutivas das funções criativas: publicidade; arquitetura; artes e antiguidades; artesanato; design; moda (*fashion designer*); produção cinematográfica (*film*); engenharia de software para videogames (*leisure software*); música; artes do espetáculo (*performing arts*); edição; engenharia de software; e rádio e televisão. Essa definição do DCMS usa uma classificação industrial e não de profissões. Tal abordagem foi amplamente retomada e permitiu fundamentar as recentes reflexões a respeito do papel das indústrias culturais (GREFFE, 2015).

O relatório da Unctad IX (2004) conceitua indústrias criativas como “[...] é usado para representar um cluster de atividades que têm criatividade como um

³ O'CONNOR, J. *Natural causes: essays in ecological Marxism*. New York: Guilford Press, 1998.

componente essencial, está diretamente inserido no processo industrial e sujeita à proteção de direitos autorais”.

Assim, qualquer atividade artesanal ou de saber comunitário não explorado industrialmente seria excluída da conceituação, muito embora em trabalhos posteriores da instituição Unctad, sob o comando de Duisenberg (2011), o conceito, evoluiu para uma abordagem “holística multidisciplinar, lidando com a interface entre economia, cultura e tecnologia, centrada na predominância de produtos e serviços com conteúdo criativo, valor cultural e objetivos de mercado, resultante de uma mudança gradual de paradigma”.

Seja qual for o viés conceitual que se considere, percebe-se nas mudanças desenvolvidas pela convergência entre novas tecnologias e globalização o substrato da economia criativa.

Reis (2008) explica que um questionamento comum que é feito em relação à economia criativa é o seu nível de novidade. Ao considerar a economia criativa como uma simples reordenação de setores em uma categoria denominada de indústrias criativas, não haverá novidade, já que a criatividade é tida como combustível de inovação desde o começo dos tempos. A novidade está no reconhecimento de que o contexto constituído pela convergência de tecnologias, a globalização e a insatisfação com o atual quadro socioeconômico mundial atribui à criatividade o papel de estimular e fundamentar novos modelos de negócios, processos organizacionais e uma arquitetura institucional que permeia segmentos e agentes econômicos e sociais.

Duisenberg (2011) ressalta que a economia criativa trabalha por meio de ideias, do conhecimento das habilidades e do aproveitamento das oportunidades. Em suas palestras, ela enfatiza a relevância de transformar ideais em produtos e serviços criativos.

Para Reis (2008, p. 24), a economia criativa engloba “setores e processos que têm como insumo a criatividade, em especial a cultura, para gerar localmente e distribuir globalmente bens e serviços com valor simbólico e econômico”. A autora também afirma que são essenciais os setores de tecnologia como o de software estar inseridos na economia criativa para sustentar a dinâmica de processos e modelos de negócios que se estabelece em parte dessa economia. Da mesma maneira que iPods são tidos como parte do mercado musical, aparelhos de TV do

audiovisual e livros do editorial. Além de serem suportes de conteúdos culturais, permitem criar novos modelos de produção e distribuição desses conteúdos.

É possível destacar ao menos quatro abordagens do conceito de economia criativa.

a) Indústrias criativas

As indústrias criativas são um conjunto de segmentos econômicos específicos, cuja seleção varia de acordo com a região ou país, segundo seu impacto econômico potencial na criação de riqueza, trabalho, arrecadação tributária e divisas de exportações (REIS, 2008).

b) Economia criativa

A economia criativa engloba, além das indústrias criativas, o impacto de seus bens e serviços em outros segmentos e processos da economia e as conexões que são estipuladas entre eles, ocasionando e incorporando sérias mudanças sociais, organizacionais, políticas, educacionais e econômicas (HARTLEY, 2005).

As indústrias criativas são não apenas economicamente valiosas por si sós, mas trabalham como catalisadoras e fornecedoras de valores intangíveis e outras maneiras de organização de processos, relações e dinâmicas econômicas de segmentos diversos, do desenho de cosméticos que empregam saberes locais a equipamentos e artigos esportivos que comunicam a marca de um país. Portanto, na economia criativa, indústria e comércio unem-se cada vez mais (REIS, 2008).

c) Cidades e espaços criativos

As cidades e os espaços criativos são vistos sob diferentes óticas (REIS, 2008):

- de combate às desigualdades e violência e de atração de talentos e investimentos para revitalizar locais degradados.
- de promoção de clusters criativos, com destaque para o distrito cultural do vinho na França, os parques criativos de Xangai, e outros.
- de transformação das cidades em pólos criativos mundiais, que não é raro de modo articulado com a política do turismo e atração de trabalhadores criativos. Exemplo: África do Sul.

- de reestruturação do tecido socioeconômico urbano, está centrado nas especificidades locais. Exemplo: a Flip de Paraty.

De acordo com Reis (2008), o debate sobre cidades criativas merece um aprofundamento, devido ao interesse crescente que é despertado em urbanistas, sociólogos e economistas, em uma conversa reservada com o conceito de economia criativa. Ao estimulá-la aparecem aspectos como o acirramento da competitividade mundial, a agilidade e os entraves aos fluxos de pensamentos, talentos e investimentos, bem como o reconhecimento da necessidade de procurar novas soluções para problemas urbanos não solucionados.

Para Castells (2000), o debate pode também ser considerado como uma resposta de um processo em formação de espaços transnacionais dentro dos nacionais, apoiado pelas relações em rede e pelos fluxos econômicos e tecnológicos globais. Em tal cenário competitivo global, instrumentos simplistas surgem como o *Global Creativity Index*, que objetiva mensurar a competitividade econômica de uma cidade em função de indicadores de tecnologia, talento e tolerância.

d) Economia criativa como estratégia de desenvolvimento

A primeira abordagem baseia-se no reconhecimento da criatividade, que é o capital humano, no sentido de fomentar uma integração de propósitos sociais, culturais e econômicos, diante de um modelo de desenvolvimento global pós-industrial excludente, portanto insustentável.

A segunda abordagem indica como as alterações econômicas e, em especial, as novas tecnologias mudam os elos de conexão entre a cultura (das artes ao entretenimento) e a economia, dispõe de uma gama de oportunidades econômicas apoiadas em empreendimentos criativos. Ao sustentar-se na criatividade individual, possibilitar a formalização de pequenos negócios e apresentar poucas barreiras de entrada, a economia criativa propiciaria a geração de renda e emprego (REIS, 2008).

Reis (2006) ainda reforça o entendimento de que é nesse sentido que enfatizar a representatividade econômica das indústrias criativas no PIB e na geração de empregos é que compõe esse quadro, mas não todo ele, já que isso não reflete necessariamente uma melhor distribuição de renda, inclusão socioeconômica e a consideração de benefícios simbólicos essenciais.

O grande desafio é achar um modelo de economia criativa que integre o crescimento do país à recompensa aos produtores criativos na mesma proporção em que se vale de seus talentos.

CONCLUSÃO

Com a elaboração deste trabalho pode-se reforçar a importância de projetos culturais e ações que objetivam enriquecer e melhorar a vida das pessoas e o ambiente nos quais elas vivem. Nesse aspecto, a responsabilidade de transformação das cidades se desloca das esferas públicas e de instituições privadas para as mãos de qualquer e todo cidadão.

Sobre a parte teórica pode-se afirmar que uma cidade criativa é uma cidade que surpreende, aguça a curiosidade, o questionamento, o pensamento alternativo e, dessa maneira, busca soluções. A literatura aponta que em uma cidade criativa, existem três elementos fundamentais, independentemente da sua história, da sua condição socioeconômica e de seu tamanho, que são: inovações, conexões e cultura.

Porém, os debates a respeito desses conceitos ocorrem, em sua grande maioria, entre urbanistas, sociólogos e economistas, o que desperta a necessidade de reforçar o papel do produtor cultural como ator indispensável na identificação e articulação de aspectos necessários para a criação de iniciativas inovadoras, que despertem os potenciais das cidades criativas.

Assim, perceber os desejos de mudança de determinada localidade e criar demandas que deem conta das necessidades existentes, continua sendo o principal desafio do produtor cultural. Mais do que nunca, a atuação dos produtores deve ser valorizada, já que através das percepções dos espaços e das relações que neles se dão, são realizadas interferências que afetam positivamente e diretamente diversas camadas da sociedade.

Vale reforçar que os conceitos acerca do tema são constantemente resignificados, da mesma maneira com que as próprias pessoas e cidades se transformam e se reconstróem a cada momento. E para manter o dinamismo que estimula a resolução de problemas e nos impulsiona para o futuro, a criatividade é, sem dúvida, o grande combustível.

Outra constatação é que o foco maior é dado às grandes cidades, porém as pequenas cidades, bem como as pequenas empresas podem ser muito inovadoras e inspiradoras. Também é possível perceber que uma cidade não se torna criativa da noite para o dia, já que é uma combinação de manifestações e maneiras de se pensar que refletem esse estado.

Portanto, o constante exercício da criatividade em busca de soluções e ações positivas deve ser praticado continuamente, pois é através dessa energia que são reveladas as ideias que nortearão o desenvolvimento dos espaços urbanos. Não há nada que impeça Nova Friburgo de produzir ações que a torne uma cidade inovadora, sustentável, acessível, que atraia turistas e apresente uma identidade cultural, social e econômica própria.

A realização de projetos culturais é um dos caminhos para catalisar novos atores criativos, novas maneiras de se manifestar, de socialização, de mobilização de pessoas e empresas e de se repensar a economia. Além de estimular a inventividade, é fundamental que os cidadãos despertem um novo olhar sobre o espaço ocupado e o seu papel nesse lugar. A primavera na serra inspira e faz florescer.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLS, M. La Ciudad de la nueva economía. *La Factoría*, n. 12, jun.-sep. 2000. Disponível em: <<http://www.lafactoriaweb.com/articulos/castells12.htm>>. Acesso em: 10 jul. 2016.

DUISENBERG, E. *Creative economy*. 2011. Disponível em: <<http://creativeconomy.britishcouncil.org/people/edna-dos/santos/duisenberg>>. Acesso em: 18 jul. 2016.

GREFFE, X. *A economia artisticamente criativa: arte, mercado, sociedade*. Tradução de Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2015.

HARTLEY, J. *Creative industries*. Oxford: Blackwell Publishing, 2005.

LERNER, J. Qualquer cidade pode ser criativa. In: REIS, A; KAGEYAMA, P. (Orgs.). *Cidades criativas – perspectivas*. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

PARDO, J. Gestão e governança nas cidades criativas. : REIS, A; KAGEYAMA, P. (Orgs.). *Cidades criativas – perspectivas*. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

REIS, A. *Economia da cultura e desenvolvimento sustentável – o caleidoscópio da cultura*. São Paulo: Manole, 2006.

_____. *Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

_____. Introdução. In: REIS, A. (Org.). *Cidades criativas – soluções inventivas – o papel da Copa, das Olimpíadas e dos museus internacionais*. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2010.

_____; URANI, A. Cidades criativas – perspectivas brasileiras. In: REIS, A; KAGEYAMA, P. (Orgs.). *Cidades criativas – perspectivas*. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

STRICKLAND, B. Cidade criativa. In: REIS, A; KAGEYAMA, P. (Orgs.). *Cidades criativas – perspectivas*. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

THROSBY, D. *Economics and culture*. United Kingdom, Cambridge: University Press, 2001.

UNCTAD. *Creative economy report*. Geneva, 2004. Disponível em: <<http://www.unctad.org/templates/Download.asp?docid=9750&lang=1&intItemID=4494>>. Acesso em: 17 jul. 2016.

ZANCHETTA, S. Câmara do livro. Organização de feiras de livros. <<http://www.camaradolivro.com.br/arquivos/290.pdf>>. Acesso em 11 jun.2016.



PRIMAVERA
CULTURAL
&
LITERÁRIA

Logo do projeto



Fotos da Praça do Suspiro

DESCRIÇÃO DOS ARTISTAS E CONVIDADOS

Paulinho Moska

São 20 anos de carreira solo. No novo show intitulado de “Violoz”, Paulinho Moska é mais que uma voz e um violão. Pela primeira vez decidiu levar seus violões preferidos pra estrada e fazer um show onde possa tocar diferentemente suas canções. Um violão com cordas de Nylon, um violão com cordas de aço, um violão barítono (afinado em Si), um violão híbrido (violão guitarra) e um ukelele são, agora, os parceiros do artista. As canções vão derramando suas poesias como um longa metragem. Moska já emplacou 13 temas em trilhas da TV Globo – 11 deles, em sua própria voz. Como compositor grandes vozes já cantaram suas letras como Marina Lima, Maria Bethania (“Saudade”), Elba Ramalho (“Relampiano”), Ney Matogrosso (“O Último Dia” e “Gotas do Tempo Puro”), Maria Rita (“Muito Pouco”), Mart’nalía (“Soneto do Teu Corpo”, “Sem Dizer Adeus” e “Namora Comigo”), Lenine (“Relampiano” e “Saudade”), Francis Hime (“Há Controvérsias”) e Zélia Duncan (“Carne e Osso”, “Não” e “Sinto Encanto”), entre outras.

Julia Vargas

Cantora e percussionista, Júlia vem se consolidando como mais do que uma promessa. Apadrinhada por Milton Nascimento, faz parcerias com outros grandes nomes da MPB como Ivan Linse Alceu Valença. Lançou, no final de 2015, seu mais recente trabalho, o CD e DVD “Júlia Vargas & os Barnabés- ao vivo em Niterói”, pelo selo Porangareté e distribuído pela Coqueiro Verde. O repertório do trabalho mescla a obra agreste de Cátia de França e o frescor de Claos Mózi, Milton Nascimento, Gilberto Gil e o cancionero de Lúli. Júlia também foi artista Faro MPB em 2015.

Chico Chico

Filho de Cássia Eller, 22, é cantor e compositor. A estrada começou com enriquecedoras experiências integrando bandas como Zarapatéu e Uzoto. Após a dissolução dos grupos, começou a investir num projeto mais pessoal com estilo muito mais particular e ainda assim abrangente. Seu repertório é basicamente autoral, passeia pelo Morro de São Carlos com Luiz Melodia e encontra Crosby, Stills and Nash pra uma jam session imaginária na Califórnia. A influência essencial é o folk, mas há elementos evidentes do rock e blues. Atualmente Chico Chico faz shows com Julia Vargas e tem sua banda 2 x 0 Vargem Alta.

Posada e o Clã

Banda do Rio de Janeiro considerada moderna e globalizada. Formada por Carlos Posada (voz), Bruno Giorgi (guitarra), Gabriel Ventura (guitarra), Hugo Noguchi (baixo) e Gabriel Barbosa (bateria). O CD está disponível online e o lançamento físico será ainda este ano. O cantor também tem parceria com Lenine.

Wlad e sua gente

Surgida há 16 anos, em Nova Friburgo, a banda é formada por Wladimir Vieira, Fernando Azevedo e Fernandinho do Acordeon e Leo Benvenutil. O grupo além de tocar forró pé de serra, também tem no repertório frevos, marchinhas e carnaval, MPB e samba de gafieira. A banda lançou seu último CD em 2010 com músicas próprias da localidade de Nova Friburgo e já participou do Festival Nacional de Forró no Espírito Santo.

David Massena

David já foi bailarino, formou gerações na dança, ator, carnavalesco, jurado de desfiles de escolas de samba, comentarista de TV e Rádio e secretário de cultura de Friburgo. Jornalista por formação, tem uma coluna no jornal A Voz da Serra há mais de 30 anos e já lançou três livros.

Chaiene Braboza Santos

Natural de Nova Friburgo, ex-aluno do colégio Estadual Jamil El- Jaick, já escreveu 10 livros, sendo um deles, "Os filhos do tempo", lido por mais de 800 mil pessoas em todo o mundo. Vencedor do prêmio internacional Watts 2015 na categoria "As mais populares". é um escritor premiado internacionalmente. As publicações dele são destinadas, em sua maioria, ao público Young Adult, no gênero de ficção científica. Entre outras obras, também em versões em inglês e espanhol, podemos citar Palavras perdidas de um anjo, a lua da morte, Uma luz no começo do túnel, A origem da vida, A batalha dos deuses, entre outros.

Eliardo e Mary França

Eliardo Neves França e Mary são mineiros. Ela é autora e ele autor e ilustrador de livros infantis. Eliardo escreveu "O Rei de Quase-tudo", em 1972, e foi premiado logo

de cara. Junto a esse lançamento, Mary e Eliardo França começaram a trabalhar em união, como fazem nos dias de hoje. Hoje, ela escreve enquanto ele desenha e pinta. A partir daí, foram muitos os sucessos de seus livros como os da coleção "Gato e Rato" e da coleção "Os Pingos!". Por esses trabalhos, os dois receberam muitos prêmios também, como o Selo de Ouro da Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil, e o título de Melhor Ilustrador a Eliardo pela Associação Paulista de Críticos de Arte. Em 1998, Mary e Eliardo inauguraram uma editora própria, que leva o nome do casal.

Grupo Cômicos Anônimos

O nome do grupo foi criado pela atriz e diretora teatral Daniela Santi em 1997, quando alguns alunos do Núcleo de Arte, do qual era fundadora e uma das professoras de interpretação, manifestou desejo de iniciar um trabalho em grupo. Por se apresentarem em performances, telegramas animados, peças (infantis e adultas), esquetes, leituras dramatizadas, festivais, teatro de rua e mímica, sem um gênero específico, surgiu o nome "Cômicos Anônimos", em uma alusão a todos aqueles que vivem da arte e não são conhecidos do grande público.

"Histórias de um João de Barro" de Bia Bedran

Bia Bedran é Mestre em Ciência da Arte pela UFF, professora da UERJ, graduada em Musicoterapia e Educação Artística, cantora, compositora, contadora de histórias e escritora. Com mais de 35 anos de carreira dedicados ao público infantil, Bia Bedran escreveu 10 livros e gravou 8 cds com histórias populares e canções de sua autoria. Também lançou 2 DVDs gravados ao vivo, "Histórias de um João de Barro", uma homenagem aos 100 anos de Braguinha em 2007, e "Cabeça de Vento", em 2010. Nos últimos anos, viaja pelo Brasil participando de eventos culturais e congressos, levando seus espetáculos para diversos palcos em teatros, escolas e praças públicas.

O espetáculo musical foi escrito por Nick Zarvos para homenagear o inesquecível Braguinha. A peça reúne sete contos considerados clássicos da literatura infanto-juvenil, que foram musicados por Braguinha na década de 60 na série "Disquinho", da extinta gravadora Continental. São eles: O gato de botas; Festa no céu; O macaco e a velha; Os três porquinhos; Chapeuzinho vermelho; Os quatro heróis e A gata borralheira.

Para contar as histórias, Bia Bedran estará acompanhada por uma banda na qual os músicos também exercem o papel de elenco de apoio, fazendo o coro nas histórias interpretadas por Bia.

“De Tempo Somos – Um Sarau do Grupo Galpão”

Uma cantoria de atores à beira do rio, em noite de lua cheia, durante uma das inúmeras turnês da companhia pelo Vale do Jequitinhonha, foi inspiração para a criação do novo trabalho do Grupo Galpão. Com direção de Lydia Del Picchia e Simone Ordones, o experimento foge ao rótulo de um espetáculo, lançando aos atores do grupo o desafio de se reinventar, em cena e na relação com o público. Mais próximo de um sarau literário musical, “De Tempo Somos” traduz um antigo projeto do Galpão de celebrar, em formato prático e reduzido, o encontro da música com o teatro, que se tornou uma marca do grupo, em mais de 30 anos de história.

Sobre o Grupo Galpão:

Sediado em Belo Horizonte, O Grupo Galpão é uma das companhias mais importantes do cenário teatral brasileiro, cuja origem está ligada à tradição do teatro popular e de rua. Criado em 1982, o grupo desenvolve um teatro que alia rigor, pesquisa, busca de linguagem, com montagem de peças que possuem grande poder de comunicação com o público. O Galpão realiza um sonho antigo de celebrar, com o público, o encontro da música e do teatro. Em cena, o grupo foge ao rótulo de espetáculo e experimenta um formato de sarau com cantoria, festa e poesia.

“Se minha biblioteca falasse”- Fanfarra Produções

O espetáculo anima diversos elementos relacionados à biblioteca e ao estudo. O Escritor adormece sobre uma máquina de escrever, deixando vazia uma folha de papel. O Lápis, a Caneta, o Hidrocor, o Lápis-de-cera, a Borracha, o Corretivo, o Computador, os Livros e outros habitantes da biblioteca tentam ajudar a folha que não suporta mais se sentir em branco, sempre sem muita sorte. O Lápis cai da mesa e quebra a ponta. Detesta entrar no apontador porque sente cócegas. O Hidrocor e o Lápis-de-cêra não chegam em boa hora. A mulher do escritor sempre chega atrapalhando. A folha só consegue uma mensagem no fim, exatamente para comunicar o final do espetáculo.

Vinculando divertimento e educação, a FanFarra Produções, - Companhia Profissional de Teatro de Bonecos - ultrapassa, desde 1996, 3.500 eventos realizados.

“Retalhos de Drummond” do grupo Os tapetes contadores de histórias

A encenação conta a história de um elefante “de algodão, de paina, de doçura”, que passeia pelo mundo à procura de amigos e a viagem fantástica de Ricardo ao ver uma girafa na zoológico. Cinco tapetes artesanais servem de pano de fundo para a poesia e prosa de Carlos Drummond de Andrade. Na sessão ‘Retalhos de Drummond’, são contadas as histórias ‘O elefante’, ‘Rick e a girafa’, ‘A doida’, ‘A incapacidade de ser verdadeiro’ e ‘Governar’, sob o ponto de vista dos meninos do Interior, dos “deslocados” da sociedade, apoiados nas peripécias da sua imaginação.

Sobre o grupo:
Formado por atores e contadores de histórias que desde 1998 produzem e realizam espetáculos, sessões de histórias, oficinas, exposições interativas, instalações e projetos culturais que envolvem oralidade, artes visuais e teatro. Formados em Artes Cênicas pela UNIRIO, a pesquisa tem como base os contos de tradição oral e da literatura em geral, e as intersecções entre oralidade e artes visuais

Chacal- CEP 20.000

Chacal, nascido no Rio de Janeiro em 1951, publicou seu primeiro livro de poesia, Muito Prazer, Ricardo, em 1971. No ano seguinte colaborou na revista Navilouca e publicou seu livro/envelope Preço da Passagem. Passou a integrar, em 1975, a coleção literária Vida de Artista, com Cacaso, Eudoro Augusto, Francisco Alvim, entre outros; ainda em 1975 foi lançado seu livro América. De 1976 a 1977 foi integrante do grupo Nuvem Cigana, com Bernardo Vilhena e Ronaldo Bastos, entre outros poetas. Formou-se bacharel em Comunicação pela UFRJ em 1977. Entre 1978 e 1983 foi co-autor das peças teatrais Aquela Coisa Toda, com o grupo Asdrúbal Trouxe o Trombone e Recordações do Futuro, com o grupo Manhas & Manias. Na década de 1980 trabalhou como cronista do Correio Brasiliense e da Folha de S. Paulo, além de roteirista da TV Globo. Nos anos de 1990 foi produtor do Centro de Experimentação Poética - CEP 20000, da Rioarte, coordenador de oficinas de poesia na UERJ e no Parque Lage e editor da revista O Carioca. Sua

obra poética inclui Nariz Aniz (1979), Boca Roxa (1979), Comício de Tudo (1986) e Letra Elétrica (1994). O poeta Paulo Leminski afirmou sobre a obra de Chacal, que é de tendência contemporânea: "A palavra 'lúdico' é a chave para a poesia de Chacal". Leminski também via nos poemas de Chacal a presença "da Poesia Concreta, das letras de música popular, do mundo industrial e urbano que se abateu, irremediavelmente, sobre nós."

Valéria Muniz

Doutora em Língua Portuguesa (2013) e mestre Língua Portuguesa, (1997) pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Foi bolsista da CAPES durante o Doutorado. Atualmente é professora adjunta de Língua Portuguesa do INES. Tem experiência na área de Letras e atua principalmente nas seguintes áreas: leitura, aquisição da língua escrita, língua portuguesa, gramática e ensino. Foi professora na Universidade Estácio de Sá no curso presencial e a distância, tendo ocupado o cargo de coordenadora do curso de Letras no campus de Nova Friburgo. Participa do grupo de pesquisa Linguagem e Sociedade, UERJ.

Professor Pierre

Friburguense é um educacionista e é diretor do Sindicato dos Professores de Nova Friburgo e Região (SINPRO) e lecionou em diversos colégios e faculdades da cidade. Está em seu segundo mandato como vereador da cidade e busca inspiração para a vida pública em Darcy Ribeiro e de Cristovam Buarque.

Rosa Cuba Riche

Rosa Cuba Riche é mestre em Literatura Brasileira e doutora em Teoria da Literatura pela UFRJ. Foi professora de ensino fundamental e médio em escolas particulares e na rede pública. É professora adjunta de língua portuguesa, Literatura Brasileira e Prática de Ensino desde 2000 e colaboradora do Núcleo de Extensão e Pesquisa, do Instituto de Aplicação/UERJ. É membro do júri do Prêmio Anual da Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil desde 1979. Participou do programa de seleção de livros de literatura infantil e juvenil Mais Cultura/2010 (Biblioteca Nacional/MEC). Ministra cursos de atualização para professores. Já publicou diversos artigos e livros sobre leitura e literatura infantil e juvenil.

Rodrigo Fonseca

Crítico de cinema e roteirista, Rodrigo Fonseca, um carioca de Bonsucesso formado pela UFRJ, é redator na TV GLOBO, colunista e repórter no site Omelete e blogueiro no Estado de S. Paulo, onde assina a seção online P de Pop. É o roteirista do programa Cone Sul, do Canal Brasil. É curador do Cine PE, o Festival de Recife. Colabora ainda para o portal Almanaque Virtual e é o correspondente brasileiro da revista portuguesa Metropolis. É autor de livros de ensaio/ reportagem e publicou ainda o romance “Como era triste a chinesa de Godard” (2011). Como dramaturgo, teve dois textos encenados: esquetes de “Anticomtemporâneo” (2008) e “Encontros impossíveis” (2013). Trabalhou como ator nos filmes “Angústia”, “Flerte”, “Paixão & Virtude”, “Deuses e titãs”, “Zan” e “Paredes brancas”.

Curso Histórias em Quadrinhos e História Política: Grupos minoritários e representatividade em narrativas gráficas ministrado por Márcio dos Santos Rodrigues-

O minicurso tem como objetivo apresentar e discutir alguns dos pressupostos teórico-metodológicos referentes ao uso das Histórias em quadrinhos como evidência para a História Política. Para tanto, tomo como objeto diferentes produções veiculadas, desde a segunda metade do século XX até os dias atuais, em diferentes contextos e tradições quadrinísticas. Considerando os quadrinhos como uma prática cultural, uma forma de traduzir ideias, percepções e experiências acerca de assuntos caros ao mundo social, alguns quadrinistas levantaram polêmicas, hastearam bandeiras e engendraram opiniões ao longo do tempo. As agendas feministas nos quadrinhos, a vinculação das HQs com os direitos de minorias e os usos e abusos dessa prática cultural no atual cenário religioso são algumas das temáticas a serem exploradas.

Márcio dos Santos Rodrigues é pesquisador de Histórias em quadrinhos como fonte para a Pesquisa e o Ensino de História, com Mestrado em História pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), na linha de pesquisa "História e Culturas Políticas" (2011). Licenciado em História pela mesma instituição federal (2007). Pesquisador do Grupo de Estudo e Trabalho História e Linguagem (GETHL), coordenado pelo Prof. Luiz Arnaut (História/UFMG). Além do interesse pelo estudo das Histórias em quadrinhos, desenvolve pesquisas dentro dos campos da História Política e da História Ambiental.

EDITORAS CONVIDADAS PARA EXPOR

Agir, Abril, Aleluia, Alto Astral, AnimalWorld, Antenna Edições Técnicas, AP Cultural, Editora Ariel, Autêntica, Artenova, Grupo A, Arx, Ateliê Editorial, Ática, Axcel Books, Biblioteca do Exército, Blucher Boitempo Editorial, Leia Tudo, Bookess Brasiliense, Briquet de Lemos, Bruguera, Calibán, Calvino Limitada, Campus-Elsevier, Casa Editora Presbiteriana, Casa Publicadora Brasileira, Casa Verde, Cejup, Centauro editora, Central Gospel, Centro Apologético Cristão de Pesquisas, Ciranda Cultural, Circo Editorial, Círculo do Livro, Civilização Brasileira, Claridade, Cléofas, Codecri, Companhia das Letras, Companhia Editora Leitura, Companhia Editora Nacional, Conrad Editora, Contexto, Cortez & Moraes, Cortez Cosac & Naify, DCL, Deriva, Desiderata, Difusão Cultural do Livro, Difusão Européia do Livro, Digerati, Editora 34, Editora do Autor, Editora do Brasil, Editora Forense, Editora da Fundação Getúlio Vargas, Edições G.R.D., Edições Loyola, Editora Movimento, Editora Senac, Editora UFMG, Editora UFV, Editora da Universidade de São Paulo, Editora Vera Cruz, Edições CNBB, Elevação, Estação Liberdade, Francisco Alves, Freitas Bastos, FTD, Fundamento, Geração Editorial, Germinal Editora, Gianlorenzo Schettino Livraria Editora, Girassol, Global, Globo, Graphia Editorial, Graça Editorial, Grupo Cultivar, Grupo Lund, Grupo Santillana, Guanabara Koogan, Guarda-chuva, Hama, Hemus, Hucitec, Ibis Libris, Iluminuras, Imago, Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, Imprensa Oficial do Estado do Rio de Janeiro, Impressão Régia, Intrínseca, J. Ribeiro dos Santos, Intrínseca, Jambô, Jorge Zahar Editor, Junta de Educação Religiosa e Publicações, Liberato, Litteris, Lígia Bojunga, Livraria Garnier, Livraria José Olympio Editora, Livraria Martins Editora, Livraria Moderna, Livraria Quaresma, Livraria Schmidt Editora, L&PM, Luzeiro, Madras Editora, O Malho, Manchete Editora, Martin Claret, Meca, Melhoramentos, Mercuryo, Moderna, Mojo Books, Moraes, Motorpress Brasil, Mundo Cristão, Nórdica, Nova Fronteira, Nova Sampa, Núcleo de Quadrinhos da FAU, Objetiva, OESP Mídia, Panda Books, Parábola Editorial, Paulinas COMEP, Paulus, Paz e Terra, Pensamento-Cultrix, Perspectiva, Petit Editora, Pimenta de Mello, Planeta Plural Editora e Gráfica, Provenzano, Prumo, Publicar do Brasil, Positivo, Quadrante, RBS Publicações, Revisão, Record, Rovellet, Rio Gráfica, Rocco, Sá, Sabiá, Salamandra, SBB, Saraiva Educação, Special Book Services, Sextante, Sinodal, TeleListas, Terceiro Milênio, Thesaurus Editora, Thomas Nelson Brasil, Tipografia Universal, Topbooks, Tradição, Transvias, Tupynanquim, Ultimato, UNESP (editora da), Unicamp (editora

da), Unipro, Universa, Universidade de Brasília (Editora), Vecchi, VestSeller, Vergara & Riba Editora, Via Lettera Editora, Vida, Vida e Consciência, Vieira e Lent, Virgo, Vitória, Vozes, WMF Martins, W4 Editora, Zahar Editores Átila, Zit.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL
COORDENAÇÃO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL

AUTORIZAÇÃO PARA DIVULGAÇÃO DE MONOGRAFIA.

Niterói, 04/08/2016

Eu, **DIANA DE PEDRO CAVALCANTI**, CPF 135.091.737-08 formando(a) do curso de Graduação em Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, autorizo a divulgação do conteúdo da monografia (texto integral e/ou fragmentos, respeitada a autoria) intitulada **“PRIMAVERA LITERÁRIA E CULTURAL – FOMENTAR E FLORESCER A CULTURA EM NOVA FRIBURGO”** defendida nesta data, em bibliotecas e sítios de divulgação de resultados científicos e acadêmicos. Para tal, comprometo-me a entregar a presente monografia em versão digital, em PDF.

Diana Cavalcanti

DIANA DE PEDRO CAVALCANTI