

ARTUR FALEIROS NEVES

**PROJETOS COLABORATIVOS COMO LABORATÓRIOS DE GESTÃO.
O RELATO DE EXPERIÊNCIA EM UMA CONVENÇÃO DE CIRCO**

TCC apresentado por **Artur Faleiros Neves** como exigência do curso de graduação em **Comunicação Social – Curso de Relações Públicas** da **Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP - Bauru** sob a orientação do professor doutor **Juarez Tadeu de Paula Xavier**

BAURU

2014

**PROJETOS COLABORATIVOS COMO LABORATÓRIOS DE GESTÃO.
O RELATO DE EXPERIÊNCIA EM UMA CONVENÇÃO DE CIRCO**

ARTUR FALEIROS NEVES

Aprovada em ____/____/____.

Data de apresentação em ____/____/____.

Local: SALA DE REUNIÕES DO DCSO | FAAC - UNESP BAURU

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Juarez Tadeu de Paula Xavier (orientador)
Chefe de Departamento de Comunicação Social da UNESP Bauru

Elson Reis
Secretário Municipal de Cultura de Bauru

Prof. Dr. Sonia de Brito
Professora Dra de Relações Públicas na UNESP Bauru

CONCEITO FINAL: _____

AGRADECIMENTOS

Agradeço minha família, mestres, amigos, parceiros, apoiadores artistas - a todos que torcem por mim e vibram com minhas/nossas conquistas. Agradeço em especial àqueles que se dedicam diariamente para tornar melhor o que nos tange e nos cerca melhor. Aos milhares de fazedores de cultura espalhados pelo Brasil e aos mais de 100 colaboradores diretos da Convenção Paulista de Malabarismo e Circo, objeto de estudo desse trabalho e um dos projetos mais tocantes em que pude contribuir e receber de volta toda energia que vêm embuída com o Circo, o lúdico, encantador e o impossível sendo feito a olho nú, em frente aos holofotes.

Agradeço à minha família por me apoiar e acreditar nos meus projetos e ideias e nominalmente por último ao Fora do Eixo: Rede colaborativa de comunicação e cultura, que vivenciei (2009-2014), de onde pude perceber um ponto de vista e absorver grande parte do repertório editado para esse projeto. Muito desse trabalho é uma bricolagem do que me foi dado naquelas casas e nas oportunidades que construí(mos) ali. Máximo respeito e gratidão.

Me permito a poesia, a gíria o vocabulário nas páginas que são minhas pra identificar sempre de onde falo. M'intégro, não arredo. Viva a arte de rua, as experiências coletivas, urbanas e a toda a sabedoria contida em toda e qualquer forma de cultura, independente de sua estética, linguagem, etnia, credo e cor. Sou fruto de uma bricolagem mundana, comunicador sensitivo. A parede me cansa. E eu quero mais. "A Rua é nós".

Minha linguagem é universal

E é a hipótese dessa suposta diferença
Que me permite semioticamente a referência
Nada mais sou do que uma montagem,
Uma edição de tudo que já vivi e me permiti
Sentir, ouvir, criar, traduzir e degustar.
Meu conhecimento é uma bricolagem popular
O mundo é meu lugar!

“Bricolagem copyleft”

Quem faz cultura, e não faz pra multiplicar
Não sabe onde pisa, tá sem juízo
se faz só pra somar na conta bancária
Avisa eles que nós vive de prejuízo\$

De que nos vale produzir arte e conhecimento
depois deixar sua fruição ao relento, por sustento
Procurro no tempo esquecer sofrimento,
alegria, eu tento. correria, atento.

Novas artes, novos ares
tudo que fazemos
não está, senão
nos nossos pares

Enquanto a dificuldade dos "outros"
não for problema "meu"
se não estão todos loucos
então, fudeu!

(Artur Faleiros NEves - 13.10.2014)

RESUMO

Este Projeto apresenta um relato de experiência de um formato de produção colaborativa e busca elucidar temas acerca da gestão cultural com base na 5ª Convenção Paulista de Malabarismo, Circo e Palhaço evento ao qual este busca complementar. A ideia é compartilhar tecnologias sociais abertas e livre para estimular o desenvolvimento de inteligências coletivas e apresentar uma perspectiva plural sobre a cultura como conceito antropológico e a base de relações humanas, das normas e contradições de uma sociedade. A partir de eventos colaborativos, se criam oportunidades de experimentar novos modelos de gestão e de relações sistêmicas a partir do compartilhamento (digital) e da colaboração e não mais a partir da lógica competitiva inerente ao capitalismo e à cultura do acúmulo egóico e individualista (analógico). Por fim, a tese apresenta a fruição cultural como força motriz de relações, redes sociais e geradora de patrimônios culturais materiais, imateriais, simbólicos e afetivos para ao reconhecimento e formação antropológica da sociedade e cultura de um povo.

Palavras chaves: Projetos Colaborativos, Gestão Cultural, Circo, Tecnologias Sociais, Antropologia da cultura.

ABSTRACT

This work features an instructional desing of the cultural production of independent festivals and intends to show some points of cultural management process based on the 5th Convention Paulista de juggling, Circus and Clown, an envent to which this is a supplementary search. The idea is to share a free and open social technology seeking to boost the sharing of some collective intelligences and introduce a plural perspective for culture as an anthropological concept the human relationships, standards and contradictions of a society. From collaborative events, as a lot of independent festivals around the country, we can create opportunities to try new management models and try to systemic relations from the sharing and collaboration rather than from competitive logic normal in capitalism and the culture of the egoic, analog and individualistic accumulation. Finally, the thesis presents the cultural enjoyment as a driving force of relationships, social networks and generating immaterial, affective and symbolic values to the Brazilian culture, for the recognition and formation of anthropological society.

LISTA DE FIGURAS, TABELAS E GRÁFICOS

FIGURA 1 - DESIGN INSTRUCIONAL DO ARRANJO CRIATIVO DE CIRCO.....	38
FIGURA 2 - ARRANJO CRIATIVO/CADEIA PRODUTIVA DO CIRCO.....	40
FIGURA 3 - COMPACTO.TEC.PDF: COQUETEL DE GRÁFICO E PLANILHAS.....ANEXO À PARTE (PAGINAÇÃO PRÓPRIA – IMAGENS E TABELAS SEQUENCIADAS EM ARQUIVO ÚNICO)	
- GRÁFICO DE INVESTIMENTOS DO PROJETO POR SETOR	01
- GRÁFICO DE INVESTIMENTOS FINANCEIRO POR SETOR.....	02
- TABELA: LINKS E DOCUMENTOS DE PRODUÇÃO.....	05
- TABELA : MAPA VISUAL DOS SETORES E SUBSETORES DA 5ª CONVENÇÃO PAULISTA DE MALABARISMO, CIRCO E PALHAÇO.....	06
- TABELA: ORÇAMENTO/RELATÓRIO - MAPA DE ENTRADAS E SAÍDAS DA 5ª CONVENÇÃO PAULISTA DE MALABARISMO, CIRCO E PALHAÇO.....	11
- TABELA: ORÇAMENTO INICIAL PREVISÕES.....	12
- TABELA: GRADE DE PROGRAMAÇÃO.....	14
- TABELA: PROGRAMAÇÃO ARTÍSTICA.....	16
- TABELA: OFICINAS - 5ª Convenção Paulista de Malabarismo, Circo e Palhaço	17
- TABELA: CHECK LIST: LISTA DE COMPRAS.....	19
- TABELA: PLANEJAMENTO E PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA REDES SOCIAIS.....	20
- TABELA: CORTESIAS.....	28

LISTA DE ANEXOS NO CD

- **ANEXO 1 | VÍDEO: COBERTURA AUDIOVISUAL. Vídeo produzido colaborativamente pelo comunicador e ativista do circo Lucas Abduch canal “Malabarize-se” do youtube (11MIN)**
- **ANEXO 2 | FOTOS: Cobertura Fotográfica: por Renan Miguel**
- **ANEXO 3 | PEÇAS GRÁFICAS**
- **ANEXO 4 | PROJETO DE CAPTAÇÃO E APRESENTAÇÃO**
- **ANEXO 5 | CARTA CONVITE MODELO**
- **ANEXO 6 | TERMO DE RESPONSABILIDADE**
- **ANEXO 7 | PRESS RELEASE**
- **ANEXO 8 | PLANO DE MÍDIA**
- **ANEXO 9 | PANFLETO DO CONVENCIONISTA**
- **ANEXO 10 | CHECK LIST DE ESTRUTURA PARA TREINOS APRESENTAÇÕES AÉREO**
- **ANEXO 11 | CRONOGRAMA DE OPERAÇÃO DE LOGÍSTICA DO EVENTO**
- **ANEXO 12 | IDENTIDADE VISUAL**
- **ANEXO 13 | PEÇAS PARA IMPRESSÃO**
- **ANEXO 14 | RIDER TÉCNICO DE ILUMINAÇÃO E SONORIZAÇÃO LONA**

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	09
1.1 – A 5ª Convenção Paulista de Malabarismo, Circo e Palhaço.....	12
1.2 - Festivais Independentes.....	13
1.3 – Arranjos Criativos e Projetos Colaborativos	15
2. JUSTIFICATIVA	17
2.1 – A importância do evento num cenário de novas movimentações no setor cultural.....	17
2.2 – Indução de Ambientes Cognitivos, atividades formativas e fluxo de conhecimento.....	19
2.3 – As relações Públicas e o Circo: Do lúdico à movimentação de pessoas e recursos.....	20
3. OBJETIVOS	23
3.1 – Objetivos Gerais.....	23
3.2 – Objetivos específicos.....	24
4. METODOLOGIA	26
4.1 – Gestão de recursos.....	26

4.2 – Gestão de processos.....	29
4.3 – Gestão de pessoas.....	30
4.4 – Sistematização e Dados e Design instrucional.....	32
5. DISCUSSÃO OU CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
6. REFERÊNCIAS	44

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho é um relato de experiência de produção de um evento e também a sistematização de tecnologias sociais de gestão e relações humanas tendo como ponto de partida o Circo, a cultura e os eventos. Para a realização dele participei ativamente da gestão do projeto inserido como estudo do caso da Convenção Paulista de Malabarismo, Circo e Palhaço. A pesquisa das metodologias e tecnologias de produção são um estudo de 06 anos em uma pesquisa baseada na produção colaborativa, gestão de festivais e movimentações culturais inserido contextualmente com artista e como militante pela rede Fora do Eixo (2009 - 2014). Para concretizar esse trabalho e servir como tal, busquei sistematizar ao máximo o processo de produção do evento e traçar uma análise tomando como base alguns teóricos, programas e pensadores contemporâneos para complementar e justificar minhas colocações.

A definição do tema central de estudo foi tomada com base no acúmulo compartilhado de experiência na gestão de festivais que vivenciei e, ao mesmo tempo, com a minha saída da Rede Fora do Eixo busquei aproveitar o momento para entender como poderia me manter em movimento, conectado à lógica do ativismo-cultural-político por meio do circo, da cultura, da arte, dos eventos e das Relações Públicas.

Para isso, me utilizei do Compacto TEC (Metodologia de sistematização desenvolvida pelo Fora do Eixo), desenvolvi figuras ilustrativas e infográficos para tangibilizar o universo dos arranjos criativos e das relações humanas traçadas a partir da lógica do compartilhamento, da produção de eventos e de uma perspectiva de redes.

A partir da produção de eventos independentes, uma rede de atores sociais se movimentam e trabalham numa lógica de ativismo no setor cultural, buscando dinamizar as relações e melhorar o posicionamento da Cultura nos ambientes políticos, economicos, sociais etc, bem como criar ambientes mais sustentáveis para o desenvolvimento e fruição das práticas circenses.

A proposta do trabalho pragmaticamente começou em Junho de 2014 com a organização da 5ª Convenção Paulista de Malabarismo, Circo e Palhaço (CPMCP) que orienta esse trabalho como um estudo do caso para tangibilizar aspectos fundamentais da economia da cultura, dos processos políticos que contornam esse cenário e principalmente na produção e compartilhamento de tecnologias sociais que venham a contribuir com facilitações para as próximas produções e para estudos no setor cultural e na macro dimensão simbólica, cultural e antropológica que os projetos culturais possam influir.

Ressalto aqui, que o período de produção do evento escolhido coincidiu com a greve geral da UNESP e acabou prejudicando o processo de atendimento para o desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso que acabou perdendo em alguns momentos o “timing” de sistematização e de algumas metodologias que poderiam ter nos trazido mais informações e detalhes. Retifico aqui este fato sob orientação do comitê de ética da greve.

Considero relevante apresentar também o ponto de vista de onde falo e elaboro a narrativa aqui apresentada. Sou malabarista, artista independente, ativista, discente de Comunicação Social e militei por 5 anos na Rede Fora do Eixo - Mídia NINJA como gestor de coletivos, festivais, casas-coletivas e experiências de envolvimento em ativismos sociais e culturais. Experiência, essa, aliás que posiciono mesmo que intangivelmente como uma das principais fontes de pesquisa, repertório e aprofundamento desta projeto. Hoje, 2014, busco concluir o curso superior em Comunicação Social, vivo de arte e busco no circo energia suficiente para me manter estimulado a experimentar, criar, desenvolver relações, tecnologias e avanços para mim, para o circo e para todos que compartilham desse universo - do circo e de qualquer outro micro ou macro ambiente sistêmico que tenha a cultura como centro- independente de por onde o enxerga.

A Convenção Paulista de Malabarismo, Circo e Palhaço se propõem a ser um grande encontro de agentes culturais do circo para criar um ambiente de trocas, formação e profissionalização artística, bem como fortalecer as relações sociais e criar estratégias para melhorias nas políticas públicas do circo, nos projetos independentes e na manutenção da autonomia e das potencialidades conectadas a partir das redes sociais online e offline fortalecidas pela internet, encontros, projetos e eventos.

A 5ª CPMCP foi organizada de forma colaborativa e teve ao todo mais de 120 colaboradores, que prestam serviços em diferentes esferas da cadeia produtiva e criativa do circo, em um Arranjo Criativo que, para acontecer, nega as lógicas

tradicionais de política e economia para criar uma Zona Autônoma Temporária (TAZ) - aproveitando a teoria de Haykin Bey - capaz de experimentar uma realidade utópica de um ambiente que vive o circo 24h por dia com atenção, estrutura, sincronização de agentes sociais, programação diferenciada, festas e muita diversão, aprendizado e trocas.

A necessidade de produção de eventos como esses surgem em contra ponto a uma cultura hegemônica e uma lógica de mercado sugerida pela indústria cultural que coloca a arte como produto e mantém uma visão arraigada analógicamente na propriedade intelectual e no direito autoral, sem visualizar os processos antropológicos e as dimensões simbólicas que a arte e a sua criação, elaboração, produção e distribuição podem gerar culturalmente.

Entendendo isso, enxergo como fundamental que se criem cada vez mais espaços de experimentação e proposição de novos formatos de gestão que valorizem a autonomia estética, a produção independente e processos culturais. A partir da sistematização e da conceituação desses universos pretendo fornecer argumentos para que possamos seguir analisando este Arraio Criativo e possibilite cada vez mais o posicionamento da cultura como foco e ferramenta no estudo e laboratório para novos modelos de gestão, relação e processos sociais.

A elaboração e organização da CPMCP vai muito além da sua lógica de produção de evento. Tendo em vista o cenário no qual os agentes culturais do circo se enquadram, acredito que seja de vital importância para o segmento artístico que seus agentes culturais estejam cada vez mais próximos, enxergando o cenário político e o contexto histórico no qual o circo se insere, remontando mais de 6 mil anos de história como linguagem artística e quase 400 anos de construção de ambientes, difusão de culturas e impulsionador de relações, emoções, estímulos, trabalhos e os mais variados tipos de recursos. Além disso, é fundamental que se criem ferramentas cada vez mais potentes para que o circo se desenvolva de forma autônoma e continue crescendo e buscando entender as adaptações que pode fazer a partir do advento da internet.

Com a internet passamos a ter domínio dos meios de produção e a baixo custo podemos operar uma lógica que até então era mais cara sob o controle dos detentores de conhecimento, tecnologias e meios de produção. As redes sociais, a internet na perspectiva de uma sociedade do compartilhamento e da era da informação, começam a provocar diversas reestruturações nas cadeias produtivas da cultura. Esse pensamento também tem se apresentado sintomaticamente presente em novas movimentações no setor cultural e é nesse contexto que está inserido o evento e esse trabalho como seu complemento.

A Convenção Paulista de Malabarismo, Circo e Palhaço assim como muitos festivais colaborativos é um espaço de experimentação de novos modelos de gestão que busca uma lógica colaborativa em contraposição à lógica mercadológica e política que disputa ideologicamente e economicamente a arte e seus produtos. Assim sendo, tendo o “produto” e os meios de produção nesse caminho podemos observar a Convenção de Circo como um campo autônomo e livre para construir espaços de fruição, propostas e provações estéticas e reflexões culturais, morais, éticas, políticas etc, como se pode observar na leitura de Bourdieu:

“A vida intelectual e artística permaneceu durante toda a Idade Média e Renascimento, sob a tutela da aristocracia e da Igreja, atendendo às suas demandas éticas e estéticas. A libertação progressiva, tanto econômica como social, deste comando, ou seja, o processo de autonomização da produção intelectual e artística é correlato à constituição de uma categoria socialmente distinta de artistas ou de intelectuais profissionais, cada vez mais inclinados a levar em conta exclusivamente às regras firmadas pela tradição herdada de seus predecessores, e cada vez mais propensos a liberar sua produção e seus produtos de toda e qualquer dependência social, seja das censuras morais e programas estéticos de uma Igreja empenhada em proselitismo, seja dos controles acadêmicos e das encomendas de um poder político propenso a tomar a arte como um instrumento de propaganda.” (BOURDIEU, 1974)

Sendo assim, pretendo argumentar sobre a potência desses eventos e como a cultura e a arte podem tomar dimensões simbólicas e contribuir para mudanças sociais antropológicas em hábitos, pactos sociais, valores morais e culturais e históricos de um povo por meio do desenvolvimento econômico, da construção de arranjos criativos que movimentam as relações públicas, a política, disputas de narrativas e, sobretudo, de todo o potencial simbólico, afetivo e sensitivo que envolve a criação artística nesse processo da “cauda longa” (ANDERSON, 2006) e que se coloca como uma oportunidade para o desenvolvimento de tecnologias mais sustentáveis de gestão, que surgem a partir da arte, das relações humanas e dos desejos, utopias e horizontes de cada um.

O principal capital investido nas Convenções é a força de trabalho de cada agente dedicado ao processo coletivo e horizontal de produção. O objetivo é dar estrutura para que possamos construir uma programação ampla, dando oportunidade para o máximo possível de artistas compartilharem suas pesquisas e repertórios, bem como estimular os participantes a beberem daquelas fontes, para inspirar a construção das cenas locais, para que a cadeia produtiva exista e se sustentabilize com seus mecanismos, a partir da plataforma e das relações com as cidades.

A relevância do evento é determinante para a sensibilização de cada um dos seus colaboradores. O quanto cada encontro e imersão, como uma convenção permite no universo do Circo, gera de estímulo, tecnologia e qualificação garante um retorno inestimável para a formação de cada um, bem como muitas vezes para a decisão sobre permanecer ou não buscando sustentar a vida em cima desses projetos e da cultura em si, apesar de todas as dificuldades que são colocadas para quem têm isso como foco e, sobretudo, como essas dificuldades podem ser superadas por meio de ações coletivas, políticas públicas e de uma perspectiva de compartilhamento e desenvolvimento socio-cultural. Nesse sentido, percebo a reflexão de Warren indicando caminhos para que essas experimentações criem reflexos em outros âmbitos da sociedade refletindo e inferindo nos padrões e costumes, por exemplo, e justificando os fazedores de cultura cada vez mais como seres políticos relevantes:

“O ativismo de hoje tende a protagonizar um conjunto de ações orientadas aos mais excluídos, mais discriminados, mais carentes e mais dominados. A nova militância passa por essa nova forma de ser sujeito/ator. Portanto, a divisão clássica de ONGs “think tanks” (ou produtoras de conhecimento), ativistas (ou cidadãos) e prestadoras de serviço (ou de caridade) tende a dar lugar a organizações que mesclam, cada vez mais, essas três formas de atuação, tendo em

1.1 – A 5ª Convenção Paulista de Malabarismo, Circo e Palhaço

A 5ª CPMCP, caso escolhido nesse projeto, aconteceu de 11 a 14 de Setembro de 2014, em Bom Jesus dos Perdões/SP e recebeu 381 convencionistas de 10 países, em quatro dias de evento com mais de 60 oficinas e 10 espetáculos na programação, além de bate-papos, atividades infantis, jogos, competições e festas. O projeto é uma iniciativa independente e conta com a participação de diversos artistas e mais de 100 colaboradores em sua estrutura de produção. Particpei da equipe de gestão do projeto junto a outras três pessoas: Juliana Gusmão (Produtora do Circo no Beco/SP), Marcílio Moura (Produtor Cultural e realizador de diversas convenções) e Marcelo Rodini (Malabarista que organizou as últimas duas edições anteriores da CPMCP como anfitrião em sua cidade, Ribeirão Preto)

O evento acontece desde 2004 sem frequência pré-determinada e propõe um intercâmbio estadual das artes do circo. Com o crescimento do projeto, desde a terceira edição passou a reunir artistas de diversos países em busca de estimular a formação artística e o desenvolvimento de redes de contatos entre circenses no país e fora dele.

O Centro Esportivo Manoel Alonso Almendra e a Prefeitura Municipal disponibilizam um ginásio, duas quadras, uma sala fechada com chão revestido de E.V.A, uma pista de Bike Cross, área de camping, espaço para montagem da Lona e banheiros. Além disso, o maior investimento no projeto é dado em serviços como colaboração de cada artista, profissional e ativista que participa da Convenção que não recebem financeiramente pelo trabalho, mas que nem por isso deixa de ter valor econômico. Para mensurar e ilustrar a situação, caso todos os serviços prestados à 5ª CPMCP tivessem sido pagos em espécie, o custo do evento seria de R\$250 mil. Contudo, o fluxo de caixa ao longo de todo o processo ficou em aproximadamente 10% desse valor.

A Convenção é um evento singular que tem como objetivo principal incentivar a troca de saberes. Um espaço para aprimoramento técnico, treinamento coletivo, mostra de trabalhos e intercâmbio com pessoas das mais diferentes regiões do país e do exterior. A programação engloba noites de espetáculos e números circenses, oficinas e atividades como jogos, treinos, palestras e debates. Seguindo a tendência das convenções européias de malabarismo, realizadas há mais de trinta anos, alguns entusiastas brasileiros decidiram há quinze anos organizar um encontro nacional, onde artistas profissionais e amadores pudessem intercambiar conhecimentos e pesquisas. Estes encontros passaram a ser denominados Convenção Brasileira de Malabarismo e Circo (CBMC), e aconteceram em diferentes cidades do país, sempre organizados por voluntários das localidades que os sediavam a cada ocasião. Depois disso, o estímulo e a ideia se espalhou para convenções regionais e gerou, por exemplo, o evento estudo de caso deste projeto.

CRONOLOGIA DAS CONVENÇÕES PAULISTA

A primeira edição aconteceu em 2004, na cidade de Cotia – SP, organizada por artistas da Cidade de São Paulo, entre eles, Du Circo. 192 participantes.

A segunda edição aconteceu em Setembro de 2009, na cidade de Ribeirão Pires – SP, organizada por Marcílio Moura, Felipe Liporonis e Franciscarla Marinho. 245 participantes.

A terceira edição aconteceu em abril de 2011, na cidade de Ribeirão Preto – SP, organizada por Du Circo, Marcelo Rodini, Marcílio Moura. Contou com apoio do Coletivo Óbvios Mexidos, Cidade do Circo e Casa das Artes. 276 participantes.

A quarta edição aconteceu em 2012 em Ribeirão Preto - SP. Organizada por Marcílio Moura, Du Circo, Marcelo Rodini e Suzi Vieira. 305 participantes.

A quinta edição aconteceu em 2014, em Bom Jesus dos Perdões - SP. Organizada por Marcílio Moura, Marcelo Rodini, Artur Faleiros e Juliana Gusmão 381 participantes.

1.2 - Festivais Independentes

Partindo de um cenário em que impera a escassez de recursos e enfrentando dificuldades principalmente de estrutura, pouca disponibilidade de tempo devido aos baixos orçamentos, os organizadores de festivais encontram-se em uma situação em que precisam buscar recursos e investidores que aceitem viabilizar os projetos. A questão está em torno de como conseguir sensibilizar os públicos e disputar a disponibilidade de pessoas para investirem no universo do circo.

Festivais independentes eclodem e se popularizam pelo Brasil cada vez mais desde os anos 90. A articulação de artistas, comunicadores, produtores, gestores e entusiastas torna cada vez mais comum a circulação desse tipo de profissionais, bem como de seus projetos e ideias. Para vencer a limitação de recursos disponíveis e o raso investimento público no setor cultural, diversos coletivos e movimentos culturais se organizam para garantir que a cultura em suas cidades se mantenha ativa, viva e crescendo de forma resistente se aproximando do significado de cultura popular.

A partir das movimentações em torno de uma pauta inicial e da demanda dos agentes de se movimentarem, novas conexões são estabelecidas, atores sociais ganham força, parceiros trocam informações em busca de avanços e conquistas compartilhadas. Tomando como base a experiência de produção e gestão da Convenção Paulista de Malabarismo e Circo o trabalho compila experiências, tecnologias e informações coletadas a partir da produção da quinta edição do projeto.

As Convenções funcionam na lógica colaborativa e são organizadas de artistas para artistas com a participação de entusiastas, alguns produtores-ativistas, amigos e diversos tipos de colaboradores. O evento se encaixa na lógica dos Festivais Independentes e está inserido, sobretudo, nesse contexto:

"No essencial, os festivais do século 21 têm a mesma função dos realizados na década de 1960: revelar novos talentos. No restante, e a começar pelo fato de que não são competitivos, são completamente diferentes. (...) A internet vem substituindo o rádio e a televisão como principal meio de divulgação de música. As gravadoras enfrentam dificuldades financeiras, e os artistas, novos ou não, sobrevivem sobretudo de shows. É justamente esta uma das principais funções dos novos festivais: ver quem se sai bem no teste do palco." (A Nova Era dos Festivais, reportagem publicada na Revista Bravo! Maio/2009)

Oriundos desse cenário escasso de recursos distribuídos e suas políticas públicas de fácil acesso, grande parte dos festivais só se tornam possíveis com práticas de economia solidária. Esta realidade traz ao festival um conceito econômico diferenciado e dialógico com a ideia de zona de trocas de experiências, em oposição a um conceito mercadológico ultrapassado de produtores e receptores. Nesta perspectiva o artista, o público e o produtor protagonizam em igual condição o festival. Dentro desta perspectiva o simbólico e o sensível se tornam ativos de troca muito grandes compondo o sistema de trocas proposto. Interpretando a teoria de Lala Deheinzelin, podemos perceber que existem muitos atores dispostos a participar visto a quantidade de inscrições e propostas de atividades para a programação. Tendo em vista a organização de um evento que trouxesse uma qualidade artística - e logo uma "vitrine" para os artistas também - e a qualificação das relações e das movimentações do circo. Aproveitando o cenário de baixa circulação, a proposta mesmo sem ajuda de custo se torna interessante e coerente com a situação:

A falta de circulação e visibilidade cria uma falsa impressão de escassez e isso vale tanto para questões básicas - há alimento, dinheiro, energia e água suficientes, o que não há é uma distribuição - quanto para os vários produtos da economia criativa. A ideia da falta, da escassez leva de novo a enfatizar a produção em detrimento da distribuição, e eis-nos presos num círculo vicioso. (DEHEINZELIN. 2011, Pg 352)

Os festivais são grandes espaços de interlocução para a juventude, são plataformas que criam desejos, que apresentam um universo idílico, representando essa fatia social de forma contemplativa e, com isso, aglutinam muito potencial formativo, político e econômico são estratégias bastante eficazes para dar visibilidade à cultura circense, aos profissionais da área e estimular novos artistas e agentes culturais, fomentar um novo mercado, contribuir com o processo de ampliação dos públicos e dos valores afetivos do circo, para agregar cada vez mais pessoas e olhares. É também um momento muito rico para que se tenham críticas e avaliações sobre o cenário, mercado, políticas públicas e tudo que tange o universo da arte e cultura circense.

Os Festivais funcionam também de certa forma como indicadores de qualidade e formam um banco de informação para curadores e produtores culturais da área. Assim, posicionam e dão mais visibilidade aos artistas, organizadores e envolvidos com o projeto, além de funcionar como uma grande potência para a qualificação das atividades em diversos níveis. Os festivais também são grandes festas e proporcionam momentos de aprendizado por meio da diversão, da amizade e das relações que se desenvolvem a partir das suas atividades e desdobramentos.

1.3 - Arranjos Criativos e Projetos Colaborativos

A partir da arte desdobra-se um cenário criativo com uma atmosfera muito rica de serviços, recursos e outros valores simbólicos, afetivos e intangíveis, que provoca e coloca em fluxo toda uma cadeia produtiva com trabalhos, profissionais, orçamentos, políticas públicas etc. A partir da autonomização que a arte propõe para seus atores sociais e utilizando-se da produção de eventos como um território híbrido de política, formação, entretenimento e socialização da arte, os festivais ocupam um espaço de prestígio e relevância.

Os projetos colaborativos ou processos de economia criativa só são possíveis quando o principal interesse é vinculado à lógica coletiva, pensando no bem comum e no desenvolvimento do todo, para que se possa chegar a um cenário mais sustentável e favorável, também, para cada indivíduo. Sendo assim, é importante levar em consideração que a figura responsável pelo engajamento e mobilização dos atores sociais envolvidos conheça ou busque se conectar com pessoas do ramo. É necessário avaliar as potências, parceiros e recursos que disponíveis para dar corpo ao projeto.

“Considerar os potenciais pré-existentes é outro dos caminhos importantes no trabalho com Economia Criativa. Infelizmente fomos treinados a enxergar as carências, ver o que falta, e não o que temos, quais as potências disponíveis. Em nosso trabalho muitas vezes chegamos a uma comunidade ou instituição e perguntamos: “O que existe de especial aqui?” e a resposta é: “nada...”. Aí começa o exercício de identificar potências, de ver quais os ingredientes que poderão compor nosso colar ou a receita única que vai distinguir e qualificar.” (DEHEIZELIN pg 347)

É uma tarefa árdua tangibilizar uma dimensão simbólica na produção cultural e a discussão acerca dos custos e valores intangíveis de um projeto como um Festival Independente, contudo pode-se dimensionar a importância política e a relevância econômica desses projetos como um processo coletivo, criativo e social e que tem seu principal investimento advindo do campo intangível em contraponto à produção mercadológica e cara da arte, que tem sua potência ligada diretamente ao poder econômico e aos números que um artista movimenta, por exemplo. A partir do estímulo de se construir um cenário mais fértil para que todos possam crescer juntos e de uma perspectiva solidária e criativa é possível se explorar as potências de um grupo e não só as dificuldades que eles têm.

Quando se trata de arte pensamos pelo menos num processo que envolve criação, produção e distribuição. Se for para pensar na obra de arte desde sua concepção pelo artista quando concretiza uma ideia, até o momento final em que seu “produto” é distribuído ou consumido, é possível desenhar uma enorme indústria criativa, que abrange diversos setores profissionais, e um investimento de serviços e recursos imateriais - conhecimento, ativos políticos, tecnologias sociais etc - que formam o que tomamos como definição Arranjo Criativo. Para conectar essas pontas é preciso sinergizar os processos e fazer com que todas essas profissões e recursos estejam em fluxo, conectadas e funcionando de forma sistêmica e organizada, como sugere o desenho de Arranjo Criativo inserido no anexo de “Desing instrucional” no capítulo de metodologia desse trabalho. Este Arranjo envolve tais serviços, dimensiona empregos, turismo, indústrias criativas e provoca a circulação de recursos, conhecimento, pessoas e outros tantos signos intangíveis.

Ainda podemos ser mais abrangentes na leitura de uma Cadeia Produtiva e de um Arranjo Criativo se levarmos em consideração que os eventos culturais são também atrativos turísticos e geradores de empregos formais e informais. Isso já dá margem para que se pense mais uma dezena de profissões e serviços que seriam necessários para atender a toda essa demanda, logística e desdobramentos, a que trazem mais pessoas, recursos e visibilidade para uma cidade do interior, por exemplo. Esse desdobramento pode ser posicionado como propulsor de relações econômicas, políticas e sociais.

“A primeira tentativa de focalizar o crescimento das indústrias culturais no âmbito das políticas públicas teve lugar há 30 anos, com a iniciativa tomada pela Unesco para direcionar esforços no sentido de compreender as desigualdades em termos de “recursos culturais” entre Norte e Sul, que reconhece contribuições econômicas da cultura e propõe métodos de análise.” (GIRARD, 1982).

2. JUSTIFICATIVA

2.1 – A importância do evento num cenário de novas movimentações no setor cultural

Podemos considerar os festivais como uma Zona Autônoma Temporária, emprestando a teoria de Hakim Bey, para ilustrar como podemos partir de uma experiência coletiva e de um laboratório para construir novas propostas de realidade imediata. A Convenção só é possível porque seu capital simbólico está na busca por experimentar a realidade de um espaço em que o circo seja vivo, valorizado e o motivo de vida e manutenção do espaço e tempo presente, e não somente ferramenta de gestão de carreira e um produto cultural. Independente do Status quo de cada artista e da sua posição social, nos projetos colaborativos é necessário pensar todo seu desenvolvimento como criação e elaboração. Assim sendo, todos os envolvidos tomam sua devida importância e as diferenças se somam como riqueza e potência, não apenas como mercadoria e valor de troca

“A arte no Mundo da Arte tornou-se uma mercadoria. Porém, ainda mais complexa é a questão da representação em si, e a recusa de toda mediação. Na TAZ, arte como uma mercadoria será simplesmente impossível. Ao contrário, a arte será uma condição de vida. A mediação é difícil de ser superada, mas a remoção de todas as barreiras entre artistas e "usuários" da arte tenderá a uma condição na qual (como A.K. Co maraswamy escreveu) "o artista não é um tipo especial de pessoa, mas toda pessoa é um tipo especial de artista". (BEY, 2001. pg 31)

O projeto assume dinâmicas coletivas em busca de práticas sustentáveis, que potencializam as ações e as movimentações culturais em torno do circo. A intenção é gerar novas tecnologias sociais, estimular atores sociais e seus profissionais, bem como atualizar e dinamizar as relações e as trocas de conhecimento, análises de conjuntura etc. Com isso, o evento se torna uma ferramenta para o desenvolvimento socio-cultural do universo do circo a partir da inteligência colaborativa e dos ambientes cognitivos que são gerados em festivais e eventos como a CPMCP. A partir desse tipo de evento a circulação de ideias, artistas, agentes culturais, projetos e produtos estimula conexões e pessoas com interesses comuns, que ocupam o mesmo espaço e tempo durante o evento, incidindo ativamente na construção do circo moderno.

Em busca de um estilo de vida mais consciente, responsável e sustentável, menos dependente de grandes sistemas de comércio e pré ocupados com os impactos - já nítidos - do esgotamento de recursos naturais, pessoas começam a preferir fazer negócios com pessoas, escolhem trocar ao invés de vender e optam por reutilizar ao invés de reciclar. A premissa dessas práticas se apoia na perspectiva de dar vazão à produção independente contemporânea de conhecimento, arte e cultura e assim se dá a organização de muitos festivais feitos por artistas, agentes culturais e ativistas. Essa é a lógica “digital”, que têm o compartilhamento, a construção de redes de relações e fluxos de recursos como uma das suas principais bases, bem como a internet e as interfaces e meios de produção, muito mais baratos, advindos com seu surgimento.

A partir da internet e das dinamizações das relações e dos meios de produção que surgem a partir dela, é possível se construir

um “coro polifônico improvisado” como aponta Levy (1993). As mesmas características orgânicas e inerentes à internet impulsionam também os paradigmas dos projetos colaborativos e constroem neles um espaço de experimentação de novos modelos de gestão e de produção oferecendo meio de produção, inserindo os atores sociais numa lógica estruturada desde seu planejamento inicial até a concretização do projeto. Além disso, a conexão estabelecida coloca cada pessoa em contato podendo oportunizar relações entre os participantes, de cada um com a organização, entre pessoas e o coletivo, com outros coletivos e a sinergização disso diminuindo cada vez mais as mediações e colocando cada vez mais os participantes como responsáveis e atores responsáveis.

“Os usuários das novas tecnologias digitais e da Internet estão revolucionando a produção cultural e artística. Na atualidade, qualquer pessoa pode usar a Internet para distribuir seus trabalhos de investigação, postar as canções que grava com seu grupo de música, ou difundir sem restrições os vídeos que realiza com sua câmera digital. Desaparecem, nestas circunstâncias, os intermediários culturais. Torna-se mais imediata a relação criador-usuário. As novas tecnologias contribuem para que se questionem os fundamentos da forma-mercadoria e da lógica da intermediação capitalista. Outros metabolismos econômicos emergem, particularmente aqueles derivados da generosidade e da solidariedade. Na sociedade da informação, a propriedade intelectual dos bens imateriais se contrapõe aos interesses comuns. A produção de escassez artificial entra em conflito com a produção colaborativa e com o compartilhamento. O sistema de copyright parece não mais servir.” (LIMA, Clovis Montenegro de, 2008. Pg 127)

A partir dessas leituras, do ponto de vista artístico, parece estratégico que se coloque como metas na gestão de uma carreira artística a circulação por festivais independentes. Estes se mostram caminhos indispensáveis para a construção de carreiras artísticas em todos os estágios. Como função de "vitrine", o artista iniciante ganha ao se apresentar a um público que não é dele, o artista médio ganha na fidelização e ampliação de público e o artista grande colhe frutos dos estágios anteriores. Não há perspectiva de lucro e nem de prestação de serviço por nenhuma parte. O objetivo é a construção de estruturas sustentáveis conectadas e orgânicas entre si, tendo a clareza que sem tal conexão, a sustentabilidade inexistiria.

“Nos últimos anos, a oferta e a demanda de festivais experimentaram um crescimento espetacular; isso se baseia na hipótese de que esta nova oferta, amplamente subvencionada, promove o turismo (...) No entanto, a maioria dos festivais acusam déficits crescentes, um resultado do “caráter antieconômico” de seu funcionamento..” (BENHAMOU, pg 69)

Esse formato de produção é apresentado com um novo modelo de gestão no setor da cultura, contextualizado pela situação contemporânea em que as novas mídias, a internet e as ferramentas digitais, por exemplo, influenciam a indústria fonográfica e toda a cadeia produtiva da música, que sofreu um grande abalo em seus suportes físicos nos últimos anos. A consequência é a estruturação de redes e a construção de novos modelos de negócios aplicados à economia da cultura, que apresentam propostas sistêmicas de modos de organização horizontalizados e que pensam suas dinâmizações de forma rizomáica e não numa hierarquia dura, empresarial e engessada.

No Circo a lógica do colaborativo e da construção de espetáculos de variedades que conectam diferentes linguagens artísticas e

atores sociais perdura desde o classicismo, quando as atividades circenses passaram a ocupar picadeiros e lonas. Contudo, cada vez mais as práticas em rede e a construção de relações dinâmicas a partir disso vêm se fortalecendo e aparecem como um novo campo potencial para fruição e fomento do circo.

Neste contexto, é de extrema relevância que se criem e recriem mecanismos e plataformas sustentáveis para a construção de uma estrutura que viabilize ações efetivas para promoção da cultura independente e da arte de rua, estimulando a criação, elaboração, produção e circulação de todos os tipos de informação e projetos.

Uma das principais tecnologias e potências nesses tipos de festivais é a capacidade de mobilização, articulação e fruição cultural que eles aglutinam, para além dos seus recursos financeiros e materiais investidos. Simbolicamente as Convenções de Circo representam uma integração dos agentes de um Arranjo Produtivo de Cultura disperso e trabalham uma economia intangível, a construção simbólica de novos espaços, mercados e formas de consumir e produzir cultura.

“Este é um tema que merece aprofundamento, pois, considerando as quatro dimensões da sustentabilidade, podemos desenvolver produtos e processos sistêmicos, mais eficientes e sustentáveis, na sua estruturação, resultados, forma de avaliar. Na coordenada do tangível, temos as dimensões econômica e ambiental e na coordenada do intangível temos as dimensões cultural/simbólica e a social. Normalmente achamos que patrimônio se refere apenas ao econômico, como investimento, financiamento, mercados, permutas, banco de horas, moedas complementares. Mas, também existe patrimônio na dimensão social: o tecido social, as redes, a representação política, articulação, lideranças, ação coordenada. Patrimônios na dimensão cultural: conhecimento, saberes, reputação, marca, história, linguagens artísticas. E patrimônios ambientais: não apenas o ambiente natural (biodiversidade, as matérias-primas, nosso corpo e saúde), mas também o ambiente tecnológico (os espaços, estruturas e equipamento). Ao atuar nas quatro dimensões da sustentabilidade e seus patrimônios é interessante também notar que estamos falando de várias formas de capital: capital humano, capital intelectual, capital social, capital cultural, capital ambiental. Usamos todo o tempo estas expressões, mas ainda não reconhecemos que “valor” é mais do que o econômico. Reputação por exemplo, é um valor que tende a ser dos mais importantes... A crescente centralidade do intangível provavelmente trará a necessidade de desenvolver indicadores multidimensionais de riqueza e resultados, que considerem estes múltiplos capitais, nas quatro dimensões da sustentabilidade. (DEHEINZELIN, Pg 356)

2.2 – Indução de Ambientes Cognitivos, atividades formativas e fluxo de conhecimento

A forma como a programação é ofertada, bem como a construção dos ambientes a pré disposição de o evento funcionar como um organismo vivo e aceitar propostas e adaptações, aglutinam atividades e pessoas em sua estrutura, proporcionando experiências com as potencialidades de cada indivíduo num espaço de trocas de saberes e culturais. Para além da programação a proposta de imersão no universo do Circo, morando, comendo, assistindo espetáculos e oficinas tudo no mesmo espaço gera uma energia que estimula os participantes a buscarem o máximo possível de informação, intensificando ainda mais os dias de vivências, trocas e aprendizados com treinos livres, conversas, “jam-sessions”, freestyles, competições etc.

Nesta perspectiva dos processos de construção colaborativa e coletiva, a Convenção se transforma em um grande macro

ambiente de formação livre, onde os diferentes agentes envolvidos estabelecem relações uns com os outros, com o espaço, consigo mesmos em vivências construtivas, e a própria produção e execução do evento se torna uma experiência. Um festival independente busca uma interferência e é também um “campus” de formação diferenciado e livre que visa abrir brechas no cotidiano das pessoas e do universo que as cerca em suas cidades, estados ou país, num primeiro momento. Essa quebra que abala pelo sensível no espaço-tempo e gera uma zona autônoma e temporária de experiências, se transforma em palco de formação política, estética e social. A construção de vivências estéticas baseadas em modelos de economia solidária interfere politicamente no sujeito cultural que geralmente, por resquícios culturais, constitui-se de experiências mais produtificadas do que processuais. A Convenção possibilita diversos encontros e possibilidades de conexões a partir da vivência daquela realidade no mesmo espaço físico por um período determinado e como um campo de extensão às relações que dias depois se distanciam territorialmente, mas criam vínculos e fluxos de troca e criação de forma autônoma e independente. Tomando novamente as palavras de Hakim:

“A mídia nos convida a “celebrar os momentos da nos a vida” com a unificação espúria entre mercadoria e espetáculo, o famoso não- evento da representação pura. Em resposta a tamanha obscenidade, nós temos, por um lado, o espectro da recusa (comentado pelos situacionistas John Zerzan, Bob Black et al.) e, por outro, a emergência de uma cultura festiva distanciada ou mesmo escondida dos pretensos gerentes do nosso lazer. “Lute pelo direito de festejar” não é, na verdade, uma paródia da luta radical, mas uma nova manifestação dessa luta, apropriada para uma época que oferece a TV e o telefone como maneiras de “alcançar e tocar” outros seres humanos, maneiras de “estar junto!” (BEY, 2001. pg 11)

2.3 – Relações Públicas e Circo: Do lúdico à movimentação de pessoas e recursos

É importante visualizar ao máximo quais são os públicos com quem o evento se relaciona. Existe o público “consumidor” que recebe o “produto” final e é a ponta desta cadeia produtiva. Ele é motivação e alvo de todo o processo. Dentro desse público existem os consumidores passivos - apenas expectador - e os públicos ativos que, de alguma forma, participam da construção desse momento.

Nesse sentido, se começa a esboçar uma rede de relações que conecta desde a criação do artista até a apresentação final da obra. Para isso acontecer, é preciso desencadear uma série de relações e estabelecer uma comunicação direcionada para diferentes públicos pensando nos artistas, nos oficinairos, nos prestadores de serviços - técnicos, operacionais, faxineira, segurança, motorista etc. Além dos responsáveis por operar esse sistema como um todo, há também os públicos que participam de forma indireta, os fornecedores e os que de alguma forma se integram ao processo e colaboram na viabilização dos recursos necessários como patrocinadores, empresas e todos os convencionistas em diferentes níveis e esferas de participação.

Assim, um festival dinamiza uma série de relações, mobiliza uma série de profissionais e constrói um ambiente que mistura todas essas inteligências e pessoas em busca de fortalecer as bases do circo e busca estratégias para entender como fazer o circo chegar mais longe, como conquistar mais público, como qualificar nossos profissionais, como melhorar a relação com o mercado e impulsionar cada vez mais pessoas, recursos e projetos.

Para os artistas que decidem investir em suas passagens, bancar suas viagens e apresentar seus trabalhos sabem que ingressam

numa viagem que vai lhes trazer uma bagagem de estímulo, informação e conhecimento muito grande. Além disso, os palcos de uma convenção têm grandes holofotes e colocam os artistas em visibilidade para vários produtores, articuladores, agentes culturais, curadores e engrenagens do mercado. Os demais prestadores de serviço que trabalham em lugares de menos visibilidade - técnicos, comunicadores, programadores, apoiadores etc - têm uma ideologia que visa a fortalecer o macro ambiente do circo, criar demanda, laços e contatos. A partir destes impulsos e do imaginário que essa narrativa e evento pode gerar, parte dos convencioneiros buscam estudar juntos propostas de políticas públicas, interações do movimento, projetos etc.

A organicidade da relação da equipe de gestão num processo de comunicação integrada internamente num projeto e o alinhamento desses com todos seus públicos e ao movimento ao qual corresponde e se reporta é primordial para que se estabeleça uma comunicação eficiente, possibilitando pactos, parcerias e a mobilização de uma série de pessoas e recursos ao entorno da organização de um evento. Essa organicidade que me refiro é a sinergia apontada por Kunsh:

“As organizações devem ter entre os objetivos de comunicação o de buscar o equilíbrio entre os seus interesses e os dos públicos a elas vinculados. Esses objetivos só serão alcançados se a comunicação for planejada de forma estratégica, utilizando técnicas de relacionamentos e meios específicos, devidamente selecionados, e integrando todas as atividades comunicacionais, dentro de uma filosofia de comunicação organizacional integrada.” (KUNSH, 2003)

As Convenções e Festivais que proporcionam grandes encontros de agentes culturais de uma mesma cena têm uma importância fundamental no campo intangível, tendo em vista a energização que eles proporcionam em seus participantes para que voltem animados às suas cidades e “vidas cotidianas”. Dessa forma, os artistas, oficineiros, técnicos e agentes culturais que se envolvem com o projeto dedicam-se tendo em vista a importância política desse projeto para o desenvolvimento do Circo e atuam em prol de um movimento do desenvolvimento desse ambiente e da busca por melhorias nas estruturas da cadeia produtiva do circo, objetivando cada vez mais sustentabilidade em seus processos, visibilidade em suas pautas e capacidade de articulação social e distribuição de conhecimento, tecnologias etc.

A internet quebrou a dicotomia entre emissor e receptor, proporcionando uma brecha midiática na forma de reprodução de conteúdo e da produção livre, barata e com “alta fidelidade e baixa resolução”. A partir das possibilidades de criar narrativas em tempo real, feita até mesmo de um celular, os produtores, artistas e público dos festivais conseguem gerar ondas que traduzem simbólica e organicamente as experiências e sensações vivenciadas, através de coberturas em texto, foto, vídeos e também por produções audiovisuais e resultados de mídia espontânea.

Nesse contexto, o principal canal de comunicação são as redes sociais e campanhas que dialogam com seus público, emitindo uma narrativa e percepções mais orgânicas aos locais, feita por quem está imerso nos ambientes cognitivos proporcionados pelos Festivais e até mesmo pelo público presente no evento. Acredito que o ambiente cognitivo da 5ª CPMCP construiu muito além do que podemos sistematizar de ações práticas e mensurar trocas de informação. O evento estabelece conexões,

cria laços afetivos, sensibiliza, estimula os participantes e serve como incentivo para muitos que decidem a partir dessa experiência, por exemplo, tentar a vida no circo.

“A relevância do trabalho imaterial, neste cenário, é elevada à sua máxima potência, a ponto de se tornar o motor central da ação: o sucesso da proposta reside na capacidade dos envolvidos de articularem uma interatividade colaborativa baseada em aspectos cognitivos e subjetivos. Assim, o saber vivo, a cultura e a subjetividade são evocados estrategicamente, no intuito de fomentar a produção de um bem ou serviço. A valorização da energia criativa de todos os partícipes do trabalho colaborativo ajuda a promover valores até então desgastados e negligenciados pelo circuito de acumulação da forma tradicional de organização trabalhista, sustentando um potencial político de mudança e um espaço público culturalmente crítico, onde os recursos financeiros deixam de ser a única medida da riqueza e a auto-organização libera os indivíduos da impotência e da dependência (GORZ, 2005).”

Essa energização por meio das experiências e suas narrativas geram um dos mais importantes recursos no que diz respeito a mobilização de pessoas no entorno de um evento. É esse ânimo e a vivacidade das experiências que impulsionam e potencializam o projeto em suas extensões. É nítido que em sua execução um evento mobiliza uma série de profissionais bem como platéias. Por outro lado as narrativas online se estendem e criam relações e o processo ganha uma oportunidade de continuidade mais instântanea e prolongada. Além disso, a sensibilização do público presente que se conquista, investidores e mobilizadores dessa causa, agora com a oportunidade de se manterem conectados e ativos conjuntamente passam pelo evento já em uma outra dinâmica e relação dos sujeitos com o tempoespaço do evento.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivos Gerais

- Construir uma grade de programação com oficinas, espetáculos, festas, ocupação de espaços públicos, bate-papos e com possibilidades de intervenções dos participantes
- Criar um ambiente que estimule as pessoas a treinar, compartilhar experiências e informações por meio da diversão, do entretenimento, da arte, do esporte e das atividades da programação
- Fortalecer as relações entre agentes sociais do circo
- Possibilitar apresentação de espetáculos e números diversos
- Organizar um evento de forma colaborativa buscando construir uma estrutura comum para que o máximo possível de artistas possam se apresentar e compartilhar suas pesquisas, ideias e criações.
- Viabilizar estruturas de qualidade para garantir que os espetáculos consigam trabalhar com a energia do espaço e potencializem a lógica do “encantamento” e de sensações também por meio de aparatos tecnológicos.
- Construir parcerias estruturantes para garantir a viabilidade do projeto
- Dar visibilidade e estrutura para o circo e suas linguagens
- Tangibilizar parte da estrutura da cadeia produtiva para que se possa futuramente se aprofundar em outras leituras das macro dimensões que o circo - a arte e cultura - atinge, seja nos campos sistêmicos da sociedade - como política, economia, educação, comunicação etc - e campos simbólicos e antropológico da constituição de cada indivíduo, de sua cultura e sociedade.
- Fornecer material para elucidar as dimensões que têm um evento como uma convenção de Circo e um Festival Independente
- Desenvolver o projeto de forma colaborativa buscando alternativas autônomas para o desenvolvimento cultural do circo
- Posicionar a lógica de produção proposta como estratégia social que se utiliza da cultura como ferramenta para experiências antropológicas

3.2. Objetivos Específicos

- Promover oficinas e apresentações de todos os tipos de linguagens das artes circenses diariamente no evento
- Construir um sistema de divulgação e distribuição do “produto final-evento”, posicionar e dar visibilidade aos artistas
- Estimular novas conexões para impulsionar as relações sociais no universo circense
- Estimular os participantes para que tenham o Circo em seu foco, seja como público, trabalho ou militância
- Realizar um encontro estadual com lugar para camping, montagem de uma lona, local para treino, espaço para oficinas e banheiros
- Criar um ambiente em que os participantes possam se sentir vivendo o Circo em quanto estiverem no evento.
- Incentivar a participação de outros estados, regiões e países na Convenção
- Desenvolver propostas de desing intrucional que sirvam como tecnologias sociais e facilitem a produção de outras convenções de circo e outros.
- Desenvolver um relatório final do evento como um serviço prestado em forma de pesquisa para movimentos sociais, ativistas, academicos etc
- Apresentar um material que elucide a produção independente e ajude na tradução e explicação de processos culturais e a lógica da produção de eventos como estratégia de fortalecimento, desenvolvimento e aprimoramento dos participantes desse Arranjo Criativo, do seu mercado, seus profissionais, ativistas e todos os tipos de pessoas que se relacionam em seus processos
- Trazer artistas de outros países para compartilharem pesquisas contemporâneas do circo moderno buscando apresentar outras propostas estéticas
- Criar espaços para bate-papos e compartilhamento de repertórios e informações pra além das técnicas e habilidades circenses
- Dar estrutura e suporte para garantir as atividades de aéreo, malabarismo, palhaços, atividades solos, equilibristas, monociclistas etc
- Criar uma equipe de gestão comprometida e dedicada para viabilizar o projeto
- Apresentar narrativas e divulgar o evento visando construir seus públicos de artistas, público, oficinairos e parceiros.

- Estabelecer relação com o poder público local, pensar ações em espaços públicos e possibilidades de parcerias com a Prefeitura Municipal
- Construir uma equipe de apoio e suporte para produção do evento
- Articular artistas e oficinairos que aceitem as condições propostas pelo evento e que consigam investir em suas viagens e alimentação.
- Realizar eventos que estimulem a participação dos convencionistas das mais diversas formas buscando sensibilizar cada um a compartilhar e absorver conhecimento, informação, pesquisas artísticas e técnicas
- Garantir sincronismo de produção entre planejamento e prática pensando na operacionalização e logística do evento
- Desenvolver um Trabalho de Conclusão de Curso que traga um pouco das experiências que tive nos últimos anos e um resgate ao real sentido de Comunicação Social
- Estimular o ingresso de mais Relações Públicas nos universos artísticos e no setor cultural
- Fortalecer as perspectivas e atividades de Circo e Movimento Sócio-Cultural
- Gerar e compartilhar estudos e tecnologias de produção específicos do circo.
- Promover a inclusão de novos atores sociais no circo
- Desenvolver uma relação com a cidade para além da estadia dos convencionistas em seu território. Criar uma devolutiva como contra partida

4. METODOLOGIA

A força motriz da Convenção Paulista de Malabarismo e Circo é um conceito intrínseco ao projeto em sua articulação, planejamento e execução. O modelo aplicado de **gestão compartilhada** prioriza debates sobre os pilares de um programa cultural como: Inclusão, Desenvolvimento, Fruição e Economia. De forma criativa, solidária e formativa as atividades do festival têm como cerne seus valores coletivos e a estruturação de novos modelos de negócios para o Circo, bem como a formação de novos atores sociais e praticantes das artes circenses que abarcam em toda sua cadeia produtiva/criativa. (FIGURA)

O modelo pode ser visto como um sistema de organização que tem como premissa a valorização do processo. A mensuração do investimento de cada um dos grupos prevê um orçamento para o festival estimado em R\$200mil, sendo que, do total quase 90% é correspondente em capita simbólico mensurados em moeda social, por meio de investimentos de serviços individuais e coletivos no projeto conectados no viés de um movimento cultural/social.

A Convenção experimenta uma produção colaborativa envolvendo outros realizadores, grupos e produtores para trabalhar diversas linguagens artísticas e assume dinâmicas coletivas com práticas que potencializam as ações e as movimentações culturais, bem como geram, atualizam e trocam tecnologias sociais voltadas ao desenvolvimento socio cultural desenvolvidas a partir da inteligência colaborativa. Para facilitar a explicação da metodologia utilizada na produção do evento irei dividir a análise de gestão em três micro-dimensões: Gestão de recursos, processos e pessoas.

4.1 – Gestão de recursos

Avesso às lógicas mercadológicas, os projetos colaborativos seguem uma dinâmica completamente diferente das estruturas tradicionais de gestão de projetos e recursos. Na perspectiva de investimentos sociais em festivais independentes sem recursos

públicos - como o estudo do caso e a grande maioria de festivais independentes do país - o projeto é idealizado e estruturado com base no que se têm à disposição inicialmente: disponibilidade das pessoas, serviços e a vontade de fazer acontecer. Assim, o caixa começa no zero e é necessário pensar planos de viabilidade para garantir estrutura, logística, circulação e toda a dinâmica de produção. Contudo, nos debruçamos em algumas ferramentas (no Compacto.TEC 4.4) e técnicas empreendedoras com tom sofisticado em empresas, por exemplo, como a gestão de mídias sociais, planejamento etc.

“De natureza privada e finalidade pública, portanto sem visar lucro, essas organizações não podem perder de vista a dimensão do humano e a dimensão do sociocultural, mas têm de ser administradas com métodos atuais. (...) Terceiro setor: planejamento e gestão, coletânea de estudos organizada por Ricardo Voltolini, mostra que esse campo específico de atuação social tem sua lógica de funcionamento e sua racionalidade próprias, com princípios e valores que não se limitam ao aspecto empresarial das organizações. Isso não impede, porém, que alguns dos recursos modernos da administração lhe sejam aplicados.” (VOLTOLINI, 2009. pg 7)

No caso da Convenção Paulista de Malabarismo, Circo e Palhaço tínhamos em vista que o desejo de artistas circenses pelo evento seria um ponto primordial para garantir avanços estruturantes na programação. Quanto mais atraente a programação e mais provocativa a comunicação, mais entradas poderíamos ter, afinal de contas a principal fonte de recursos financeiros do evento são as inscrições dos convencionistas. No começo, tínhamos uma expectativa de participação de 300 pessoas contando aproximadamente 100 isenções de colaboradores e prestadores de serviços, numa média de R\$100 por inscrição, teríamos R\$20 mil de orçamento para todos os fluxos de contratação e investimentos.

Sincronizado com a gestão de materiais tomamos como prioridade mapear tudo que seria necessário para que o evento acontecesse e estimar o valor de mercado para cada item. Com isso, a gestão de materiais segue avançando na busca de parcerias e a gestão de recursos pensa quanto pode direcionar para quais prioridades. Coletivamente a equipe de gestão entendeu que a prioridade era ter um bom picadeiro com uma boa estrutura de som e iluminação, para ofertar aos artistas e convencionistas. Já tínhamos o espaço disponibilizado pela Prefeitura Municipal da cidade e o comprometimento deles com iluminação e sonorização da lona e o Café da manhã por conta do articulador de circo da cidade. Desta forma nossas maiores preocupações ficaram com a estrutura do palco, materiais e comunicação, camisetas, canecas, custos de produção e ajuda de custo para os dois convidados que convidamos da Suécia e Chile, e o mais importante e mais caro: a Lona - o Picadeiro, em si. Como pode se acompanhar no Mapa Visual contido no Compacto.TEC no item 4.4.

Fundamental para que se consiga equilibrar o fluxo de caixa - veja que não estou falando de ter lucro, o objetivo nesse tipo de evento geralmente é zerar o caixa e sair do evento sem prejuízo - é conscientizar a equipe de gestão das condições de negociação, do acompanhamento do orçamento, do plano de viabilidade e do fluxo de entradas e saídas. Como o orçamento é apertado, cada saída de recurso em espécie é decidida coletivamente ou em reunião, ou em cima de uma proposta de um dos gestores e o aval do grupo para que se siga em frente com a operação.

Inicialmente se pensa o fluxo de entrada com base numa expectativa de público e um valor mínimo de patrocínios.

Trabalhamos com um valor de 20 mil reais que no caixa final chegou a R\$21.497,00. Em cima disso, sabíamos que teríamos saídas com o picadeiro e com serviços de segurança e faxina além dos gastos com materiais de comunicação, limpeza, alimentação e produção. Tentamos mapear tudo no “orçamento inicial” como apresentado na tabela do Compacto.TEC e, conforme surgiam demandas, iam atualizando em tempo real para não perder de vista os custos e fluxos financeiros.

A decisão de canalizar os investimentos em estrutura foi para garantir recursos e estruturas de uso coletivo que dessem suporte para uma diversidade de projetos e possibilidades. Importante também frizar que a gestão de recursos no final das contas é quem determina as possibilidades reais. Quando convidamos Wes Peden (SUE) e Alvaro Javier Palominos (CHI), colocamos como teto o investimento de 5 mil reais. Sabíamos que era um cachê baixo, mas uma boa ajuda de custo para garantir a participação deles. No caso do suéco, a negociação ainda envolveu uma permuta com patrocinador que trabalha com ele e apoiou o evento, ajudando a trazer um dos maiores nomes de malabarismo contemporâneo do mundo para o Brasil, na CPMCP. Quando tomamos a decisão de convidar artistas e investir este valor pensamos que estes nomes teriam de mobilizar, no mínimo, 50 pessoas, para que de certa forma se pagassem e agregassem à programação, ao evento e, também, ao plano de viabilidade e de narrativa do projeto.

Concomitante a essa gestão de recursos que acontece diariamente com base nas inscrições e articulações, a equipe de gestão busca entender como viabilizar o máximo possível de atividades com as estruturas dispostas para isso. Para isso, traçamos um plano de viabilidade mapeando possíveis entradas e saídas - orçamento inicial previsto- e buscamos articular mais pessoas e propostas, além de suprir as necessidades iniciais e buscar entender quais gastos poderiam ser cortados para fechar o orçamento em R\$20mil. Entendo essa articulação como parte do universo das Relações Públicas do Circo e a explico nos próximos itens em gestão de pessoas e processos.

Continuando os fluxos de produção de início e depois de ter mapeado as principais demandas e as possíveis fontes de entrada - avaliando patrocínios, inscrições, apoios institucionais etc - tomamos uma decisão no evento que é bastante comum, realizar empréstimos. No caso, um dos organizadores adiantou 3 mil reais ao caixa para viabilizar um dos pontos estratégicos de narrativa e de visibilidade para o evento, as passagens do “head-liner” da programação - o artista sueco. Com as passagens compradas e - sob o olhar da assessoria de imprensa - a pauta “disponível”, começamos a busca por viabilizar a devolutiva do empréstimo angariando inscrições para construir um orçamento e cobrir os buracos no “fundo” gerado nesse primeiro momento.

Por fim, se cria um caixa do projeto que, norteado por esse contexto e pelos desejos dos organizadores do evento busca criar condições para que se possa ter compartilhamento, trocas e decisões coletivas sobre os recursos que garantem a viabilidade do evento. Para concluir esse ponto considero relevante ressaltar aqui um orçamento intangível do projeto, fruto de um “rateio coletivo” em que cada artista, colaborador, apoiador, parceiro e convencionista investe em transporte e alimentação para ir para a convenção. Pensando em centenas de pessoas que vem de 10 países e de diversos estados do Brasil, com caravanas do Rio de Janeiro e do Chile, se fossemos mensurar esse investimento entendido como recurso vital do projeto teríamos um acréscimo de

pelo menos 50 mil reais no montante final, ou seja, além de investir em sua inscrição como convencionista ou de disponibilizar nossos serviços enquanto comunicadores, artistas, técnicos ou seja o que for, cada um ainda investe aproximadamente R\$500 reais. A compreensão e a busca da “inteligência coletiva” sintoniza os agentes culturais, os provoca e coloca em conexão e em rede para que se somem e a partir desse mosaico se construa o evento e seus desdobramentos.

“A fonte mais importante da criação de valor é o saber vivo que está nas bases da inovação, comunicação e auto-organização. O trabalho do saber vivo é, sobretudo na economia em rede, o trabalho de produzir a si mesmo. Todo participante do trabalho em rede sincroniza-se continuamente com os outros, e o resultado do processo coletivo excede a soma das partes. Pierre Lévy (1993) chama este processo de “inteligência coletiva”. (LIMA, Clóvis Montenegro, 2008. pg 122)

Outro ponto crucial para o andamento dos projetos são as permutas, apoios e patrocínios. O pensamento que para isso é buscar saber o que se precisa e não pensar exatamente em quanto dinheiro precisa para isso. Saber qual é exatamente demanda oportuniza buscar direto nas fontes, construir parcerias em outros âmbitos e fazer com que os recursos materiais estejam disponíveis sem, necessariamente, envolver dinheiro no fluxo. Assim, muitas das demandas vão sendo contempladas e vai se articulando os recursos materiais necessários.

4.2 - Gestão de Processos

Pressupondo esse cenário precário de recursos financeiros/tangíveis, partimos então para a análise das dificuldades e construção de estratégias possíveis para solucionar os gargalos de produção. Tendo como ponto de partida o tempo disponibilizado pelos envolvidos e suas respectivas qualificações, conhecimentos e habilidades começa-se a desenhar um plano de ação.

Nesse sentido, é de fundamental importância que seja sistematizado ao máximo o fluxo de produção e que se crie um cronograma geral das atividades. Como começamos efetivamente a produção no começo de julho, tínhamos menos de três meses para viabilizar os recursos, estruturar o projeto, divulgar e operar o evento. Dividimos assim a organização do projeto em três passos principais buscando entender as atividades mais importantes para os primeiros 30 dias e após esse primeiro mês mais dois períodos de aproximadamente 15 dias. Com esses prazos começamos a estipular metas e identificar “problemas” para resolver a curto, médio e longo prazo.

O cronograma é um dos pontos vitais dos processos de gestão. Começamos com uma reunião presencial entendendo a importância de conectar as pessoas de forma mais orgânica e com uma troca para além das informações, mas também no “lado humano”, com olho no olho e a intensidade dos encontros presenciais. Nos reunimos em São Paulo e definimos então as primeiras metas e avaliamos juntos quais eram as responsabilidades iniciais de cada um pensando em produção executiva, estrutura, comunicação e programação.

Ao todo fizemos 04 reuniões presenciais de pré-produção com ao menos ¾ dos organizadores. De resto, todos os fluxos eram feitos por e-mail, chat do whats-app e pelo nosso grupo do facebook. Para diminuir os ruídos de comunicação e otimizar ao máximo os fluxos de produção criamos esses canais que matinham a equipe de gestão mais próxima e com canais rápidos de diálogo. Por mais que estimulássemos a autonomia de cada um dentro do grupo, grande parte das decisões precisavam ser passadas pelo grupo para que fosse mais fácil chegar a um sincronismo nos cronogramas e atividades de cada um, bem como gerar um processo de comunicação integrada que viesse a potencializar o projeto e os investimentos de cada um para evitar trabalhos dobrados, investimentos desnecessários e eventuais desgastes que podem surgir a partir disso.

"Entende-se por comunicação integrada aquela em que as diversas subáreas da Comunicação atuam de forma sinérgica. Ela pressupõe uma junção da comunicação institucional, da comunicação mercadológica e da comunicação interna, que foram o composto da comunicação organizacional. Este deve formar um conjunto harmonioso, apesar das diferenças e das especificidades de cada setor e dos respectivos subsetores. A soma de todas as atividades redundará na eficácia da comunicação nas organizações." (KUNSH, 1997, p. 115).

Em busca dessa sinergia da equipe e de uma relação cada vez mais orgânica se torna fundamental a sistematização das informações, a criação de canais de comunicação eficientes para os diferentes públicos e uma gestão sensível, que busque visualizar o melhor encaixe com base nos recursos tangíveis que estão ao seu alcance dentro de um espaço de tempo em que ocorre o processo. Esse fluxo de informações e uma comunicação integrada só é possível se for estimulada a conexão entre as pessoas e o processo entendendo o tempo, a disponibilidade, competências e estímulos de cada envolvido em busca de equalizar o processo com cargas de produção e formação para a inclusão de mais agentes - ideias, mão de obra, conhecimento, tempo - nesta cadeia produtiva. Esse crescimento rizomático precisa ser orientado de alguma forma para que seja cada vez mais potente e expressiva a capacidade de gerar e compartilhar recursos, desejos, tecnologias etc. É importante que pensemos as tecnologias de gestão nesse sentido para que o desenvolvimento dos nossos projetos andem junto com o crescimento das estruturas e recursos que conquistarmos na trajetória para ter sempre um bom aproveitamento e concepção em cima das nossas potências e limitações.

“Algumas razões pelas quais isso é importante: consideramos como inovação as tecnologias de fazer coisas, produtos (na China usam o termo hard technologies) mas não as soft technologies, tecnologias de processos, aprendizado, gestão, criatividade; a maioria das políticas de fomento é para fazer hardwares: fomentamos a produção de audiovisuais e estes produtos (o hardware) não tem um processo (o software) que faça com que circulem (distribuição) e se saiba de sua existência (divulgação) para que finalmente possam ser assistidos – o gargalo da circulação e visibilidade é uma questão para todos os setores da economia criativa. Para os grandes eventos esportivos a ênfase está em construir estádios, hotéis, estradas (hardware) mas onde estão os softwares (gestão, educação, conteúdo) para que estes funcionem? Infelizmente há desequilíbrio entre investir em muitas estruturas e não oferecer processo de gestão e autossuficiência, o que é recorrente em nossas políticas.” (DEHEINZELIN, pg 345)

. Confira o “Mapa visual dos setores e subsetores do processo” no “Compacto.TEC (item 4.4), confira o mapa e visualize a

decupagem das etapas deste processo e uma breve análise sobre cada setor, bem como a mensuração e uma tentativa de tangibilizar o valor total do projeto tendo em vista todos os serviços prestados, entendendo que foi oferecido a custo zero, mas que seu valor existe no mercado e no campo do ativismo cultural aparece de forma intangível, mas sem se desvalorizar. Utilizei-me da metodologia do Fora do Eixo para contabilizar esses serviços. Primeiramente, sistematizei os setores, decupei os sub setores e especifiquei suas atividades. A partir disso, construí uma estimativa de horas investidas para cada sub setor e em cima disso estimei um valor de mercado, tomando uma média de R\$50 reais por hora de serviço prestado, entendendo o valor como um padrão aproximado dos orçamentos proposto pelas tabelas do Ministério da Cultura e tendo como parâmetro, por exemplo, os serviços de comunicação, cachês artísticos, dentre outros.

4.3 Gestão de pessoas

A gestão de pessoas e dos recursos humanos vai muito além da simples tarefa de visualizar demandas e encaixe. Cada ser humano tem um tipo de relação com o mundo e com as outras pessoas. Nos projetos colaborativos não tem salário a ofertar para despertar interesse de pessoas em prestar serviços, o grupo tem uma ideia e precisa que outras pessoas invistam. Além disso, cada ser humano é único e - falando de arte - pode oferecer um serviço/produto/investimento ímpar para o projeto.

O grande desafio é entender quais são as reais possibilidades de encaixe e como construir públicos-produtores-artistas-consumidores que se sensibilizem com o projeto e que de certa forma comprem a ideia, investindo horas de trabalho, dinheiro para viagem, conhecimento, etc. Nesse sentido, é fundamental que se observem as potências de cada colaborador e também seus desejos dentro do projeto ou de um contexto mais amplo, para saber como fazer com que estes se sintam provocados a participar. Ainda mais importante que isso é fazer com que cada um desses colaboradores entenda a lógica do evento e se coloque a serviço. A falta de clareza e habilidade nessa “negociação” pode trazer resultados negativos dando margem para que, por exemplo, um artista pense que a organização está trabalhando para ele, e não com ele.

Sabendo disso, conforme a conexão com parceiros e apoiadores vai acontecendo, a equipe de gestão induz o fluxo para que cada pessoa se conecte com um responsável direto que lhe forneça informação e o que mais precisar para que se integre ao processo e à dinâmica de produção do sub setor onde cada um está localizado. Para o sucesso na “gestão de pessoas” num processo é fundamental que se faça entender a relação de “ganha-ganha” implícita num evento como a Convenção Paulista de Malabarismo, Circo e Palhaços ou de qualquer outro festival independente. A grosso modo, a maioria das pessoas tende a entender facilmente os benefícios e o investimento que o coletivo devolve para cada indivíduo nesse tipo de relação em que pessoas investem tempo, serviço e os mais diferentes tipos de recursos para ter como retorno um ambiente de formação e troca, a fruição artística, o fortalecimento dos laços deste Arranjo Criativo bem como o lazer, a oportunidade de rever amigos - no caso específico da Convenção estamos falando de um evento que reúne agentes culturais de um mesmo nicho que ficam espalhados pelo mundo ao longo do ano e, nas convenções, se encontram para “morar juntos” no período específico do evento.

Dada a conexão é preciso entender como cada pessoa se insere ao processo. Para isso, é necessário que a equipe de gestão seja

coesa e tenha antecipado parte desse planejamento, facilitando a entrada e a colaboração de mais pessoas. Mais pessoas significa mais recurso para se administrar, mas se não houver um planejamento esse recurso humano disponibilizado pode ser subutilizado correndo ainda o risco de desestimular colaboradores e afastar pessoas do movimento por conflitos resultantes de ruídos na comunicação.

Uma das principais sensibilidades que visualizo para conseguir trabalhar com gestão de pessoas é entender a disponibilidade e o compromisso de cada envolvido no processo e sempre fazer o exercício interno e compartilhado com a equipe de gestão sobre o lastro e a dinâmica de participação dos colaboradores. Basicamente, todos podem colaborar. Mas, é fundamental que se visualize que quem dita o ritmo e a dinâmica de produção são as pessoas que mais se entregam ao processo e se colocam à frente, nas equipes de gestão com maior compromisso e disponibilidade de tempo a serviço. A compreensão do lastro e do “lugar” de onde cada um fala é importante para que o processo se mantenha de forma orgânica e sistêmica.

Nesse sentido, os projetos colaborativos trabalham geralmente num formato de estrutura horizontalizada. Porém, não é por ser horizontal que todos os envolvidos têm o mesmo poder de decisão. Na prática, quem conduz o processo se empodera de valores intangíveis e se coloca como gestor. É interessante que se pensem estratégias de participação e metodologias de abertura do processo para que as pessoas ingressem e colaborem, mas sem perder de vista os pactos firmados entre a equipe de gestão para que se consiga manter o fluxo e a dinâmica de produção.

Sabendo da limitação física dos recursos humanos, é de bom tom que se pense o cronograma de operação do evento, as demandas de serviço para a logística para que se busque deixar leve o exercício de produção dando espaço para que os colaboradores e todos os envolvidos consigam também aproveitar o produto final ofertado na programação, nas festas e no ambiente como um todo. Complementar a isso, para que as pessoas se sintam estimuladas e se coloquem a serviço da forma mais leve possível é importante que se visualize o que cada apoiador/colaborador gosta de fazer para contribuir.

4.4 – Sistematização e Dados e Design instrucional: Desvendando o Compacto.TEC

Confira o banco de dados, relatoria, mapa visual e cronograma, para facilitar a visualização do escopo geral de metodologias e tecnologias de produção e gestão do projeto compiladas de forma centralizada e organizada num coquetel de planilhas e tecnologias: o Compacto.TEC.

O Compacto.TEC é uma tecnologia desenvolvida e organizada de forma aberta e compartilhada pela Rede Fora do Eixo e que foi aplicada à CPMCP. A ideia é que ele funcione como suporte à produção e ferramenta de gestão, às palavras deles em material institucional:

“Coquetel de planilhas que visa a sistematização da pré, produção e pós de qualquer atividade. O Compacto.TEC incentiva o exercício à

decupagem, explicitação e registro de todos os itens necessários para garantir um projeto. Esse processo auxilia na qualificação do planejamento e execução, além do registro fundamental para o compartilhamento do conteúdo na rede e fora dela. O Compacto.TEC se transforma em um aplicativo que potencializa as demandas de sistematização, fundamental pra garantirmos o mapeamento e geração de dados para o desenvolvimento da rede. TEC é como chamamos qualquer documento, planilha, imagens, arquivos e etc que são registrados e finalizados. Eles são a base para toda sistematização das atividades da rede, garantindo os códigos de informações gerados pelas atividades”.

Com base nessa tecnologia criei um Compacto. TEC para a Convenção Paulista de Malabarismo, Circo e Palhaço que, com algumas adaptações, pôde se encaixar nesse projeto apresentando uma proposta de design instrucional da produção de eventos de circo e festivais independentes onde compilei diversas planilhas com “Links de Produção”, o Mapa Visual - apresentado no item 4.2 - programação, orçamento/relatório, planejamento de redes sociais, check-list de produção e contatos (ocultei desse relatório por questões de ética em comunicação de não compartilhar os e-mails e telefones publicamente. Porém, todas as outras tabelas podem ser visualizadas no anexo 6.1.

5. DISCUSSÃO OU CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inicialmente, considero importante ressaltar que esse projeto não se pretende como uma referência de metodologia de produção de eventos ou de gestão de recursos nos moldes tradicionais, acadêmicos ou mercadológicos. Apesar de acreditar no potencial das tecnologias testadas, na maturidade da proposta e na estrutura coletiva e colaborativa de gestão não tenho como intuito me servir para esse caminho. Elaborei esse trabalho pensando em elucidar questões que tangenciam o universo do circo e da cultura, pensando cultura como um centro antropológico de desenvolvimento social e trazendo para dentro dos muros da universidade a sensibilidade das ruas, o conhecimento empírico e a perspectiva de movimentos sociais e ativistas sobre cultura, política e sociedade.

Para isso, considero de extrema relevância fazer uma retomada histórica de alguns aspectos fundamentais sobre cultura e

políticas culturais no Brasil para contextualizar a perspectiva e o conceito de Cultura pensadas aqui como identidade de um povo, um conjunto de modos de fazer, viver e criar.

O Ministério da Cultura foi criado em 1985, reconhecendo-se a autonomia e relevância da área que até então se encontrava anexa à educação. Nas próximas linhas tentarei ilustrar um pouco mais da cultura para além de um processo de construção de uma identidade nacional, mas como uma estratégia para a consolidação de novas metodologias e para a fomentação de novos empregos, rendas e fluxos econômicos no país.

Desde o fim do período da Ditadura Militar no Brasil, depois de fortes processos de censura e perseguição a Cultura tem sido colocada de forma mais generosa nos debates e tem avançando aos poucos. Nos últimos 12 anos ela tomou proporções maiores e começou a galgar mais espaços, orçamentos e disputas de narrativas sociais no padrão de construção de um país, de povo e dos modelos de negócio a seguir. Um dos principais desdobramentos para esse caminho esta imbricado no governo Lula e tem sua raiz mais profunda num projeto apresentado por um artista, negro, bahiano: Gilberto Gil.

“Não é por menos que durante guerras, ocupações e períodos de ditadura, o primeiro alvo de destruição é a identidade do povo submetido. O símbolo maior dessa identidade, que a forma e por ela é moldada, é a cultura.” (Pg, 155. REIS)

Quando Gil assumiu o MinC (Ministério da Cultura) em 2002 trouxe uma das propostas mais ousadas em termos de políticas públicas que buscava entender o estado numa condição de fomento e não de produção. Para isso, era fundamental que se criassem pontes de empoderamento da sociedade para que se legitimasse a produção de cultura brasileira a partir de suas raízes e de forma a manter sua autonomia, liberdade de expressão e de preparar terreno para que se ampliasse a capacidade de produção, circulação, distribuição e fruição cultural no país.

Preparar terreno é também identificar os parceiros e alianças necessários para que as outras fases do processo possam acontecer. Cada vez fica mais evidente que o modelo de competição está sendo substituído por um modelo de cooperação, ou até desta nova palavra híbrida: “coopetição” - ganhar competitividade através da cooperação. O único recurso que de fato não é renovável é o tempo e a melhor maneira de ganhar tempo é através da colaboração, da soma dos recursos e conhecimentos de cada um, do uso compartilhado de equipamentos e espaços. Quando não há colaboração, tempo, energia e recursos se escoam no constante “reinventar a roda”: muitas vezes estamos ao lado de alguém que já tem a solução para nosso problema, mas – se estamos isolados - nunca saberemos que a “roda” que precisamos está logo ali... (DEHEINZELIN, pg 349)

Para complementar a leitura de cenário ao qual busco retratar, trago algumas referências conceituais do Plano Nacional de Cultura, documento elaborado pelo MinC com metodologias de planejamento participativo que contou com diversos encontros e oportunidade de diálogos com a sociedade civil na construção de metas e desafios para 20 anos de políticas públicas de estado, buscando potencializar, emancipar e difundir formas e produtos da cultura brasileira para que essa pudesse se desenvolver e crescer de forma orgânica, como sugere o nome de um dos projetos mais importantes desse MinC: “Cultura

Viva” ou como dizem em espanhol “Cultura y Naturaleza” pensando processos vivos, sistêmicos, sociais e orgânicos para a cultura.

Como sugere o Plano Nacional de Cultura (PNC), a Cultura deve ser vista numa perspectiva ampliada, englobando três dimensões: a simbólica, a cidadã e a econômica. A primeira vê a diversidade cultural brasileira, abrangendo todas as expressões artísticas e culturais além dos diferentes saberes, valores e identidades do país. A dimensão cidadã considera a cultura como um direito básico do cidadão incluindo a “proteção e promoção do patrimônio e da diversidade étnica, artística e cultural; a ampliação do acesso à produção e fruição da cultura em todo o território e a inserção da cultura em modelos sustentáveis de desenvolvimento socioeconômico.” e que para isso são necessárias políticas públicas estruturantes. A última aponta para um “lugar de inovação e expressão da criatividade brasileira” e percebe um “novo cenário de desenvolvimento econômico, socialmente justo e sustentável”.

Assim sendo, contextualizo minha fala na reta final desta etapa inicial dos primeiros 20 anos do PNC previsto até 2020. E que busca, nesse sentido, entender seus desdobramentos e efeitos na construção de políticas públicas, no fortalecimento das questões de identidade do povo brasileiro e no dia-a-dia dos cidadãos que têm cultura como entretenimento, direito, e ferramenta para se colocar em contato com uma vasta gama de possibilidades de empregos, economias e desenvolvimento social e humano.

A Cultura pode ser vista por um prisma simbólico como um vetor de desenvolvimento. Ela é constitutiva da ação humana e está presente em qualquer prática social. Contudo, com influências de processos mercadológicos e colonialistas se permitiu um processo de exclusão cultural por meio da concentração de poder econômico e político que gera um distanciamento da cultura popular à sua dimensão cidadã. Como resposta a isso, começaram a surgir diversas iniciativas e disputas de narrativas buscando posicionar a cultura no centro de um debate antropológico a fim de garantir maior proteção e afirmação das diversidades culturais de um povo.

Para isso, o Estado começa a assumir maiores responsabilidades acerca do patrimônio material e imaterial de cada nação e, buscando construir essa atmosfera da dimensão cidadã de cultura e, com isso, percebe-se então traços de economia, política, formação e comunicação na cultura. A partir de leis e políticas públicas a cultura começa a ser vista como um vetor de desenvolvimento e inclusão social que gera renda, empregos e organizar uma economia própria, a economia da cultura.

“Restrita durante muito tempo ao campo da arte, segundo a tradição anglo-saxã, a economia da cultura ignorou as indústrias culturais, por considerar que essas faziam parte da economia industrial. No entanto, os vínculos entre as indústrias culturais e as artes ao vivo ou as belas-artes são mais fortes do que se acredita. O papel de vitrine promocional que o espetáculo ao vivo representa para a música gravada, os produtos derivados de todos os gêneros provenientes dos nossos museus, a importância da criação na origem dos produtos industriais, tudo isso milita em favor de colocar as indústrias culturais, o cinema, a edição de livros e a gravação de discos

Nesse cenário, retomando menos de 20 anos de história, o estado passa a ser visto não mais como produtor, mas como indutor, fomentador e regulador das atividades, bens e serviços culturais. Nessa lógica, cabe ao estado a manutenção e a continuidade dessas políticas públicas, financiando e garantindo fontes de recurso para o setor que gera diálogos com turismo, urbanismo, mobilidade, saúde, educação e diversas outras pastas. Nessa perspectiva, construir essas pontes e relações da cultura como as demais áreas de gestão e governo é um fator imprescindível para a viabilização de um novo projeto de desenvolvimento do país olhando a cultura como o centro antropológico de todas essas relações e práticas sociais.

“Os estudos da cadeia produtiva abrangem todos os agentes e suas atividades, de modo articulado, desde os estágios anteriores à produção até o consumo de bem ou serviços. Com isso, possibilitam entender os diferentes elos da cadeia, suas fragilidades e pontos fortes. Consequentemente, conhecem-se os aspectos que têm de ser eliminados para agilizar a cadeia e os que apresentam maior vantagem competitiva no setor estudado” (PG 40. REIS)

Acredito que o potencial de transformação social e cultural da arte está na sua capacidade de mobilização. Quando pensamos a produção de eventos como a força motriz para a conexão de diversos fluxos de recursos, pessoas, ideias, projetos e produtos podemos pensar nisso como a constituição de um grande sistema intangível que tem como base a arte e, por fim, a cultura e a identidade de um povo.

Nesse sentido, podemos colocar a criação - a arte propriamente dita - no centro desse Arranjo Criativo e sua Cadeia Produtiva. A partir da demanda de manter os fluxos culturais ativos e, com isso, pensar no suporte e dinâmicas de produção para a arte chegamos num desenho que já não se limita mais a um nicho específico, mas que se entende como provocador social que pode englobar todos os níveis, classes, profissões e estender o debate para todos os aspectos sociais e humanos que estejam dentro do campo de relações, uma vez que as metodologias desses novos tipos de iniciativas culturais criam simulacros de atuação para o que remete a uma estruturação dos “quatro poderes” elementares sistêmicos das sociedades modernas em Política (Articulação e Mobilização), Economia (Gestão de Recursos, Processos e Pessoas), Formação/Educação (Programação e Vivência do evento) e Comunicação (homonima em ambos sistemas, porém constituída como tal na essência de gestão experimentada nesse projeto buscando uma comunicação integrada e não apenas como serviços de divulgação, mas como espaço de disputa de imaginário e posicionamento de narrativas).

Para complementar as considerações finais, arrisco um desenho de parte desse Arranjo para buscar elucidar essa discussão com base num desing instrucional do Arranjo Criativo do Circo e entrar na discussão do universo do circo e os possíveis desdobramentos a partir daí. Confira:

Análise do desing instrucional do Arranjo Criativo

- **Evento:** Centralizado no esquema desenhado representando a força motriz do movimento de sinergia entre os diferentes níveis e camadas do Arranjo Criativo
- **Frentes de Produção:** Produção Executiva, Programação, Produção de conteúdo e materiais, Tecnologias e Operação e Logística de Eventos. Este primeiro nível busca representar uma camada mais operacional da produção de evento propriamente dito.
- **Frentes de Gestão:** Comunicação, Programação, Articulação e Mobilização, Gestão de Recursos, Processos e Pessoas. As quatro frentes de gestão simulam uma esfera de autonomização sistêmica das relações humanas propostas desse formato de gestão. A ideia é construir conexões e a viabilização do projeto como sugerem os detalhes do Mapa Visual apresentado no Mapa Visual do projeto anexo junto ao Compacto.TEC, ferramenta de gestão aplicadas nesse projeto.
- **Linguagens Artísticas do Circo:** Malabarismo, Equilibrismo, Mágica, Acrobacia Aérea, Solo e Palhaço. Tradicionalmente são essas as linguagens que compõem o universo das artes circenses, contudo as experiências do circo moderno têm experimentado referências estéticas e técnicas de audiovisual, dança, teatro, artes plásticas entre outras linguagens artísticas abrindo campos de diálogo e interdisciplinaridade

● **Serviços, recursos materiais, humanos e Tecnológicos:** Espetáculos e números shows, oficinas, apoio de estrutura, apoio de produção, coordenação de evento, sonorização iluminação, (des)montagem de estruturas, caixa/portaria, montagem do café da manhã, traslados de logística, traslado de artistas, hotelaria, refeição, segurança, Produção gráfica, assessor de comunicação, fotografo, videomaker, produção executiva, organização do bar, planejamento, captação de recursos, limpeza, traslado de equipe e equipamentos, locação de equipamentos, direção artística, gestão financeira, juris, contra-regras, capataz, direção, produção, faxina, manutenção, portaria, segurança, cenografia, locação de equipamentos e estruturas - picadeiro, som, treliças, gride, etc - rigger e outros. Neste nível do desenho proposto estão concentrados todos os recursos apresentados no mapa visual apresentado na metodologia de gestão de recursos, processos e pessoas do evento na somatória total do orçamento apresentado em moeda social e real.

- **Prestadores de serviço e fornecedores - Pessoas conectadas diretamente com a organização do festival que de alguma forma contribuem com serviços:** Artistas circenses, bandas, dj's, bartenders, técnicos, produtores, agentes culturais, hotéis, restaurantes, cozinheiros, comunicadores, locadores de equipamento, prefeitura municipal, gestores culturais, empresas de ônibus, empresas aéreas, formadores, seguranças, policiais, bombeiro, circos, seguranças, faxineiras, técnicos, comunicadores, administradores, cenógrafo, diretor artístico, produtor, vendedores, lojistas entre outros tantos possíveis prestadores de serviços que se conectam diretamente aos micro-eventos do projeto.
- **Micro-eventos do festival:** Noite Experimental, Noite de Fogo, Noite de Gala, Cabaré de Variedades, Espetáculos, Oficinas, Bate-Papos, Renegados, Lançamento, Feira de Trocas, Cortejo, Palco Aberto, Competições, Jogos Festas atividades propostas na grade de programação oficial que o festival se propõem a cumprir e as demais interações a partir da estrutura dispinível.

- **Produtores, Distribuidores e desenvolvedores de commodities, tecnologias, recursos materiais e Fornecedores de matéria-primas:** Fabricantes, montadoras, cientistas, fornecedores de algodão, aço, alumínio e diferentes matérias primas para confecção de figurinos, equipamentos, cenário, estruturas etc. Esse nível do Arranjo representa toda a parte que antecipa os processos de produção tangível do Circo em seus “Hardware” utilizando a nomenclatura usada de DEHEINZELIN.
- **Público/Receptor/Fluidor:** Entre cada nível do desenho proposto se encontra um nicho e um público específico do projeto. Nesta camada a representação é do “público final”. Podemos considerar aqui uma vasta gama de públicos que compreende a pessoa para além de prestadores de serviços que se colocam como produtores e receptores, o que os coloca numa condição de elaboradores deste Arranjo. O que move e provoca conexões são as necessidades que as pessoas sentem de construir esse ambiente mais fértil para a dinamização e desenvolvimentos dos seus trabalhos. Nesse sentido, o fluxo entre as camadas pode ser interpretado de forma alinear, transitando entre elas e gerando as relações estabelecidas entre todos os envolvidos.
- **Arranjo Criativo, Relações Públicas, Fluxos Econômicos, Circulação de pessoas, recursos e ideias:** Essa última circunferência do desenho busca delimitar o espaço de interferência do Arranjo Criativo. Pensando “apenas” no circo, se pôde chegar a um mapa tão complexo quanto esse e o ambiente que isso agrega traz uma série de outros valores, relações e fruição cultural. Podemos até esboçar um universo de relações públicas e todos os temas que permeiam a vida das pessoas, grupos, organizações e movimentos envolvidos em todos esses espaços de atuação do Arranjo Criativo como sugere a figura seguinte complementar a este primeiro desenho:

Partindo da análise desse sistema proposto acima, podemos então pensar a arte e a produção de eventos como força motriz de relações humanas com dinâmicas econômicas, sociais, políticas, artística etc. Nesse sentido, a experimentação de eventos colaborativos como espaços que negam a lógica contemporânea e ressignificam um padrão de relação podem apresentar soluções novas para velhos problemas. Os Arranjos Criativos - principalmente os territorializados - experimental uma estrutura horizontal e que considera a soma total das partes maior do que o somatório de cada individualidade por si só. É um sistema comum que abrange mais do que o projeto propriamente dito, em uma dinâmica social.

Não é todo artista, gestor ou agente cultural que entende esse tipo de proposta e que almeja participar desses processos. Nessa perspectiva, os desejos, estímulos e disponibilidade de cada um são as principais moedas financiadoras na construção desses novos modelos socioculturais, que buscam dialogar com um macro-ambiente entendendo a importância de participar e colaborar com ele. Nesse sentido a generosidade e a cooperação passam a ser valores básicos que norteiam convites e dizem muito sobre quem participa desse tipo de arranjo. Tratam-se de fatores econômicos e alinhamento político que

podem abrir novos horizontes a respeito de metodologias e formas de produção e distribuição. Nessa perspectiva de novos modelos de gestão e espaços de participação, hoje nesses processos autogestionários o que antes chamava-se de “voluntário” ou “ativista” hoje é visto como “empreendedor” e “protagonista” de uma cena na qual investe sua “força de trabalho” com recursos tangíveis e intangíveis buscando criar mecanismos que acelerem o desenvolvimento dos ambientes nos quais ele se insere. Não por altruísmo, mas por ter a percepção de que o meio ambiente em que estamos inseridos precisa ser saudável para que o nosso desenvolvimento também o seja. Assim, aos poucos se desenham novos modelos, passíveis de serem sistematizados e que, com isso, podem gerar tecnologias sociais replicáveis, livres e multiplicadoras.

A cultura dialoga diretamente com diversas áreas sociais. Com a política e as formas de nos relacionarmos; a economia e as formas de se gerar e gerir riquezas; a educação e os processos de formação ao entorno dela; a comunicação e suas múltiplas maneiras de produzir informação e decodificar mensagens e linguagens, entre muitas outras. Necessariamente para se pensar uma organização precisa se pensar esses quatro pontos: política, economia, educação e comunicação. Para cada cultura e identidade uma lógica mais ou menos justa, igualitária, distribuída, potente etc. Para isso é necessário que se reconheça e busque mecanismos para fortalecer e conectar projetos e ações que provoquem desejos catalise esforços num processo de disputa por meios cada vez mais democráticos de produção e distribuição que comece pelos eventos e se replique em toda essa cadeia produtiva que suas interseções podem tangir.

Coloco a provocação de reconhecermos a **potência** da cultura como esforço de trabalhos de criar e recriar relações, práticas e dinâmicas sociais, logo uma representação de uma bricolagem sistemática de repertórios e experiências que concebem o indivíduo e a identidade de um povo, a cultura como essa ferramenta de indução de relações. Cultura esta que pode partir das manifestações e linguagens artísticas como componente fundamental no processo de formação - e/ou de educação - dos indivíduos e indutor de relações - práticas sociais - despertando consciência crítica e emancipadora de um povo a partir de todos os desdobramentos e reflexões que essa cadeia produtiva pode desencadear, munindo seus públicos de identidade, e de um potencial criativo que na economia da cultura e na economia criativa conecta pessoas, fluxos de recursos, informações, tecnologias sociais etc. Por isso, é fundamental que visualizemos a cultura em suas dimensões simbólicas, cidadã e econômica para além do campo de gestão cultural, mas visando construir elos entre diferentes camadas sociais.

A possibilidade de uma conexão das pessoas tendo como início as relações humanas e as práticas culturais pode trazer uma politização da cultura e dar autoridade para que ela formule narrativas e forneça argumentos para estruturar essas disputas simbólicas e políticas. Assim, podemos criar estratégias que posicionem esses laboratórios e suas pautas para gerar cada vez mais processos cooperativos e coletivos que visam democratizar as relações e condições potencializados a partir das tecnologias sociais e das relações em redes intangíveis ou institucionalizadas e dos desdobramentos de Arranjos Criativos territorializados ou não numa perspectiva de sociedades líquidas como aponta Zygmunt Bauman em busca de hackear e transformar os meios.

Com o advento da internet vêm intrínseco um potencial de multiplicação cultural e de uma distribuição virtual, em massa e a baixo custo de uma série de questões socioculturais. As novas gerações que nascem nesse contexto vivem uma lógica de

compartilhamento e de velocidade que transcende a relação e a compreensão de tempo e espaço. Com isso, abre-se um canal para uma disputa de imaginário através de meios de comunicação de massa em que podemos posicionar nossas leituras de mundo e provocações de mudanças para uma sociedade de consumo e alto controle para novos padrões que tem a cultura, os desejos, a alegria e uma cultura de resolução de problemas no lugar dos atuais paradigmas opostos e contraditórios com essa realidade.

Nesse sentido, se constrói um ambiente de formação diferenciado para se chegar a novos conceitos e percepções. A “era da informação” e a “sociedade do compartilhamento” pode romper com diversos paradigmas a partir da experimentação de novos modelos e formatos de gestão, produção, distribuição, educação, relações e consumo.

A partir desses anseios e dos impulsos tecnológicos novos coletivos, grupos e movimentos sociais começam a eclodir no Brasil e no mundo em busca de soluções práticas que acalantem as dificuldades e eminentes problemas e mazelas sociais.

Consigo visualizar facilmente a integração sistêmica de diversos públicos e uma dinamização social a partir dessas práticas autônomas e independentes. A partir de um evento de médio porte como foi a 5ª Convenção Paulsita de Malabarismo, Circo e Palhaço conseguimos movimentar um valor em serviços de mais de 250 mil com apenas 20 mil reais, ou seja, cada real investido trouxe um retorno de mais de 1000% agregando diversos valores. Isso ilustra parte de um cenário de precariedade e escassez de recursos em que o setor cultural se encontra hoje no Brasil. Se conseguíssemos reunir informações de todos os projetos circense do Brasil - circos itinerantes, artistas independentes, encontros, festivais, mostras, Cursos, Escolas, Projetos Sociais, Pontos de Cultura etc - seria imensurável o somatório do investimento deles todos juntos. A comunicação ainda é embrionária nesse Arranjo Criativo, mas hipoteticamente unindo todas as iniciativas e criando estratégias de distribuição e fruição desses projetos poderia-se desenvolver um cenário que conecta milhões de pessoas, reais e públicos num universo que se expande a cada relação e gera fluxos e experiências inimagináveis que podem gerar empregos, turismo e a circulação de diversos recursos - tangíveis e intangíveis - junto com pessoas, projetos e produtos

Até que ponto esses laboratórios podem se situar como um simulacro sistêmico e um embrião de uma nova identidade cultural que busca a autonomização por meio das práticas sociais coletivas? Será possível transformar a lógica política e economia de um país de forma risomática partindo de um centro antropológico de relações e distribuindo responsabilidades, recursos e meios de produção?

“As formas colaborativas de produção, disseminação e uso de informação, particularmente aquelas que usam a Internet, requerem novos enfoques da propriedade intelectual e do direito autoral. A produção colaborativa pode se construir sob a “licença de uso” para usar e recriar livremente produções anteriores, sem autorização prévia específica. Fundam-se assim novos modos de produção e comunicação colaborativos, que rompem com as formas capitalistas de organização da produção. (LIMA, 2008. pg 126)”

\

6. REFERÊNCIAS

BENHAMOU, F. A economia da cultura. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007

GIRARD, Augustin. "Cultural industries: a handicap or a new opportunity for cultural development?." Cultural industries: a challenge for the future of culture (1982)

Cultural Industries: a challenge for the future of culture. Paris: Unesco, 1982.

GORZ, André. O imaterial: conhecimento, valor e capital. São Paulo: Annablume, 2005.

KUNSH, Margarida MK. "Relações públicas e modernidade." *São Paulo: Summus* (1997).

KUNSH, Margarida MK. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. Summus editorial, 2003.

LEVY, Pierre. As tecnologias da inteligência. Rio de Janeiro: 34, 1993.

REIS, Ana Carla Fonseca. Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura. Editora

Manole Ltda, 2009.

ANDERSON, C., A. Cauda Longa. "do Mercado de Massa para o Mercado de Nicho." *Rio De Janeiro, RJ: Elsevier* (2006).

VOLTOLINI, Ricardo - Terceiro Setor: Planejamento e Gestão - SENAC (2009)

CONSULTAS ONLINE:

BEY, HAKIM: Zona Autônoma Temporária - Coletivo Sabotagem: Contra-Cultura (2011)

http://www.mom.arq.ufmg.br/mom/arq_interface/4a_aula/Hakim_Bey_TAZ.pdf

(acesso - 11.10.14)

BOURDIEU, Pierre. "O mercado de bens simbólicos." *A economia das trocas simbólicas 2* (1974). Disponível em:

<http://www.fmemoria.com.br/teoriaecritica/img/mercado_dos_bens_simb.pdf>

(Acessado em 11.10)

DEHEINZELIN, Lala - Economia Criativa e métodos para dar uma mão ao futuro (2011)

Disponível em:<http://www.cetiqt.senai.br/dcb/ead/redige/index.php/redige/article/view/105/184>

(Acessado em 01.10)

LIMA, Clóvis Montenegro de. Copyleft e licenças criativas de uso de informação na sociedade da informação. Disponível em:

< <http://www.scielo.br/pdf/ci/v37n1/11.pdf> (2008) -

Acessado em 02/10/2014

PORTAL FORA DO EIXO. Disponível em: <<http://foradoeixo.org.br>>

Acesso em: 10 out 2014.

WARREN, Ilse Scherer - DAS MOBILIZAÇÕES ÀS REDES DE MOVIMENTOS SOCIAIS -

<http://www.scielo.br/pdf/se/v21n1/v21n1a07.pdf> (Acessado em 02/10/2014)