

INTELIGÊNCIA EMPRESARIAL

NÚMERO 36 ■ 2013
UMA PUBLICAÇÃO TRIMESTRAL
DO CENTRO DE REFERÊNCIA EM
INTELIGÊNCIA EMPRESARIAL
CRIE / COPPE / UFRJ
ISSN 1517-3860

Cultura, planejamento e gestão

Lógica Fuzzy
*Sua aplicação
em megaeventos
esportivos*

Propriedade
Intelectual
*Os APLs do Rio
de Janeiro e de
Conservatória*

Duque de
Caxias
*Identificando um
Polo Cultural*

Gestão do
Carnaval
*Escolas de Samba
Mirins e dos
Grupos de Acesso,
e o Bloco Fala
Meu Louro*

Editorial

Megaeventos, Carnaval, Seresta
e o Desenvolvimento Econômico

Criatividade brasileira
para ganhar o mundo

Usando Lógica Fuzzy em
megaeventos de esportes

Propriedade Intelectual
nos APLs do Rio de Janeiro

APL de Conservatória
Seresteira

Duque de Caxias:
a vocação de um lugar
e o seu potencial

Seminário de Planejamento
Estratégico das Escolas de
Samba Mirim e o Carnaval
do Rio de Janeiro

Fala Planejamento,
Fala Gestão,
Fala Meu Louro!

Escola de Carnaval

Planejamento Estratégico
AESCRJ (2013-2016)

Resenha

Economia da Cultura do Brasil: romper as fronteiras

Um rei sonhou que encontrara sete jovens que caminhavam por uma estrada. Vencidas pela fadiga e pela sede, as jovens pararam sob o sol causante. Surgiu uma princesa trazendo-lhes grande cântaro de água pura e fresca. Esta princesa saciou a sede que torturava as jovens. Ao despertar o rei consultou a significação daquela cena. Respondeu o astrólogo: “Senhor! As sete jovens eram: a Pintura, a Música, a Escultura, a Arquitetura, a Retórica, a Dialética e a Filosofia. A princesa que as socorreu simbolizava a Matemática. Sem auxílio da Matemática as artes não podem progredir e todas as outras ciências perecem.”

Brizola Neto

Malba Tahan¹

O documento “Avançar na Construção de um Espaço Compartilhado”, da Organização dos Estados Ibero-americanos² (OEI), no seu capítulo 4, discorre sobre a necessidade de fazer avançar os intercâmbios de bens e serviços culturais entre os países latino-americanos. Segundo as estatísticas da UNESCO³, a região da América do Sul e Caribe representa 3% da circulação mundial de bens e serviços culturais. No informe da UNCTAD⁴/PNUD⁵, lembra a OEI, são poucos países da região que entram na lista daqueles que têm bons índices de exportação setorial.

Estas constatações, com as quais o Ministério do Trabalho e Emprego concorda, foram feitas para incentivar ações dos ministros de estado da região na criação de projetos e programas que colaborem para que os produtos e serviços da indústria cultural latino-americana rompam suas fronteiras nacionais, trazendo resultados econômicos ou financeiros para as respectivas Balanças de Pagamentos⁶; gerando emprego e renda setorial. Neste sentido, as atividades do Ministério da

Cultura, através da Secretaria Nacional de Economia Criativa, tem contribuído ativamente para a construção de uma agenda estruturante para os próximos anos.

Entendemos ser o intercâmbio de bens e serviços culturais uma atividade estratégica quando pensamos a Economia da Cultura o núcleo forte da Economia Criativa. Por tanto, temos de desenhar a macroestrutura econômica do setor e apontar para onde podemos crescer dentro das regras vigentes do mercado nacional e mundial. Devemos reestruturar o planejamento tradicional, voltado somente para obtenção de resultados no mercado interno, e qualificar a gestão profissional através de parâmetros que nos garantam qualidade, preço e competitividade. Sendo assim, o MTE já está desenvolvendo o Plano Nacional de Qualificação (PlanSeQ⁷) do Carnaval.

Os criadores e produtores culturais dos países latino-americanos, ao identificar que seus consumidores estão dentro das fronteiras nacionais, percebem que formamos um

conjunto de ilhas que não realizam trocas comerciais, portanto criam e produzem produtos e serviços que não ameaçam os monopólios mundiais do audiovisual, editorial, musical ou de espetáculos.

A legislação de cada país é um entrave para o mundo ibero-americano, cria barreiras, muitas vezes intransponíveis, para construção de pontes que favoreçam a criação de um mercado cultural comum, até mesmo entre aqueles parceiros que compõem o MERCOSUL. Questão que já está sendo estudada no Congresso Nacional.

Temos que saber melhorar:

1. Os sistemas de troca de informações sobre a oferta de produtos e serviços culturais.
2. O conhecimento das necessidades e demandas setoriais.
3. Os programas para articulação da mobilidade da produção cultural existente e daqueles agentes que compõem a bolsa do mercado no futuro.

Nas entrelinhas do documento da OEI, citado no início deste texto, verificamos que existe uma crítica aos projetos de promoção cultural. Pois, o crescimento econômico nacional da última década permite aos brasileiros comprarem produtos culturais colombianos, chilenos, argentinos ou mexicanos. Pode mais ainda, oferecer uma oportunidade para venda de produtos culturais brasileiros nos mercados dos países citados. Infelizmente, esta não é a realidade. Quase não exportamos nossa produção simbólica e estética; em poucas situações rompemos as nossas fronteiras nacionais, avançando sobre os territórios marcados pela presença das multinacionais. O Brasil continua, essencialmente, exportador de *commodities*, o “Celeiro do Mundo”.

As próximas gerações têm a missão de fazer circular a cultura nacional pelo menos nos mercados latino-americano, africano e asiático. O que será possível somente através do planejamento de longo prazo; definição de metas; e implantação de gestão orientada para resultados comerciais de curto prazo. Sem empresas transnacionais fortes; legislação flexível e atualizada; observatórios qualificados das atividades comerciais culturais; e foco nos espaços disponíveis no mercado mundial, não avançaremos. A Cultura do Brasil tem de se fazer presente nos países da Comunidade Econômica Europeia, Estados Unidos e Canadá.

Assim como a matemática é invisível para a grande massa de apreciadores da pintura, música, escultura, arquitetura, retórica, dialética e a filosofia, o tema Gestão e Planejamento, para os agentes da Economia da Cultura do Brasil, também o é.

Para o Ministério do Trabalho e Emprego este número da revista *Inteligência Empresarial* é de suma importância. Os

textos aqui publicados abordam questões estratégicas: Gestão de Megaeventos (relacionado diretamente com a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016, no Rio de Janeiro); Identidade de Arranjos Produtivos Locais (APLs) de Cultura e Turismo; Propriedade Intelectual; e os Planejamentos Estratégicos de Associações representativas do Carnaval Carioca. São trabalhos realizados entre os anos de 2011 e 2012 que demonstram as dificuldades, os desafios e as oportunidades existentes para os mais diferentes segmentos da Economia da Cultura.

O tema Escola de Carnaval é de especial importância para o MTE. Este centro de formação acadêmica está de acordo com as nossas diretrizes que são as de formar e qualificar os trabalhadores e os gestores para o maior espetáculo popular do mundo. Apoiamos este projeto e desejamos colaborar para sua implantação.

Boa leitura!

NOTAS

1. Inspirado livremente no livro *O Homem que Calculava*, de Malba Tahan, páginas 82-83, Editora Record, 2012, Rio de Janeiro.
2. OEI, Organização dos Estados Ibero-americanos, instituição criada em 1945 pelos ministros de Educação e Cultura dos Estados Ibero-americanos, consultas: www.oei.es
3. UNESCO, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, fundada em 1945, mas originou-se da comissão criada em 1921, para o estudo da Educação e da Cultura, pela Liga das Nações, consultas www.unesco.org ou www.unesco.org.br.
4. UNCTAD, Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento, foi estabelecida em 1964, para atender às reclamações dos países em desenvolvimento no tema de exportação, consultas: www.unctad.org
5. PNUD, Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, consultas: www.pnud.org.br
6. Nos relatórios do Balanço de Pagamentos do Brasil, editados pelo Banco Central do Brasil, site <http://www.bcb.gov.br/SERIEBALPAG>, não encontramos informações consolidadas sobre a comercialização de produtos e serviços culturais de forma explícita.
7. Os PlanSeQ's são parte do Plano Nacional de Qualificação (PNQ) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) e caracterizam-se como espaços de integração das políticas de desenvolvimento, inclusão social e trabalho (intermediação de mão de obra, geração de trabalho e renda e economia solidária), e de qualificação profissional, em articulação direta com oportunidades concretas de inserção do trabalhador, ou trabalhadora, no mundo do trabalho.

Brizola Neto

Ministro do Trabalho e Emprego

Megaeventos, Carnaval, Seresta e o Desenvolvimento Econômico

Júlio Bueno

O desenvolvimento econômico do estado do Rio de Janeiro, nos próximos anos, tem uma relação direta com os megaeventos esportivos, culturais e sociais planejados: Copa do Mundo de Futebol, Jogos Olímpicos, Encontro Mundial da Juventude e Copa das Confederações, entre outros. O texto sobre a modelagem Fuzzy de megaeventos, nesta revista, é extremamente oportuno, porque direciona o debate para a gestão de atividades prioritárias.

A publicação do texto sobre Propriedade Intelectual nos Arranjos Produtivos Locais – APLs traz para o centro das discussões o potencial dos ativos tangíveis e intangíveis nos aglomerados econômicos, no qual o papel das micro e pequenas empresas é significativo para a geração de emprego e renda.

Com originalidade, este espaço editorial visualiza, ao lado de macroestruturas econômicas, microestruturas, como é o caso da atividade seresteira de Conservatória.

O tema Carnaval ocupa quase a metade desse número da revista *Inteligência Empresarial*. O leitor é guiado pelo universo de uma arte que tem relação direta com a economia regional.

A proposta de criação da Escola de Carnaval, projeto que conta com o apoio do Governo do Estado, da Prefeitura do Rio de Janeiro, da Organização dos Estados Ibero-americanos, e de todas as instituições representativas do carnaval carioca, é um desafio. O Rio de Janeiro está transformando sua infraestrutura, portanto precisa urgentemente atualizar científica e tecnologicamente seus

gestores, no campo da engenharia de produção.

Os artigos sobre os três planejamentos estratégicos incluem no debate 55 escolas de samba e um dos mais antigos blocos carnavalescos do Brasil, o Fala Meu Louro. Esses documentos dão respaldo à aplicação de políticas públicas e privadas eficientes e definitivas para os próximos anos.

Júlio Bueno

Secretário de Estado de
Desenvolvimento Econômico,
Energia, Indústria e Serviços do
Rio de Janeiro

Criatividade brasileira para ganhar o mundo

Jorge Avila

Que o brasileiro é um povo criativo, disso ninguém tem dúvidas. Basta citar o carnaval, justamente reconhecido como uma das maiores festas do planeta. Mas não para por aí: as expressões culturais brasileiras, sejam na música, nas artes plásticas ou suas demais formas, são admiradas em todo o mundo, transformando-se em poderosos itens de exportação.

A chamada economia criativa – e a propriedade intelectual – constituem itens essenciais para o desenvolvimento nacional. Com tamanho potencial criativo, o Brasil tem o dever de investir, cada vez mais, em sua indústria cultural, gerando produtos e serviços para consumo global e, criando mais emprego e renda em todo o País. Com o avanço das novas tecnologias de informação e comunicação, cresce

exponencialmente o espaço para distribuição de conteúdos culturais. Explorar este espaço é um desafio para artistas, empresários e investidores, que deve ser encarado como uma nova fronteira de oportunidades.

Para melhor aproveitar novos espaços a devida proteção intelectual dos bens culturais brasileiros será decisiva. Direitos de autor, marcas, nomes de domínio, desenhos industriais registrados e todas as demais modalidades de propriedade intelectual podem e devem ser empregadas com a máxima inteligência, para que se alcance esse objetivo. Divulgar a importância da proteção e as formas de obtê-lo tem sido uma das tarefas primordiais do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) nos últimos anos.

O cenário é de imensas oportunidades, mas também de desafios, para o avanço das políticas públicas e da própria economia criativa em nosso País. Neste contexto, os debates propostos nesta revista são extremamente relevantes, para que se chegue ao modelo ideal de divulgação da nossa cultura, com seus valores, tanto simbólicos quanto econômicos.

Jorge Avila

Presidente do Instituto Nacional de Propriedade Industrial

Usando Lógica Fuzzy em megaeventos de esportes

Um sistema de avaliação de impactos

Carlos Frederico Barros

Os megaeventos esportivos são hoje em dia uma das mais frequentes e pujantes manifestações da Indústria do Entretenimento. Envolvem cifras consideráveis e milhares de pessoas – sejam como participantes voluntários, espectadores ou cidadãos residentes –, além de afetar o dia a dia das atividades locais, redefinir as aplicações na comunidade e criar novas estruturas esportivas e infraestrutura urbana, que ficam como um legado. Em suma, modificam sensivelmente os aspectos da região sede, ou seja, interferem de maneira econômica, social e ambiental; mas, nos processos decisórios e nas consequentes buscas de solução dos problemas de planejamento e gestão do evento, nem sempre essa amplitude da interferência é considerada (DODOURAS; JAMES, 2006).

Quanto mais o conceito de desenvolvimento sustentável do local hospedeiro do megaevento for parte do processo de planejamento estratégico deste, mais saberemos que os impactos serão de ordem positiva. O desenvolvimento sustentável pode ser interpretado de várias formas; contudo, existem três conceitos que traduzem bem sua adoção. Primeiramente, existe a importância de se pensar

integradamente o ambiental, o social e o econômico como elos intrínsecos do desenvolvimento sustentável. Sequencialmente, admitir o meio ambiente como um indutor das decisões econômicas, assim como ser uma proposta contínua de levar em consideração a sustentabilidade nas decisões pertinentes (PORRIT, 2002). Assim, podemos entender que a consolidação desse conceito ocorre se a intervenção de um megaevento gerar aspectos majoritariamente positivos e perenes para a comunidade hospedeira, em uma abrangência sistêmica social, ambiental e econômica.

O desenvolvimento sustentável requer o imperativo ecológico de integração com a capacidade ambiental, o imperativo econômico de fornecer padrões adequados de vida à população e o imperativo de desenvolver modelos de administração dos recursos de forma transparente e ético, e que vá de encontro aos anseios dos cidadãos (DODOURAS; JAMES, 2006). Esses elementos de sustentabilidade (social, ambiental e econômico) frequentemente têm interpretações diferentes quanto à melhor forma de serem percebidos – seja pelos diferentes métodos de avaliação, pelas correntes de conhecimento e pen-

samento do assunto ou por sua própria característica subjetiva. Compará-los quanto à importância e à magnitude de cada um, e entre si mesmos, pondo um peso relativo no momento de decidir, traz-nos um dilema da subjetividade. Paralelamente, a complexidade dos megaeventos colabora para que haja um processo decisório impreciso, instável e com alto grau de subjetividade. Essa característica é descrita de forma categórica por Kurscheidt (2000).

Existem soluções que permitem conciliar, ainda que imperfeitamente, a melhoria do bem-estar material com a qualidade de vida de gerações futuras; é o chamado crescimento sustentado. Para que os efeitos ecológicos sejam incluídos na avaliação de projeto, é preciso que o meio ambiente seja considerado como um fator econômico, ou seja, sujeito à escassez e com custo alternativo não nulo. Caso contrário, seria incoerente enquadrar os efeitos ambientais na análise econômica. Os efeitos sobre a ecologia foram totalmente ignorados até a década de 1960. Hoje, a crescente conscientização da coletividade para tais problemas não permite que externalidades desse tipo sejam negligenciadas. Faltam, entretan-

to, os instrumentos metodológicos para a aplicação; problema agravado pela imprecisão das informações apropriadas (CONTADOR, 2000).

As condições de subjetividade e de complexidade nos sugerem o uso de Lógica Fuzzy como provedora de um sistema de solução (COSENZA, 2006). Neste artigo temos como objetivo modelar, pela Lógica Fuzzy, um sistema de apoio decisório para megaeventos esportivos que integre as vertentes da sustentabilidade após qualificar a Indústria do Entretenimento e caracterizar um megaevento esportivo e seus elementos de gestão.

A INDÚSTRIA DO ENTRETENIMENTO

As considerações sobre o entretenimento passam por duas grandes vertentes: a filosófica e sociológica, e a econômica. Na sociedade pós-industrial, o lazer passa a ter novos contornos, seja pela disponibilidade de opções ou de maior tempo. Na visão econômica, temos como consequência o crescimento da atividade de entretenimento de forma assustadora, contribuindo para que o setor de serviços seja o que mais cresce atualmente no mundo. Dentro do viés sociológico e filosófico, fica a preocupação de que essa indústria contribua para um lazer ativo, participante e não alienado, buscando difundir um conteúdo que contribua de forma efetiva para a nossa sociedade, seja informando, educando ou criando novos comportamentos.

Para este artigo, buscamos abordar a valorização da cultura local, o comprometimento com nossos valores e, prioritariamente, a capacitação para a competitividade das nossas empresas – com novas aplicações do conhecimento, como a Lógica Fuzzy –, mas, acima de tudo, a percepção da necessidade de um comprometimento do conteúdo da

Indústria do Entretenimento com os ideais, as necessidades e os interesses de uma sociedade brasileira mais justa e soberana.

CONCEITUAÇÃO SOBRE O LAZER E O ENTRETENIMENTO

Histórico do lazer

Conforme Aranha e Martins (1993), o lazer é a criação da civilização industrial e aparece como um fenômeno de massa com características especiais que nunca existiram antes do século XX. Antes, o lazer era privilégio dos nobres, que, nas calçadas, festas, bailes e jogos, intensificavam suas atividades predominantemente ociosas. Mais tarde, os burgueses enriquecidos também puderam se dar ao luxo de aproveitar o tempo livre.

Os artesãos e os camponeses que viviam antes da Revolução Industrial seguiam o ritmo da natureza: trabalhavam desde o clarear do dia e só paravam ao cair da noite, já que a deficiente iluminação não permitia outra escolha. Eram orientados pelas estações, pois a semente exige o tempo de plantio, bem como a colheita deve ser feita na época certa. Havia “dias sem trabalho”, que ofereciam a possibilidade de repouso, embora não muito, pois geralmente os feriados previstos eram impostos pela Igreja e havia a exigência das práticas religiosas, rituais obrigatórios. As festas religiosas ou as que marcavam o fim da colheita eram atividades coletivas e adquiriam importante sentido na vida social.

O advento da era industrial e o crescimento das cidades alteraram o panorama. Com a introdução do relógio, o ritmo do trabalho deixou de ser marcado pela natureza. A diminuição da jornada de trabalho criou o *tempo liberado*, que não pode ser confundido ainda com o *tempo livre*, pois aquele é gasto de inúmeras

maneiras: no transporte – na maioria das vezes se mora longe do local de trabalho; com as ocupações de asseio e alimentação; com o sono; com as obrigações familiares e afazeres domésticos; com as obrigações sociais, políticas ou religiosas; e, às vezes, até com as atividades extras para ganhar mais.

O que é lazer?

O tempo propriamente livre, de lazer, é considerado aquele que sobra após a realização de todas as funções que exigem uma obrigatoriedade, quer sejam as de trabalho ou todas as outras que ocupam o chamado tempo liberado.

O que é lazer, então? Segundo Dumas (1972), “o lazer é um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou, ainda, para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora, após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais”.

Portanto, há três funções solidárias no lazer:

- visa ao descanso e, portanto, libera da fadiga;
- visa ao divertimento, à recreação, ao entretenimento e, portanto, é uma complementação que dá equilíbrio psicológico à vida, compensando o esforço que despendermos no trabalho. O lazer oferece, no bom sentido da palavra, a evasão pela mudança de lugar, de ambiente, de ritmo, quer seja em viagens, jogos ou esportes, ou ainda em atividades que privilegiam a ficção, tais como cinema, teatro, romance, e que exigem o recurso à exaltação de nossa vida imaginária;
- visa à participação social mais livre, promovendo, com isso, nosso desenvolvimento. A procura desinteressada de

amigos, de aprendizagem voluntária, estimula a sensibilidade e a razão e favorece o surgimento de condutas inovadoras.

De tudo isso, fica claro que o lazer autêntico é ativo, ou seja, o homem não é um ser passivo que deixa “passar o tempo livre”, mas emprega-se em algo que escolhe e lhe dá prazer e o modifica como pessoa.

É bom não reduzir o lazer criativo apenas aos programas com funções claramente didáticas. Podemos assistir ativamente a qualquer tipo de programa quando somos bons observadores, assumimos atitude seletiva, somos sensíveis aos estímulos recebidos e procuramos compreender o que vemos e apreciamos.

O lazer alienado

No mundo em que a produção e o consumo são alienados, é difícil evitar que o lazer também não o seja. A passividade e o embrutecimento naquelas atividades repercutem no tempo livre. Sabe-se que pessoas submetidas ao trabalho mecânico e repetitivo no dia a dia têm o tempo livre ameaçado pela fadiga, mais psíquica do que física, tornando-se incapazes de se divertir. Ou então, exatamente ao contrário, procuram compensações que as recuperem do amortecimento dos sentidos.

A propaganda orienta as escolhas e os modismos, e manipula o gosto, determinando os programas.

Até aqui, fizemos referência a determinado segmento social que tem acesso ao tempo de lazer. Resta lembrar que as cidades não têm infraestrutura que garanta a todos a ocupação de seu tempo livre: lugares onde ouvir música, praças para passeios, várzeas para o joguinho de futebol, clubes populares, arenas, ginásios, estádios para prática de esportes em geral ou locais de integração social espontânea. Isso torna muito reduzida a possibilidade do lazer ativo, não alie-

nado; ainda mais se supusermos que o homem se encontra submetido a todas as formas de massificação pelos meios de comunicação.

Vimos que o lazer ativo se caracteriza pela participação integral do homem como ser capaz de escolha e de crítica. Dessa forma, o lazer ativo permite a reformulação da experiência. Tal não ocorre com o lazer passivo, no qual o homem não reorganiza as informações recebidas ou a ação executada, de modo que elas nada lhe acrescentam de novo; ao contrário, reforçam os comportamentos mecanizados.

É bom lembrar que o caráter de atividades ou passividade nem sempre decorre do tipo de lazer em si, mas da postura do homem diante dele. Assim, duas pessoas que assistem ao mesmo filme podem ter atitude ativa ou passiva, dependendo da maneira pela qual se posicionam como seres que comparam, apreciam, julgam e decidem, ou não.

O que é entretenimento? Qual seu tamanho como atividade?

Conforme Kamel (2003), podemos nos perguntar o que é entretenimento, por que existe tanto interesse nisso, e o que suas várias formas têm em comum? No nível mais fundamental, qualquer coisa que estimule ou gere uma condição de diversão prazerosa poderia ser chamado de entretenimento. A palavra francesa, *divertissement*, conforme Vogel (2001) cita, talvez seja a que melhor capture essa essência. Entretenimento ainda pode ser muito mais do que mera diversão. É algo tão universal, tão interessante, que, quando é eficiente, toca emocionalmente.

Entretenimento é definido, desse modo, por seu resultado: um estado psicológico e emocional satisfeito e feliz. De toda maneira, não importa se o resultado é

alcançado por meio de significados ativos ou passivos. Tocar um instrumento musical ou escutar uma música são formas que exemplificam. Entretenimento, na verdade, significa tantas coisas diferentes para tantas pessoas que requer uma análise aguçada de uma possível delimitação. Tais limites são aqui estabelecidos por classificar atividades de entretenimento em segmentos industriais – empresas ou organizações de tamanho significativo, com uma estrutura tecnológica similar de produção e que produz ou proporciona mercadorias e serviços.

Vogel (2001) afirma que a classificação entre o discernimento de um entretenimento *software* – marcas de filmes, gravadoras e videogames – e um entretenimento *hardware* – o equipamento físico e o equipamento no qual o *software* e as instruções são executados – facilita o entendimento do assunto. Tal classificação também nos permite traçar mais facilmente os efeitos do nível de desenvolvimento tecnológico. Vogel (2001) cita que estamos acostumados a prosseguir com o crescimento do desempenho do *hardware* e do *software* do entretenimento e que temos problemas em lembrar o início do século XX. O cinema e a música foram incríveis novidades de seu tempo, o rádio foi um milagre dos dias modernos e a televisão foi uma curiosidade de laboratório. Simples transmissores e *lasers* ainda estavam por ser inventados, computadores eletrônicos e satélites de comunicação ainda eram domínios da ficção científica.

Os frutos da aplicação tecnológica têm proporcionado novas formas de arte e perspectivas de expressão humana, além de trazer milhões de pessoas de todo o mundo para uma mudança repentina virtual muito mais variada e de maior qualidade; um *mix* de entretenimento que jamais poderíamos ter imaginado.

Quanto ao tamanho, no Brasil temos dificuldades em avaliar esse setor economicamente, em virtude da não consolidação da mensuração das atividades pertinentes; entretanto, podemos perceber sua dimensão nos Estados Unidos. Conforme Vogel (2001), nas formas legais de entretenimento, os americanos consumiram, em 1994, pelo menos 60 bilhões de horas, gerando uma receita em torno de US\$ 60 bilhões. Harold Vogel, na quarta edição de seu livro *Entertainment Industry Economics – a guide for financial analysis*, de 1998, aferiu 120 bilhões de horas consumidas e um ganho de US\$ 150 bilhões, enquanto na quinta edição, de 2001, compara essa progressão, mostrando um balanço de 120 bilhões de horas consumidas e uma receita de pelo menos US\$ 200 bilhões. Percebe-se que a quantidade de horas consumidas dobrou e que o faturamento em bilhões de dólares triplicou. Concluímos que esse é um mercado crescente na economia americana e cada vez mais rentável, podendo ser apontado como uma tendência mundial.

Fica claro que a existência de um centro de informações setoriais no Brasil é vital. Poderíamos seguir a conceituação do *Census Bureau*, Censo americano, citado por Kamel (2003), que relata no *Economics Census* de 1997 um grupo de atividades econômicas denominado: *Sector 71 – arts, entertainment and recreation*. Esse censo relaciona diversas atividades, como: indústria fonográfica e de espetáculos, teatro, cinema e televisão, parque gráfico e indústria editorial, esportes, turismo, ópera, TV a cabo, zoológicos, museus, companhias de dança e teatro, empresas que estão envolvidas com produção e promoção em eventos de interesse histórico, cultural, esportivo e educacional; bandas e grupos de músi-

cos; agentes e empresários dos artistas e atletas; artistas e escritores independentes, sindicato dos artistas etc.

No Brasil, o último Censo do FIBGE – 2000, citado por Kamel (2003) em suas notas de aula, classifica grande parte das atividades de entretenimento como “telecomunicações” e outra parte como “miscelâneas”, que deriva também da classificação americana. As atividades de entretenimento estão difusas na classificação de atividades econômicas do FIBGE. As atividades culturais não estão listadas na Classificação Nacional de Atividades Econômicas. Prestes Filho apresenta, em seu livro *Economia da Cultura* (2002), que, com base na

arrecadação de ICMS, conseguiu desagregar, dos setores tradicionais de arrecadação tributária, dados que estivessem diretamente ligados à indústria cultural. Uma primeira aproximação foi suficiente para revelar, por exemplo, que só o Escritório Central de Arrecadação de Direitos Autorais (ECAD) arrecada e distribui para autores e intérpretes – cerca de R\$ 100 milhões por ano – o que supera a arrecadação tributária de ICMS para o governo do Estado do Rio de Janeiro de segmentos industriais como têxtil, mecânica, plástico e vestuário.

Mostra, ainda, que os primeiros esforços para medir a economia da cultura no estado do Rio de Janeiro revelaram números surpreendentes, como, por exemplo, a participação do setor cultural no PIB fluminense de 3,8% contra apenas 1% do PIB nacional. Já em 1999, de acordo com o mesmo autor, a Indústria Cultural fluminense produziu o equivalente a R\$ 5,1 bilhões e pagou R\$ 429 milhões de ICMS, tanto quanto a indústria de bebi-

das – que depende bastante da economia da cultura – e mais do que os setores tradicionais, como química, metalurgia e de alimentos.

O professor Carlos Lessa, no artigo “A economia do lazer e o nascimento da Indústria Cultural de Massa”, que consta do livro *Economia da Cultura, a força da Indústria da Cultura no Rio de Janeiro*, lembrou que o “conceito de Economia da Cultura derruba noções estabelecidas, pois lida com o tempo livre, geralmente entendido como o tempo do não trabalho, mas o que se consome no tempo do não trabalho gera emprego e renda”.

Com essas considerações, vemos claramente que a Indústria do Entretenimento no Brasil precisa de uma formalização estrutural para que sua verdadeira dimensão possa ser entendida e, a partir daí, termos políticas para o segmento. Vale lembrar que esse é um setor de mão de obra intensiva, que permite se inserir estrategicamente no processo socioeconômico do País como parte de uma política de oferta de empregos. Da mesma forma, buscamos fazer uma abordagem quantitativa desse setor, aplicando técnicas presentes na Engenharia de Produção e na Administração, criando novas formas de avaliação e de gestão desse segmento negocial, por meio do emprego de conceitos da Lógica Fuzzy nos métodos de avaliação de impactos em megaeventos esportivos.

O MACROAMBIENTE DA INDÚSTRIA DO ENTRETENIMENTO

No atual momento mundial, as informações e as decisões estão cada vez mais centradas em poucas mãos, conforme explicitado por Masi (2002). Essa tendência se evidencia de forma sutil no controle da pesquisa científica e dos meios de comunicação de massa. A partir da segunda

metade do século XIX, o denominado Primeiro Mundo deixa o foco industrial, baseado na produção em massa de bens materiais, e passa para um foco pós-industrial, suportado na produção de bens não materiais; ou seja, de serviços, símbolos, valores e estética e, principalmente, de informações, matéria-prima de qualquer conhecimento. Nesse novo contexto, a produção de ideias e conteúdos, patentes, informações, ciência, arte e diversão, a pesquisa científica nas universidades e em centros tecnológicos, a telemática, os provedores de conteúdo, os centros de televisão, as empresas editoriais, as cinematográficas, as fonográficas e de difusão cultural em geral, os museus e os equipamentos culturais em suas variadas formas, assim como as megaestruturas de uso do tempo livre, e todo o conjunto de recursos tangíveis e, principalmente, os intangíveis – com os quais as novas culturas e os modelos de comportamento de vida venham a ser produzidos –, determinando intrinsecamente os modelos de consumo, passam a ser estratégicos para a sobrevivência econômica e a manutenção da identidade nacional.

A existência de *expertise* em Produção Cultural e no entretenimento nos permite a gestão dos valores, símbolos e desejos que fundamentam nossa cultura local e nossa estrutura de consumo aderente. Especificamente hoje, no mundo, nossa indústria televisiva é expressiva, veiculando uma produção pensada, realizada e consumida internamente e exportada conforme preceitos da cultura brasileira. Da mesma maneira acontece com nossa produção musical de valor incontestável, seja no estabelecimento de um estilo próprio, na diversidade dos ritmos ou na pujança da quantidade produzida. Devemos reconhecer essa competência de criar produtos audiovisuais sofisticados e musicais de qualidade, de administrar

e operar megaeventos, e ter dimensão da importância dessa competência no novo contexto mundial de competição, além de buscar manter esforços para que esse significativo ativo intangível de valor econômico, simbólico, cultural e político não se perca. A proposta de gerar cada vez mais produção de conhecimento por meio de artigos e literatura técnica sobre eventos em entretenimento visa a consolidar e a expandir a indústria de entretenimento brasileira, apoiada em nossa criatividade artística aplicada, em nossa competência de gerir, nas tecnologias aplicáveis à comunicação de massa e à distribuição de conteúdo – tanto pelo volume financeiro envolvido no negócio quanto pela capacidade de geração de empregos advinda do uso de mão de obra intensivo do setor –, e, por fim, pela nossa própria afirmação nacional (BARROS, 2005).

CARACTERIZANDO UM MEGAEVENTO DE ESPORTE E SUA SUSTENTABILIDADE

Os chamados megaeventos são, em sua grande maioria, eventos de curto prazo com consequências de longo prazo (BARBOSA, 2003). Eles adquirem um significado-chave para as cidades-sede, pois servem e objetivam estimular programas de revitalização e melhoria urbana, além do reconhecimento global via mídia, que cria uma marca associada para uso turístico e de competência para outros eventos similares (PADDISON, 1993). Megaeventos de esporte, e particularmente os Jogos Olímpicos, adquirem um *status* capital no interesse de acolhê-lo pelas cidades e países, figurando na agenda de seu desenvolvimento e promoção, como ocorreu após os Jogos Olímpicos de Los Angeles de 1984, quando foram percebidos pela comunidade internacional seus desdo-

bramentos negociais e mercadológicos (HORNE; MANZENREITER, 2004). Podemos citar, no Brasil, como eventos de porte de impactos similares e necessidade de gestão típicos dos megaeventos, o *Réveillon* em Copacabana, o carnaval no Rio de Janeiro, o show dos Rolling Stones em Copacabana, os Jogos Pan-Americanos de 2007, a Conferência sobre o Meio Ambiente no Rio de Janeiro em 1992, o Rock in Rio em 1985 e em 2001, a Festa do Boi em Parintins/AM, a São Silvestre em São Paulo, a Festa do Peão Boiadeiro em Barretos/SP, a Oktoberfest em Blumenau/SC, as festas de verão e de carnaval em Salvador/BA e o Planeta Atlântida no Rio Grande do Sul (BARROS, 2005). Esses eventos são catalisadores e indutores de desenvolvimento local, regional e até nacional, podendo ser instrumentos de políticas de desenvolvimento. Os resultados e as consequências geralmente mencionadas na literatura são: a provisão de infraestrutura e os impactos econômicos e sociais (BARBOSA; ZOUAIN, 2003). De acordo com Roche (1994), usualmente também é assumido que os megaeventos trazem consequências futuras em termos de turismo e investimentos externos. Jones (2001) argumenta que, para muitas cidades, os megaeventos podem ser um caminho e a forma de conseguir um reconhecimento nacional e global com a exposição na mídia, o que pode ser bom para um destino turístico, caso o evento seja um sucesso, ou destrutivo, caso ele possua falhas perceptíveis para todos os participantes envolvidos, como atletas, familiares, imprensa, torcedores e telespectadores. Outro aspecto sempre lembrado é o grau de intervenção urbana na construção dos locais do evento, em virtude da infraestrutura de apoio logístico, com a consequente alteração do mercado imobiliário e seus custos e as possíveis desapropriações (OLDS, 1998).

Da mesma forma, essas intervenções assumem características positivas quando revitalizam e regeneram áreas socialmente carentes e não integradas à urbanidade pelo foco da qualidade de vida e estado de bem-estar. Olds (1998) destaca um grau de distúrbio no cotidiano da população das cidades hospedeiras e seus necessários planos de contingenciamento para a redução da intervenção durante o evento.

De acordo com Roche (1994), os estudos e os planejamentos, realizados geralmente antes dos eventos, tendem a focar os benefícios econômicos e sociais que o evento em questão pode gerar. No entanto, de acordo com Higham (1999), existe um crescente número de pesquisas acadêmicas sobre os efeitos negativos ou ambivalentes dos megaeventos, tanto do ponto de vista econômico quanto do social. Essas críticas, em sua maioria, estão centradas no processo de escolha da cidade para o evento, que, de acordo com o autor, pode desviar parte dos benefícios econômicos e sociais da comunidade para favorecer os interesses de patrocinadores e organizadores, que em sua maioria pouco conhecem da realidade local.

Outra crítica, principalmente para os países em desenvolvimento, se deve ao fato de os megaeventos estarem associados à criação de uma grande infraestrutura de apoio, o que, na visão de finanças públicas, significa grande quantidade de recursos ou dívidas de longo prazo, que podem sobrecarregar as contas públicas e prejudicar áreas com necessidades prioritárias, como a saúde, a educação e o bem-estar social. Essas afirmações nos alertam para que não percamos o conceito de desenvolvimento sustentável na modelagem que buscamos.

Outra tendência das pesquisas sobre megaeventos é a de centralizar a análise

nos efeitos ou impactos, e não nas causas. No entanto, segundo Roche (1994), recentemente a pesquisa em relação às causas tem recebido atenção para duas principais abordagens: planejamento e política.

A abordagem política é justificável pelo fato de a decisão de sediar um megaevento ser uma decisão política feita pela autoridade local e, na maioria das vezes, não estar sujeita a uma análise de custo/benefício (GAMAGE; HIGGS, 1977; KURSCHEIDT, 2000). Somado a isso, pode-se argumentar que a construção de uma visão objetiva e técnica sobre os megaeventos pode ser prejudicada pela descontinuidade política, pelo conflito de interesses entre a sociedade local e os organizadores e os patrocinadores, e pela incapacidade da comunidade de manter funcionando a infraestrutura esportiva legada para o público esportivo usuário e espectador.

A avaliação dos impactos de sustentabilidade de qualquer megaevento de esporte é uma tarefa complexa e difícil que envolve mais do que simples estimativas dos seus potenciais gastos *versus* receitas. Exemplificamos como fatores que contabilizam o sucesso para um megaevento os seguintes:

- Os Jogos Olímpicos de Seul, em 1988, tiveram como consequência a entrada no mercado global de firmas sul-coreanas de forma bem-sucedida.
- Os Jogos Olímpicos de Barcelona, em 1992, tiveram como consequência de sucesso a recuperação e a revitalização das áreas degradadas da cidade.

Esses são exemplos de sustentabilidade (MANN, 2002) que demonstram resultados positivos por meio de formas que, no processo de planejamento inicial do evento, não são necessariamente percebidas pelos agentes decisórios, assim como não são computadas e analisadas como efeitos do evento.

Cabe ressaltar que é própria das atividades da Indústria do Entretenimento a característica de um alto grau de interação e interferência nas mais diversas esferas e níveis dos sistemas sociais, econômicos, culturais, políticos e ambientais envolvidos. Entretanto, existe na dimensão do objeto do estudo muito pouca pesquisa sobre os benefícios e os problemas dos megaeventos de esportes nas cidades-sede (DODOURAS; JAMES, 2006).

A abordagem do planejamento, com o uso de um sistema de avaliação integrada, remete-nos a uma visão mais técnica, em que podem ser estudadas as variáveis endógenas e exógenas dos fatores de sustentabilidade que podem levar ao sucesso ou ao fracasso do evento. Na busca de alternativas metodológicas para a abordagem do problema, surge a Lógica Fuzzy.

CONCEITOS DE LÓGICA FUZZY

Seres humanos tomam decisões utilizando uma lógica que leva em conta certo “grau de pertinência” das variáveis envolvidas no processo decisório, e não com base em valores exatos. Não se liga, por exemplo, o ar-condicionado em 27°C às 9h57 e com a umidade relativa do ar em 77%, mas, sim, quando está “quente”, ou no “começo da manhã”. Essas variáveis “linguísticas” podem ser mais bem descritas e manipuladas em um “conjunto Fuzzy”. A Lógica Fuzzy é, assim, uma generalização da lógica clássica que permite incluir a imprecisão (*fuzziness*) nos processos decisórios (BAUCHSPIESS, 2004).

A Lógica Fuzzy foi desenvolvida por Lofti A. Zadeh nos anos 1960 com o intuito de modelar a incerteza da linguagem natural. Áreas como Engenharia, Química e Física, por exemplo, constroem modelos matemáticos de fenômenos empíricos e utilizam esses modelos

para fazer previsões. Entretanto, alguns aspectos do mundo real não podem ser tratados a partir da precisão matemática e, geralmente, são uma alusão imprecisa da realidade.

Segundo Terano *et al.* (1991), a linguagem natural é ambígua e múltipla de significados expressos em termos, adjetivos e palavras, geralmente qualitativas. Desse modo, seus significados serão relativos a sua função no contexto do problema que está sendo tratado.

Neste sentido, segundo Zadeh (1988), o foco principal sobre a Lógica Fuzzy é que, ao contrário dos sistemas lógicos clássicos, ela procura modelar a imprecisão do raciocínio, possibilitando a dedução aproximada da resposta de uma questão baseada em um conhecimento incompleto ou impreciso.

Segundo Kandel (1986), um dos objetivos da teoria dos conjuntos Fuzzy é o desenvolvimento de uma metodologia para a formulação e a solução de problemas que são complexos e indefinidos para serem suscetíveis de resolução pelas técnicas convencionais. A seguir, serão apresentados os conceitos que fundamentam a Lógica Fuzzy, assim como aspectos relacionados com seu emprego para o apoio na tomada de decisão na construção de um sistema de avaliação integrado de impactos para megaeventos.

Conjuntos Fuzzy

Nos conjuntos clássicos, a pertinência de um elemento é indicada pelo valor 1, para os pertencentes ao conjunto, e pelo valor 0, para os não pertencentes. No caso dos conjuntos Fuzzy, o grau de pertinência é definido no intervalo entre 0 e 1, possibilitando verificar a transição gradual entre um elemento pertencente ou não pertencente ao conjunto. Nesse sentido, Zadeh (1965) considera os con-

juntos nebulosos como uma generalização dos conjuntos ordinários, tendo em vista que não têm fronteira claramente delimitada, trabalhando em intervalos, e não pontualmente.

Nos conjuntos Fuzzy, a função de pertinência é um elemento fundamental que permite determinar o grau em que um elemento pertence ou não a determinado grupo, sendo representado por um conjunto de pares ordenados em que estão definidos o elemento e seu grau de pertinência. Pode ser denotado por $\tilde{A} = \{x, \mu(x) \mid x \in U\}$, em que U é o universo de discurso e o conjunto domínio de todos os fatores considerados, x é o elemento do conjunto Fuzzy e $\mu(x)$ é a função de pertinência associada a $\tilde{A}$. Matematicamente, podemos representar a função de pertinência pela seguinte expressão: $\mu(x): U \rightarrow [0,1]$.

Números Fuzzy

De acordo com Randel (1986), um número Fuzzy é aquele caracterizado por uma distribuição de possibilidades, ou ainda como um subconjunto Fuzzy de números reais. Nesse sentido, Tanaka (1996)

considera que, para dado conjunto A , de números reais, no universo R ser considerado um número Fuzzy, as seguintes condições devem ser atendidas: i) Que A seja um conjunto Fuzzy convexo; ii) Que haja somente um único x_0 que satisfaça $\mu_A(x_0) = 1$; e iii) Que μ_A seja contínua em um dado intervalo.

Os números Fuzzy podem ser representados de várias maneiras, sendo as formas trapezoidais e triangulares as mais utilizadas. A Figura 1 mostra a representação de um número Fuzzy trapezoidal e sua função de pertinência.

Para o número apresentado na Figura 1, a função de pertinência pode ser denotada conforme a seguinte expressão:

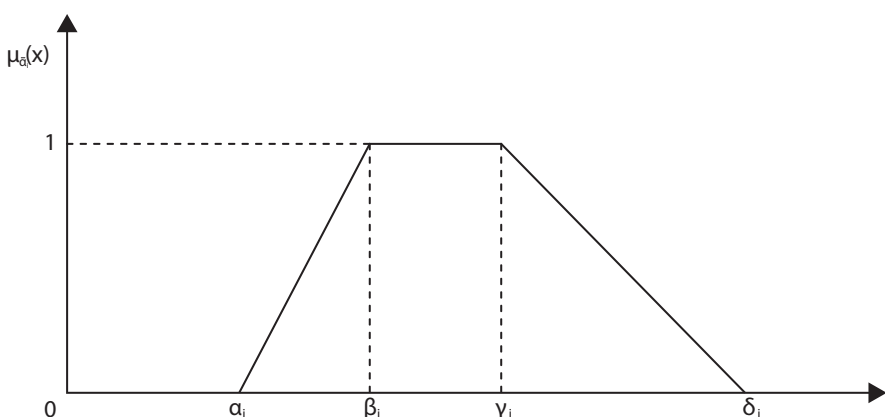
$$\mu_{\alpha_i}(x) = \begin{cases} 0, & x < \alpha_i, \\ (x - \alpha_i)/(\beta_i - \alpha_i), & \alpha_i < x < \beta_i, \\ 1, & \beta_i < x < \gamma_i, \\ (\delta_i - x)/(\delta_i - \gamma_i), & \gamma_i < x < \delta_i, \\ 0, & x > \delta_i. \end{cases}$$

Variáveis linguísticas

No mundo real, as noções de incerteza e imprecisão presentes nas formas linguísticas de expressão da linguagem natural

Figura 1

Representação de um número Fuzzy trapezoidal e sua função de pertinência



podem ser representadas matematicamente pelo tratamento dessas variáveis. Segundo Zadeh (1975), uma variável linguística é aquela cujos valores são palavras ou sentenças em linguagem natural ou artificial, sendo aplicadas em situações que não podem ser razoavelmente descritas pelas expressões quantitativas tradicionais. Essas variáveis são expressas por valores, como, por exemplo: muito baixo, baixo, médio, alto e muito alto.

Segundo Cox (1994), a ideia de variável linguística é o conceito central da técnica de modelagem Fuzzy. Nesse sentido, ela nomeia um conjunto Fuzzy e engloba as propriedades dos conceitos de “impreciso” e “aproximado” de modo sistemático e computacionalmente utilizável. Isso reduz a complexidade aparente da descrição do sistema pelo uso de um valor semântico para o conceito considerado e permite representar um espaço matemático Fuzzy, conforme apresentado na Figura 2.

CONCEITOS DE GESTÃO DE EVENTOS

Para podermos administrar um evento, é importante entendermos o que são eventos, conceituá-los, planejá-los e operá-los, agindo metodologicamente, como descreveremos, a seguir, nas principais abordagens:

- Definir-los em categorias (eventos especiais, megaeventos, eventos de marca etc.) para compreender melhor seu escopo, identificando-os em suas características para sua distinção.
- Entender a importância para a comunidade do entorno e identificar os impactos nesta.
- Estabelecer os atributos do evento e o grau de conhecimento requerido para planejá-lo, operá-lo e geri-lo.
- Empregar esforços no processo de planejamento e operação do evento, visando à afirmação dos valores e do orgulho da comunidade hospedeira.
- Antecipar os impactos sociais, físicos, econômicos e ambientais do evento e

orientar os esforços para a geração de resultados positivos.

- Avaliar o comportamento do público para as ações necessárias de contingência;
- Avaliar o espaço físico disponível para a operação do evento.
- Perceber o contexto político das decisões associadas ao evento.
- Conceber o evento dentro da ótica de uma atividade sinérgica ao turismo, buscando seu incremento e aumento da permanência no local.
- Equilibrar as receitas e as despesas do evento fazendo um planejamento físico-financeiro adequado e no tempo.
- Compreender a importância do processo de gestão/planejamento como fator crítico de sucesso.
- Estabelecer as necessidades de pessoal/especialistas para a participação no processo de planejamento e gestão do evento.
- Construir uma visão clara dos objetivos, que seja mensurável e viável, e a missão do evento.
- Utilizar as técnicas adequadas para que as estratégias estabelecidas alcancem os objetivos do evento.

- Construir uma estrutura organizacional apropriada para suportar o processo de planejamento e operação do evento.

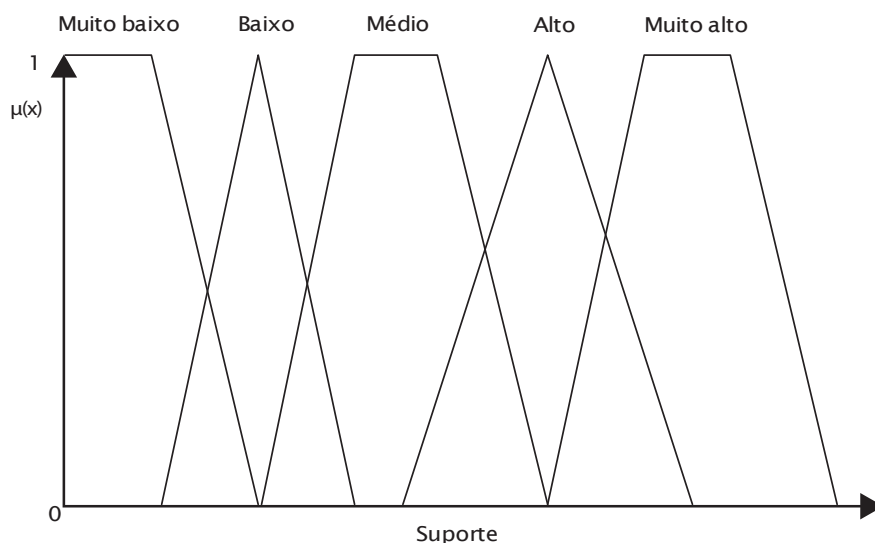
Bowdin (2003) destaca, no Quadro 1, uma abordagem conceitual da gestão de eventos, pela compreensão de sua natureza e dos fundamentos necessários para sua gerência e caracterização.

Na Figura 3, Kurscheidt (2000) ajuda-nos a caracterizar a natureza do evento, tipificando sua categoria pelos locais e esportes.

Finalizando, buscamos na conceitualização e na caracterização do tipo do evento elementos que permitam uma melhor abordagem no planejamento, na operação e na gestão do evento como parte do aspecto de avaliação do impacto

Figura 2

Representação das variáveis linguísticas por números Fuzzy padrão



Quadro 1. Mapa Conceitual da Gestão de Eventos

Natureza dos eventos

- Duração limitada e propósito específico
- Características específicas e únicas de programação, gestão, participantes, comunidade e espectadores juntas (*blend*)
- Atratividade genérica e/ou específica para o público
- Significado cultural e econômico
- Envolvimento negocial e de instituições privadas e públicas
- Alto profissionalismo
- Programação e horários definidos
- Localização e cenários
- Forças e fragilidades conexas

Especificidades

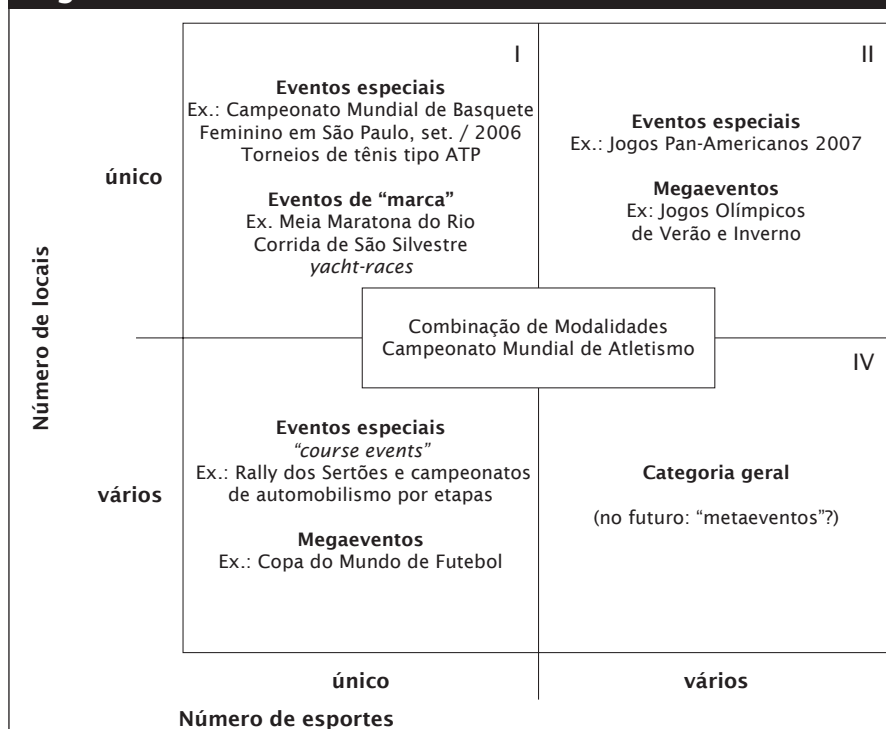
- Tipo do evento e programação única
- Requisitos específicos de localização
- Modelo de organização
- Mídias e mercados/público-alvo específicos
- Insumos e serviços característicos demandados
- Impactos únicos, critérios de performance não usuais, intangibilidade
- Forças e tendências

Fundamentos da gestão

- Planejamento e pesquisa
- Organização e coordenação
- Recursos humanos capacitados
- Recursos financeiros adequados
- Orçamentação, controle e gerência do risco e de operação
- Marketing e comunicação
- Avaliação de impactos e performance

Fonte: Getz, D (2000). Adaptado para o Brasil pelo autor.

Figura 3



Fonte: *Categories of Major Sport Events*, in Kurscheidt (2000) – *Strategic Management and Cost-Benefits Analysis of Major Sport Events- the use of sensitivity analyses shown for the case of Soccer World Cup 2006 in Germany* – Universit at Paderborn.
Adaptado e localizado para o Brasil pelo autor.

e consequente plano de amenização e adequação da sustentabilidade.

FUZZY EM MEGAEVENTOS DE ESPORTE – MODELANDO UM MÉTODO DE AVALIAÇÃO DO IMPACTO

O conceito do Método

Um sistema integrado de avaliação será um novo conceito de abordagem. Mais do que uma ferramenta técnica, será uma metodologia de administração dos vários níveis no plano vertical, e entre os vários setores, no plano horizontal. Construir esse relacionamento entre as entidades e os seus atributos é o maior desafio na constituição do modelo, bem como correlacioná-los em valores, faixas e regras. Para exercitar esse novo conceito, é necessário pensar de forma estratégica, alinhando os aspectos sociais, econômicos, culturais e ambientais com as linhas

mestras dos projetos de intervenção do megaevento, além de avaliar e monitorar ao longo do processo de planejamento e execução todas as atividades empreendidas, buscando mantê-las orientadas para a interação entre os aspectos, não perdendo de foco a capacidade de sinalização da intervenção, construindo essa interferência na “fuzzyficação”, no banco de regras e “defuzzyficação”.

Um exercício exploratório de entidades e atributos da modelagem Fuzzy

Um megaevento tem três grandes fases: pré-evento, evento e pós-evento. Podemos caracterizar essas fases da seguinte forma, em uma abordagem basicamente econômica proposta por Barbosa e Zouain (2003):

Pré-evento: os impactos na fase anterior à realização do evento incluem os gastos e seus impactos em atividades como: estudos e planejamento para a realização do evento, investimentos para o processo de licitação, gastos com treinamentos, gastos com marketing, investimentos para a construção do(s) complexo(s) onde serão realizados os eventos esportivos, investimentos em infraestrutura de apoio e logística para a realização do evento e aumento dos preços de imóveis. Os impactos econômicos desta fase têm dimensão temporal finita.

Evento: os impactos durante o evento derivam dos gastos realizados pelos espectadores, equipes esportivas e jornalistas, nas mais diversas atividades relacionadas com o evento e com a atividade turística gerada; hotelaria, transporte, alimentação, *souvenirs*, postos etc. Além desses gastos, podem-se incluir os aluguéis do espaço físico e publicitário, as taxas cobradas e os salários pagos aos prestadores de serviço no evento. Os impactos econômicos desta fase também têm dimensão temporal finita.

Pós-evento: os impactos derivados do legado de infraestrutura, disponível após a realização do evento; a exposição da mídia internacional e o consequente aumento de turistas na cidade; as instalações herdadas para sediar futuros eventos etc. Outro ponto que deve ser ressaltado são os gastos de manutenção da infraestrutura construída. Os impactos econômicos desta fase, em caso de sucesso ou fracasso do evento, podem ter dimensão temporal infinita, dificultando sua mensuração.

Já Hiller (1998), em uma abordagem que ele denomina “longitudinal no tempo”, define um modelo de três tipos de percepção/intervenção. A primeira é a percepção da intervenção, provocada pelo próprio evento (*forward linkage*) – geralmente vista de forma positiva e em uma perspectiva essencialmente econômica (por exemplo, incremento da infraestrutura local). Em seguida, a percepção da intervenção como geradora de ações que justificam o evento (interesses comerciais privados, transformação de imagem, políticas de emprego) e racionalizam o uso intensivo de recursos (*backward linkage*). E, por último, a

denominada *parallel linkage*, que são efeitos colaterais residuais e sem controle direto dos organizadores – geralmente impactam fortemente a comunidade (como a valorização imobiliária, os impactos urbanos em geral e os distúrbios na vida local durante os eventos).

Usando a tipificação das intervenções por fases, como citam Barbosa e Zouain (2003) e/ou como cita Hiller (1998), podemos buscar determinar os atributos e as entidades para “fuzzyficação” nas três grandes fases (ver Mapa de correlação nível 1).

A Figura 4 demonstra o nível de interação entre os efeitos de largo alcance na região hospedeira do megaevento, para os quais devem ser estabelecidos os graus de interferência das entidades – por meio das variáveis linguísticas “muito baixo” até “muito alto” – e ser avaliada a necessidade de estudo integrado nas ações desses aspectos.

Essa abordagem de correlação dos graus de interferência será efetuada nos níveis 2 e 3, a seguir, demonstrando um detalhamento mais fino das correlações entre entidades (ver Mapa de correlação nível 2 e 3).

Mapa de correlação nível 1

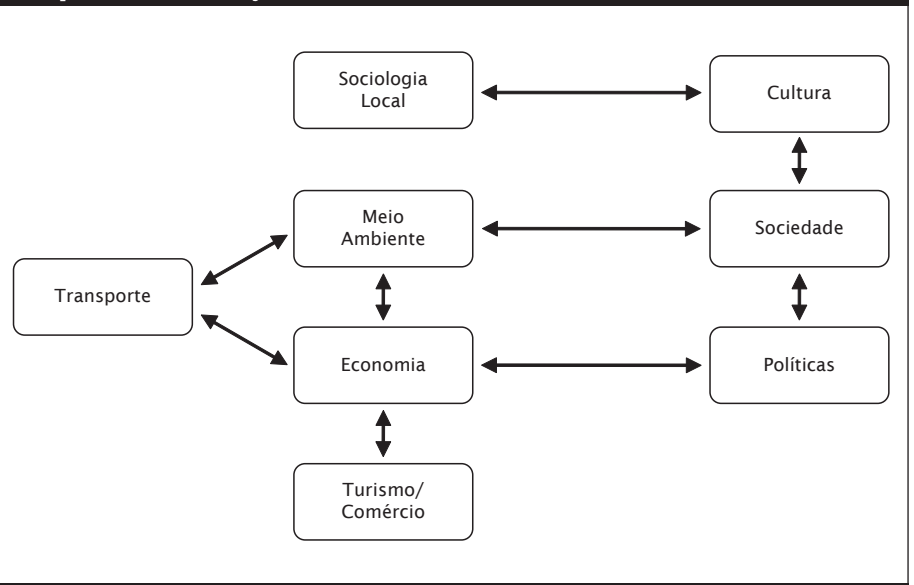
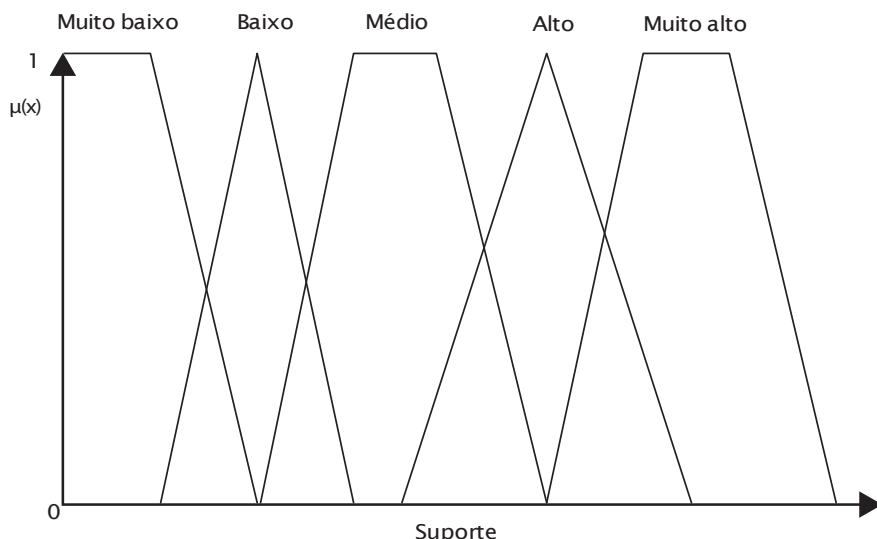
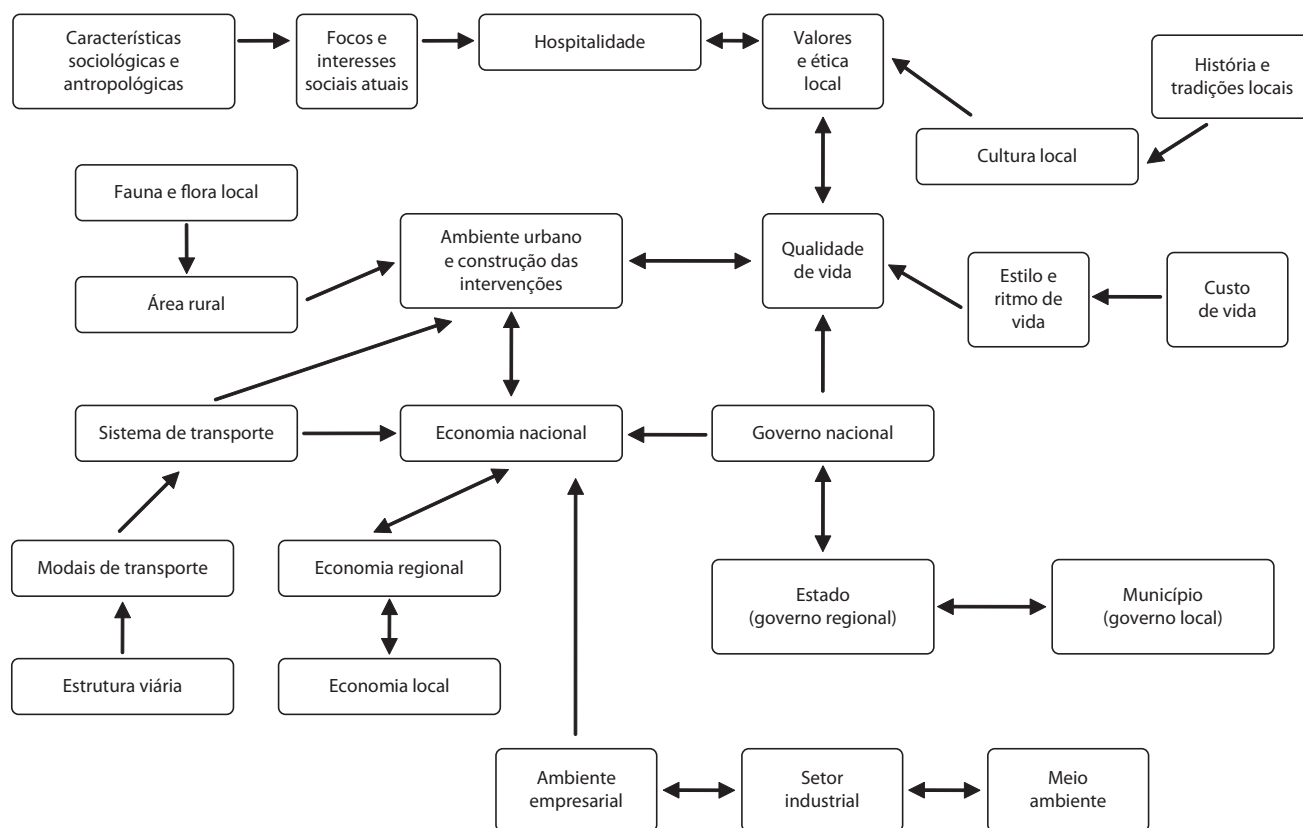


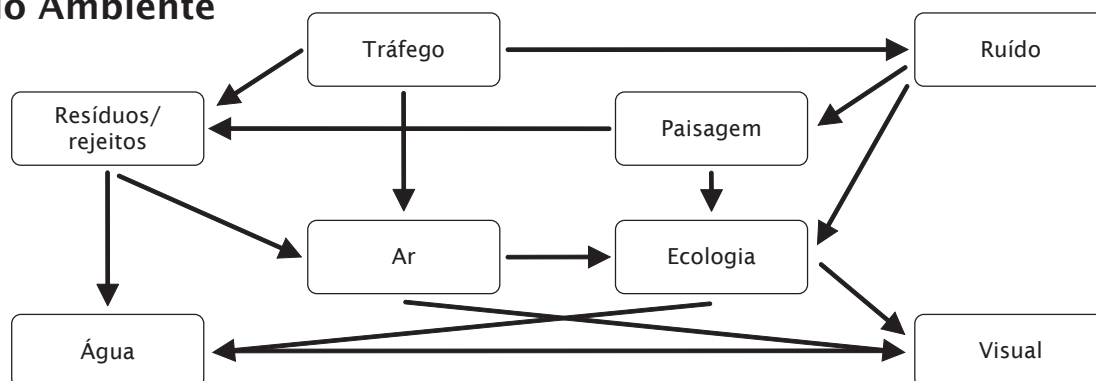
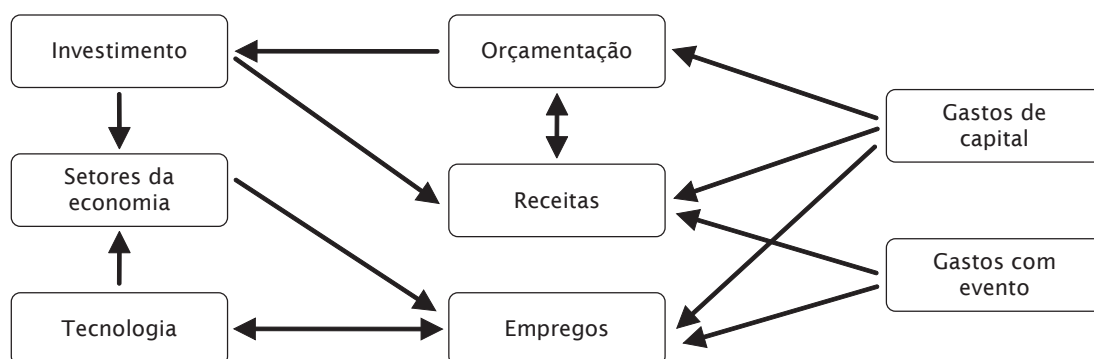
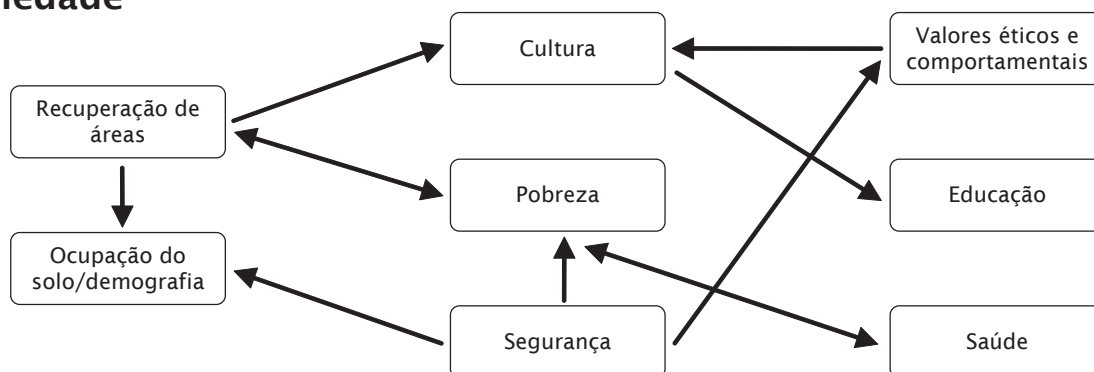
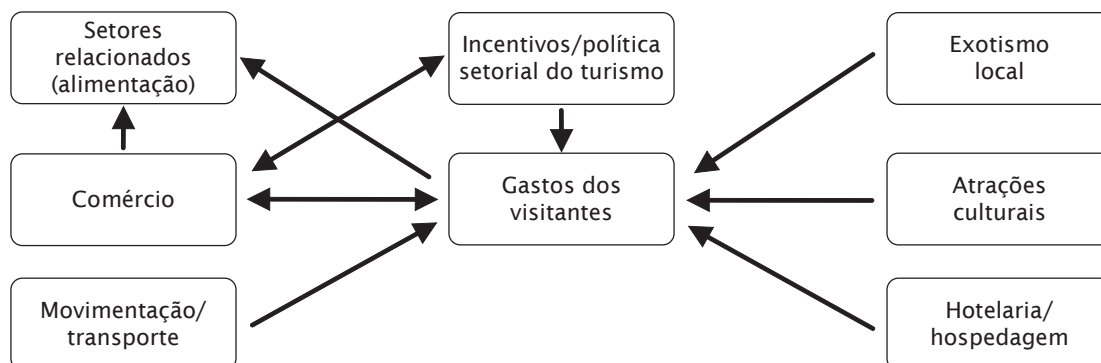
Figura 4**Exemplo das correlações e interferências**

A cada nível será feito um processo de avaliação, por Lógica Fuzzy, da correlação entre as entidades e seus consequentes graus de interferência, de modo a estabelecer, no processo de planejamento das ações de intervenção na região hospedeira, a integração destas no conceito de decisões sinérgicas, a fim de atingir o desenvolvimento sustentável do local-sede do megaevento. O que se espera é que o uso da técnica Fuzzy, em conjunto com outras técnicas clássicas de planejamento e gestão, aumente a comunicação, a coordenação e a cooperação entre os agentes decisórios envolvidos no processo de projeto de megaeventos de esporte.

CONCLUSÃO

O desafio de um sistema de avaliação integrado da sustentabilidade em megae-

Mapa de correlação nível 2

Mapa de correlação nível 3**Meio Ambiente****Economia****Sociedade****Turismo**

ventos esportivos é conseguir ser **simples** em seus conceitos; **transparente** em suas inferências relacionais e no modo de se tornar perceptível a todos os envolvidos; **abrangente**, com capacidade de absorver as várias vertentes políticas, sociais, ambientais, econômicas e culturais; **sistêmico**, ao correlacionar todas as entidades significativas da realidade a ser representada no modelo e seus níveis de interferência mútuos; **progressivo**, ao permitir a absorção de novas informações no tempo em um contínuo modo incremental à maneira que a experiência acumulada as fornece; e **consistente**, de forma que todos os envolvidos não busquem externamente a esse sistema de avaliação orientação para suas decisões. O uso da Lógica Fuzzy facilita esse tipo de contexto sistêmico, dinâmico e flexível exigido e a confirma como uma ferramenta de apoio aderente a essas situações de ambientes de incerteza, mutabilidade e alta interferência mútua. Como desdobramento deste artigo, no futuro, buscaremos desenvolver uma simulação desse modelo de forma detalhada em um evento real. A candidatura do Brasil para sediar a Copa do Mundo de 2014 pode possibilitar o exercício desse sistema integrado de avaliação de impactos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARANHA, M. L. A.; MARTINS, M. H. P. *Filosofando, Introdução à Filosofia*. 2. ed. São Paulo: Moderna, 1993.
- BARBOSA, L. G. M.; ZOUAIN, D. M. *Os Jogos Pan Americanos Rio 2007: em busca de uma estratégia para a maximização de benefícios turísticos*. Rio de Janeiro: FGV, 2003.
- BARROS, C. F. *Gestão da Produção Cenográfica*. Dissertação (Mestrado) – Programa de Engenharia de Produção, Coppe/UFRJ, Rio de Janeiro, 2005.
- _____. Um ensaio inicial de um Parque Tecnológico na região metropolitana do Rio de Janeiro: o esboço de uma proposta para a Indústria do Entretenimento no Brasil. In: XXIV Encontro Nacional de Engenharia de Produção (ENEGEP), Florianópolis, nov. 2004. *Anais...*, Florianópolis, 2004.
- BAUCHSPIESS, A. *Introdução aos Sistemas Inteligentes: aplicações em Engenharia de Redes Neurais Artificiais, Lógica Fuzzy e Sistemas Neuro-Fuzzy*. Brasília: 2008. Disponível em: <<http://lara.unb.br/~adolfo/ICIN/jisi.pdf>>.
- BOWDIN, G. A. J. *Events management – resource guide in events management*. United Kingdom Centre for Events Management/Leeds Metropolitan University, 2003.
- _____; MCDONNELL, L.; ALLEN, J.; O'TOOLE, W. *Events management*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2001.
- BULL, A. *Mega or multi-mini? Comparing the value to a destination of different policies towards events*. University of Lincoln, 2005.
- CHU, T. Facility location selection using fuzzy topology under group decisions. *International Journal of Uncertainty, Fuzziness and Knowledge-Based systems*. Estados Unidos, v. 10, p. 687-701, 2002.
- CONTADOR, C. R. *Projetos sociais: avaliação e prática*. São Paulo: Atlas, 2000.
- COSENZA, C. A. N. *Notas de aula da cadeira de Introdução a Lógica Fuzzy*. Tese (Doutorado) – Programa de Engenharia de Produção, Coppe/UFRJ, Rio de Janeiro, 2006.
- COX, E. *The Fuzzy Systems handbook: a practitioner's guide to building, using and maintaining fuzzy systems*. Londres: Academic Press Limited, 1994.
- DE MASI, D. A Globalização, o Brasil e a cultura. *Jornal O Globo*, Rio de Janeiro, 2002.
- DODOURAS, S.; JAMES, P. *Examining the Sustainability Impacts of Mega-Sports Events: Fuzzy Mapping a New Integrated Appraisal System*. Research Institute for the Built and Human Environment, University of Salford, Greater Manchester, 2006.
- DUMAZEDIER, J. *Lazer e Cultura Popular*. São Paulo: Perspectiva, 1972.
- GAITHER, N.; FRAZIER, G. *Administração da produção e operações*. 8. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.
- GAMAGE, A.; HIGGS, B. Economics of venue selection for special sporting events: with special reference to Melbourne Grand Prix. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, v. 2, 1997.
- GETZ, D. Defining the field of event management. *Event Management*, v. 6, n. 1, p. 2, 2000.
- HIGHAN, J. Commentary-sport as an avenue of tourism development: an analysis of positive and negative impacts of sport tourism. *Current issues in tourism*, v. 2, n. 1, p. 82-90, 1999.
- HILLER, H. H. Assessing the impact of mega-events: a linkage model. *Current Issues in Tourism*, Sociology Department, University of Calgary, v. 1, n. 1, 1998.
- HORNE, J.; MANZENREITER, W. *Accounting for Mega-Events-Forecast and Actual Impacts of the 2002 Football World Cup Finals on the Host Countries Japan/Korea*. University of Edinburgh/University of Vienna, 2004.
- JONES, C. Mega Events and Host Region Impacts: determining the true worth of 1999 Rugby World Cup. *International Journal of Tourism Research*, n. 3, p. 241-251, 2001.
- KAMEL, J. A. N. *Notas de aula da cadeira de Engenharia do Entretenimento*. Dissertação (Mestrado) – Programa de Engenharia de Produção, Coppe/UFRJ, Rio de Janeiro, 2003.
- KANDEL, A. *Fuzzy mathematical techniques with applications*. Addison-Wesley Publishing Company, 1986.
- KUO, R. J. *A decision support system for selecting convenience store location through integration fuzzy AHP and artificial neural network*. 2. ed. Computer Industry, v. 47, p. 199-214, 2002.
- KURSCHEIDT, M. *Strategic Management and Cost-Benefits Analysis of Major Sport Events – the use of sensitivity analyses shown for the case of Soccer World Cup 2006 in Germany*. Universitat Paderborn, 2000.
- MANN, P. Events Must Leave Lasting Legacy. *Bidding Business Journal*, Londres: Sport Business Group Ltd., 2002.
- OLDS, K. *Urban Mega-Events, Evictions and Housing Rights: the canadian case*. National University of Singapore, 1998.
- PADDISON, R. City Marketing, Image Reconstruction and Urban Regeneration. *Urban Studies*, n. 30:2, p. 339-350, 1993.
- PORRIT, J. *Environment 2002*. Londres: MICG, 2002.
- PRESTES FILHO, L. C. (Org.). *Economia da Cultura: a força da Indústria da Cultura no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Faperj/Coppe/UFRJ/E-papers, 2002.
- ROCHE, M. Mega-Events and Urban Policy. *Annals of Tourism Research*, Elsevier, v. 21, 1994.
- TANAKA, K. *An introduction to fuzzy logic for practical applications*. Springer, 1996.
- TERANO, T. *Fuzzy systems theory and its applications*. San Diego: Academic Press Limited, 1991.
- VOGEL, H. L. *Entertainment Industry Economics – a Guide for Financial Analysis*. 5. ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
- ZADEH, L. A. Fuzzy Logic. *IEEE Computer Magazine*. Berkeley: University of California, 1988, p. 88-93.
- _____. Quantitative fuzzy semantics. *Information Sciences*, Berkeley, p. 159-176, 1974.

Carlos Frederico Barros

Doutor pesquisador do Programa de Engenharia de Produção – Coppe/UFRJ e professor do Departamento de Ciência e Tecnologia – PURO/UFF.

E-mail: barros@garta.coppe.ufrj.br
barros@vm.uff.br

Propriedade Intelectual nos APLs do Rio de Janeiro

*Elizabeth Ferreira da Silva
Patrícia Pereira Peralta*

O início do século XX foi marcado pela rápida velocidade e expansão do progresso tecnológico em diversas áreas, aliado ao alto poder de transversalidade em que o conhecimento de uma área influenciava as demais. Esse conjunto de fatores influenciou a dinâmica econômica de toda a sociedade capitalista, que antes tinha a fonte de seus recursos econômicos baseados em fatores de produção tradicionais, tais como: terra, trabalho e capital, rompendo com a lógica anterior de acumulação de capital, baseada em ativos tangíveis (LASTRES, 2006).

Nessa nova dinâmica, o conhecimento é a força motora do crescimento e desenvolvimento econômico, sendo incorporado à linha de produção na proposta de inovações – algo novo. Esse intenso movimento pela busca de novos conhecimentos e inovações, conjuntamente com seu impacto sobre a economia, modificou a dinâmica da geração de riqueza e receita, a qual não era mais computada a partir das fontes tangíveis e financeiras, mas a partir das fontes de conhecimento e informação, os ditos ativos intangíveis. Estes foram concretizados sob a forma

de novos produtos, novos processos, novas matérias-primas, novas formas de comercialização e de acesso a novos mercados e outros, ou seja, inovações tecnológicas e não tecnológicas.

O conhecimento e a inovação são os meios pelo qual o capitalismo¹ se recria e reflete os movimentos de crise e expansão da economia, criando janelas de oportunidades no mercado para aqueles que gerenciam os ativos intangíveis da melhor forma, apropriando-se dos lucros da inovação. Assim, a acumulação de conhecimento gera retornos crescentes, criando um ciclo virtuoso e vicioso (CASSIOLATO *et al.*, 2005). O investimento em pesquisa e desenvolvimento, com a geração de novos conhecimentos, é o cerne da competitividade do novo sistema de acumulação de riqueza, baseado nos intangíveis, o qual consagrou e aprimorou o já então utilizado sistema de propriedade intelectual, como o meio de proteção do conhecimento gerado pelo intelecto humano – um monopólio temporário sobre o conhecimento (PELAEZ, 2006).

Esse monopólio temporário garante a seu detentor a exclusividade de mercado, por privar terceiros de seu acesso, sem

seu prévio consentimento. Dessa forma, a exclusividade temporária sob o conhecimento impede que terceiros esgotem os lucros do inovador no mercado sem que tenham investido recursos em seu desenvolvimento. A propriedade intelectual é um prêmio ao esforço inovador, que possibilita melhoria na qualidade de vida da sociedade pelo acesso a novos bens e serviços, além do acesso irrestrito ao conhecimento após o término da vigência dos direitos temporários.

Os direitos de propriedade intelectual abrangem praticamente duas grandes naturezas do intelecto humano: as criações de espírito e as invenções, passíveis de reprodutibilidade, ou seja, de natureza industrial. As criações do espírito humano são as obras artísticas, literárias e científicas, que são protegidas pelo ramo da propriedade intelectual denominado direito de autor. A propriedade industrial visa não somente a proteger as invenções e inovações tecnológicas, mas, também, a reputação dos agentes econômicos no mercado; a fonte produtora do bem ou da entidade responsável por sua comercialização. Assim, a propriedade industrial apresenta os seguintes instrumentos de

proteção: patente (para novos produtos, processos e, em certos casos, novos usos); desenho industrial (para forma plástica ornamental e estética do objeto em si, e aplicação de padrões gráficos de linhas e cores sobre a superfície do objeto); marca (garante a reputação construída no mercado); e a repressão às falsas indicações geográficas (garante a reputação dos produtos de uma localidade, em termos de modo tradicional de extração e/ou características climáticas, geográficas e ambientais intrínsecas da região).

O conhecimento, entendido como propriedade temporária, é passível de ser comercializado entre os agentes econômicos. Na macroeconomia, a inovação é capaz de alavancar o desenvolvimento e o crescimento econômico da nação, provocando dinamismo na economia; repercutindo em maior geração de emprego, renda, além de contribuir para amenizar as questões sociais (PENROSE, 1979). Assim, as inovações e a gestão dos direitos de propriedade intelectual podem representar importante fonte de divisas. A geração de inovações, sobretudo tecnológicas, pressupõe um processo também de aprendizado e acumulação de conhecimentos, competências, habilidades específicas e *know-how* que proporcionam um mecanismo de retornos crescentes.²

Embora no contexto industrial a propriedade industrial seja vista como um instrumento imediato de transferência de tecnologia, esse potencial é dependente de condições de reprodutibilidade da tecnologia e acesso ao *know-how*, os quais não são absorvidos de imediato e demandam tempo, experiência e processo iterativo e de interação aos receptores da tecnologia (CASSIOLATO *et al.*, 2005). Assim, as aglomerações de unidades produtivas locais podem ser ambientes produtivos facilitadores da difusão tecno-

lógica e, inclusive, promotores de geração de conhecimento, a partir de um maior fluxo de informações e interações entre os agentes, sendo alvo de interesse de políticas públicas em países desenvolvidos e em desenvolvimento. Nos países em desenvolvimento, essas concentrações produtivas locais possibilitam, além da maior sinergia entre os agentes, um aprendizado coletivo que pode acelerar e potencializar a dinâmica inovativa, promovendo crescimento e desenvolvimento econômico.

No Brasil, o potencial do processo inovativo a partir da aglomeração das pequenas unidades produtivas e suas interações passou a ser conhecido como Arranjos Produtivos Locais (APLs) (índices de interações) e sistemas produtivos locais (interações consolidadas). A temática se torna de extrema relevância pela importância da participação das micro e pequenas empresas na economia, em termos quantitativos; pela geração de emprego e renda, o que não se reflete em termos qualitativos; e em valor de receita gerado, sobretudo no setor de exportação. Ademais, a constatação do alto índice de mortalidade entre as empresas de pequeno porte reflete a importância de atuarem cooperativamente nos APLs com um maior potencial para um crescimento sustentável baseado na inovação (LA ROVERE, 1999).

Paralelamente, a sinalização de uma política de governo pró-exportação e de uma política tecnológica e industrial pelo fomento à inovação, como resposta a adequação à lógica de padrão de competitividade global, eleva o interesse pelos arranjos produtivos locais como células potencialmente capazes de promover a inovação e conferir maior valor agregado aos produtos brasileiros, proporcionando-lhes maior competitividade no mercado interno e externo (LASTRES; CASSIOLATO,

2003). Nesse contexto, é importante que os agentes econômicos, principalmente, geradores de conhecimento, produtores e financiadores da inovação, conheçam e sejam capazes de utilizar os direitos de propriedade intelectual que se adaptem melhor à realidade do APL. Assim, esses agentes se apropriarão melhor dos lucros de seu esforço inovativo e, conseqüentemente, contribuirão para uma dinâmica inovativa mais sustentável, com geração de produtos com maior valor agregado e mercadologicamente mais atraentes.

Este artigo tem o intuito, a partir dos APLs do Estado do Rio de Janeiro, de indicar os instrumentos de propriedade intelectual de maior expressão em cada arranjo. A primeira parte do artigo será destinada à contextualização da valorização local na geração da inovação, conceituação, importância dos APLs em face da problemática das micro e pequenas empresas na geração de inovações. A segunda parte será destinada à importância da propriedade intelectual no atual contexto econômico para a diferenciação, geração de inovações, apropriação dos lucros da inovação e seus principais instrumentos. A terceira parte apresentará os APLs do Rio de Janeiro e os instrumentos de proteção mais pertinentes a cada APL e, finalmente, a conclusão apresentará uma síntese crítica do aqui exposto.

REVALORIZAÇÃO DA DIMENSÃO LOCAL NA DINÂMICA INOVATIVA

A questão da valorização do aspecto local na geração da inovação perpassa pela discussão do grau de desenvolvimento e do distanciamento tecnológico entre as nações que primeiramente se industrializaram e as que se enquadraram tardiamente nesse processo. Assim, ao longo da década de 1980, em meio às discussões entre as diferentes correntes

da economia,³ teoriza-se sobre o Sistema Nacional de Inovação para análise do processo de aquisição, uso e difusão das inovações, sendo destacada a relevância econômica-social-político-cultural e histórica do processo inovativo das nações e a dimensão multisetorial da inovação. Dessa forma, as aglomerações de unidades produtivas concentradas em determinado espaço geográfico tornaram-se motivo de estudo em várias nações, tanto em setores tradicionais quanto em setores intensivos em tecnologia.

O aprendizado e o processo de inovação caminha também pela interação entre os agentes econômicos, pelos fatores institucionais e pela configuração do ambiente no qual eles atuam. No contexto mundial, há uma revalorização do aspecto local como uma tentativa de entender “como”, “por quê” e “o quê” suscita o processo de inovação a partir da interação e do fluxo de conhecimento, em um ambiente dinâmico com uma relação sistêmica entre os agentes, em um processo de acúmulo e geração de capacitação interna ao aglomerado para a inovação (LASTRES; CASSIOLATO *et al.*, 2003). Devido à heterogeneidade na trajetória de desenvolvimento e crescimento econômico entre as nações e às especificidades locais, não existe uma abordagem conceitual e uma tipologia única⁴ da influência da dimensão local no processo de inovação.

DIMENSÃO LOCAL DA INOVAÇÃO NO BRASIL

A relevância da cooperação entre os agentes econômicos para ganho de competitividade, sobretudo entre as empresas de pequeno porte, tornou a questão um dos pilares da política tecnológica e industrial para o apoio e fomento da inovação local para micro, pequenas e médias empresas (MPMEs)

brasileiras, sendo os APLs e o Sistema Produtivo Inovativo Local (SPILs) alvo da política dos Fóruns de Competitividade.⁵ De fato, a abertura comercial e a falta de competitividade dos produtos brasileiros contribuíram para o reposicionamento da política tecnológica e industrial em prol da inovação,⁶ uma vez que a dinâmica do comércio global era baseada em produtos inovadores, diferenciados e intensivos em tecnologia.

O processo de inovação é considerado um processo dinâmico, interativo, não sequencial e sistêmico e, portanto, repleto de especificidades locais que o impede de ser replicado.

Paralelamente, foi estabelecida uma política industrial de estímulo às exportações, na tentativa de incorporar maior valor agregado aos produtos exportados brasileiros e de reverter a tendência desfavorável estrutural de *deficit* da balança comercial, que era a de exportar produtos primários (*commodities*) e importar produtos manufaturados. Outro fator decisivo para uma política voltada para a competitividade dos APLs e SPILs decorre de ter havido, após a abertura comercial, o esfacelamento da cadeia

produtiva de diversos setores, devido à internacionalização da produção (adesão à cadeia global de abastecimento), e vários produtos semifabricados no País passaram a ser importados para a montagem. Essa desarticulação da cadeia produtiva prejudicava a incorporação de inovação e a geração de conhecimento (CASSIOLATO; SPAZIRO, 2003). Além disso, APLs e SPILs geram eficiência coletiva e externalidades positivas que podem contribuir para uma dinâmica inovativa mais sustentável para as MPMEs. De fato, a concentração de empresas em um espaço geográfico tende a facilitar sua cooperação. Entretanto, os aspectos social e cultural também são fatores relevantes e decisivos nesse processo.

Primeiramente, o processo de rivalidade entre empresas, em um contexto de inserção individual no mercado, é extremamente penoso para as MPMEs. De maneira geral, essas empresas têm dificuldade de promover inovações e ofertar produtos diferenciados, devido a falta de acesso ao crédito, falta de profissionalismo gerencial, mão de obra desqualificada, alta rotatividade de mão de obra, falta de investimento em pesquisa e desenvolvimento em marketing, entre outros fatores. Essas empresas tendem a se posicionar em um mercado de concorrência por preço concorrendo diretamente com a grande empresa, com economia de escala e escopo e ofertando produtos homogêneos com pouca ou nenhuma diferenciação. Uma inserção exitosa para as empresas de pequeno porte seria optar por uma estratégia de diferenciação e foco, ou ainda de adição de valor aos bens produzidos, em que aproveitariam a flexibilidade organizacional para ofertar produtos heterogêneos e diferenciados, além de buscar um ambiente de cooperação entre empresas para o esforço de geração de conhecimento. A cooperação

e a especialização entre esses agentes proporcionariam um crescimento mais sustentável, entretanto dependerá do amadurecimento das relações entre esses agentes em direção a uma política de ganho coletivo (ganha-ganha).

SISTEMA NACIONAL DE INOVAÇÃO BRASILEIRO, ARRANJO PRODUTIVO LOCAL E SISTEMA PRODUTIVO LOCAL

A concepção da inovação como sendo um processo não linear, não sequencial, dinâmico e social reforçou a importância e a especificidade do caráter local na geração da inovação. Na realidade, a concepção do Sistema Nacional de Inovação e a valorização das dimensões locais são contrapontos à tendência mundial de adesão da filosofia neoliberal,⁷ ao longo da década de 1980, como fator de desenvolvimento e crescimento econômico. Nesse contexto, a importância das transformações técnico-estruturais⁸ na economia e as desigualdades nas relações geopolíticas⁹ internacionais acabam por contribuir para o agravamento desse desnível tecnológico entre as nações, acentuando, conseqüentemente, também seu desnível de desenvolvimento e crescimento econômico.

O Sistema Nacional de Inovação é caracterizado por “um conjunto de instituições distintas que contribuem para o desenvolvimento da capacidade de inovação e aprendizado de um país, região, setor ou localidade – e também o afetam” (CASSIOLATO; LASTRES, 2005, p. 37). O processo de geração, uso e difusão do conhecimento é cumulativo e específico e tem implicações históricas e nacionais. Nesse contexto, o processo de inovação é considerado um processo dinâmico, interativo, não sequencial e sistêmico e, portanto, repleto de especificidades locais que o impede de ser

replicado. O padrão de inovação brasileiro “é ainda defensivo e adaptativo” (CASSIOLATO; LASTRES, 2005, p. 1), o que reflete um sistema de inovação imaturo e incompleto,¹⁰ cujas razões se reportam a fatores socioeconômico, político, cultural e histórico. A partir da visão do Sistema de Inovação, a RedeSist (Rede de Sistemas Produtivo Local e de Inovação do Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro [IE/UFRJ]) desenvolveu o conceito de Arranjo Produtivo Local (APL) e Sistema Produtivo Local (SPL).

Segundo a RedeSist, APL é um aglomerado territorial que comporta um conjunto de agentes econômicos, políticos e sociais, cujas interações, vínculos de cooperação e fluxo de informações, com ênfase nas dimensões tácitas, encontram-se fragmentados e/ou incipientes, de modo a adquirir, criar e difundir conhecimentos. De maneira geral, participam desse processo de interação de empresas

desde produtoras de bens e serviços finais até fornecedoras de insumos equipamentos, prestadoras de consultoria e serviços, comercializadoras, clientes entre outros – e suas variadas formas de representação e associação. Incluem também diversas outras instituições públicas e privadas voltadas para: formação e capacitação de recursos humanos, como escolas técnicas e universidades; pesquisa, desenvolvimento e engenharia; política, promoção e financiamento (LASTRES; CASSIOLATO, 2003, p. 21).

O Sistema Produtivo Inovativo Local é caracterizado por “arranjos produtivos em que interdependência, articulação e vínculos consistentes resultam em interação, cooperação e aprendizagem, com potencial de gerar o incremento da

capacidade inovativa endógena, da competitividade e do desenvolvimento local” (LASTRES; CASSIOLATO, 2003, p. 21).

Os APLs têm especificidades próprias inerentes a sua realidade, vinculados a sua dinâmica interna peculiar. Além disso, cada setor tem características e padrão de competitividade próprios (diferenças intersetoriais) e ainda diferenças de padrão no interior de cada setor, decorrente das diferenças do porte empresarial (diferença intrasetoriais), condicionando dinâmicas competitivas distintas. Assim, a análise das interações, vínculos de cooperações e fluxo de conhecimento se torna mais complexa. Os Arranjos Produtivos Locais apresentam tipos de governanças¹¹ que também influenciam e condicionam essas relações, como nas questões de uso de direitos de propriedade intelectual. A governança dos APLs condiciona as articulações entre os agentes locais e também a participação de diferentes categorias de atores. É importante frisar que há dois tipos básicos de governança: a hierárquica e a em rede (LASTRES; CASSIOLATO, 2003).

Os APLs ditos hierárquicos ocorrem quando há a governança de grandes empresas sobre eles. Essas grandes empresas desempenham um papel crucial na coordenação das atividades das MPEs e são denominadas empresas âncoras, por funcionarem como um ponto central ou eixo na governança das relações técnicas e econômicas ao longo da cadeia produtiva, sendo responsáveis por uma concentração de fornecedores e provedores de serviços em volta delas. A aglomeração das MPEs tendem a atender à demanda da empresa âncora, condicionando o esforço inovativo local em relação às necessidades dessa empresa (LASTRES; CASSIOLATO, 2003).

Os APLs caracterizados pela forma de rede se apresentam sem uma pre-

dominância local de governança, cuja aglomeração das MPEs ocorre sob duas formas: existência na localidade de instituições científico-tecnológicas de excelência ou pela aglomeração setorial (indústrias de calçados, vestuários, moveleira etc.). No caso da presença das instituições científico-tecnológicas, há uma tendência de territorialização das atividades econômicas e da capacidade inovativa no interior do APL, tendendo à proximidade com a instituição. Nesse caso, a especialização do APL encontra respaldo em programas de estímulo público (programa de incubadoras de empresas) para fomentar o surgimento de empresas de pequeno porte caracterizadas por base tecnológica, tais como biotecnologia, tecnologia da informação e comunicação, materiais avançados etc. (LASTRES, CASSIOLATO, 2003).

O grau de territorialização dos arranjos em redes é influenciado pelo tipo de especificidades locais. A dependência de recursos naturais e/ou especificidades locais relacionadas com o trabalho pode intensificar o grau de territorialização das atividades. Entretanto, nota-se também que o APL em rede também sofre redução do grau de territorialização, quando há um maior grau de internacionalização do processo produtivo e inovativo, podendo, em alguns casos, haver a territorialização das atividades intensivas em mão de obra. Essa é uma tendência observada no caso da produção voltada para mercado externo, associado à inserção na cadeia global de *commodities* (LASTRES; CASSIOLATO, 2003).

O uso da propriedade intelectual tende a se tornar mais expressivo à medida que as relações de cooperação se tornam mais formais, ou quando há riscos acen- tuados e investimentos consideráveis no desenvolvimento e na pesquisa. Nesses casos, a formalização das relações tende

a ter um peso na dinâmica inovativa, e a propriedade intelectual é o ferramental que fornece a segurança jurídica entre as partes para promover a cooperação. Assim, a tendência é que APLs intensivos em tecnologia, de configuração hierárquica ou em rede, apresentem maior uso dos instrumentos desses direitos de propriedade. Na maioria dos APLs brasileiros, a dinâmica inovativa apresenta grande informalidade nas relações, e a

*No âmbito da dinâmica
inovativa local, o esforço
governamental é no sentido
de transformar os Arranjos
Produtivos Locais em
Sistemas Produtivos Locais.*

questão de geração de conhecimento é uma realidade distante, pelo fato de esses APLs apresentarem um viés de aquisição de tecnologia via incorporação de máquinas e equipamentos em seu processo produtivo. Outro problema é o caráter de rivalidade, a falta de organização e a falta de especialização entre os agentes, impedindo a geração de sinergias por meio de cooperação.

No âmbito da dinâmica inovativa local, o esforço governamental é no sentido de transformar os APLs em SPLs.

Assim, as políticas governamentais, de maneira geral, têm sido no sentido de fomentar, promover, induzir e estruturar ações para aumento da dinâmica inovativa nacional, no âmbito do desafio da economia global, da empresa rede e da formação da rede global de abastecimento. O acúmulo de capacitações e de competências nacionais pode estabelecer o fluxo de geração de conhecimento, assim como sua apropriação, influenciando diretamente a geração e a soma de toda riqueza gerada internamente – Produto Interno Bruto (PIB). Por isso, o Sistema Nacional de Inovação tem ocupado um espaço cada vez maior no desenvolvimento econômico das nações.

A RELAÇÃO ENTRE INOVAÇÃO, CADEIA PRODUTIVA E DE VALOR E PROPRIEDADE INTELECTUAL

A capacidade inovativa é fator de sucesso para a competitividade empresarial e das nações, sendo condição essencial nesse processo a assimilação, difusão e geração de novos conhecimentos e tecnologia. Entretanto, a noção de conhecimento e inovação é abrangente e não se restringe somente ao desenvolvimento tecnológico, sendo o conhecimento do funcionamento de mercado essencial para o sucesso e a apropriabilidade da inovação no mercado (TEECE, 1986; PISANO, 2006).

Os direitos de propriedade intelectual são uma das formas de apropriação do conhecimento gerado, sendo uma consequência da formalização do produto “conhecimento”, fruto das relações entre os agentes. Além de servir como elemento de cooperação estratégica para exploração de tecnologias e conhecimentos específicos no mercado, incentiva parcerias de competências peculiares.

A partir das diferentes etapas da cadeia produtiva¹² e da cadeia de valor,¹³ podem-se identificar tipos de inovações e

agregação de valor, em ambos os casos, diferenciados pertinentemente a cada etapa produtiva ao longo dessa cadeia (PANTALEÃO *et al.*, 2007), e também diferentes possibilidades de proteção desse esforço inovativo. De maneira geral, o processo de criação de valor na cadeia produtiva consiste em etapas e funções empresariais tendo como objetivo principal melhor atender o consumidor. Essas etapas e funções empresariais se estendem desde a concepção até a colocação do produto no mercado, e de forma genérica e simplificada apresentam o seguinte encadeamento: i) desenvolvimento de produto; ii) desenvolvimento de processos; iii) logística de materiais; iv) produção; v) logística de distribuição; vi) marketing e vendas; vii) serviços de pós-venda (PANTALEÃO *et al.*, 2007); e, ainda, uma etapa anterior a todas as outras aborda as questões mercadológicas, a gestão da marca e do *design*, como elementos também norteadores do processo produtivo.

Apesar da importância dos investimentos em pesquisa e desenvolvimento como diferencial competitivo na geração de conteúdo tecnológico e agregação de valor, e, portanto, necessidade de proteção para sua apropriabilidade no mercado, ele é tão somente uma das facetas que compõem o universo competitivo da empresa, sendo o gerenciamento desse conhecimento estratégico convergente com os objetivos da firma essencial. O conteúdo tecnológico é sempre motivo de superação entre firmas e, portanto, algo que se espera ser atingido pelas demais concorrentes por intermédio da colocação no mercado de outros produtos inovadores, substitutos e imitativos.

O domínio momentâneo no mercado de uma tecnologia não garante a apropriação de seu lucro, sendo necessário também que haja uma articulação com os demais ativos mercadológicos (ativos

ditos complementares: conhecimento de logística, distribuição, comercialização, marketing, publicidade, promoção, relacionamento com clientes, fornecedores e outros), além de mecanismos de proteções cabíveis ao conhecimento – direito de propriedade intelectual e segredo¹⁴ (TEECE, 1986; BUAINAIN; CARVALHO, 2000). A lógica de proteção do conhecimento codificado é torná-lo transacionável, comercializável, permitindo-lhe auferir remuneração por sua exploração por terceiros. Assim, as inovações (tecnológicas ou não) contidas na etapa produtiva, se não forem estratégicas para determinado agente, podem ser terceirizadas e ainda lhe auferirem lucros. Os direitos de propriedade intelectual garantem e asseguram a exploração do mercado ao agente inovador, de acordo com sua estratégia empresarial.

ATUAL CONTEXTO DOS DIREITOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E APROPRIABILIDADE

De maneira geral, qualquer firma de qualquer setor pode-se utilizar dos direitos de propriedade intelectual (PI). Entretanto, os tipos de direitos de Propriedade Intelectual estão relacionados com o setor ao qual a firma pertence, podendo haver uma maior predominância de alguns em detrimento de outros. A ênfase de um tipo de instrumento de proteção também estará condicionada ao tipo de posicionamento da firma no mercado (concorrência por preço, diferenciação e foco), de seu objetivo e de sua competência ao longo da cadeia produtiva. A estratégia de diferenciação é a que proporciona maior número de possibilidades de diferentes tipos de inovação e, conseqüentemente, apresenta maior possibilidade em termos de tipos de uso desses direitos.

O Gráfico 1 apresenta a tendência da apropriabilidade de valor de uma cadeia de valor, contida em uma estratégia de

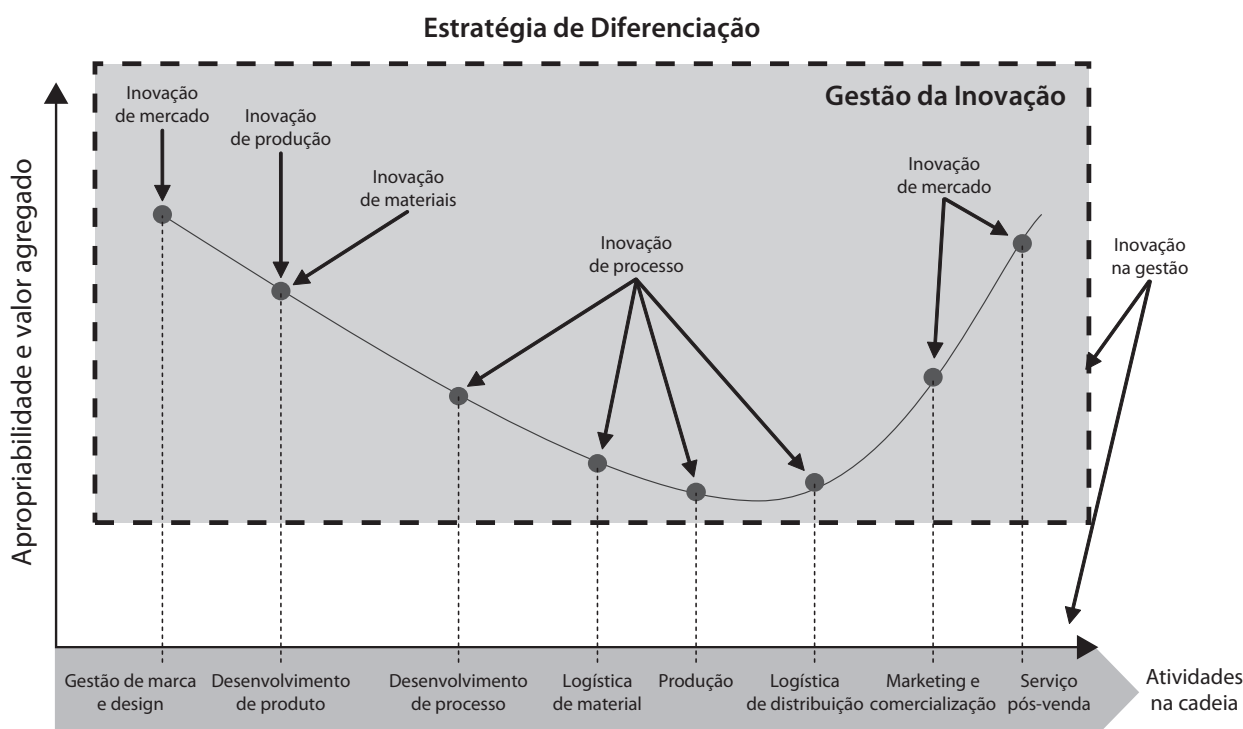
diferenciação, com base na visão das atividades genéricas e simplificadas de uma cadeia produtiva, relacionando-as ainda com os tipos de inovação. Esse gráfico apresenta, de forma generalizada, a tendência de apropriabilidade do valor, sendo denominado curva da riqueza¹⁵ (PANTALEÃO *et al.*, 2007). Esse gráfico tanto pode representar as atividades desenvolvidas no interior de uma única firma como pode também exemplificar diferentes atividades realizadas por diferentes agentes ao longo da cadeia produtiva, conforme a tendência atual de organização industrial baseada na cooperação/terceirização de atividades entre firmas.

A gestão da inovação e sua apropriação são dependentes da análise de cada parte da cadeia produtiva, da interação entre seus elos e da capacidade do fluxo de informação entre os atores desse sistema. Entretanto, para a inovação na gestão, é necessária uma visão holística e sistêmica para a compreensão do todo e de seu inter-relacionamento. Assim, obtém-se maior sinergia no processo.

A partir da ascensão do paradigma da flexibilização da produção, a apropriação do valor derivado da cooperação/terceirização entre firmas no processo de produção tende a se concentrar nas extremidades da cadeia produtiva (ver Gráfico 1). As extremidades da cadeia de valor são os pontos em que tende a ocorrer a maior apropriação de valor, ou seja, em que ocorrem as inovações de mercado. Esses pontos tangenciam a esfera da produção e do mercado (pontos de interface direta com o mercado consumidor) e, portanto, são pontos de intensa agregação de valor para o consumidor (atendimento de satisfações psíquicas, emocionais, afetivas, autorrealização, oferta de atendimentos e serviços específicos, inclusive personalizados), que irão

Gráfico 1

Curva da riqueza



Fonte: Adaptado de Pantaleão *et al.*, 2007.

se refletir na concretização da promessa da entrega daquele produto e/ou serviço único em sua proposta. A agregação de valor se torna visível e expressiva para o consumidor.

As firmas exitosas dos países industrializados tendem a se especializar nas extremidades da cadeia produtiva, ou seja, nas atividades que tendem à maior agregação de valor, que correspondem à concepção e ao desenvolvimento do produto, e nas atividades de comercialização, distribuição e marketing, sobretudo pelas comandantes da cadeia global de abastecimento. As etapas efetivas da produção, principalmente as intensivas em mão de obra, costumam ser destinadas aos países em desenvolvimento com capacidade técnica produtiva, sendo a lógica da apropriação do valor associada

à produtividade (volume de produção). Geralmente, o ganho de produtividade ocorre pela aquisição de máquinas e equipamentos sofisticados, o que pode também acarretar uma estrutura organizacional mais eficiente (eficiência, e até eficácia, de rotinas e procedimentos). Essa prática tem se tornado comum, como uma decorrência do próprio distanciamento tecnológico e dificuldade dos países em desenvolvimento em gerar inovações. As vantagens competitivas espúrias¹⁶ ainda parecem ser atrativas para as empresas dos países desenvolvidos que gerenciam e organizam as cadeias de produção global, pelo menos em alguns setores, tais como os tradicionais.

Na etapa de produção, as inovações tendem a se concentrar em processos nos quais as empresas buscam a redução do

custo de produção e o aumento de ganho em produtividade para se tornarem mais competitivas e, portanto, incorrendo em um posicionamento similar ao das firmas de concorrência por preço. Assim, embora possa haver inovação, a efetiva agregação do valor ao produto e sua apropriação é menor em relação às outras etapas da cadeia produtiva, principalmente nas ditas indústrias tradicionais. O aumento da produtividade tende a estar relacionado com a aquisição de máquinas e equipamentos (mais modernos e/ou sofisticados) e estará condicionado ao tempo de aprendizado de seu uso. Nesse sentido, a transferência de tecnologia ocorre pela incorporação direta do conteúdo tecnológico na produção e pela utilização do maquinário e equipamentos, tendo mais o viés de

difusão de tecnologia. Em termos do uso dos direitos de propriedade intelectual, muitas vezes aqueles que detêm os direitos de proteção comercializam o conhecimento tácito (não codificado, passível de ser apropriado) sob a forma de contratos de assistência técnica e prestação de serviços. Assim, os direitos de propriedade podem incidir também indiretamente sobre o bem material adquirido.

No caso da produção de um bem de conteúdo tecnológico em um país não detentor dos direitos de propriedade daquele bem, o país tecnologicamente dependente deve realizar o pagamento de *royalties* para sua produção e/ou exploração econômica local, podendo ou não a empresa estar subjugada a uma coordenação dentro da cadeia global. A condição de produção não lhe assegura a apropriação do valor contido naquele bem.

Outro fator para ser ressaltado é que há necessidade de um patamar mínimo de capacitações e competências no interior da firma para participar da terceirização de atividades, para efetivar parcerias e cooperações entre agentes externos, e até mesmo entre agentes internos. O desafio de crescimento e desenvolvimento econômico, em âmbito micro e macro (respectivamente, empresa e nação), consiste no estabelecimento de competências e capacitações, em face do contexto atual da especialização e da impossibilidade do domínio total tecnológico e do padrão vigente de acumulação de riqueza, baseado no ativo intangível – conhecimento.

Um sistema nacional maduro, consolidado e forte, baseado em uma competitividade sistêmica, tem condição de alavancar o crescimento e o desenvolvimento econômico nacional, proporcionando um ambiente inovativo dinâmico para as firmas nacionais, apropriando-se também do conhecimento gerado pelos

direitos de propriedade intelectual, além de se tornara atrativo para a dinâmica inovativa de grandes empresas transnacionais. Dessa forma, as empresas transnacionais contribuiriam melhor para a geração de uma maior competitividade sustentável local. Assim, a apropriação do conhecimento e da inovação tenderia a permanecer nas fronteiras nacionais, sendo os direitos de propriedade intelectual o ferramental para essa apropriação do valor gerado.

A IMPORTÂNCIA DA PI NA SOCIEDADE DO CONHECIMENTO

O sistema de propriedade intelectual é a interface de três esferas: econômica, jurídica e social. A econômica está relacionada com a exclusividade temporária de mercado. A questão jurídica envolve a questão do amparo legal pelo Estado, no reconhecimento dessa exclusividade de mercado, incidindo uma série de penalidades e multas sobre o infrator de tais direitos, e a esfera social, pelo acesso de novos bens e serviços pela sociedade.

De fato, o sistema de propriedade foi concebido de modo que o esforço inovativo do intelecto humano fosse passível de ser remunerado, pela possibilidade de uma exclusividade temporária para sua exploração no mercado. Em contrapartida, a sociedade teria acesso aos novos bens e serviços. Essa exclusividade temporária se configura em uma potencial reserva de mercado pelo o detentor de tais direitos, e, como consequência, esse monopólio temporário proporciona as condições de formação de um preço-prêmio, que servirá para recompensar o esforço criativo e a recuperação do investimento em tempo e capital para a geração da invenção ou criação. Essa recuperação do investimento possibilita novos reinvestimentos nos processos inventivos e criativos, permitindo a instauração de

um mecanismo de retroalimentação do sistema, em busca de outras inovações, visando a estruturar melhor o mercado, ou seja, estabelecer e reforçar os ativos complementares no mercado. Após essa vigência temporária, novos entrantes poderiam participar desse mercado, exaurindo a margem de lucro do detentor dos direitos de propriedade pela exploração também de tal produto no mercado. Esses novos entrantes tendem a reduzir o preço-prêmio.

A acumulação de conhecimento assegura retornos crescentes, criando um círculo de retroalimentação constante, o que o torna adequado à lógica capitalista, no processo de cumulatividade de capacitação e competência no interior da firma, ainda mais respaldado e reforçado pelo sistema de propriedade intelectual. O conhecimento sempre foi importante e motivo de diferencial competitivo em todas as sociedades. Entretanto, na sociedade do conhecimento, a intensidade e a velocidade desse conhecimento e seu vínculo com a esfera produtiva assumem dimensões jamais vistas anteriormente. Os ativos intangíveis cada vez mais se afirmam como fatores altamente competitivos, sendo significativos no atual padrão de acumulação de riqueza.

No início, o sistema de propriedade intelectual foi utilizado como proteção do esforço inovativo de inventores e criadores, de modo que eles pudessem se apropriar dos lucros decorrentes da exploração da inovação no mercado, servindo de estímulo à inovação e de alavancagem do crescimento e desenvolvimento econômico entre as nações. Hoje, também, a discussão passa pela proteção do investimento maciço nos ativos intangíveis, como sendo um dos motivos para sua proteção, em virtude também da construção destes representar uma importante vantagem competitiva empresarial. De

fato, a questão reside no uso estratégico desse sistema pelas empresas, de modo a lhes proporcionar melhor vantagem competitiva. De maneira geral, o sistema de propriedade intelectual tem o viés de barreira, difusão e de transferência de tecnologia. Entretanto, ele também pode assumir outras configurações estratégicas¹⁷ para o mercado.

Assim, os direitos de propriedade intelectual podem ser usados desde como proteção ao esforço inovativo, como forma de barreira¹⁸ à entrada de novos concorrentes no mercado, como forma de difusão por intermédio de licenciamentos dos direitos,¹⁹ como um mecanismo de transferência de tecnologia, quando esta efetivamente se encontra em domínio público (após expirar o monopólio temporário), até, ainda, como cessão dos direitos. O conhecimento tácito pode ser passível de ser transacionado sob a forma de contratos de fornecimento de tecnologia e prestação de assistência técnica e científica, sendo também considerado elemento importante para a transferência de tecnologia. Essa forma de apropriação garante ao detentor da tecnologia a exploração de seu *know-how*. É importante frisar que, no atual cenário competitivo, a gestão articulada dos ativos intangíveis (protegidos e não protegidos) pode assegurar às empresas posição de mercado diferencial, garantindo uma estratégia competitiva relevante.

NOÇÕES DE DIREITOS DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Os direitos de propriedade intelectual envolvem a proteção de vários ativos, como são os casos de patentes, desenhos industriais, marcas, indicações geográficas, direitos de autor e direitos conexos ao autor, aos quais se somam mais alguns direitos *sui generis*, como os da proteção dos circuitos integrados, proteção dos conhecimentos tradicionais,

a lei de biossegurança (células-tronco e transgênicos) e proteção aos cultivares. Esses são os direitos existentes para a proteção do conhecimento gerado no âmbito das indústrias, empresas e dos inventores individuais.

Atualmente, o conhecimento e o bom uso dos instrumentos de Direitos de Propriedade Intelectual (DPI) são essenciais em função dos Acordos Internacionais, principalmente o TRIPs (*Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*), que atrelam a vida comercial e econômica à proteção desses direitos. Embora haja um descontentamento e questionamento sobre a eficácia dos direitos de propriedade intelectual para a promoção do desenvolvimento social, tecnológico e econômico por parte dos países em desenvolvimento (dependentes de tecnologia), o comércio internacional vem reafirmando e enrijecendo cada vez mais para coibir e punir infrações aos Direitos de Propriedade Intelectual. O TRIPs tem caráter impositivo e punitivo entre os países signatários desse Acordo, com previsão de retaliações econômicas aos infratores, sendo o Brasil um dos seus membros signatários. O bom conhecimento dos DPI é necessário para o uso estratégico do sistema de direitos de proteção, visando ao desenvolvimento local dos países e regiões menos desenvolvidos.

Dessa forma, passa-se a uma explanação sobre os principais direitos de propriedade intelectual, de forma a promover conhecimentos mínimos e estratégicos sobre o bom uso desses direitos diante da realidade dos APLs do Estado do Rio de Janeiro. Em seguida, portanto, serão apresentadas as definições dos direitos de: patentes, desenhos industriais, marcas e indicações geográficas – conforme constam na Lei n. 9.279/96 –, direitos de autor e direitos conexos aos do autor –

conforme o disposto na Lei n. 9.610/98 – e, por fim, proteção aos programas de computador – disposta na Lei n. 9.609/98.

PATENTES

No início, a patente era entendida tão somente como um título com expectativa de ganho futuro no mercado, ou seja, o potencial de sua lucratividade dependeria de sua efetiva exploração no mercado. Entretanto, nos dias atuais, ela vem assumindo um viés de valoração própria, passando a deter um valor em si mesma, que pode ser percebido no mercado de ações, cujas consequências podem ser negativas na geração das inovações.

Pode-se entender a patente como um acordo tácito entre o titular do direito e a sociedade. Se, por um lado, o titular tem o direito exclusivo à exploração da patente por um prazo limitado, que, no caso do Brasil, é de 20 anos, por outro, a sociedade poderá ter acesso ao conteúdo tecnológico dessas patentes, uma vez que uma das condições do Estado para a outorga da exclusividade no mercado é a descrição detalhada da invenção.

E o que pode vir a ser protegido por patente? Todo produto ou processo ou aplicação de uso que reunir os três requisitos: a novidade, a atividade inventiva e a aplicação industrial.

Por novidade entende-se tudo aquilo que não estiver no estado da arte ou estado da técnica, ou seja, que já não tenha sido difundido anteriormente. Por atividade inventiva entende-se o ato criativo que torna o novo produto ou processo merecedor de uma patente, ou seja, que essa invenção não seja óbvia e evidente para um técnico no assunto. Por fim, toda a patente deverá ter aplicação industrial, melhorando os processos produtivos da indústria ou os processos tecnológicos da sociedade. A patente de

invenção tem como objetivo a resolução de um problema técnico.

O titular de uma patente tem o direito de usar, gozar e dispor do objeto de sua patente, bem como cedê-lo ou licenciá-lo. A patente, como os demais direitos encontrados na lei de propriedade industrial, é um bem móvel. Dessa forma, ela se torna um patrimônio, nesse caso intangível, da empresa que a detém.

DESENHO INDUSTRIAL

O desenho industrial (DI) é também um direito de propriedade industrial garantido pela Lei n. 9.279/96 (LPI). Esta estipula que serão protegidos como desenhos industriais “a forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo²⁰ e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial”. Depreende-se da leitura da Lei da Propriedade Industrial (LPI) que os requisitos para a obtenção da proteção a um desenho industrial são a novidade (novo), a originalidade (original) e a aplicação industrial. Estes deverão ser atendidos de forma cumulativa para que possa ser concedida a proteção.

Como novidade, a LPI entende tudo o que não esteja no estado da técnica como o que “é constituído por tudo aquilo tornado acessível ao público antes da data de depósito do pedido, no Brasil ou no exterior [...]”.

A originalidade é que será a responsável por estabelecer a diferenciação e a efetiva proteção do DI, sendo somente analisado o mérito em caso de contestação por terceiros ou por pedido do próprio titular. Essa medida tem por objetivo tornar a concessão mais rápida. Quanto mais original for o produto, maiores serão sua capacidade de diferenciação e

sua efetiva proteção. O prazo de proteção é de 15 anos, sendo prorrogáveis por três períodos de cinco anos, totalizando um prazo de 25 anos.

MARCA

A marca pode ser entendida como um sinal distintivo que visa a identificar e diferenciar produtos e serviços dentro do mercado concorrencial. Para fins de registro junto ao INPI, só são protegidos os sinais “visualmente perceptíveis”. A proteção à marca é facultativa. Entretanto, não protegê-la é arriscar-se a perder todo o investimento feito na criação e construção da marca na mente do consumidor.

*O bom conhecimento dos
Direitos de Propriedade
Intelectual é necessário para
o uso estratégico do sistema
de direitos de proteção,
visando ao desenvolvimento
local dos países e regiões
menos desenvolvidos.*

A proteção à marca está limitada pelo princípio da especialidade que determina que o direito concedido esteja restrito ao segmento de mercado de atuação do titular da marca. Para fins de registro, as marcas podem ser apresentadas nas formas nominativa (apenas a palavra), figurativa (um símbolo), mista (o logotipo ou associação de palavras e símbolos) e tridimensionais.

A atual Lei de Propriedade Industrial estipula que as marcas, quanto à natu-

reza, podem ser de produto ou serviço, de certificação e coletiva. As marcas de produto ou serviço serão destinadas a distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa, podendo ser requisitadas por pessoa física ou jurídica. As marcas de certificação “usada[s] para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas, notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada”, só podem ser requisitadas por aqueles que não tenham interesse direto na atividade que deverão certificar. As marcas coletivas servem para identificar produtos ou serviços provindos de membros de determinada entidade que deverá ser representativa da coletividade (associação, sindicato, corporativa e outros).

A proteção da marca dura por tempo indefinido, devendo seu registro ser renovado de 10 em 10 anos. Atualmente, é considerada um dos principais direitos de propriedade intelectual, uma vez que sua gestão eficaz leva à fidelização da clientela.

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

A indicação geográfica, para fins de proteção no Brasil, é um gênero dentro do qual se encontram duas espécies: a indicação de procedência e a denominação de origem. Considera-se indicação de procedência o nome geográfico “[...] que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou prestação de determinado serviço”. Enquanto se considera denominação de origem o nome geográfico “[...] que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos”. É importante frisar

que a denominação de origem atrela o produto ou serviço ao território (*terroir*), que é decisivo para as qualidades do bem dele derivado.

A proteção concedida pelo INPI a uma indicação geográfica é, na verdade, apenas um título de reconhecimento de que um produto ou serviço detém determinadas qualidades em função de especificidades locais e/ou humanas.

DIREITOS AUTORAIS

Podem-se entender os direitos autorais (DA) como um gênero que inclui os direitos de autor e os direitos conexos.²¹ Os direitos de autor, conforme estipula a Lei n. 9.610/98, protege as criações do espírito que possam ser expressas e fixadas em qualquer tipo de suporte, seja este tangível ou intangível. Para Carlos Alberto Bittar, os direitos de autor:

“São direitos de cunho intelectual, que realizam a defesa dos vínculos tanto pessoais, quanto patrimoniais, do autor com sua obra, de índole especial, própria, ou sui generis, a justificar a regência específica que recebem nos ordenamentos jurídicos do mundo atual” (BITTAR, 2005, p. 11).

A originalidade,²² a paternidade e a fixação são os requisitos para a proteção da obra autoral. Ainda segundo Bittar (2003, p. 22),

“[...] para a proteção da obra, não se leva em conta o respectivo valor ou mérito. Daí se entende que, para a incidência no sistema autoral, não se cogita da análise de seu valor intrínseco, em face da subjetividade que se instalaria na sua determinação em concreto. Assim, mesmo as obras de mínimo valor intelectual encontram abrigo no plano autoral, desde que revelem criatividade, inclusive se o

uso se não inserir no contexto das artes, ciências ou literatura. [...]”

A duração da proteção da obra autoral é por toda vida do autor e mais 70 anos após sua morte, contados de primeiro de janeiro do ano subsequente. Portanto, após falecido o autor, os direitos sobre sua criação intelectual passam para seus herdeiros. Os direitos autorais protegem a criação tanto em seu aspecto patrimonial, exploração econômica e comercial, quanto em seu aspecto moral, ou, como prefere Ascensão (1997), pessoal. Isso significa que o autor tem alguns direitos, como o de reivindicar a paternidade e se opor a danos que possam afetar a obra, entre outros.

Dentro da proteção como direitos autorais ainda são encontrados os programas de computador que têm legislação própria – Lei n. 9.609/98 –, apesar de serem comparados às obras literárias.

DIREITOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E APLS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

O Rio de Janeiro já tem alguns APLs mapeados em função do grau de interações entre os agentes econômicos, embora apresente outras atividades econômicas²³ na região. No total, 10 APLs foram identificados e se destinam às seguintes áreas econômicas: setor cultural (entretenimento), setor de tecnologia da informação (*software*), setor de joias, setor de petróleo e gás, setor metalmeccânico, setor moveleiro, setor calçadista, setor de vestuário, setor de cerâmica vermelha e setor de rochas ornamentais. Desta forma, de acordo com o objetivo deste artigo, passa-se a apontar os direitos de propriedade intelectual mais adequados para alguns dos principais APLs do Estado.

Para tal, será feito um agrupamento entre os setores que apresentem características semelhantes em termos da

possibilidade do uso dos DPI, o que de certa forma levou em consideração a natureza da atividade do APL. O agrupamento dos APLs para o mapeamento do uso dos DPI teve como resultado 4 grandes grupos:

- indústria cultural (APL de entretenimento);
- indústria da tecnologia da informação (APL de tecnologia da informação);
- indústria de transformação/extrativa (APLs de petróleo e gás, metalmeccânico);
- indústria tradicional (APLs de joias, moveleiro, calçadista, vestuário/confeções, cerâmica vermelha e de rochas ornamentais).

É necessária uma visão mais específica de cada APL, para uma abordagem pontual que leve ao entendimento da dinâmica desses APLs do ponto de vista das interações e relações entre os agentes, do grau de amadurecimento dessas relações, do grau de pesquisa e desenvolvimento gerados ou adquiridos e de suas respectivas realidades socioculturais, além do tipo de governança e de padrão de competitividade do setor econômico para uma proposição dos direitos de Propriedade Intelectual mais apropriados.

O mapeamento das formas mais comuns dos direitos de propriedade intelectual que poderiam ser encontradas nesses arranjos foi feito com base nos dados gerais sobre os APLs do Rio de Janeiro, obtidos no site do Sebrae. A Figura 1 apresenta os diferentes tipos de APLs localizados nas diferentes regiões no Estado do Rio de Janeiro.

Apesar das especificidades de cada APL, existem certos instrumentos de propriedade intelectual que são de uso comum a eles, ou seja, tendem a aparecer de modo indiscriminado à natureza dos APLs, como a proteção das marcas de cada empresa e de seus produtos.

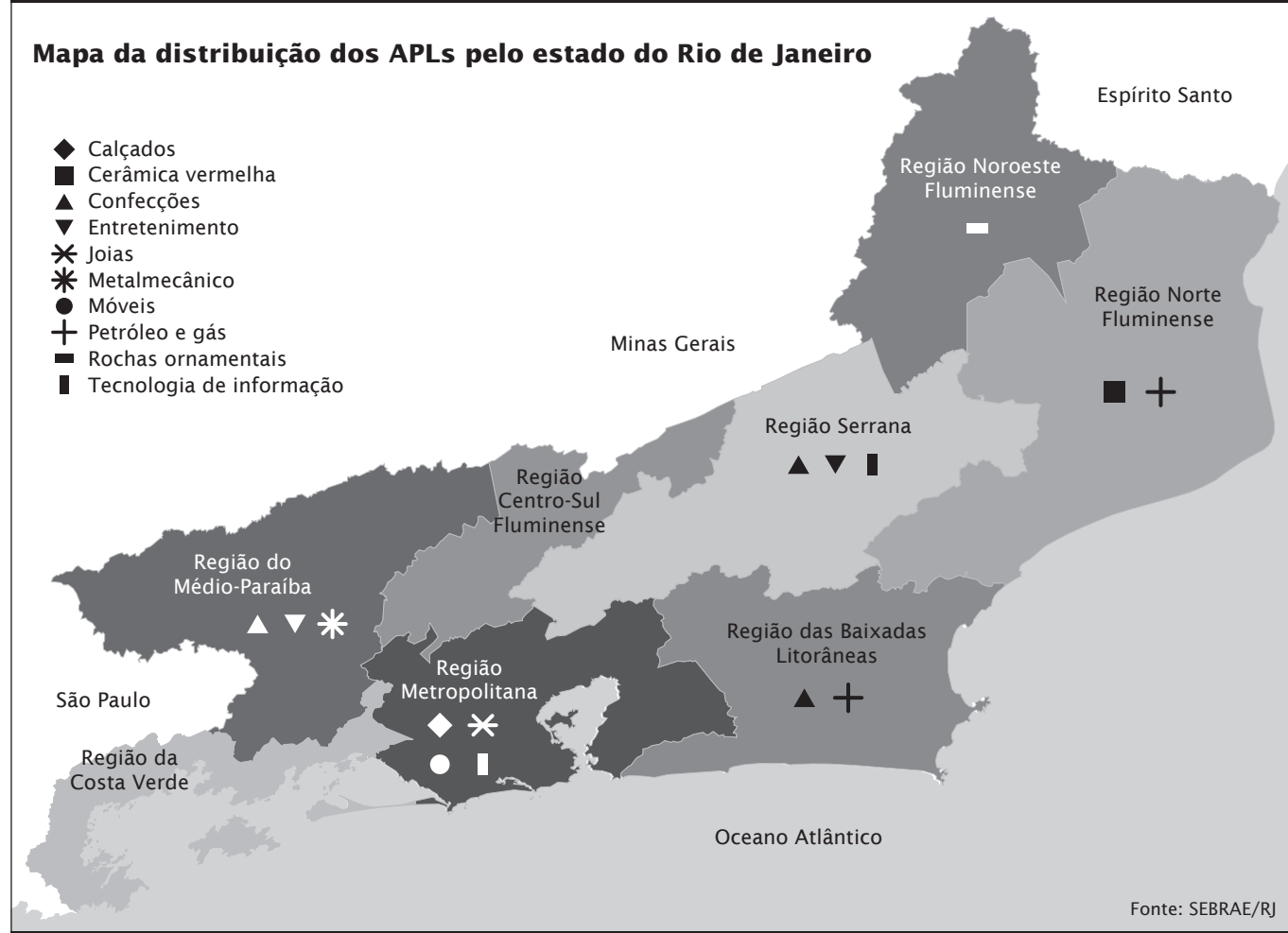
As micro e pequenas empresas presentes nos APLs podem, a partir de uma marca coletiva, construir uma reputação e imagem para o APL, cuja gestão poderia ter seu custo compartilhado por todos os integrantes, ou pelo menos entre aqueles que estivessem interessados em afixar esse sinal em seus produtos. A tendência é de esse sinal agregar valor aos produtos do APL que estiverem de acordo com as especificações acordadas entre seus membros, a partir de um trabalho de *marketing* para um posicionamento desse sinal no mercado. Assim, a produção do APL poderia já obter algumas vantagens, como custos reduzidos entre as micro e pequenas empresas que se beneficiariam de uma marca que poderia ser construída e

veiculada para assinalar determinadas características e qualidades entre seus membros integrantes do APL. Dessa forma, a marca coletiva agregaria valor aos produtos provindos de cada APL, de acordo com as especificidades técnicas e/ou de produção acordadas entre seus integrantes. Esse instrumento de PI não invalida a construção conjunta de uma marca individual de cada empresa integrante do APL que tenha já afixada uma marca coletiva a seus produtos. A marca individual e a marca coletiva podem justapor-se; isso permite a construção individual de certo diferencial, posição de mercado ou especialização de determinado agente de acordo com sua estratégia e proposição de valor para o consumidor.

Outro instrumento de proteção que pode abranger qualquer APL é o desenvolvimento de um programa de computador. Os *softwares* são passíveis de ser incorporados tanto nos processos produtivos quanto no processo de gestão, sobretudo no desenvolvimento de controle de atividades. Entretanto, é necessária a existência de competências específicas para seu desenvolvimento. Geralmente, são utilizados pacotes comerciais de *software*²⁴ e, às vezes, são contratadas firmas especializadas para a customização do *software* à realidade da empresa, até mesmo para a criação de uma interface mais amigável com o usuário. Assim, as questões de direitos autorais do registro de computador apresentam elevada potencialidade no

Figura 1

Mapa da distribuição dos APLs pelo estado do Rio de Janeiro



interior dos arranjos. À medida que os APLs evoluam para atividades intensivas em tecnologia, esses direitos se tornam mais significativos.

INDÚSTRIA CULTURAL

O APL de entretenimento, como é o caso de Conservatória, localizado na região do Vale do Café, tende a apresentar uma governança em rede, de âmbito setorial, cuja territorialidade se intensifica no interior da localidade do APL, auxiliando no provimento de infraestrutura adequada e necessária ao desenvolvimento dos eventos musicais. Nesse cenário, a questão logística e a oferta de serviços e de facilidades são fatores críticos de sucesso. Em um passado mais recente, a cidade passou a ser conhecida como a região da seresta, passando a música, desde então, a fazer parte essencial de sua tradição.

Esse APL, pela própria natureza de sua atividade, se apresenta mais voltado para as proteções conferidas por direitos autorais, embora, outros tipos de proteção possam vir a ser utilizados. No caso da música, tem-se a incidência de direitos de autor para as novas criações que possam ser motivadas pelo clima do local (novas proposições de temáticas musicais e novos possíveis formatos de shows) e direitos conexos que envolvam todas as apresentações de cantores e seresteiros. Apenas a identificação e a apropriação adequada dos direitos envolvidos podem gerar uma exploração econômica eficiente destes.

No caso de Conservatória, deve ser ressaltado que a música é uma atividade que se encontra enraizada na tradição local da cidade. O dinamismo proporcionado pelo fluxo de pessoas atraídas por toda a ambiência pitoresca da cidade transborda e mobiliza toda a estrutura de serviço local, desde a rede hoteleira,

o comércio, serviços de infraestrutura local (serviço de internet, iluminação local e outros) até os pequenos produtores rurais cooperando em prol do bom andamento dos eventos e participando efetivamente também dos eventos musicais. Dessa forma, há o estabelecimento de uma relação ganha-ganha entre esses agentes, movidos não só pela exploração econômica da área, mas pela questão de uma identidade sociocultural resgatada. Essa identidade é o fio condutor sinérgico entre os agentes do APL. O diferencial desse APL consiste em proporcionar a seus visitantes a vivência de experiências e experimentações de sensações peculiares locais, tais como a volta ao bucolismo das antigas fazendas de café e suas histórias, inclusive, em alguns casos, com encenações e caracterizações, as serestas andantes pela cidade tendo seus visitantes como parte integrante do espetáculo.

Assim, a questão da marca local pode perpassar pela discussão da marca coletiva, ou até mesmo pela proposição de uma indicação geográfica de origem. A Indicação Geográfica, no caso em questão, dependerá da correta fundamentação dessa identidade sociocultural construída ao longo do tempo, que foi preservada juntamente com seu entorno local.

Conservatória é movida pela espontaneidade do público, que também faz parte do evento, participando de forma ativa. Entretanto, APLs de entretenimento mais sofisticados podem exigir um sistema de controle mais intensivo em tecnologia e atrair concentrações de atividades, capacitações e competências específicas para dar suporte aos eventos.

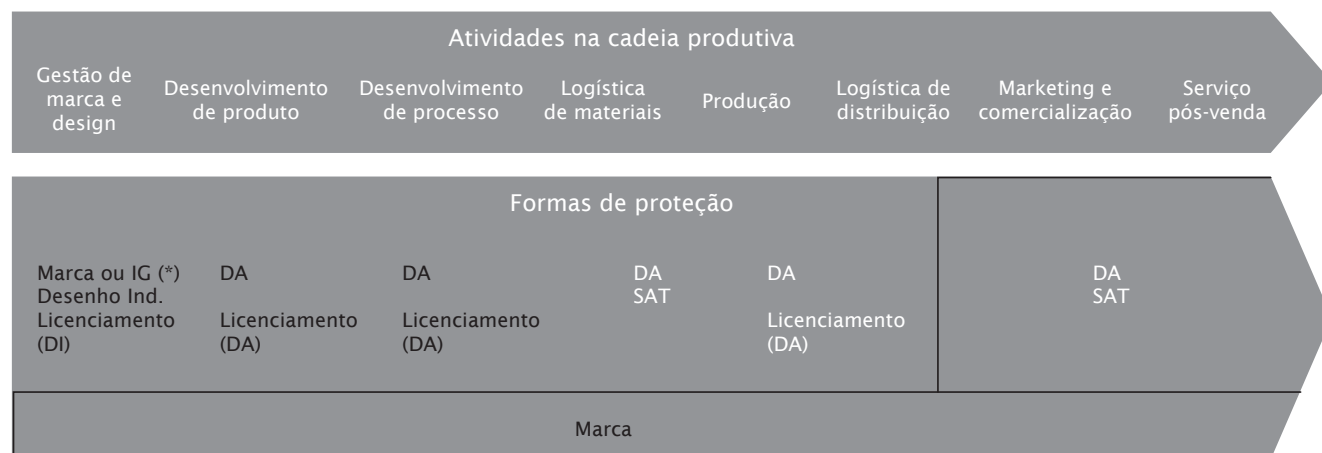
A Figura 2 apresenta um esquema das formas mais usuais de proteção que podem ser encontradas no APL de Entretenimento de Conservatória. O asterisco demonstra uma potencialidade futura a

ser explorada em termos dos direitos de propriedade intelectual.

INDÚSTRIA DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

O Rio de Janeiro tem um polo de telecomunicações e instituições científico-tecnológicas de excelência e já consolidado, o que demonstra uma potencialidade na área. Esse APL tem dois subarranjos, que estão localizados: (i) na área do município do Rio de Janeiro; e (ii) na região serrana, nos municípios de Petrópolis, Três Rios e Teresópolis (site do Sebrae). A região apresenta grande concentração de empresas de pequeno e médio porte no desenvolvimento de *software*, de consultoria em sistema de informática e de manutenção de equipamento de *hardware*. Há também um contingente de empresas nas atividades de processamento de dados. O recorte para o mapeamento das formas mais usuais dos instrumentos de propriedade intelectual levará em consideração a atividade-fim do desenvolvimento dos *softwares* e seus serviços, a saber, soluções de problemas técnicos em engenharia, gestão, entretenimento e serviços de consultoria em sistema de informática.

Destaca-se, na região da capital do Rio de Janeiro, a interação dos institutos de pesquisas e universidades com a indústria no desenvolvimento de *software* para o atendimento do interesse dos setores industriais intensivos em tecnologia, tais como o setor petrolífero (cooperação com o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento Petrobras – Cenpes), o setor de energia (Centro de Pesquisa de Energia Elétrica – Cepel) e outros. Grande parte do esforço inovativo gerado nessas instituições de ensino e pesquisa está condicionada ao atendimento dos problemas técnicos em soluções de engenharia da indústria petrolífera. Destaca-se também

Figura 2
As formas mais usuais de proteção das atividades do APL de entretenimento


DA – Direito de Autor; DI – Desenho Industrial; IG – Indicação Geográfica; SAT – Serviço de Assistência Técnica.

O asterisco representa a potencialidade futura a ser explorada em termos dos direitos de propriedade intelectual.

Termos com maior ênfase estão apresentados na cor preta.

Fonte: Própria.

o município de Niterói no atendimento da indústria naval, mantendo forte ligação com a Politécnica e Universidade Federal Fluminense. Assim, no caso desse APL, pode-se considerar uma configuração de governança do tipo hierárquica.

A questão do entretenimento perpassa pelas atividades de cinema e vídeo, em que o Centro de Produções da emissora da Rede Globo tem importância decisiva, tendendo a uma governança do tipo hierárquica.

Na Região Serrana, destaque especial deve ser dado ao município²⁵ de Petrópolis no desenvolvimento de capacitações e desenvolvimento computacional, com a instalação do Laboratório Nacional de Computação Científica (LNCC), que é considerado a âncora do Projeto Petrópolis-Tecnópolis. Geralmente, nas áreas cujos institutos de tecnologia e universidades se apresentam como centros irradiadores de competência no desenvolvimento tecnológico de programas, há uma tendência a apresentar uma governança em rede, inclusive com programas de incubadora de empresas, como é o caso do município de

Petrópolis. Assim, houve uma concentração de empresas de pequeno e médio porte em tecnologia da informação nas regiões de Três Rios e Teresópolis, respectivamente nas atividades de consultoria em sistemas de informática e desenvolvimento de programas de informática (Sebrae/RJ).

Um APL de tecnologia da informação pode também apresentar uma marca de natureza coletiva, evidenciando uma característica tecnológica dos produtos ofertados por esse polo, independentemente da marca própria de cada integrante do polo e da marca que assinala seus respectivos produtos.

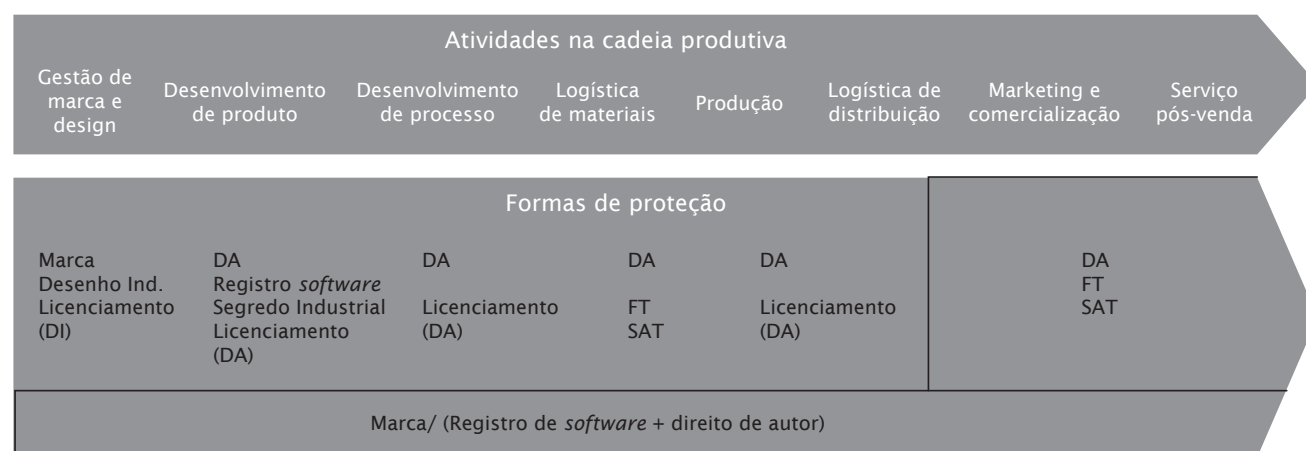
Manuais técnicos, manuais de uso, aplicativos, entre outros, são protegidos por direito de autor (Lei n. 9.610/98), sendo o registro do programa de computador protegido pela Lei n. 9.609/98, esta sob a competência do INPI. Atualmente, deve-se pensar no uso da marca como elemento de identificação do produto – programa de computador – e no uso da proteção por desenhos industriais para a proteção de interfaces gráficas e embalagens, como componentes relevantes na diferenciação

dos produtos no mercado e pontos de agregação de valor ao produto.

A Figura 3 apresenta as formas mais usuais do uso dos direitos de propriedade para o APL de tecnologia da informação.

As tecnologias da informação são altamente intensivas em conhecimento, e por qualquer ponto de sua cadeia pode perpassar a questão da proteção. As questões do licenciamento estabelecem as formas de uso entre os agentes da cadeia, assim como as questões de restrição ao conhecimento.²⁶

Os *softwares* que envolvem as questões de gestão e entretenimento não necessariamente coadunam com a política do *software* proprietário, podendo também estar inseridos na dinâmica do *software* livre. Nesse caso, a prestação de serviços técnicos e assessorias será objeto de contrato, uma forma de se apropriar do conhecimento tácito e do *know-how*. Assim, há uma incidência de contratos de fornecimento tecnológico e de prestação de serviços de assistência técnica no setor.

Figura 3**As formas mais usuais de proteção das atividades do APL de tecnologia da informação**

DA – Direito de Autor; DI – Desenho Industrial; FT – Fornecimento de Tecnologia; SAT – Serviço de Assistência Técnica.
Termos com maior ênfase estão apresentados na cor preta.

Fonte: Própria.

INDÚSTRIA DA

TRANSFORMAÇÃO/EXTRATIVISTA

Os setores de metalmecânica e petróleo e gás estão em estágios de desenvolvimento diferentes e, embora haja pontos de tangenciamento, devido à complementaridade na fabricação de máquinas para o setor petrolífero, a dinâmica competitiva apresenta diferenças, sobretudo por causa da amplitude de atividades internas do APL de metalmecânica e suas interfaces com outras indústrias. Assim, o esquema – ao longo da atividade produtiva para a possibilidade do uso mais frequente dos direitos de PI no APL de metalmecânica – não pretende abarcar as especificidades e as interfaces com as diversas indústrias locais do Estado.

No que tange à complementaridade, o setor de metalmecânica pode apresentar um esforço inovativo para o atendimento das necessidades da indústria petrolífera em termos de adaptação e/ou melhoria funcional e, dependendo do caso, até mesmo na solução de um problema técnico. Entretanto, a complexidade da inovação dependerá de investimentos em pesquisa

e desenvolvimento. Como o setor petrolífero é intenso em tecnologia e os desafios também são intensos, a tendência é de que haja maior interação entre esses setores e, portanto, o desenvolvimento tecnológico do setor metalmecânico seja alçado pelo setor petrolífero. No entanto, o setor metalmecânico em Macaé ainda se apresenta tímido em relação a seu potencial. De fato, a grande complexidade tecnológica e a sofisticação dos maquinários e equipamentos do setor petrolífero exigem competências específicas e interfaces com outras tecnologias, tais como microeletrônica e digital. O setor metalmecânico tende a contribuir como fornecedor de peças e componentes.

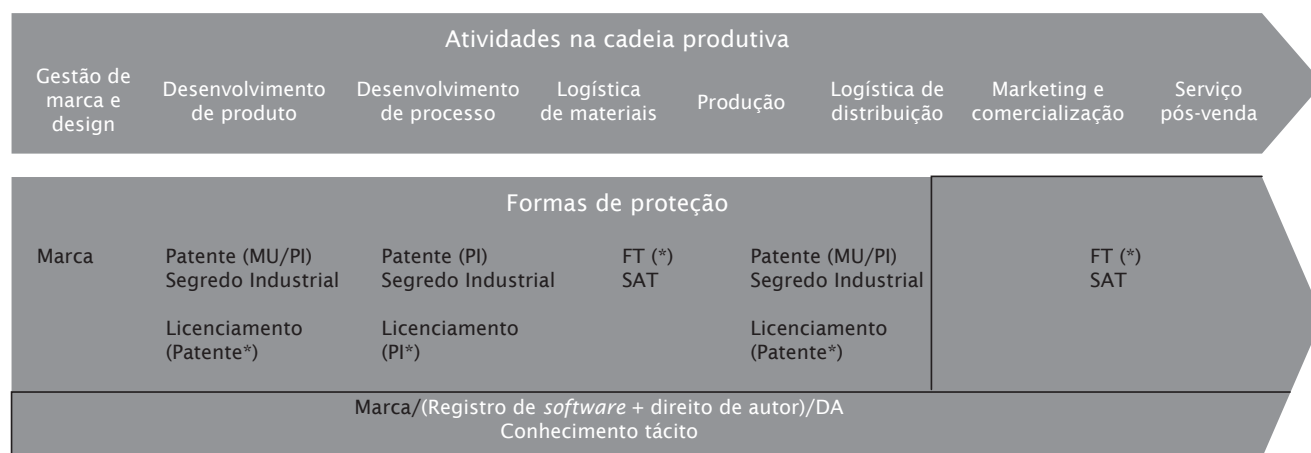
Setor extrativista: APL de petróleo e gás

O APL de petróleo e gás encontra-se localizado no município de Macaé, principal polo produtor do País. O setor de petróleo e gás vem apresentando um crescimento expressivo nas últimas décadas, o qual tende a se intensificar com a descoberta de uma imensa reserva de petróleo (o

pré-sal) na Bacia de Campos, cuja exploração se dará em águas ultraprofundas. O intenso aprofundamento em pesquisa e desenvolvimento é característico do setor, pois a atividade de exploração de petróleo e gás é intensiva em tecnologia.

Assim, o APL apresenta a configuração de governança hierárquica, revelando uma concentração de grandes empresas prestadoras de serviços, fornecedores de peças e equipamentos e outras atividades correlatas. Há também empresas de pequeno porte, todas diretamente ligadas à exploração do petróleo e gás no interior do arranjo para atender à demanda específica da Petrobras e do setor. A concentração de grandes empresas demonstra elevada barreira à entrada nesse setor, de forma geral, exigindo infraestrutura, capacidade técnico-produtiva e padrões de qualidade, atendimento das normas, conformidades e especificações.

Esse APL apresenta um grau de territorialização elevado, em virtude da própria natureza extrativista, tendendo à concentração dos agentes econômicos nas proximidades da região de extração.

Figura 4
As formas mais usuais de proteção das atividades de transformação e extração: Petróleo e gás


DA – Direito de Autor; PI – Patente de Invenção; MU – Modelo de Utilidade; FT – Fornecimento de Tecnologia; Patente – MU e PI; SAT – Serviço de Assistência Técnica.

O asterisco representa a potencialidade de uso futuro, em função da intensidade tecnológica, interação e formalização das atividades inovativas. Termos com maior ênfase estão apresentados na cor preta.

Fonte: Própria.

A Petrobras é um dos grandes empregadores da região e, consequentemente, pode ser considerada um agente formador de mão de obra capacitada e qualificada na região. As relações do APL se encontram em um estágio de maturidade entre seus membros, com articulações importantes com instituições de pesquisa e ensino, universidades e laboratórios. Além disso, o setor privado se encontra mais organizado e articulado com as esferas municipais e estaduais na demanda de suas necessidades, por intermédio da Rede de Empresas do Setor de Petróleo da Bacia de Campos (Rede Petro – BC). Com um setor intensivo em tecnologia, como o setor de petróleo e gás, é de se esperar que haja inovações de patente de invenção e modelo de utilidade, sobretudo nas atividades inovativas coordenadas pela Petrobras e com parcerias entre universidades e institutos tecnológicos. Nesse arranjo, há também parcerias tecnológicas em pesquisa e desenvolvimento do Cenpes com as universidades de excelência do Rio de Janeiro, incubadoras e parque

tecnológico com grandes empresas, além de parcerias com inúmeros laboratórios, havendo geração de novos conhecimentos e inovações tecnológicas (de produto, processo e novo uso), em que a proteção por patentes é praticamente o padrão de proteção, podendo também haver proteção por segredo.

A Figura 4 apresenta as formas mais usuais de proteção que podem ser encontradas no interior desse APL. As proteções assinaladas com asteriscos apresentam uma potencialidade de uso futuro, em função da intensidade tecnológica, interação e formalização das atividades inovativas nesse APL. Os licenciamentos de patente e contratos de transferência de tecnologia, sob a forma de fornecimento tecnológico e assistência técnica, podem contribuir para o uso/manuseio, disseminação, absorção de tecnologias de fora do APL, caracterizando o aprendizado tecnológico com possível geração de conhecimentos *a posteriori*. Os licenciamentos também podem ser uma forma de difusão do conhecimento gerado no

interior do próprio APL, contribuindo para uma competitividade sustentável, baseada na aquisição e geração de conhecimentos, além de poder estimular a cooperação entre os agentes.

Setor de transformação: APL de metalmeccânica

O Estado do Rio de Janeiro apresenta seis concentrações no setor de metalmeccânica, que podem ser agrupadas em três grupos em função de suas atividades e complementaridades com outras indústrias:

(a) Siderurgia – envolve os municípios de Volta Redonda, Barra Mansa e Barra do Piraí, no Vale do Paraíba do Sul, cujas concentrações de empresas se desenvolvem ao redor das regiões próximas da Companhia Siderúrgica Nacional (CSN), sendo esta situada em Volta Redonda e tendo adjacência com Barra Mansa e Barra do Piraí. A CSN é um complexo integrado a coque. De maneira geral, essas regiões apresentam ênfase na fabricação de laminados e peças de aço e ferro.

(b) Setor Automotivo – envolve os municípios de Resende e Porto Real, localizados na região do Médio-Paraíba.

(c) Setor Naval – envolve o município de Niterói.

INDÚSTRIAS TRADICIONAIS

As indústrias tradicionais podem ser divididas em dois grupos, de acordo com o uso de direitos de propriedade intelectual. O Grupo I inclui as indústrias de joias, móveis, calçados e confecções. Já o Grupo II contém as indústrias de cerâmica vermelha e rochas ornamentais. Vale informar que os APLs de cerâmica vermelha (tijolos, telhas e blocos) e pedras ornamentais (pedra paduana e pedra madeira) tendem a ser utilizados pela indústria da construção civil.

As indústrias tradicionais de joias, móveis, calçados e confecções têm concentrações em vários locais do Estado do Rio de Janeiro, apresentando, na maioria das vezes, mais do que uma concentração por tipo de setor.²⁷ Uma característica importante nesse grupo é que os APLs apresentam a configuração em rede, sem a predominância de determinado agente no sentido de direcionar o esforço inovativo.

Nesses setores, a marca e o desenho industrial são instrumentos de extrema relevância para o direcionamento dos produtos a determinados grupos de consumidores e, portanto, sua proteção pode ser vital em uma estratégia de diferenciação e foco. A gestão de marca e de desenho industrial é fator crítico de sucesso.

Nesse grupo podem existir diversos direitos de propriedade intelectual. Entretanto, a intensidade no uso de um tipo ou de outro tipo de proteção dependerá das especificidades de cada APL desse grupo. Esses setores tendem a incorporar as inovações tecnológicas pela aquisição de

máquinas e equipamentos importados. A cadeia produtiva no setor de bens de produção se encontra esfacelada, o que dificulta a geração da dinâmica inovativa do APL. Esse entrave condiciona um perfil de aperfeiçoamento e melhoria no aparato de maquinários, equipamentos e ferramentas. Assim, a tendência é de que o instrumento de proteção mais utilizado seja a modalidade de patente de modelo de utilidade. Entretanto, à medida que o aprendizado tecnológico for difundido, assimilado e absorvido, a tendência é de que haja a geração de inovações mais significativas, ou seja, patente de invenção. Contudo, pode-se apontar a proteção por desenho industrial²⁸ como a mais significativa dentro desse grupo, uma vez que o *design* é um elemento essencial para a boa inserção de um mobiliário no mercado. Essa proteção visa a garantir a apropriação exclusiva do esforço criativo, que sempre demanda investimentos por parte do empresário. Pode-se mesmo apontar que as proteções mais requeridas por titulares de direitos junto ao INPI, no âmbito da proteção por desenho industrial, recaem sobre as áreas de móveis, calçados e embalagens.

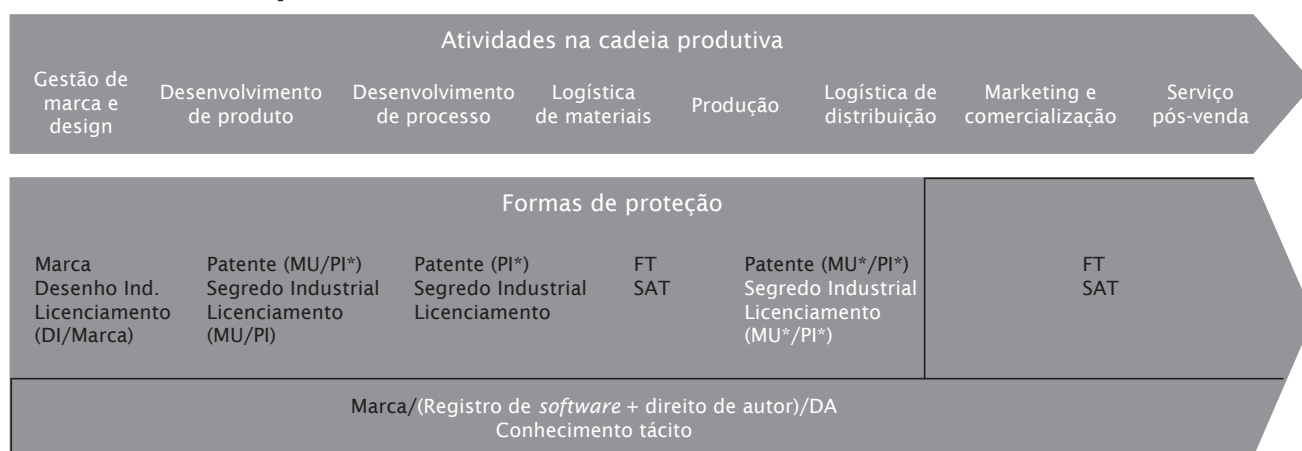
O direito de autor também poderá vir a ser utilizado no âmbito da criação original dos grandes estilistas que ditam a moda, criação única e exclusiva, em que o objeto em si transcende para o universo da criação de espírito.

A Figura 5 apresenta as formas mais usuais de proteção encontradas nas atividades do APL das indústrias tradicionais, referentes ao Grupo I. As formas de proteção assinaladas pelo asterisco significam que podem ocorrer desenvolvimentos, aperfeiçoamentos em tecnologias maduras (já disponíveis) e/ou adaptações nas tecnologias atuais, sendo, portanto, tais adaptações passíveis de proteção. Maiores esforços tecnológicos,

no sentido de geração efetiva de conhecimento, dependerão de investimentos em pesquisa e desenvolvimento e aprendizagem tecnológica (uso – assimilação – absorção e geração).

Embora haja uma série de esforços no intuito de promover o fluxo de informação entre as empresas e as universidades, institutos de ciência e tecnologia e outros centros de apoio à pesquisa, esses APLs ainda apresentam um viés de difusão tecnológica baixo, tendo em vista estarem baseados na incorporação de máquinas e equipamentos, em sua grande maioria importados, além de apresentar despreparo dos empresários das empresas de pequeno porte, falta de organização e maturidade nas relações em busca de cooperação.

O APL de pedras ornamentais, relativo ao Grupo II, está situado na cidade de Santo Antônio de Pádua, e o de cerâmica vermelha, na cidade de Campos dos Goytacazes. Em ambos os casos, há uma concentração de empresas de pequeno porte na região. Ou seja, a área tende a uma territorialização densa das atividades em virtude da proximidade e do acesso ao local da matéria-prima. Essa relação entre as aglomerações e a proximidade da fonte de matéria-prima é vital para a atividade econômica da região. Uma série de outras empresas com atividades correlatas²⁹ às atividades dos APLs também se concentra nessas respectivas regiões. De maneira geral, demonstram dificuldades na fabricação de produtos com valor agregado, apresentando até mesmo um caráter rudimentar e, por vezes, artesanal. Contudo, o APL de pedras ornamentais vem melhorando seu processo produtivo pela aquisição de maquinário mais sofisticado, sobretudo para a extração do bloco de pedra, incorporando tecnologias de extração similares.

Figura 5
As formas mais usuais de proteção das atividades do APL das indústrias tradicionais – Grupo I


DA – Direito de Autor; DI – Desenho Industrial; FT – Fornecimento de Tecnologia; SAT – Serviço de Assistência Técnica; Patente – MU e PI; PI – Patente de Invenção; MU – Modelo de Utilidade.

O asterisco representa a possibilidade de ocorrer desenvolvimentos, aperfeiçoamentos em tecnologias maduras (já disponíveis) e/ou adaptações nas tecnologias atuais, sendo, portanto, tais adaptações passíveis de proteção. Termos com maior ênfase estão apresentados na cor preta.

Fonte: Própria.

CONCLUSÃO

Os direitos de propriedade intelectual apresentam um grande potencial de uso nos APLs do Rio de Janeiro. Entretanto, essa potencialidade dependerá do amadurecimento e da consolidação desses APLs na geração de uma dinâmica inovativa. O padrão de acumulação de riqueza baseado no conhecimento se torna cada vez mais estratégico e suscetível de ser apropriado, sendo os direitos de propriedade uma das formas de seu detentor obter lucro, diferencial competitivo, posicionamento de mercado, criação de valor para o cliente, entre outros. Nas atividades ao longo da cadeia produtiva dos diferentes setores, é possível detectar quais são os direitos de propriedade mais pertinentes a cada etapa. Além disso, pode-se perceber que uma gestão exitosa desses direitos visa a também gerar a apropriação do conhecimento tácito envolvido no processo produtivo. Ademais, os direitos de propriedade intelectual podem ser utilizados como proteção do esforço inovativo interno ao APL, como

forma de obtenção do conhecimento externo ao APL.

A predominância de certos tipos de instrumentos de propriedade intelectual dependerá da natureza e da especificidade de cada APL, em termos de sua atividade-fim, grau de organização e parcerias entre os agentes e também do posicionamento estratégico da firma no interior dos APLs. Geralmente, em atividades que gerem riscos compartilhados, como no caso da cooperação de agentes econômicos distintos, a tendência é que a formalidade das relações se estruture em torno dos direitos de propriedade intelectual, sobretudo nos setores intensivos em tecnologia. As inovações radicais, na fronteira do conhecimento, exigem investimentos em pesquisas e desenvolvimento, articulação entre outros agentes para minimizar riscos, custos e tempo de desenvolvimento científico-tecnológico. Nesse caso, a patente de invenção se torna um desdobramento esperado para a apropriabilidade do conhecimento gerado, sendo o perfil esperado nos APLs

de Petróleo e Gás, sobretudo no esforço inovativo comandado pela Petrobras. Os setores metalmeccânico automotivo e siderúrgico apresentam grande potencial para a demanda por patente de invenção, mas dependerão do grau de especialização e amadurecimento das relações dos agentes envolvidos no processo, além da busca de competitividade por meio de pesquisa e desenvolvimento científico-tecnológico.

O padrão inovativo brasileiro é adaptativo e imitativo, o que indica grande potencialidade no uso de patente de modelo de utilidade, na melhoria funcional de um objeto, *a priori*, o qual pode evoluir para a solução de um problema técnico, sendo objeto de patente de invenção, mas ainda no âmbito das inovações incrementais, como consequência da difusão da tecnologia.

Nos setores tradicionais, o desenho industrial e a marca são instrumentos relevantes para a construção de uma gestão de marca e de um posicionamento de mercado da firma por diferenciação na

proposta de algo singular, sendo, simultaneamente, pontos de agregação de valor para o cliente e de apropriabilidade de valor para firma. Entretanto, é essencial frisar o acesso aos canais de distribuição e comercialização desses produtos no mercado como fatores críticos de sucesso, o que reforça e enfatiza a importância da marca e do desenho industrial na gestão de marca como formas integrantes de estratégia de mercado pela sensibilização e apelo ao consumidor.

Nos APLs de Entretenimento e Informática, é predominante a proteção por direito de autor, por serem esses APLs baseados em intensos processos criativos decorrentes da expressão do espírito humano. A criação intelectual é o elemento de interface entre esses dois tipos de APL, o que os difere de maneira significativa dos demais, no que diz respeito às formas musicais e ao desenvolvimento dos programas de computador. Entretanto, há todo um aparato necessário para a ocorrência, em si, desse potencial do espírito humano, que depende da engenhosidade tecnológica (caráter da invenção: máquinas/equipamentos e outros) e da exploração mercadológica, sucitando, portanto, outras formas de proteção no âmbito da propriedade intelectual.

No contexto dos APLs, o que condiciona o uso dos direitos de proteção, de modo abrangente e simplificado, é a especificidade da atividade desenvolvida, o grau de organização, especialização e amadurecimento das relações entre os agentes econômicos na busca de sua dinâmica inovativa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AAKER, D. A. *Marcas: Brand Equity*: gerenciando o valor da marca. São Paulo: Negócio, 1998.
- CASSIOLATO, J. E.; Guimarães, V.; Peixoto, E.; LASTRES, H. M. M. *Innovation Systems and Development: What can we learn from Latin American experience?*. In: III GLOBELICS CONFERENCE. Pretoria, South Africa, 31 out. – 4 nov. 2005. Disponível em: <http://www.sinal.redesist.ie.ufrj.br/dados/nt_count.php?projeto=nw11&cod=2> Acesso em: nov. 2010.
- _____; LASTRES, H. M. M. *Sistema de inovação e desenvolvimento: as implicações de política*. São Paulo em Perspectiva, v. 19, n. 1, p. 34-45, jan./mar. 2005.
- _____; SZAPIRO, M. Uma caracterização de arranjos produtivos locais de micro e pequenas empresas. In: LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J. E.; MACIEL, M. L. *Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2003.
- FERRAZ, J. C. et al. *Made in Brazil: desafios competitivos para a indústria*. Rio de Janeiro: Campus, 1995.
- KAPFERER, J. *As marcas, capital da empresa: criar e desenvolver marcas fortes*. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- LA ROVERE, R. L. L. As pequenas e médias empresas na Economia do Conhecimento: implicações para políticas de inovação. In: LASTRES, H. M. M.; ALBAGLI, S. (Orgs.). *Informação e globalização na era do conhecimento*. Rio de Janeiro: Campus, 1999, p. 145-163.
- LASTRES, H. M. M. *Invisibilidade, injustiça cognitiva e outros desafios à compreensão da economia do conhecimento*. 2006.
- _____; CASSIOLATO, J. E. Novas políticas na Era do Conhecimento: o foco em arranjos produtivos e inovativos locais. *Parcerias Estratégicas*, Brasília: Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE), n. 17, 2003.
- _____; _____. LEMOS, C.; MALDONATO, J.; VARGAS, M. A. *Globalização e inovação localizada: experiências de sistemas locais no mercosul*. RedeSist, 1999.
- PANTALEÃO, L. H.; ANTUNES JÚNIOR, J. A. V.; PELLEGRI, I. de. A inovação e a curva da riqueza. In: SIMPEP, 2007, Bauru. SIMPEP. Disponível em: <http://www.simpep.feb.unesp.br/abrir_arquivo.php?tipo=artigo&evento=1&art=539&cad=1578&opcao=com_id> Acesso em: 26 dez. 2010.
- PELAEZ V.; SZMRECSÁNYI, T. (Orgs.). *Economia da Inovação Tecnológica*. São Paulo: Hucitec, 2006.
- PENROSE, E. A economia da diversificação. *Revista de Administração de Empresas*, Rio de Janeiro, v. 4, n. 19, p. 7-30, set./out. 1979.
- PORTER, M. E. *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. Rio de Janeiro: Campus, 1986.
- SEBRAE. *Arranjos Produtivos Locais: perfil das concentrações de atividades econômicas no Estado do Rio de Janeiro*. Disponível em: <<http://migre.me/beiG6>> Acesso em: dez. 2010.
- TEECE, D. J. *Profiting from technological innovation: implications for integration, collaboration, licensing and public policy*. 1986. Disponível em: <<http://www.mbs.edu/home/jgans/tech/Teece-1986.pdf>>. Acesso em: 11 nov. 2008.

NOTAS

1. A inovação traz em si a oportunidade de novos negócios, tanto para grandes empreendedores quanto para pequenos, e, muitas vezes, ambientes de grandes mudanças podem representar ameaças para grandes empresas já consolidadas no mercado, devido a sua rigidez organizacional e a seus processos produtivos. Assim, o pequeno empreendedor tende a ser mais perceptivo aos ambientes de mudanças no interior dos segmentos de mercado, tendendo a responder mais rapidamente às novas demandas, por sua flexibilidade produtiva. A abertura da janela de oportunidade no mercado está condicionada à percepção e à velocidade da adaptação ao novo cenário.
2. O retorno crescente é um mecanismo de retroalimentação: investimento em pesquisa e desenvolvimento, geração de conhecimento, cumulatividade de conhecimento e *know-how*, apropriabilidade do conhecimento no mercado, lucratividade e reinvestimento em pesquisa e desenvolvimento. Esse mecanismo instaurado proporciona patamares sucessivos de crescimento a cada ciclo.
3. As escolas cepalino-estruturalista e os *neoschumpeterianos* abordam a questão do subdesenvolvimento econômico, respectivamente, pela visão dos países em desenvolvimento e pela dos países desenvolvidos. Apesar de serem concepções diferentes, apresentam pontos de tangência quanto às questões estruturais na economia, ao aprendizado tecnológico na acumulação de conhecimento, na geração da inovação e na importância das instituições, entre outros (CASSIOLATO et al., 2005).
4. Essa situação é agravada quando se associa a ideia de aglomeração de empresas ao ganho de competitividade do trabalho em rede, uma tendência que se consolidou após a flexibilização da produção e a evolução das tecnologias de informação e comunicação. O aparecimento das cadeias globais de abastecimento ressalta as fontes locais de competitividade vinculadas à especialização da produção ao longo da cadeia produtiva de determinada atividade industrial. Pesquisadores sobre o estudo da inovação interessados na dimensão local estudaram vários casos e tentaram explicar o fenômeno, introduzindo sempre mais uma característica a ser considerada na análise. Isso decorre da especificidade local, daí a razão na dificuldade da análise e a ocorrência

de tipologias distintas sobre o assunto (LASTRES; CASSIOLATO, 2003).

5. O Fórum de Competitividade é coordenado pelo Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) e gerenciado pela Secretaria de Desenvolvimento da Produção (SDP), e pretende fornecer subsídios para um crescimento estável, com ênfase no desenvolvimento regional, a partir de políticas setoriais. Esse fórum visa a estabelecer uma competitividade sistêmica ao longo da cadeia produtiva, elevando a produtividade empresarial, baseada na diminuição do custo de produção, no aumento da qualidade, na incorporação de inovação (tecnológica e não tecnológica) e ações de marketing, além promovendo ações para viabilizar a infraestrutura produtiva (logística, transporte e outros) e mercadológica. A competitividade sistêmica da cadeia produtiva perpassa pela incorporação dos bens de capital à cadeia produtiva pertinente a cada APL.

6. A baixa competitividade dos produtos brasileiros era atribuída ao retardo tecnológico, à falta de competitividade da estrutura produtiva em si, em termos logísticos, portuário, entre outros. A modernização do aparato industrial ocorreu principalmente em termos de aquisição de máquinas e equipamentos, redesenho organizacional das empresas e incorporação das tecnologias da informação e comunicação, tornando a produção mais competitiva. Ressalta-se a importância das empresas de pequeno porte como difusoras de tecnologia, sendo um aspecto extremamente relevante na política industrial de qualquer país.

7. A aceleração dos processos de geração e codificação de conhecimento é decorrente do paradigma da tecnologia da informação e comunicação, que acelerou o movimento crescente da globalização econômica e financeira, sendo esses fatores impulsionadores do fenômeno da globalização. Assim, esse fenômeno era visto como neutro, automático e incontrolável (LASTRES, 2006), ou seja, um movimento irreversível. Ressalta-se, nesse contexto, a ascensão do novo padrão de acumulação de riqueza, baseado nos ativos intangíveis. A corrente neoliberal atribui as causas do subdesenvolvimento à intervenção estatal na economia e à sua ineficiência em gerir os recursos, ou seja, à má alocação de recursos. A autorregulação do mercado estabeleceria o ambiente concorrencial propício para o ganho de competitividade, sendo o conhecimento visto como fator exógeno e, portanto, passível de troca. A inovação é um processo endógeno e não exógeno, como defendido pelos neoliberais. Assim, foi constatado que a questão do desenvolvimento depende de trajetórias e escolhas anteriores, sendo o modelo de uma trajetória única

para o desenvolvimento não replicável a todas as nações, segundo era preconizado pela filosofia neoliberal, o que reforçou a valorização do aspecto local na geração da inovação.

8. A própria crise do modelo fordista de produção e a ascensão de um novo modelo de produção baseado na flexibilização e na diversificação da produção propiciaram a terceirização das atividades produtivas, a cooperação e o estabelecimento de redes de parceria entre os agentes, apoiados ainda pela revolução iniciada pelo paradigma da microeletrônica e intensificado com o paradigma das tecnologias da informação e comunicação. Nesse cenário, a cooperação entre firmas visa a uma maior eficiência técnico-produtiva e a uma maior complementaridade em termos organizacionais, tecnológicos, logísticos e comerciais para enfrentar um ambiente competitivo global intenso. Essa busca da eficiência do ambiente em rede era o prenúncio de uma rede globalizada, fisicamente localizada em países diferentes, e também propiciou o atual modelo de elementos em rede a partir de pequenas unidades produtivas especializadas, no âmbito da flexibilização da produção (PELAEZ, 2006).

9. O padrão de acumulação de riqueza baseado em conhecimento privilegia o estoque de conhecimentos anteriores – cumulatividade –, sendo os países detentores do conhecimento (primeiros ingressantes no processo industrialização, os países ditos centrais) os mais interessados na “*privatização, controle e mercantilização de conhecimentos e informações*” (LASTRES, 2006). Nesse contexto, o sistema de propriedade intelectual lhes forneceria as condições necessárias e suficientes para a apropriação do conhecimento – monopólio temporário (escassez artificial) do conhecimento para bem explorá-lo, de acordo com a estratégia de seu detentor. Essa exclusividade de mercado permite o domínio e o controle do valor de dada tecnologia, assim como funciona como elemento de barreira aos novos entrantes no mercado, requerendo-lhes um esforço maior na busca de um desenvolvimento próprio, inibindo o procedimento de cópias, elevando as barreiras de entrada.

10. Entre os principais fatores para essa condição se encontram o modelo de substituição das importações para se alçar à industrialização brasileira de forma rápida, via investimento direto externo pela importação da tecnologia, as medidas protecionistas de incipientes empresas, as sucessivas crises inflacionárias e a desestabilização econômica, a falta de investimento privado na geração de pesquisa e desenvolvimento, entre outros.

11. O conceito de governança é o “estabelecimento de práticas democráticas locais por meio

da intervenção e participação de diferentes categorias de atores – Estado, em seus diferentes níveis, empresas privadas locais, cidadãos e trabalhadores, organizações não governamentais etc. – nos processos decisórios locais” (CASSIOLATO; SPAZIRO, 2003, p. 6). Entretanto, as decisões locais também são influenciadas por empresas que coordenam relações técnicas e econômicas na cadeia, mas se encontram situadas fora do arranjo produtivo.

12. A cadeia produtiva consiste em um conjunto de etapas encadeadas e consecutivas pelas quais os diversos insumos são transformados e transferidos. Essa abordagem generalista permite uma visão micro e macro para análise da cadeia produtiva, identificando-se uma cadeia produtiva empresarial (cada etapa corresponde a uma empresa ou a um conjunto de algumas empresas) e uma cadeia produtiva setorial (cada etapa corresponde aos setores econômicos, e os intervalos correspondem aos mercados entre os setores sequenciados), podendo ser evidenciada uma relação de concorrência ou de complementaridade (HASENCLEVER; KUPFER, 2002).

13. O conceito de cadeia de valor genérica foi desenvolvido por Michael Porter (1990), sendo alvo de vários estudos. A cadeia de valor corresponde a um conjunto de etapas gerais, lógicas e sequenciadas de atividades agregadoras de valor que se estendem desde o desenvolvimento/concepção do produto até a entrega do produto ao cliente, incluindo atividades de pós-venda (serviços, assistência técnica, atendimento ao cliente e outras). Essas atividades podem encontrar-se reunidas no interior de uma única firma (processo de verticalização da produção) ou ao longo da cadeia produtiva e ser realizadas por diversas empresas sob a forma de: “alianças, parcerias, subcontratações, licenciamento de marcas, relações comerciais tradicionais etc.” (PANTALEÃO *et al.*, 2007).

14. Geralmente, os processos e conteúdos tecnológicos facilmente passíveis de ser replicados tendem a ser objeto de segredo. Entretanto, no desenvolvimento de pesquisas e desenvolvimento com universidades e centros de pesquisas, o segredo pode ser passível de uso.

15. A concavidade da curva da riqueza dependerá do padrão de competitividade setorial, do posicionamento estratégico dos agentes econômicos e do tipo de estratégia de inovação da firma (ofensiva, defensiva, imitativa, dependente, tradicional e oportunista). Entretanto, o gráfico demonstra um comportamento básico da apropriação do valor entre os agentes ao longo da cadeia produtiva, em que os pontos de maior apropriação coincidem também com os pontos de criação de valor para o consumidor.

16. Termo utilizado por Fajnzylber (1988), as vantagens espúrias são decorrentes de baixos custos de mão de obra e de exploração dos recursos naturais, além de vantagens competitivas decorrentes da manipulação da taxa de câmbio se caracterizando por uma vantagem momentânea (CASSIOLATO; LASTRES, 2005).

17. Os direitos de propriedade intelectual podem contribuir positivamente para a captação de recursos, pois podem demonstrar maturidade no gerenciamento do conhecimento gerado pela firma. Os direitos de propriedade intelectual tendem a minimizar assimetria da informação e riscos para os investidores, podendo eventualmente funcionar como uma contrapartida ao acesso ao financiamento. Os direitos de propriedade intelectual também podem promover a interação e cooperação entre os agentes, fornecendo a segurança jurídica entre as partes no desenvolvimento e pesquisas científicas e tecnológicas, na exploração de novos produtos, captando as *expertises* das áreas de domínio tecnológico entre os diferentes agentes envolvidos na transação.

18. As barreiras podem assumir o viés defensivo e ofensivo. Uma configuração de barreira defensiva se estabelece quando o detentor da tecnologia tenta criar um portfólio de patentes ao redor da tecnologia inicialmente protegida, detendo o domínio completo de seus desmembramentos, por esforço de desenvolvimento próprio ou pela cessão dos direitos de terceiros, sendo conhecida essa prática como *walled patent*. As barreiras ofensivas se estabelecem quando o detentor da patente faz jus a seus direitos judicialmente, com penalizações e multas elevadas, possibilitando seu ressarcimento contra lucros perdidos e outros.

19. Embora os licenciamentos de direitos se encontrem sob as categorias contratuais de transferência de tecnologia, o licenciamento tem ação difusora. Sob a tutela da transferência de tecnologia se encontram o licenciamento dos direitos (exploração da patente, desenho industrial e uso de marca), a aquisição de conhecimentos (fornecimento de tecnologia e prestação de serviço de assistência técnica e científica) e a franquia.

20. Para a LPI, o desenho industrial é considerado novo quando não compreendido no estado da técnica e será considerado original quando dele resultar uma configuração visual distintiva, em relação a outros objetos anteriores. É importante observar que tais requisitos são cumulativos; portanto, o desenho industrial, para ser protegido como tal, deverá ser novo e original, e não novo ou original.

21. "A lei brasileira impõe a distinção entre Direito de Autor e Direito Autoral. Direito de Autor é o ramo da ordem jurídica que disciplina a atribuição

de direitos relativos a obras literárias e artísticas. O Direito Autoral abrange, além disso, os chamados direitos conexos ao direito de autor, como os direitos dos artistas intérpretes ou executantes, dos produtores de fonogramas e dos organismos de radiodifusão" (ASCENSÃO, 1997, p. 15).

22. "A criatividade é, pois, elemento insito nessa qualificação: a obra deve resultar de esforço intelectual, ou seja, de atividade criadora do autor, com a qual introduz na realidade fática manifestação intelectual estética não existente (*o plus* que acresce ao acervo comum. [...] Cumpre, a par disso, haver originalidade na obra, ou seja, deve ser integrada de componentes individualizadores, de tal sorte a não se confundir com outra preexistente. Há que ser, intrínseca ou extrínsecamente, diferente de outras já materializadas. Deve revestir-se de traços ou de caracteres próprios, distintos de outros já componentes da realidade" (BITTAR, 2005, p. 23).

23. Outras concentrações econômicas do Estado do Rio de Janeiro se encontram nas áreas de audiovisual, bebidas, biotecnologia, cimenteiro, cultivo orgânico, indústria naval, químico, plástico, maricultura e piscicultura.

24. Deve ser observado o uso de licenças para aquisição de *softwares* comerciais e se as empresas contratadas para as adaptações têm licenças para tal ou se estão infringindo direitos de terceiros.

25. O município de Petrópolis apresenta o programa Petrópolis-Tecnópolis, com a presença do Laboratório Nacional da Ciência da Computação (LNCC) e da Universidade Católica de Petrópolis. O LNCC é uma instituição de base tecnológica que tem como objetivo principal a solução de problemas técnicos em engenharia, no âmbito da computação científica, por intermédio de proposição de modelos matemáticos e computacionais (simulações numéricas de problemas de elevada complexidade em engenharia) e modelagem computacional, em geral com interface interdisciplinar em áreas como as de bioinformática, sistemas atmosféricos, meio ambiente e outras. Esse centro tecnológico também participa do programas de incubação de empresas e apresenta forte ligação de pesquisa com a Petrobras, por sua competência em mecânica dos fluidos e computação de alto desempenho.

26. Essas questões envolvem as discussões sobre a adesão ao *software* livre ou ao *software* proprietário, que conta com a proteção por meio da propriedade intelectual. A corrente do *software* livre parte do pressuposto de que o conhecimento é de senso comum e, portanto, não pode ser aprisionado por um único agente. Assim, há licenças que permitem a disponibilidade do código para aperfeiçoamento e futuros desenvolvimentos. Entretanto, toda e

qualquer modificação introduzida não é passível de ser restrita e também é disponibilizada integralmente. Os adeptos do *software* proprietário, por outro lado, partem do pressuposto de que o esforço intelectual deve ser passível de ser apropriado e, portanto, remunerado em prol de quem o criou, durante determinado espaço temporal.

27. O setor de mobiliário apresenta concentrações nos municípios da Baixada Fluminense (Nova Iguaçu e Duque de Caxias), Região Serrana (Petrópolis e Teresópolis) e município de Campos de Goytacazes. O setor de vestuário/têxtil apresenta concentrações nas seguintes áreas: Nova Friburgo, Petrópolis, Valença, Campos de Goytacazes, São Gonçalo, São João de Meriti, Nova Iguaçu, Niterói e Cabo Frio. Entretanto, em Niterói e Cabo Frio, a ênfase é na comercialização. O setor calçadista tem concentrações em Belfort Roxo, Duque de Caxias, Rio Claro, Niterói, São Gonçalo e Região Serrana. O setor de joias se localiza na cidade do Rio de Janeiro; entretanto, os bairros do Centro, Ipanema e Barra da Tijuca são os que expressam as maiores concentrações.

28. A proteção por desenhos industriais é realizada no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) e deverá ser apresentada em formulário próprio, do qual deverão constar desenhos ou fotográficas com as vistas do objeto a ser protegido (frontal, lateral, superior, inferior e perspectiva), conforme o Ato Normativo n. 161.

29. A região também apresenta concentração de empresas de pequeno porte, manufatureiras de indumentárias destinadas a essa atividade, além de prestadoras de serviço de manutenção desses equipamentos. Há também empresas de fabricação de artefatos de cimento, que se utilizam do material não aproveitado pelas empresas de extração das rochas ornamentais, tais como o pó de pedra, brita, areia e até argila.

Elizabeth Ferreira da Silva
Patrícia Pereira Peralta

Professoras do Mestrado Profissional
em Propriedade Intelectual, Inovação e
Desenvolvimento, do Instituto Nacional de
Propriedade Industrial (INPI)

APL de Conservatória Seresteira

O desenvolvimento cultural sustentável

Claudia Castro

*“Ai, a lua que no céu surgiu
Não é a mesma que te viu
Nascer nos braços meus
Cai, a noite sobre o nosso amor
E agora só restou do amor
Uma palavra: adeus
Ai, vontade de ficar
mas tendo que ir embora”*
Serenata do Adeus,
Vinícius de Moraes (1958)
do primeiro disco da Bossa Nova
“Canção do Amor Demais”
de Elizete Cardoso

Conservatória, distrito do município de Valença/RJ, tem um encanto especial. Essa cidade, de 5 mil habitantes, cultiva a tradição das serestas e serenatas – seu patrimônio imaterial – para gerações futuras e oferece ao turista opções únicas de entretenimento.

Estive em Conservatória no início de setembro de 2011, a convite da Secretaria Estadual de Desenvolvimento Econômico (RJ). Como representante da área de cultura do escritório da Organização dos Estados Ibero-Americanos (OEI) no Brasil, visitei a cidade com o objetivo de conhecer a tradição seresteira e os trabalhos realizados pelo Arranjo Produtivo Local (APL) de Turismo e Entretenimento.

LIÇÕES SOBRE A ALMA LÍRICA BRASILEIRA

Cheguei à cidade para a festa dos 90 anos do Sr. Joubert Borges, um dos irmãos fundadores do Movimento Musical de Conservatória. A maioria daqueles que participava das serestas e serenatas

naquele fim de semana tinha entre 60 e 92 anos. À noite, todos saíam para acompanhar as serenatas e retornavam à pousada lá pelas altas horas da madrugada, rejuvenescidos. Algo mágico ocorria nas ruas de Conservatória, pois entre meia-noite e 3 da manhã turistas sexagenários, septuagenários, octagenários, nonagenários agiam como jovens universitários em noite de festa: a alegria é a dama da noite. Foi curioso perceber que essa alegria se estendia aos cafés da manhã da Pousada Sol Maior, com o mestre Odilon, proprietário da pousada, puxando as canções matinais.

Com o ouvido treinado para a percepção dos elementos estéticos de interpretação musical, como fraseado, condução de vozes, dinâmica, timbre sonoro, logo entendi, na primeira audição, que esses parâmetros não seriam suficientes para compreender o que se dá nas ruas sonoras de Conservatória. Já na primeira noite de sexta-feira, fui informada de que somente as canções que falam de amor e saudade

têm vez. Tive a minha primeira lição: em Conservatória, o importante é escutar e cantar com o coração. Todos cantam, do morador ao turista, afinados ou não.

Mas o que caracteriza o Movimento Musical de Conservatória e o distingue das demais manifestações seresteiras Brasil a fora?

Os irmãos Joubert e José Borges, fundadores do Movimento, e seus seguidores são fiéis defensores da “alma lírica brasileira”,¹ expressa na letra das músicas que falam de amor e saudade. O repertório cantado nas ruas é principalmente o da Época de Ouro da Música Popular Brasileira — a Era do Rádio —, que vai desde o fim da década de 1920 à de 1950. O repertório, grosso modo, é o de intérpretes como Francisco Alves, Vicente Celestino, Silvio Caldas e Nelson Gonçalves. Cantam-se desde modinhas, lundus e maxixes da virada do século XIX para o XX até algumas canções do início da Bossa Nova, de Chiquinha Gonzaga (1847-1935) a Dolores Duran (1930-1959).

O Museu da Seresta e da Serenata promove desde os anos 1960 a celebração dos compositores e de suas canções desse repertório. Por meio do projeto “Conservatória, em toda casa uma canção”, os seresteiros inauguraram cerca de 400 placas com o nome das músicas e seus compositores escolhidas pelos proprietários das casas da cidade.

Outra característica do Movimento é a serenata:

*“Ao visitar Conservatória, descobre-se a **diferença entre seresta e serenata**: a primeira refere-se ao canto em ambiente fechado; a segunda, ao canto sob o sereno, à luz das estrelas e do luar. É a serenata que diferencia Conservatória de qualquer outro lugar do país.”²*

Ainda, no livro da *Cadeia Produtiva da Economia da Música*, os seresteiros de Conservatória foram denominados “idealistas”.³ Encontrei na lista das “características essenciais” dos defensores do Movimento Musical a autorreferência: a atuação direta ou indireta do indivíduo no Movimento deve ser por puro idealismo, sem buscar compensações financeiras ou promocionais. Além disso, “o integrante do Movimento Musical de

Embora a bibliografia da música popular brasileira indique a onipresença do “seresteiro” nos relatos sobre a evolução da MPB, estes personagens não se encontram definidos nos dicionários da língua portuguesa.

Conservatória ausenta-se raramente das serestas de sexta a domingo; é morador de Conservatória; defende que o Museu não é casa de espetáculo e está aberto a todos os que cultuam a música popular brasileira, não importando se profissional ou amador, voz bonita ou não; espera dos frequentadores a civilidade de um verdadeiro seresteiro: educação, disciplina, compreensão e nenhuma bebida alcoólica”.⁴

E desse último requisito tirei outra lição: o Movimento Musical de Conser-

vatória procurou dissociar o seresteiro da imagem do boêmio bebedor. Isso é o que distingue o Movimento Musical de Conservatória das serestas das demais cidades brasileiras, pois muitos de nossos seresteiros foram boêmios. Para lembrar um ícone da MPB: o poeta, músico, seresteiro e boêmio, Vinicius de Moraes, sempre aparece nas fotos de copo em punho.

Após visitar o Museu Vicente Celestino e Gilda Abreu, o Museu Silvio Caldas, Gilberto Alves, Guilherme de Brito e Nelson Gonçalves, escutar a seresta na Casa de Cultura e na Pousada Sol Maior e a serenata pelas ruas de Conservatória, entendi a próxima lição: para se apreciar a tradição seresteira é preciso estar atento às letras das canções, à voz do cantor, a seu estilo interpretativo à moda dos já mencionados seresteiros da Época de Ouro, ao gestual que acompanha sua interpretação e, especialmente, à entrega emotiva do cantor às melodias entoadas. E saber que o repertório do seresteiro geralmente é construído com base em uma disciplina prazerosa de colecionar canções.

Embora a bibliografia da música popular brasileira indique a onipresença do “seresteiro” nos relatos sobre a evolução da MPB, esses personagens da cultura brasileira não se encontram definidos nos dicionários da língua portuguesa. Arriscarei, portanto, minha definição de um seresteiro, já que ela é fundamental para o trabalho do APL de Turismo e Entretenimento de Conservatória, conforme elaborarei mais adiante.

Seresteiros são amantes da boa música; são amadores por excelência; em sua grande maioria, são músicos autodidatas; têm vasto repertório musical guardado na memória e cantam “de ouvido”, pois geralmente não leem partituras. Levam essa tradição no peito com

muito orgulho e respeito. Reverenciam-se uns aos outros, adoram cantar em grupo, ora entoando canções coletivamente, ora individualmente. Divertem-se e sabem entreter. Reúnem-se em casa de amigos e parentes para cantar.

Uma característica fundamental de um seresteiro é sua habilidade de colecionar. Além de instrumentos musicais – o violão sendo o mais comum –, eles colecionam objetos em que estejam registrados seu repertório e a tecnologia adequada para reproduzi-lo. Entre os objetos encontrados nas coleções dos museus de Conservatória estão cadernos de música com letras e cifras escritas a próprio punho – estes foram os predecesores caseiros dos *songbooks* editados por Almir Chediack nos anos 1990 –; fitas cassetes, discos de vinil, CDs; rádios, vitrolas e tocadores antigos de fita de rolo e LPs.

Alguns seresteiros – mais liberais do que os do Movimento Musical de Conservatória – têm ainda aparelhos de sonorização para as noites de festa e para suas gravações caseiras: microfones e caixas de amplificação. Lembrando que todo esse aparato é utilizado no aprendizado musical. E, como se não bastasse, como o seresteiro anseia por colecionar música, possivelmente terá acompanhado a evolução tecnológica e realizado a transposição de seu repertório musical para o formato digital.

Em Conservatória, senti-me em casa. Percebi algo fundamental da cultura brasileira. A tradição seresteira é bem imaterial cultivada no seio das famílias brasileiras, do Oiapoque ao Chuí. Quem não tem um familiar – mãe, pai, irmãos, tios, primos, avós – que gosta de cantar para o público das festas caseiras? Pois lá essa tradição continua sendo difundida entre seus habitantes e oferecidas como atrativo turístico.

Por fim, esta foi a mais simples e importante de todas as lições que levei de minha visita, que de tão evidente passou-me despercebida todos os meus anos de estudos musicais. Ao presenciar a apresentação do seresteiro Pedro Quinane na paisagem cultural de Conservatória, comparei essa experiência com a casa de meus pais, tios e avô. Entendi que a tradição das serestas vem na minha família há pelo menos três gerações. Lembrei-me que meu avô gostava de reunir a família na varanda da casa e era acompanhado pelos violões de meu pai e minha tia. Enquanto escrevia este artigo, encontrei a evidência dessa lembrança: meu avô, falecido em 1979, deixou-me registrada em uma fita de rolo sua linda voz cantando “Cabelos Cor de Prata”, de Silvio Caldas e Rogaciano Leite, e “Serenata do adeus” de Vinicius de Moraes, esta última provavelmente inspirada na gravação de Nelson Gonçalves, seu cantor preferido. Ambas constam do índice das 150 músicas mais cantadas nas serenatas em Conservatória.⁵

O VALOR SIMBÓLICO E ECONÔMICO DA ECONOMIA CRIATIVA EM CONSERVATÓRIA: OS DOIS LADOS DA MOEDA

Conservatória é um exemplo de desenvolvimento cultural sustentável.⁶ Nessa cidade, o patrimônio imaterial, o repertório musical e os costumes dos seresteiros são preservados e difundidos às gerações futuras. A essência das atividades seresteiras locais, principalmente o Movimento Musical criado pelos Irmãos Borges nos anos 1960, reside em valorizar a criação e o criador. Canção e compositor(es) são identificados e celebrados pelas ruas e casas da cidade.

Compositores, músicos e intérpretes figuram no núcleo criativo da cadeia produtiva da música, “cujas atividades

produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação de preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica”.⁷ Mesmo que os seresteiros de Conservatória não cobrem por suas execuções musicais e, portanto, não gerem renda aos detentores dos direitos autorais de execução dessas músicas, esses intérpretes e os moradores da cidade dão o devido crédito aos autores/criadores das músicas, imortalizados e registrados nas placas das casas da cidade. Em Conservatória, celebra-se o valor simbólico e cultural da criação e de seus criadores, preservando, assim, o patrimônio imaterial da música popular brasileira por meio da prática social das serestas e serenatas.

Como importante centro de preservação do patrimônio imaterial brasileiro da tradição das serestas, a cidade tem-se destacado pela atuação das lideranças do APL de Turismo e Entretenimento em parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e o SEBRAE-RJ. Esse APL tem como missão preservar, desenvolver, perpetuar e disseminar o patrimônio cultural e ambiental, assegurando o desenvolvimento sustentável de Conservatória. Beneficia seus empreendedores locais e estimula a população local à prática da atividade musical, que conferiu à pequena cidade do interior do Estado do Rio de Janeiro o título de “Cidade das Serestas” ou “Cidade das Ruas Sonoras”.

Na relação simbiótica entre o Movimento Musical de Conservatória e o APL de Turismo e Entretenimento, o valor simbólico e o valor econômico da cultura local, os dois lados da mesma moeda, são evidenciados e, assim, contribuem para o desenvolvimento local. O movimento produz o diferencial para o turismo e o turismo oferece um público diversificado para as serestas e serenatas durante o ano inteiro.

RESULTADOS CONCRETOS DO APL DE ENTRETENIMENTO E TURISMO

O Arranjo Produtivo Local (APL) de Entretenimento e Turismo de Conservatória poderia ser entendido como um “setor criativo relacionado”, que não é essencialmente criativo, mas que se relaciona com ele e é impactado diretamente pelo setor criativo da música, por meio de serviços turísticos, de lazer e entretenimento.⁸ E vale ressaltar que essa prática de desenvolvimento cultural antecedeu o preceito da economia criativa e vem tomando corpo na pauta das políticas culturais no País.⁹

Tendo a experiência das serestas e serenatas como diferencial, os representantes comunitários do APL, especialmente os proprietários do setor hoteleiro da região, conscientes de seu dever cívico e motivados pelas oportunidades de negócios, colaboram para estimular os atrativos do turismo cultural por intermédio de quatro comitês: o de Qualidade, responsável por manter e melhorar a qualidade dos eventos oferecidos aos turistas; o de Comunicação e Marketing, que tem a responsabilidade de implantar um plano de comunicação e divulgar, por campanhas promocionais, o calendário anual de atividades culturais; o de Capacitação, que visa a oferecer oportunidades de aprendizado e qualificação de mão de obra para as atividades voltadas para o turismo na região; e o de Políticas Públicas, que tem o objetivo de criar mecanismos de incentivo e acesso ao crédito para empreendimentos turísticos.

O APL forma um *cluster* turístico-cultural que congrega um conjunto de atrativos com destacado diferencial turístico, concentrado em um espaço geográfico contínuo ou não, dotado de equipamentos e serviços de qualidade, eficiência coletiva, coesão social e polí-

tica, articulação da cadeia produtiva e cultura associativa, com excelência gerencial em redes de empresas que geram vantagens estratégicas comparativas e competitivas.¹⁰

A governança do APL já obteve resultados concretos junto aos governos estadual e municipal, e parceiros privados. Dentre as melhorias mais citadas na pesquisa realizada por Claudia Bessa estão: a criação do calendário anual dos eventos culturais; a criação da estrada do contorno (evitando o trânsito de veículos

Este APL tem como missão preservar, desenvolver, perpetuar e disseminar o patrimônio cultural e ambiental, assegurando o desenvolvimento sustentável de Conservatória.

pesados no centro de Conservatória); o asfaltamento das estradas de acesso à Conservatória;¹¹ e a instauração de uma subestação da Light para melhoria da iluminação pública na cidade.

POR UMA MAIOR OFERTA E DEMANDA CULTURAL

No atual estágio de desenvolvimento do APL, três questões são fundamentais para sua evolução.

Primeiramente, o fortalecimento institucional da Casa de Cultura é essencial para a ampliação da oferta cultural na

cidade e sustentabilidade do turismo cultural a longo prazo. A Casa de Cultura¹² tem a missão de preservar as tradições, o patrimônio histórico e incentivar todas as manifestações culturais que ocorram em Conservatória. “Não se trata de nenhum museu, mas de espaço vivo, de arte viva”,¹³ e está sempre aberta ao público.

A Casa de Cultura recebeu a guarda do acervo físico do Museu da Seresta e Serenata desde que este fechou as portas. Nesse acervo encontram-se expostos nos dois salões da Casa: uma coleção de rádios, recortes de jornal, que contam a história do Movimento Musical e dos Irmãos Borges e a arte *naïf* do artista Luiz Figueiredo. É no salão principal que a comunidade se reúne para esquentar a voz às sextas-feiras. Por isso, tem sido o ponto de partida das serestas nos finais de semana.

Os recursos são escassos e ainda não oferecem a possibilidade de maiores realizações. O financiamento das atividades advém da contribuição dos associados e de uma pequena parcela da captação de recursos junto a empresas privadas mediante o mecanismo de renúncia fiscal do governo federal e estadual e da Secretaria Estadual de Cultura. A organização está constituída como uma associação, que conta com 42 sócios que contribuem para a manutenção dos custos fixos anuais da entidade (R\$ 5 mil/ano). Arrecada, ainda, cerca de R\$ 1 mil com a venda de livros e CDs, e recebe aproximadamente R\$ 20 mil como custo de *overhead* pelos projetos que realiza. O excedente total líquido, de R\$ 26 mil/ano, cobre apenas os custos fixos do imóvel público que utiliza, como as contas de água e luz e o contrato de pessoal. O organograma da entidade se restringe à estrutura estatutária do conselho diretor e uma funcionária contratada para serviços

de recepcionista e atendimento ao público. Membros da diretoria da entidade colaboram para a execução dos projetos e eventos, como o Festival Cine-Música, o Encontro de Corais e o Festival de Seresta Silvio Caldas.

Para uma atuação mais vigorosa da Casa de Cultura, seria importante estabelecer estratégias para seu fortalecimento institucional que almejassem um aumento da base de associados e a geração de uma receita maior para a contratação de funcionários especializados em gestão cultural. A criação de um corpo técnico e administrativo é essencial para a consolidação dos vários projetos já iniciados pela organização.

Fundamental também seria fomentar outras expressões culturais da localidade, como seu artesanato e os santos em papel arte de Mario Luiz Silva. A partir do inventariado cultural local que a Secretaria de Economia Criativa do SEBRAE-RJ¹⁴ realiza em parceria com o Instituto Ideias, existe um potencial para o desenho de novos projetos. Esse inventariado cultural está mapeando e sistematizando informações que auxiliem no entendimento sobre os produtos culturais da cidade inerentes a sua identidade, visando ao aumento das possibilidades de geração de ocupação e renda na localidade.

A partir da atualização de um planejamento estratégico institucional, seria possível determinar as oportunidades e os desafios da entidade no contexto cultural local, regional e nacional para a promoção de suas atividades, seu poder de atração de entidades culturais parceiras, sua estruturação interna, a ampliação de suas capacidades e a diversificação de suas fontes financeiras. Um possível desdobramento das atividades da Casa de Cultura que contribua para a economia local seriam parcerias com

entidades que tenham a música e a MPB como centro de suas atividades, como o Instituto Moreira Salles e Museus da Imagem e do Som de diversos países. O potencial para essas parcerias é enorme e ainda pouco desenvolvido!

A Casa de Cultura, pela natureza de sua missão, tem o potencial para funcionar como uma instituição cultural “âncora”,¹⁵ tornando-se uma organização local de maior relevância e visibilidade, reconhecida pela qualidade e pelo vulto dos projetos que realiza, gerando

*Contam que a tradição
das serestas começou
nos anos de 1860, quando
professores de música
vinham às fazendas
da região ensinar as filhas
dos Barões do Café.*

empregos e contribuindo para o desenvolvimento econômico local a partir do poder de atração cultural de seu distrito artístico.

Em segundo lugar, para expandir a demanda cultural, o comitê de marketing do APL precisa ser ativado. Para aumentar o fluxo de turistas interessados no destino que oferece a experiência da “alma lírica brasileira”, seria necessário referenciar estudos que identifiquem segmentos do mercado de clientes potenciais e reais, desenhar um plano de comunicação que “transmita a promessa

de uma experiência de viagem memorável, que é única, associada à destinação; que consolide e reforce a lembrança de memórias agradáveis da experiência da destinação”.¹⁶ A partir da definição do “seresteiro” citada, seria possível definir uma estratégia de comunicação tendo como públicos-alvo músicos amadores, colecionadores, participantes de atividades musicais em coros comunitários, em que a mensagem de posicionamento transmitisse a possibilidade de socialização por meio das serestas e de momentos festivos com familiares e amigos.

Ainda, em relação à demanda cultural, a educação para a formação do público jovem local precisa ser considerada. Em Conservatória, contam que a tradição das serestas começou nos anos 1860, quando professores de música vinham às fazendas da região ensinar as filhas dos Barões do Café. Se tudo começou com professores de música entre 1860 e 1880, porque não haveria de se investir no ensino da música nas escolas da região? Mas acho que isso deveria ser tema para um artigo inteiramente dedicado à relevância do ensino da música nas escolas brasileiras. Conservatória, com seu legado musical, tem o potencial para se tornar referência nacional no assunto, se assim o desejar.

Por último, considerando a existência de um comitê de políticas públicas na governança do APL, a interação entre o poder público e o APL ainda é tímida, apesar da Lei Estadual n. 5.564, de 21 de outubro de 2009, que transformou Conservatória em Polo Cultural, Histórico e Turístico.¹⁷

CONSERVATÓRIA: UM DESTINO TURÍSTICO MEMORÁVEL

As atividades realizadas pelos membros do APL e pelos seresteiros em muito contribuíram para o desenvolvimento

local. Em um próximo estágio de atividades turístico-culturais voltadas para o desenvolvimento econômico da região, poder-se-ia pensar em um plano de marketing estratégico anual para a atração de turistas nacionais e internacionais para além do eixo Rio-São Paulo, o fortalecimento institucional da Casa de Cultura e a consolidação de parcerias público-privadas nas áreas de turismo, cultura e educação.

Ao conhecer Conservatória, entendi que minha afinidade musical é fruto da tradição seresteira, dessa alma lírica brasileira passada de geração em geração. Identifiquei ali minhas raízes culturais.

Conservatória: “ai que vontade de ficar, mas tendo que ir embora”. A experiência seresteira vivida naquele final de semana convenceu-me de considerar a cidade como um destino turístico a ser revisitado. Simplesmente memorável!

NOTAS

- Disponível em: <http://www.seresteiros.com.br/museu.htm>. Acesso em: 15 nov. 2011.
- Disponível em: <http://www.seresteiros.com.br/historia.htm>. Acesso em: 15 nov. 2011.
- Prestes Filho, L. C. et al., Cadeia Produtiva da Economia da Música. Rio de Janeiro: Incubadora Cultural Gênesis/PUC, 2003, p. 388.
- Disponível em: <http://www.seresteiros.com.br/museu.htm>. Acesso em: 15 nov. 2011.
- Seresteiros de Conservatória. “Canções Eternizadas – Séculos XIX e XX”. Disponível em: <<http://www.seresteiros.com.br/letras.htm>>.
- “The tangible and intangible cultural capital of a nation is something that must be preserved for future nations.” “Cultural sustainability implies a process that maintains all types of cultural assets from traditional rituals to artworks, heritage buildings and sites.” (Unctad. “Creative Economy Report 2010”, p. 26).
- Ministério da Cultura. *Plano da Secretaria de Economia Criativa, Políticas, Diretrizes e Ações, 2011 a 2014*. 2011, p. 22-25.
- Ministério da Cultura. *Plano da Secretaria de Economia Criativa, Políticas, Diretrizes e Ações, 2011 a 2014*. 2011, p. 26.
- “A diversidade cultural não deve ser compreendida somente como um bem a ser valorizado,

mas como um ativo fundamental para uma nova compreensão do desenvolvimento. De um lado, deve ser percebida como recurso social, produtor de solidariedades entre indivíduos, comunidades, povos, países; de outro, como um ativo econômico, capaz de construir alternativas e soluções para novos empreendimentos, para um novo trabalho, finalmente, para novas formas de produção de riqueza.” Portanto, o Ministério da Cultura do Brasil adotou a seguinte definição: “Economia Criativa são as dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de produção, distribuição/difusão, consumo e fruição de bens e serviços, oriundos dos setores criativos, caracterizados pela prevalência de sua dimensão simbólica.” (Ministério da Cultura. *Plano da Secretaria de Economia Criativa, Políticas, Diretrizes e Ações, 2011 a 2014*. 2011, p. 20-23).

10. Beni, Mário. *Análise Estrutural do Turismo*. Senac, 1997. p. 174, 233.

11. Silva, Claudia Bessa Moreira. *Gestão Social e Desenvolvimento Local no APL de Entretenimento e Turismo de Conservatória – RJ*. Rio de Janeiro: Universidade Candido Mendes. p. 98. (mimeo).

12. A Casa de Cultura desenvolve suas atividades em imóvel cedido pelo governo do Estado, no ano de 1999, mediante uma parceria público-privada.

13. Citação de Sérvio Constantino, presidente da Casa de Cultura. Disponível em: http://www.seresteiros.com.br/casa_cultura.htm Acesso em: 15 nov. 2011.

14. CONSERVATÓRIA CRIATIVA, SEBRAE/RJ, em parceria com o Instituto Ideias. Disponível em: <http://inventarioturisticom.com.br/conservatoria/> Acesso em: 15 nov. 2011.

15. Segundo Richard Maloney, diretor do mestrado em Administração das Artes da Universidade de Boston, “esta expressão partiu do conceito de lojas de varejo, que congregam ao seu redor outras lojas menores num *cluster* e produzem um impacto econômico maior em determinada região”. Considerando-se as devidas proporções, tomemos como exemplo a cidade de Boston (EUA), uma referência de cidade musical, onde um dos principais focos de oferta e demanda cultural está centrado em um distrito artístico de três quarteirões. O *Symphony Hall*, casa da *Boston Symphony Orchestra*, tem a seu redor três conservatórios de música: a *Berklee Music School*, o *The Boston Conservatory* e o *New England Conservatory*; lojas de música e instrumentos musicais; além de outras entidades musicais, como a *Boston Baroque*, a *Handel and Haydn Society* e a *Boston Philharmonic*.

17. “Amparada pelo novo instrumento, a Prefeitura de Valença poderá buscar recursos em secretarias

estaduais ou órgãos federais, além de seu orçamento, para cumprir com os diversos artigos e parágrafos da Lei, que determina a catalogação e a recuperação do patrimônio cultural dos bens imateriais existentes no distrito, como é o caso do acervo do Museu da Seresta e a recuperação e conservação do patrimônio material já existente, que são os imóveis do centro histórico; e conseguir apoio para a formação e a capacitação da mão de obra local visando a constante melhoria dos serviços.” Disponível em: <http://www.conservatoria.com.br/?item=NTvHpnCy> Acesso em: 15 nov. 2011.

Claudia Castro

Especialista em cultura do escritório da Organização dos Estados Ibero-Americanos (OEI) para a Educação, a Ciência e a Cultura no Brasil. É fundadora e membro do conselho diretor da *The Aarya Foundation*, Inglaterra, entidade que trabalha em defesa do ensino da música nas escolas. Bacharel em Música pela Universidade de Brasília, mestre em Música pela *New York University*, mestre em Administração das Artes pela *Boston University*, ensinou na Escola de Música de Brasília. Realizou concertos de música de câmara no Brasil, na Argentina, nos Estados Unidos, na Inglaterra e na Alemanha. Nos Estados Unidos, foi coordenadora dos cursos de verão do *The Boston Conservatory*, diretora executiva do *The Nora Theatre Company* e professora-assistente do curso de Política Cultural Comparativa: EUA e Inglaterra do mestrado de Administração das Artes da *Boston University*.

Duque de Caxias: a vocação de um lugar e seu potencial

Thaís Garcez

Localizado na Baixada Fluminense, Duque de Caxias é o terceiro município mais populoso do Estado do Rio de Janeiro, e divide-se em 4 distritos, Centro, Campos Elísios, Imbariê e Xerém. Atualmente, contabiliza cerca de 855.048 mil habitantes¹, perdendo somente para a capital e para São Gonçalo. Conhecida há tempos como “cidade dormitório” – pois seus moradores trabalhavam em municípios vizinhos e só retornavam para suas casas à noite –, Caxias desmistifica essa “fama” ao ser sede de importantes instituições e indústrias, como a Reduc e, recentemente, a montadora BMC-Hyundai Heavy Industries², e, assim, geradora de empregos locais. Vale informar que seu PIB chega a aproximadamente R\$ 26 bilhões, ocupando, portanto, o 18º lugar na economia nacional e o segundo lugar no Estado³.

Desde a década de 1960, a Reduc emprega um grande número de pessoas e gera riquezas para a cidade. A refinaria do sistema Petrobras – Reduc, localiza-se no distrito de Campos Elísios (Duque de Caxias), no quilômetro 113 da Rodovia Washington Luís (BR-040) e ocupa uma área de aproximadamente 13 km². Ela faz parte do Polo Gás-Químico de Caxias, o primeiro do Brasil e o maior complexo do gênero da América Latina. A unidade tem capacidade de refino de 242 mil barris/dia e possui o maior conjunto para produção de lubrificantes do Brasil (80% da produção nacional). Além disso, tem faturamento anual de aproximadamente US\$ 3 bilhões.⁴

Já o Polo Industrial de Campos Elíseos possui 26 empresas no total, sendo o segundo polo industrial da Região Metropolitana

e do Estado do Rio de Janeiro⁵. Também na Rodovia Washington Luís encontram-se o Polo Moveleiro e Têxtil, o Parque Gráfico Infoglobo⁶ e outras empresas.

O município também é mobilizado pela área educacional, por meio da Faculdade de Educação da Baixada Fluminense/Uerj,⁷ da Unidade de Extensão da PUC-Rio,⁸ do *campus* da Universidade Estácio de Sá e, especialmente, da Universidade Unigranrio. Com sua matriz no bairro Jardim 25 de agosto, a Unigranrio, atualmente, disponibiliza mais de 45 opções de cursos, entre graduação e pós-graduação,⁹ atraindo, assim, cada vez mais estudantes de outras localidades e até de outros estados. Alguns desses alunos, devido a distância do seu local de origem, acabam por se estabelecerem nas proximidades, tornando-a, também, uma cidade universitária.

Duque de Caxias: a vocação de um lugar e seu potencial



GRES Acadêmicos
do Grande Rio



Linha Férrea



Bares



Casa de Festa



Teatro



Unigranrio



Bares com
Música ao Vivo



Estacionamento



No mapa representativo da rua Professor José de Souza Herdy e de seu entorno, podemos perceber a proximidade com dois importantes equipamentos culturais da cidade, o Teatro Raul Cortez e a Quadra da Escola de Samba Acadêmicos do Grande Rio. Entre essas localidades passa a via férrea, importante ligação entre as cidades de Duque de Caxias e do Rio de Janeiro. Com base nessa visualização, podemos identificar esse espaço como um polo de cultura importante para a cidade, pois agrega os principais acontecimentos culturais e está localizado em um lugar de fácil acesso.

Traçando linhas imaginárias, é possível visualizar um triângulo ligando um espaço ao outro. Esse triângulo é atualmente onde se encontram as opções culturais da cidade que movimentam a noite de Caxias. A rua Professor José de Souza Herdy, por exemplo, já foi apelidada de “Baixo Caxias”, fazendo referência ao Baixo Gávea ou ao Baixo Leblon, bairros do Rio onde se concentram bares e restaurantes. A Quadra da Grande Rio, por sua vez, é amplamente conhecida e visitada por brasileiros e estrangeiros todos os anos. Já o Teatro Raul Cortez está localizado ao lado da estação ferroviária, o que facilita o acesso de pessoas que residem em locais mais distantes.

Entretanto, esses locais mantêm tal proximidade somente fisicamente. Cada um deles apresenta problemas particulares, e o que é comum a todos é a falta de conexão entre eles. Podemos dizer que eles “não se comunicam entre si”. Para que sejam considerados, em união, verdadeiramente como um polo cultural, é importante que um incentive a existência do outro. Esse movimento de divulgação mútua e contínua favorecerá não só os espaços individualmente, como atrairá novos públicos. E a implantação oficial desse polo trará benefícios não só para a cidade, como para toda a população.



Outro fator motivador dessa crescente atividade é a sua acessibilidade. Sua localização é beneficiada pela proximidade de grandes vias de ligação, como a Rodovia Washington Luís, a Linha Vermelha, a Avenida Brasil e a Rodovia Presidente Dutra. Através dessas estradas é possível chegar à cidade da Região Serrana, Zonas Sul e Norte, e regiões vizinhas da Baixada Fluminense. Ademais, encontra-se próxima do Aeroporto Internacional Tom Jobim e a 17km do centro do Rio de Janeiro. Futuramente, Duque de Caxias poderá se beneficiar do fluxo de pessoas advindas de lugares mais distantes, por estar entre as cidades que serão cortadas pelo Arco Metropolitano, que ligará Itaboraí ao Porto de Itaguaí – passando pelas BR040 (Rio-Juiz de Fora), BR465 (antiga Rio-São Paulo), BR-116 (Via Dutra) e BR101 (Rio-Santos).¹⁰ Será, portanto, outra possibilidade de acesso à cidade.

Os transportes públicos intermunicipais também têm acesso com facilidade. Com três rodoviárias posicionadas nas proximidades do grande centro urbano, pessoas de diversos pontos do estado podem chegar e sair sem dificuldade. O Terminal Rodoviário do Shopping Center, por exemplo, concentra o maior número de ônibus intermunicipais e interestaduais. Localizado no Centro, é o principal ponto de partida e chegada de pessoas advindas de lugares como Petrópolis, Itaguaí e São Paulo. Existe ainda o Terminal Rodoviário Plínio Casado, também no Centro, e o Terminal Rodoviário Prefeito José Carlos Lacerda, no bairro Itatiaia; estes com itinerários municipais e intermunicipais. Com base nesses dados, é possível reafirmar a favorável acessibilidade de Duque de Caxias.

O CENÁRIO CULTURAL DE CAXIAS
Na última década, Duque de Caxias vem oferecendo bons e variados espaços de cultura e sendo berço de muitas atividades culturais. Um desses pontos de cul-

tura é o Centro Cultural Oscar Niemeyer, que congrega a Biblioteca Leonel Brizola e o Teatro Raul Cortez. Inaugurado em 2004, o Centro Cultural é um projeto do arquiteto Oscar Niemeyer e localiza-se na Praça do Pacificador. A Biblioteca Pública Municipal Leonel de Moura Brizola possui um acervo de mais de 11 mil títulos, mantidos por um moderno sistema de conservação. Além disso, possui uma área exclusiva para livros infanto-juvenis.¹¹

*Futuramente,
Duque de Caxias poderá
se beneficiar do fluxo
de pessoas advindas de
lugares mais distantes,
por estar entre as cidades
que serão cortadas
pelo Arco Metropolitano.*

Já o Teatro Municipal Raul Cortez tem capacidade de 425 lugares e boca de cena de 15 metros de altura e 15,2 metros de profundidade¹². Uma particularidade torna este teatro diferente de muitos outros. Seu palco é reversível, ou seja, possibilita a apreciação de um espetáculo tanto de dentro do teatro quanto do lado de fora, na praça. Muitos projetos culturais contemplaram este recurso, como a realização de shows e projeção de filmes para espectadores acomodados na praça. Inclusive, na inauguração do Teatro, a Orquestra Sinfônica Petrobrás, regida pelo maestro Carlos Prazeres, se apresentou neste palco reversível, voltado para o lado de fora do teatro. Vale ressaltar que os eventos ocorridos na praça são gratuitos.

A música, especificamente o samba, também tem espaço em Caxias. Existente a muitos anos, entretanto, não menos importante, a Escola de Samba Acadêmicos do Grande Rio também se une aos pontos de cultura antes citados. Criado em 1988, e representando Duque de Caxias no carnaval carioca desde 1991, no Grupo Especial,¹³ a Escola é um importante gerador de cultura na cidade. A quadra fica no Centro, ao lado de um dos mais importantes Terminais Rodoviários. Em sua quadra, além dos ensaios técnicos para o carnaval, acontecem shows e rodas de samba durante todo o ano, que reúnem pessoas de várias classes e de diversos locais.

Outro equipamento cultural importante é o Museu Ciência e Vida; um projeto da Fundação Cecierj – Divulgação Científica¹⁴. Situado onde antes funcionava o Fórum, o Museu tem como diferencial a interatividade em suas exposições. Divididas em quatro pavimentos, as exposições são baseadas em temas que envolvem ciência e são apresentadas de maneira lúdica e educativa ao público. Além das salas de exposição, o museu conta com um planetário e um cineclube.¹⁵

Nas proximidades do Museu, encontra-se a rua Professor José de Souza Herdy, conhecida por ser o reduto boêmio da área central de Caxias.

A RUA PROFESSOR JOSÉ DE SOUZA HERDY

Localizada no bairro Jardim 25 de agosto, a rua Professor José de Souza Herdy pode ser considerada hoje uma opção de lazer da cidade. Nela encontra-se a Universidade Unigranrio, que ocupa grande parte de uma das quadras com os prédios do *campus*, um shopping e um estacionamento. Dentro do Shopping Unigranrio existem passagens diretas para os blocos

da Universidade, facilitando o acesso dos alunos às salas de aula. A praça de alimentação, por sua vez, se torna, constantemente, ponto de encontro para debate de trabalhos acadêmicos e confraternizações. Nos finais de semana, o espaço concentra um público diferente, formado por adolescentes e por famílias que buscam lazer, compras e serviços nas diversas lojas ali disponíveis.

A diversidade local é pontuada por bares, lanchonetes e restaurantes, o que melhor caracteriza esta área, atraindo jovens e adultos. Dentre os locais mais frequentados, destacam-se o Boteco da Esquina, o Beer Soccer Club, o No° Grau Grill e Pizza, o Espetinho Bar, o Rainha da 25 e o Bar do Zeca. Mais informal e tradicional, o Bar do Zeca agrega jovens e adultos de classes diferentes. Logo em frente, encontra-se o Beer Soccer Club, voltado para os amantes do futebol. Com decoração temática, o estabelecimento atrai cada vez mais pessoas, não só para assistir as partidas televisionadas e exibidas no local, mas para conversar e se distrair.

O Boteco da Esquina, por sua vez, tem funcionamento diversificado, vendendo bebidas e pratos executivos durante seu horário de funcionamento. Fora este serviço, no segundo andar, o estabelecimento oferece um *buffet* de refeições a quilo. À noite, atrações musicais de MPB, samba e pagode compõem a programação local. Já o No° Grau Grill e Pizza possui funcionamento semelhante, com pratos executivos e programação musical em dias determinados. Além dos bares, alguns restaurantes também fazem parte desse polo cultural, como o Leo's e o República Gourmet.

Outros serviços integram a lista dos estabelecimentos das quadras mais movimentadas da rua Professor José de Souza Herdy, são eles: consultórios dentários, *lounge*, casas de xerox, escola de idiomas,

academia, salão de beleza, lojas de roupas e acessórios, clínica de estética e papelaria.

Um fator relevante e que deve ser levado em consideração, visto o intenso movimento, é a quantidade de estacionamentos e a acessibilidade do local. O tráfego de veículos de passeio por esse trecho é constante no decorrer do dia, com picos de congestionamentos nos horários de entrada e saída dos estudantes do turno da noite. Todos os estacionamentos

*Realizar estratégias
para atrair a população
para fins culturais é
tornar a cidade referência
de entretenimento, lazer e
cultura.*

desta via seguem o horário comercial, de segunda a sábado, com exceção do estacionamento do Shopping que estende seu funcionamento até as 23h, e de alguns que ficam abertos até as 22h durante a semana; devido ao horário da Universidade. A rua conta também com o sistema de estacionamento rotativo no período comercial, permanecendo quase todo o tempo ocupada.

O número de pessoas que transitam nessa localidade, nesse horário, também é grande. Durante um período da última gestão (2009-2012), a prefeitura interditava parte da rua – o cruzamento das ruas Prof. José de Souza Herdy e Passos da Pátria – nas noites de quinta, sexta e sábado, com o intuito de evitar transtornos entre

motoristas e clientes dos estabelecimentos. Atualmente, o tráfego é liberado, exigindo atenção e paciência dos motoristas e cuidado por parte dos pedestres que sempre ultrapassam o espaço das calçadas em torno dos bares e chopperias. Isto ocorre devido a grande concentração de pessoas no local.

Quanto à acessibilidade, o fato de ser paralela à avenida Brigadeiro Lima e Silva, principal via de entrada da cidade, se torna um facilitador para aqueles que chegam por transportes públicos. Nesta avenida trafegam ônibus municipais e intermunicipais. Outras opções que também facilitam o deslocamento, como táxi e trem, é encontrado facilmente nas proximidades.

Um problema percebido nesta localidade é o escoamento deficiente das águas pluviais. Na ocorrência de chuvas muito fortes, parte desta rua alaga, criando transtornos para as lojas e seus clientes.

UMA PERSPECTIVA AMPLA

Duque de Caxias, atualmente, concentra não só um grande número de habitantes, mas de pessoas que transitam em seu centro comercial por motivações diferentes. Realizar estratégias para atrair essa população para fins culturais é tornar a cidade referência de entretenimento, lazer e cultura. Porém, é preciso que haja uma união de setores, públicos e privados, com o intuito de modificar a atual realidade, ou seja, tornar pontos isolados em campos comunicáveis.

O fato de Caxias se tornar um polo cultural agirá positivamente também na economia local, visto que muitos moradores buscam frequentemente em cidades vizinhas, como o Rio de Janeiro, opções de lazer e entretenimento. A partir do momento que se oferece atividades de qualidade e lugares bem estruturados, tanto na sua localização quanto nos serviços prestados, ganha-se clientela

e forma-se um público cativo, que consumirá e movimentará sua economia. Consequentemente, serão estas pessoas que auxiliarão o município a ter seus espaços conhecidos e procurados.

Com base nos pontos culturais da cidade, descritos anteriormente, é possível visualizar este polo cultural. A área que engloba parte do Centro e do bairro Jardim 25 de agosto, como ilustrado no Mapa, mostra a proximidade desses espaços e a potencialidade em interligar-se. A comunicação entre os mesmos traria benefícios mútuos em diversos aspectos.

A realização de uma peça teatral, por exemplo, requer, além de patrocínio, o apoio de outros estabelecimentos. O suporte para alimentação, transporte, e outros serviços e produtos necessários à produção pode ser conseguido através de permuta, em troca de publicidade, no qual os dois lados saem ganhando. Entretanto, é necessário que o comércio local aprenda a pôr em prática esta atividade, que esteja aberto ao diálogo com os produtores, e, consequentemente, se beneficie de sua localização.

Para que isso aconteça é fundamental que os pontos culturais da cidade passem a conhecer o ambiente em que se encontram. Avistem o quão perto estão do teatro e do museu, por exemplo, e identifiquem oportunidades nesses lugares. Perceber essa região demarcada como um polo cultural pode proporcionar ganhos para a cidade e para a população.

Thaís Garcez

Jornalista e produtora cultural

ESTUDO DE CASOS DE ÁREAS CULTURAIS E DE LAZER RUA PROFESSOR JOSÉ DE SOUZA HERDY EM DUQUE DE CAXIAS

Historicamente as cidades sugiram a partir de um ponto de encontro geográfico para trocas comerciais. Em geral, o ponto geográfico era caracterizado pela convergência de rotas de camponeses que negociavam as suas colheitas ou animais; artesãos, que ofereciam utensílios domésticos, vestuários ou ferramentas; e os cidadãos em gerais em busca de produtos e serviços, posteriormente denominados de consumidores. Este espaço, largo, praça, freguesia, ou qualquer outro logradouro, caracterizava-se por ser próximo a uma edificação, que era propriedade de alguém com poder militar ou religioso para oferecer proteção às transações comerciais ali realizadas.

Nesta localidade, na qual a segurança era garantida, famílias foram se estabelecendo em suas imediações, oferecendo aos comerciantes e compradores: hospedagem, entretenimento, alimentação, tratamento para os animais e estocagem.

A necessidade crescente de proteger os limites destas áreas de comércio deu origem as cidades muradas, que ao longo do tempo foram ficando obsoletas com o desenvolvimento dos Estados Nações, do poderio bélico, da economia e da consequente explosão populacional destas localidades protegidas e ao mesmo tempo desejadas por todos.

O interior das cidades também foi sendo desenvolvido, ao longo dos séculos, e passaram a contar com zoneamentos que caracterizavam as atividades preponderantes: residenciais, comercial-administrativas e industriais. Portanto, a cidade passa a ser um espaço social privilegiado pela intensidade das relações.

O comportamento dos cidadãos passa a imprimir personalidade às cidades. Por esta razão, há cidades conhecidas pela hospitalidade, ou pelo mau humor, pela sua cultura, ou por sua ausência, pela assepsia, ou não, das ruas... Nesse sentido, as cidades são intervenções dos seres humanos no meio ambiente, cenários não naturais com equipamentos urbanos e artefatos, que devem atender o desenho universal para se tornarem cidades inclusivas.

Os espaços comuns são características e caracterizam os habitantes e seus governos. Atualmente, um fator que ganhou grande peso na caracterização de uma cidade é a qualidade de vida de sua população. A política urbana passa a ser a busca pela gestão dos interesses econômicos, sociais e culturais da coletividade dos cidadãos. Os equipamentos urbanos e a infraestrutura proporcionada aos habitantes passaram a ser de suma importância na busca da satisfação de todos os cidadãos.

A segurança das praças comerciais e das ruas de seu entorno exigiram cada vez mais gastos dos comerciantes e resultaram em somas impeditivas. As antigas praças foram substituídas pelos *shoppings centers*, locais fechados, com custos de segurança mais baixos e condições melhores de controle e conforto para os consumidores. Esta substituição fez com que as atividades culturais, principalmente os cinemas e os teatros, saíssem das ruas.

A delimitação de espaços com conforto para os pedestres tem de estar na vanguarda de qualquer intervenção urbanística e de revitalização de áreas

públicas a ser realizada em uma localidade. A restrição ao acesso de automóveis e transportes públicos “pesados”, a proximidade a estações de transportes públicos de massa, a criação de ruas de pedestres, dando aspectos de *shopping*, mas a céu aberto, passou a ser o anseio de todas as localidades, independente se sua predominância, sendo ela comercial, residencial, cultural ou de lazer, e até mesmo industrial.

Toda esta caracterização define a rua Prof. José de Souza Herdy, em Duque de Caxias, e por isso foi necessário realizar uma pesquisa de campo “piloto”, mesmo que de forma preliminar, que embasasse tal afirmação intuitiva de que a região da rua Prof. José de Souza Herdy tem todas as condições e potencial para se transformar no maior centro cultural e de lazer da cidade de Duque de Caxias.

Para a execução desta pesquisa preliminar, analisada a seguir, foi montado um grupo de trabalho liderado pelo assessor para o Desenvolvimento da Cultura, da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Energia, Indústria e Serviços (SEDEIS), Luiz Carlos Prestes Filho. A equipe ainda estava constituída

pelo Prof. Dr. Protasio Ferreira e Castro; pelo economista Paulo Brück; pela jornalista e produtora cultural, Thaís Garcez; e, pelas voluntárias Daiana Silva, estudante de Serviço Social, Aline Rosário, Adriana dos Santos Martins e Eliane Crespo, todas estudantes de Enfermagem.

ÁREA DE ABRANGÊNCIA DA PESQUISA

A rua Prof. José de Souza Herdy, que tem potencial para fazer parte do território da Cultura na cidade de Duque de Caxias, delimita-se ao norte pela rua Major Frazão e ao sul pela rua Passo da Pátria. A área possui um *Shopping Center*, um *campus* Universitário (Unigranrio), casas de festas, restaurantes, estacionamentos e diversos bares, alguns com música ao vivo. A Figura 1 mostra de forma esquemática a delimitação da área de abrangência da pesquisa.

METODOLOGIA DA PESQUISA DE AVALIAÇÃO

O trabalho de avaliação consistiu em 65 entrevistas diretas realizadas aleatoriamente em todos os dias da semana,

em horários distintos, em períodos de férias da Unigranrio, no ano de 2010. Este cuidado foi tomado para fugir dos vieses que poderiam existir por conta dos frequentadores que fossem atraídos para a região por conta das atividades letivas da Unigranrio, período este, de reconhecido aumento na frequência dos estabelecimentos da região. As pessoas foram abordadas para entrevistas nas calçadas e no interior das lojas. A pesquisa teve o cuidado de não entrevistar os moradores¹⁶ da área em questão, mas somente os frequentadores que residiam em outros bairros e cidades. Por se tratar de uma pesquisa preliminar, não foi objetivo da pesquisa a identificação do perfil dos frequentadores da região e por isso o questionário não continha perguntas sobre idade, sexo e local de residência dos entrevistados.

O questionário avaliou aspectos como: transporte público para chegar a rua Prof. José de Souza Herdy, tráfego de veículos, fechamento da rua para o trânsito de veículos, segurança, limpeza, barulho, iluminação, estacionamento e acessibilidade para pessoas com necessidades especiais.

Para as perguntas relativas as avaliações as quais o entrevistado faria, o questionário apresentava para todas as questões as seguintes opções de resposta: não se aplica, péssimo, ruim, bom, muito bom e ótimo.

MODELO MATEMÁTICO

Um modelo matemático de satisfação do cliente está sendo desenvolvido pelo Prof. Dr. Protasio Ferreira e Castro e sua equipe do Observatório da Cidadania para Acessibilidade e Sustentabilidade (OCAS). O grupo desenvolve alguns modelos que variam da condição de simples medidor

Figura 1 – Delimitação da área de realização da pesquisa



de satisfação a modelos de criação de cenários prospectivos.

O modelo MSI apresentado no presente trabalho é simples e faz uma avaliação da satisfação. Esse modelo é fundamentado nos valores das respostas do questionário adotando-se as notas como variável “x”. A variável “ y_i ” é o valor do percentual das respostas correspondentes a classe de frequência da variável “ x_i ”. O somatório dos percentuais acumulados correspondentes às notas de um a cinco, dividido pelo somatório dos percentuais das respostas (que devem somar 100%). Portanto, o módulo de insatisfação, ou de satisfação, é um número compreendido à área delimitada pelo eixo dos “x”, a poligonal da ogiva com valor igual a 1, e a linha vertical no valor $x = 5$.

O modelo matemático de satisfação (MSI) foi aplicado às 4 (quatro) dimensões do conforto (Segurança, Limpeza, Barulho e Iluminação), todas com o mesmo referencial de importância, não atribuindo juízo de valor de um quesito sobre o outro. O resultado do Índice de Satisfação (IS) com o Conforto, para o conjunto, foi de aproximadamente 48,3%, demonstrando um grau de insatisfação quanto ao conjunto dos quesitos avaliados.

RESULTADOS DA PESQUISA

A Figura 2 mostra os resultados da avaliação do sistema de transporte público de acesso ao espaço cultural. Faz-se necessário notar que aproximadamente dois terços dos entrevistados avaliaram como bom o sistema de transporte público de acesso à rua Prof. José de Souza Herdy. O Índice de Satisfação (IS) do modelo é de apenas 34%.

A Figura 3 indica que mais da metade dos entrevistados está insatisfeita com o

Figura 2

Transporte público para chegar à rua Prof. José de Souza Herdy

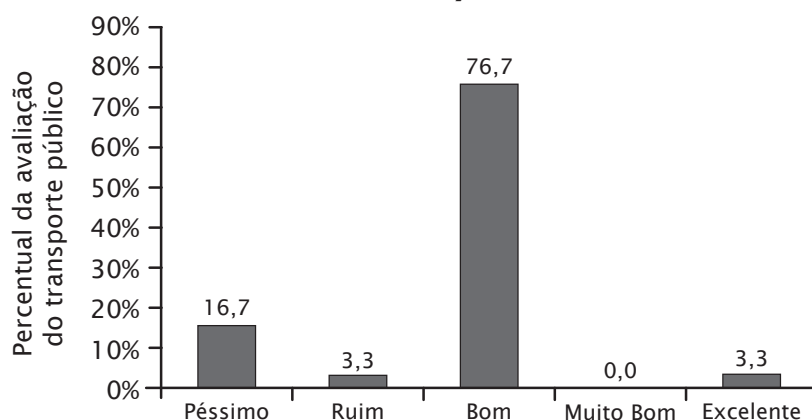


Figura 3

Tráfego

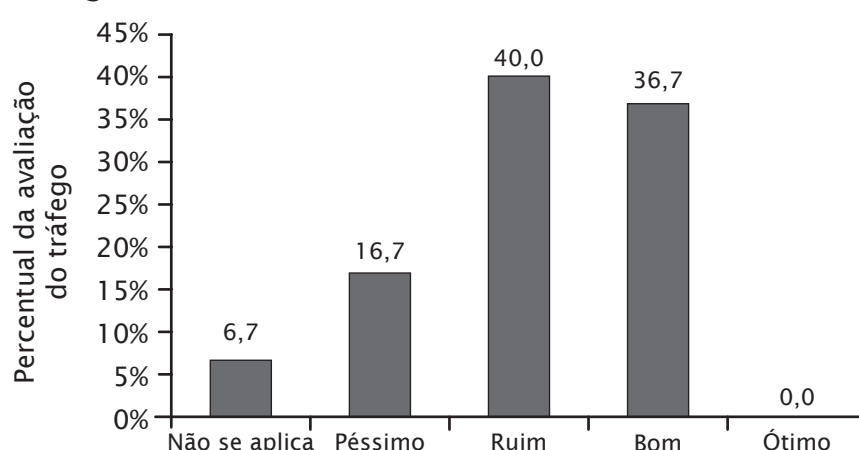


Figura 4

Estacionamento

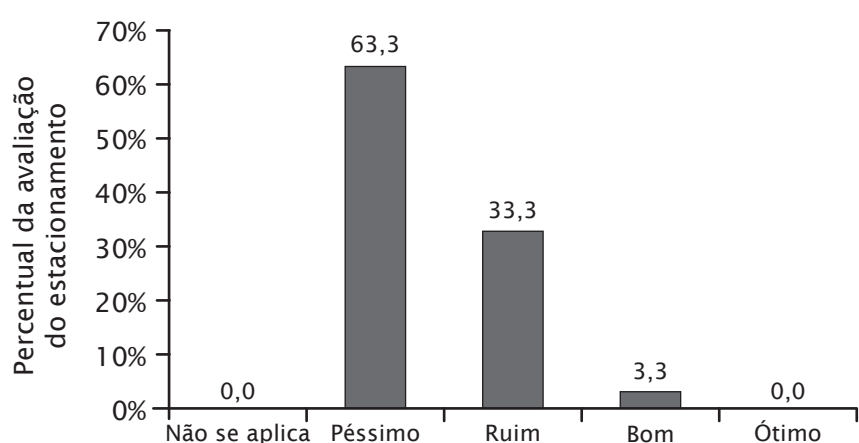
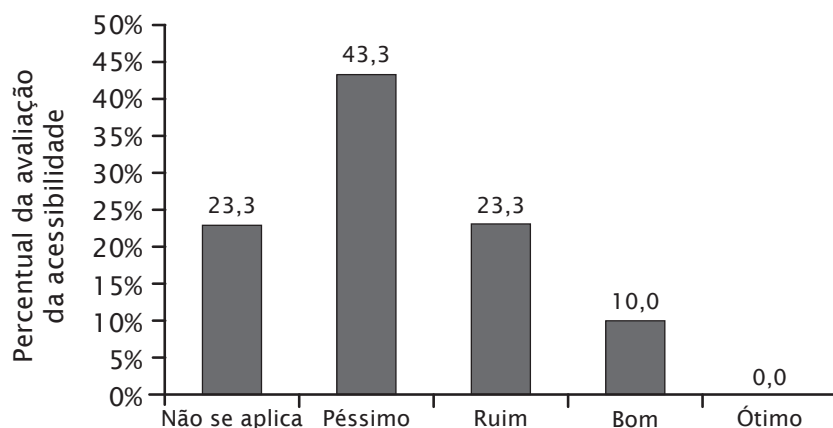
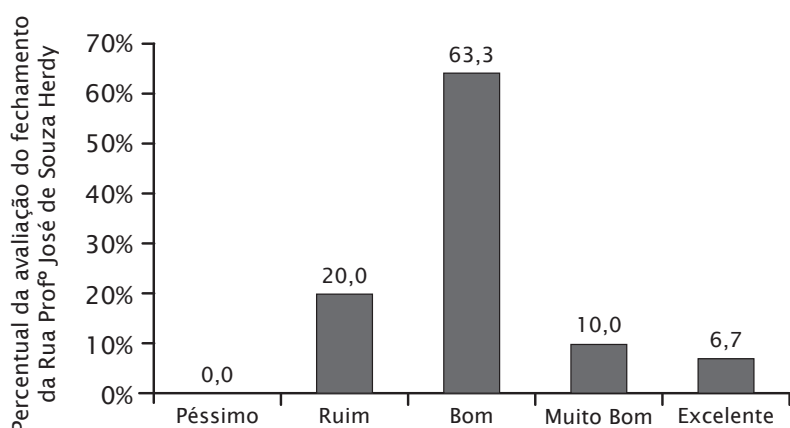
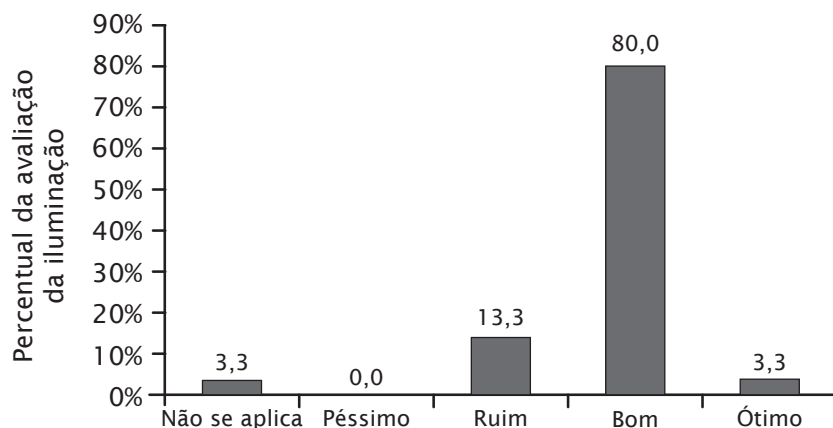


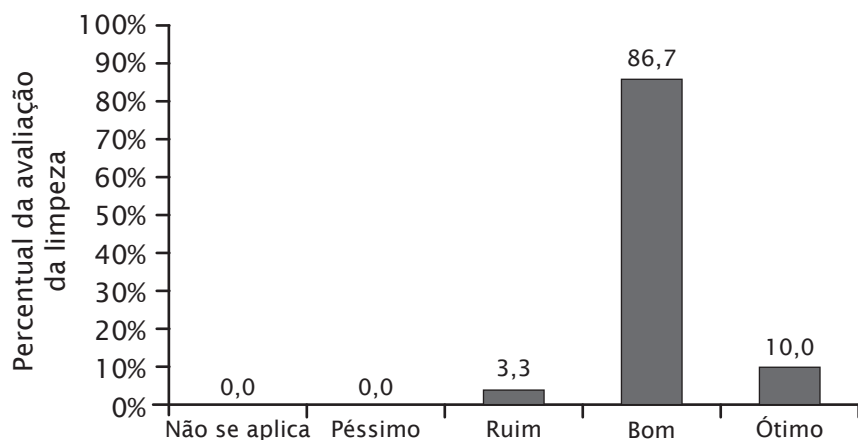
Figura 5**Acessibilidade****Figura 6****Fechamento da rua****Figura 7****Iluminação**

tráfego na rua Prof. José de Souza Herdy. Nota-se que o IS calculado foi de 41,3%. Este resultado pode caracterizar apoio ao fechamento da região ao tráfego de veículos e transformá-la em logradouro de pedestres.

Ainda em relação ao tráfego, mas desta vez do ponto de vista do estacionamento de veículos na referida rua foi avaliado, como mostrado na Figura 4, que um percentual superior a 95% dos entrevistados não estão satisfeito com a situação para estacionarem os seus veículos. Este percentual tão elevado pode estar diretamente ligado ao fato de que não exista um número de vagas suficiente e, em alguns casos, os automóveis tornam-se obstáculos ou barreiras para o deslocamento dos pedestres. O IS, neste caso, foi de apenas 28%.

Considerando a mobilidade e o deslocamento de pessoas, foi avaliada a acessibilidade destas com necessidades especiais na rua Prof. José de Souza Herdy, considerada como barreiras arquitetônicas. A Figura 5 mostra que mais de 66% dos entrevistados considera péssimo ou ruim a acessibilidade das pessoas com necessidades especiais. Entretanto, o que surpreende no quesito avaliado é aproximadamente 23% dos entrevistados afirmarem que esta questão não se aplicava. Nesse sentido, nota-se que se faz necessário, também, desenvolver ações que sensibilizem toda a população e os frequentadores da região, quanto as questões de acessibilidade e mobilidade no espaço urbano. O Índice de Satisfação com a acessibilidade de apenas 24% enfatiza esta afirmação.

A Figura 6 mostra os resultados obtidos para a avaliação do fechamento da rua. Apenas 20% dos entrevistados consideram ruim o fechamento da rua

Figura 8**Limpeza**

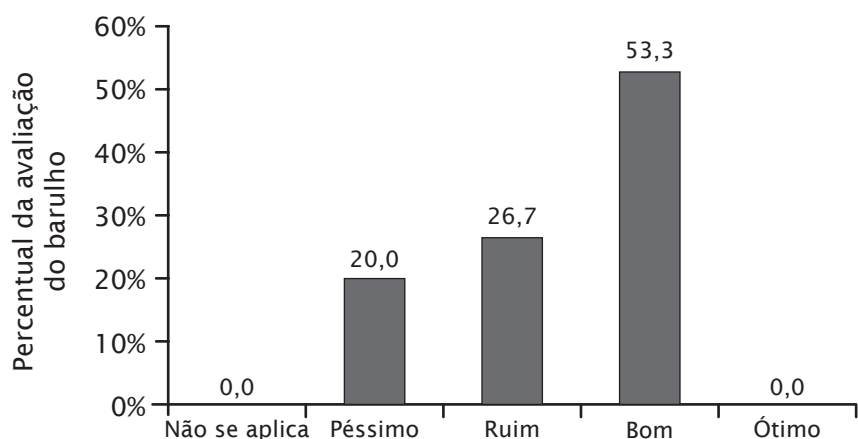
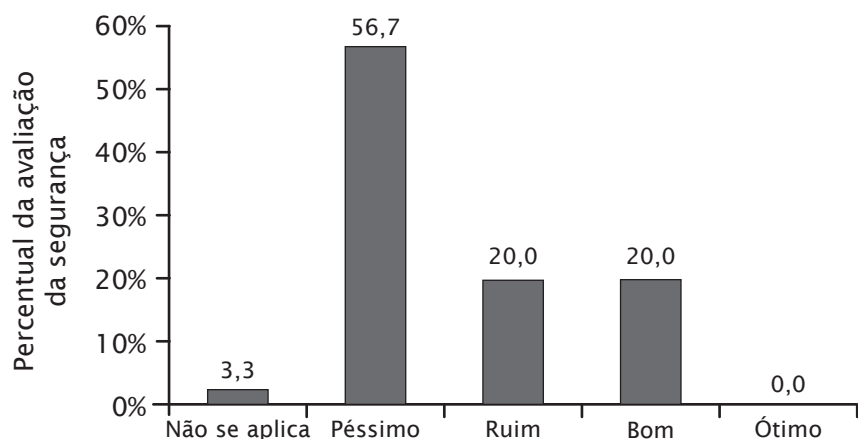
para transformação em área de pedestres. Entretanto, faz-se necessário notar que nenhum dos entrevistados considerou péssima a transformação da rua em espaço de lazer e cultura e que todas as demais avaliações foram, no mínimo, favoráveis. O IS de 40,7% poderá elevar-se significativamente, considerando que o fechamento, na época da pesquisa, já ocorria nos fins de semana.

A avaliação do conforto dos frequentadores da rua Prof. José de Souza Herdy foi realizada por meio de questões sobre iluminação, limpeza, barulho e segurança.

A iluminação da região foi aprovada por mais de 80% dos entrevistados. Aproximadamente 13% dos entrevistados consideram a iluminação ruim e cerca de 3% considera que a avaliação deste item “não se aplica” para avaliação de conforto do logradouro, como mostrado na Figura 7. O modelo indicou um Índice de Satisfação de 56%.

O asseio da rua depende da população colocar o lixo nos lugares estabelecidos de coleta e do serviço de limpeza da prefeitura. A Figura 8 mostra que mais de 85% dos entrevistados aprovavam as condições de limpeza da rua Prof. José de Souza Herdy. Neste caso, o IS foi de 61,3%.

As condições de barulho indicam que os entrevistados de alguma forma sentiam-se incomodados nesse aspecto de conforto do ser humano. A análise da Figura 9 indica que os entrevistados têm consciência do desconforto do barulho, pois não ocorreu “não se aplica” nas respostas. Além disso, nenhum entrevistado avaliou o nível de barulho como “ótimo”. Portanto, há um percentual significativo de avaliações no nível péssimo ou ruim para o nível de barulho, mas sem que se

Figura 9**Barulho****Figura 10****Segurança**

possa considerá-la como a avaliação da maioria. O modelo indicou o valor do IS de 46,7%.

A segurança não foi avaliada como um item de conforto dos frequentadores do espaço cultural e de lazer. Os resultados mostrados na Figura 10 indicam que mais de dois terços dos entrevistados acreditam que a segurança, no espaço cultural, é insuficiente. A pesquisa de campo indicou 31,3% para o IS.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa sobre o conforto dos frequentadores da região da rua Professor José de Souza Herdy, para transformá-la em um espaço cultural para a cidade de Duque de Caxias, verificou, mesmo que de forma preliminar, que os serviços de iluminação, segurança, barulho e limpeza, podem ser objeto de ações da prefeitura para obtenção de uma maior satisfação de seus frequentadores, e de um desenvolvimento sócio, econômico e cultural, daquela região.

Há uma significativa indicação de que são necessárias ações na área da segurança para melhorar o desempenho do Índice de Conforto, por ser o serviço

com o pior desempenho na avaliação dos entrevistados. Além disso, o barulho também deve ser objeto de controle e de ações que melhorem a satisfação dos frequentadores. Notadamente no período de aulas estas condições devem piorar, e as ações devem aumentar de intensidade, não querendo dizer que as preocupações e as ações não devam se estender inclusive no período de férias da Unigranrio.

Os espaços culturais crescem em popularidade nas grandes cidades brasileiras. A conveniência de ruas de pedestres conectadas proporciona uma área de lazer e cultura de significativo valor agregado para a economia destas localidades.¹⁷ Em geral, pode-se afirmar que a qualidade de vida da população de uma cidade melhora pela implantação de áreas culturais e de lazeres, por acrescentar variedade e vitalidade comercial a população economicamente ativa. Além disso, desenvolve e devolve raízes culturais, artísticas e gastronômicas para o seio da sociedade.

Quando uma prefeitura limita uma área geográfica para espaços de produção cultural transforma a cidade em um lugar mais agradável de convivência.

Entretanto, a implantação de projetos estruturantes com o objetivo de criar ou desenvolver um espaço cultural em uma determinada região, deve ser cuidadosamente desenvolvido para que o Índice de Satisfação de seus frequentadores atinja valores significativos em um prazo adequado, correndo o risco de estas ações serem caracterizadas como temporárias, e não como definitivas.

Luiz Carlos Prestes Filho

Especialista em Economia da Cultura. Coordenou os estudos: Contribuição da Cultura para a Formação do PIB do Rio de Janeiro (1999/2002); Cadeia Produtiva da Economia da Música (2002/2009); Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval (2006/2009); Cadeia Produtiva da Economia do Artesanato (2010/2012).

Protasio Ferreira e Castro

Ph D em Engenharia Civil e professor Titular de Engenharia Civil da Universidade Federal Fluminense. Atualmente, desenvolve pesquisas sobre cenários prospectivos, com modelo de avaliação de satisfação, na área de gestão municipal.

Paulo Brück

Especialista em pesquisas econômicas e sociais, consultor de Instituições Financeiras sobre Índices de Preço, pós-graduado em Engenharia Econômica e Organização Industrial/UERJ.

NOTAS

1. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE): <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=330170>
2. A fábrica inicia com a produção de 2.400 máquinas da linha amarela por ano, gerando, até 2016, 1.000 empregos diretos. <http://migre.me/cUCjP>
3. IBGE – Produto Interno Bruto dos municípios em 2010: ftp://ftp.ibge.gov.br/Pib_Municipios/2010/pdf/tab01.pdf
4. Câmara dos Deputados de Duque de Caxias: <http://migre.me/cUvcX>
5. Visite Duque de Caxias: <http://migre.me/cUE06>
6. O Parque Gráfico, inaugurado em 1999, é responsável pela impressão dos jornais *O Globo*, *Extra* e *Expresso*. Em seus 175 mil m², o maior complexo do

- gênero da América Latina, trabalham cerca de 550 funcionários. <http://migre.me/cUEAj>
7. Faculdade de Educação da Baixada Fluminense/Uerj: http://www.febf.uerj.br/historia_febf.html
8. Puc-Rio – Unidade de Extensão Caxias: <http://migre.me/cUE2A>
9. Universidade Unigranrio: <http://www.unigranrio.br/>
10. Governo do Estado do Rio de Janeiro: <http://www.rj.gov.br/web/seobras/exibeconteudo?article-id=214848>
11. Mapa de Cultura: <http://migre.me/cUE4b>
12. Idem.
13. Acadêmicos do Grande Rio: <http://www.academicosdogranderio.com.br/>

14. Fundação Cecierj: <http://www.cederj.edu.br/fundacao/>
15. Museu Ciência e Vida: <http://www.museucienciaevida.com.br>
16. As respostas dos moradores poderiam influenciar a avaliação que tinha como população-objetivo os frequentadores, não querendo dizer que os moradores não sejam frequentadores da região, mas as suas avaliações não teriam homogeneidade de critério em relação a dos não moradores daquela região.
17. Resultado que pode ser verificado com os efeitos econômicos e de valorização imobiliária ocorrido com a revitalização da região da Lapa, na Cidade do Rio de Janeiro.

Seminário de Planejamento Estratégico das Escolas de Samba Mirim e o Carnaval do Rio de Janeiro

Período de 2012-2013

*Luiz Carlos Prestes Filho
Camila Soares*

Com o objetivo de definir estratégias e metas que visem melhorias nos trabalhos desenvolvidos com crianças e adolescentes, estiveram reunidos no Centro de Referência do Artesanato Brasileiro (CRAB), no dia 17 de setembro de 2011, dirigentes e representantes de Escolas de Samba Mirim, da AESM-Rio, Sebrae/RJ, Secretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro e autoridades do âmbito do carnaval carioca.

O assessor para o Desenvolvimento da Indústria Cultural da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Energia, Indústria e Serviços (SEDEIS), Luiz Carlos Prestes Filho, agradeceu a presença dos dirigentes de 15 agremiações carnavalescas mirins, destacando que a ausência de duas agremiações – ao todo

são 17 Escolas – não impediria o êxito das atividades propostas. Agradeceu também à Liga Independente das Escolas de Samba (Liesa); às empresas Babado da Folia¹ e Lord Spuma²; ao Sebrae/RJ; e especialmente, ao Centro de Referência do Artesanato Brasileiro (CRAB)³: “Sem o apoio destas instituições o seminário não poderia ser realizado.”

A Diretora do CRAB, Marília Chang, disse ser uma honra sediar o seminário e, em nome da Gerência de Desenvolvimento da Economia Criativa do Sebrae/RJ⁴, transmitiu os votos de êxito. Abriu, ainda, a casa para outras parcerias e guiou os dirigentes e demais membros das agremiações carnavalescas presentes na visitação das exposições existentes no local.

O presidente da Associação das Escolas de Samba Mirins do Rio de Janeiro (AESM-Rio)⁵, Edson Marinho, expôs a importância do evento para o futuro das Escolas e afirmou ser um passo importante para que aconteçam mudanças efetivas no carnaval carioca. De acordo com o seu discurso, todas as escolas da AESM-Rio passam por dificuldades para realizar seus desfiles e esses problemas advêm de diversas causas. “O sonho de todos os presidentes das Escolas de Samba Mirim é poder exercer apenas a função que lhes cabe, ou seja, ter condições de manter uma equipe que assuma as responsabilidades pelas atividades necessárias para realização dos seus desfiles”, reiterou.

Sabendo que muitos profissionais do samba hoje conhecidos do grande público

já passaram pelas Escolas de Samba Mirim, Edson Marinho levantou a questão da importância das mesmas e a busca constante pela melhoria do trabalho realizado, a fim de que as Escolas continuem a ser um celeiro de novos talentos. Entretanto, afirmou que esse empenho não trará os benefícios esperados se não houver apoio de outras áreas sociais. Para finalizar, ressaltou a importância da inclusão, nas escolas de ensino fundamental, dos saberes do samba e de seus desdobramentos. “Ensinar os detalhes abrangidos pelo carnaval, através de aulas de percussão e história, por exemplo, seria um caminho para a formação de uma sociedade mais consciente da importância da nossa cultura.”

Dando prosseguimento, o Diretor Cultural do Centro de Memória do Carnaval⁶ da Liesa⁷, Hiram Araújo⁸, enalteceu nomes importantes para as Escolas de Samba Mirim do Rio de Janeiro. Em sua breve colocação, lembrou da própria atuação em conjunto com o antropólogo, político e escritor Darcy Ribeiro pelo reconhecimento do trabalho desenvolvido pelas agremiações infantis. Lembrou o nome de Arandir Cardoso (conhecido como Careca no mundo do carnaval, passista da Império Serrano), mentor do projeto dos desfiles das escolas de samba mirins, inclusive, criador da primeira Escola de Samba Mirim.

Representando o presidente da Associação das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (AESCRJ)⁹, o diretor social da entidade, Leonam Santos, destacou: “Atualmente, o carnaval das Escolas de Samba Mirim apresenta sérios problemas. São encontros como esse, com troca de ideias, que podem auxiliar na identificação de soluções para diminuir essas adversidades”, afirmou.

O presidente da Liesa, Jorge Castanheira, deu continuidade à exposição

Escolas pertencentes à AESM-Rio

1. Petizes da Penha
2. Inocentes da Caprichosos
3. Ainda Existem Crianças de Vila Kennedy
4. Império do Futuro
5. Herdeiros da Vila
6. Filhos da Águia
7. Corações Unidos do CIEP
8. Estrelinha da Mocidade
9. Pimpolhos da Grande Rio
10. Nova Geração do Estácio de Sá
11. Tijuquinha do Borel
12. Infantes do Lins
13. Mangueira do Amanhã
14. Planeta Golfinhos da Guanabara
15. Miúda da Cabuçu
16. Aprendizes do Salgueiro
17. MEL do Futuro

das expectativas em relação ao evento. Parabenizou Luiz Carlos Prestes Filho pela idealização do Planejamento Estratégico deste segmento vital para o futuro do carnaval brasileiro. Lembrou que foi através do planejamento estratégico, realizado por Prestes Filho, que a Associação das Escolas de Samba da Cidade do Rio de Janeiro (AESCRJ), que reúne 40 escolas dos grupos C, D e E, iniciou uma nova fase extremamente positiva. Hoje é inimaginável que órgãos públicos ignorem a força do desfile que é realizado na Estrada Intendente Magalhães, em Madureira. Com a publicação do Planejamento Estratégico da AESCRJ no livro Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval, as comunidades se fortaleceram e foram focadas pela Riotur¹⁰, por exemplo, com a dignidade que sempre mereceram.

O presidente da Liesa fez uma breve exposição sobre a história da criação da sua entidade. A Liga surgiu com o objetivo de ordenar e administrar o carnaval. Antes de sua criação, todas as Escolas de

Samba recebiam o mesmo incentivo financeiro e não contavam com o apoio dos órgãos públicos. Apenas em 1988 foram criadas as regras que regulamentaram os desfiles e determinaram o número de Escolas que desfilariam no Sambódromo pelo Grupo Especial. Atualmente, esse grupo, que compõe o principal desfile do carnaval, conta com 10 escolas que desfilam durante dois dias.

De acordo com Jorge Castanheira, para que haja uma administração séria e equilibrada, a Liesa conta com auditores fiscais e controladores que trabalham para que o carnaval aconteça sem que haja problemas no uso da verba determinada. “É importante que nenhuma Escola de Samba, inclusive as Mirins, fique devendo a seus fornecedores; que saibam utilizar os recursos a elas destinados”, alertou o presidente.

Aproveitou também para falar sobre o trabalho feito pelas Escolas de Samba Mirim que, apesar das baixas condições financeiras, realizam um trabalho vitorioso. Para Jorge Castanheira, o sucesso de um desfile é, além da criatividade, resultado de uma boa gestão que advém da união das equipes que organizam o carnaval mirim. “Para se trabalhar com criatividade não é necessário muito dinheiro, mas visão clara e uma boa administração. A simplicidade com que a festa é feita engrandece sua apresentação. O carnaval é algo do povo, que vem do seu coração, com seus sonhos e esperanças. Este é o momento de estarmos juntos na defesa da nossa cultura, na defesa da nossa capacidade de transformar a vida de tantas crianças, e de por elas sermos transformados através da sua alegria e inocência”, resumiu.

O presidente Jorge Castanheira lembrou que, embora acontecendo na sexta-feira, o desfile movimentou um grande número de pessoas, gerando consumo e o

deslocamento dos mesmos através de vários meios. O presidente da Liesa, a partir do seu conhecimento, observou que esse público, na sua maioria, é formado por pais e parentes das crianças participantes, definindo-os como público flutuante. Esses espectadores permanecem durante a passagem da Escola e se ausentam ao final para buscar seus filhos, dando espaço às novas famílias. Também comentou sobre a importância do projeto do diretor do Centro de Memória do Carnaval, Hiram Araújo, que propõe o estabelecimento de uma data fixa para o carnaval. “A data do carnaval brasileiro, por ser diferente a cada ano, acarreta muitas vezes problemas para diversas áreas da sociedade. Calendários escolares e universitários que são afetados pelas mudanças; a questão da arrecadação de impostos, que tem de acontecer depois do carnaval, caso contrário o consumo cai abruptamente durante a festa. Sem falar na questão religiosa: o Brasil, sendo um estado laico e com uma diversidade de religiões, não pode priorizar uma dentre tantas. Todas essas questões devem ser pensadas e discutidas para que possamos encontrar a melhor forma de lidar com elas.” E, ainda, acrescentou: “Estas ideias não são minhas. Elas estão contidas em um trabalho apresentado por Luiz Carlos Prestes Filho em recente reunião plenária da Liesa.”

Para finalizar sua participação, aconselhou os presentes quanto ao trabalho que desenvolvem frente às suas agremiações: “É necessário uma avaliação dentro das Escolas de Samba Mirim visando a qualidade do seu carnaval, e isso inclui a definição do número de Escolas participantes. O desfile de 17 escolas num único dia é difícil de ser administrado.”

O Coordenador de Economia Criativa, coordenador do Programa Rio Criativo¹¹ da Secretaria de Estado de Cultura do

Rio de Janeiro, Marcos André Carvalho, apresentou alguns projetos da pasta que podem auxiliar as agremiações, como o Escritório de Apoio à Produção Cultural.¹² Esse programa, que acontece em parceria com o Sebrae/RJ, orienta produtores culturais na formatação de seus projetos de maneira prática, através de consultorias gratuitas que podem ser feitas individualmente ou em grupo. Essa qualificação pode acontecer na própria Secretaria de Cultura ou mediante solicitação de uma demanda institucional.

“Projetos pequenos podem conter grandes ideias. Portanto, é de extrema importância que seus idealizadores se inscrevam através dos editais para que a Secretaria possa auxiliá-los em seu desenvolvimento.”

MARCOS ANDRÉ CARVALHO

Além disso, de acordo com Marcos André, foram disponibilizados este ano R\$ 40 milhões em editais abertos para as mais diversas áreas de cultura. Esses editais, por meio da Lei de Incentivo Fiscal de ICMS, já incluem atividades voltadas para o carnaval. “Projetos pequenos podem conter grandes ideias. Portanto, é de extrema importância que

seus idealizadores se inscrevam através dos editais para que a Secretaria possa auxiliá-los em seu desenvolvimento. Nós acreditamos no carnaval do Rio e o apoiamos. Sabemos de seu valor, mas é preciso que as Escolas de Samba entrem por conta própria em contato com a Secretaria de Cultura e com o Escritório de Apoio à Produção Cultural para que nós possamos realizar diversos encaminhamentos técnicos”, orientou.

PESQUISA QUANTITATIVA SOBRE A AESM-RIO

Ao final das apresentações da mesa de abertura, os economistas Paulo Brück e Mariana Kujawski, apresentaram a Pesquisa Quantitativa sobre as Escolas de Samba da AESM-Rio.¹³

A economista Mariana Kujawski agradeceu pela participação de 16 Escolas de Samba Mirim na pesquisa que foi realizada durante a reunião plenária da AESM-Rio. Destacou também a dedicação dos dirigentes durante os trabalhos de preenchimento dos questionários e deixou claro aos presentes que os dados a serem apresentados serviam, antes de mais nada, para dar uma visão panorâmica da situação das Escolas Mirins. A pesquisa quantitativa foi idealizada para identificar oportunidades não exploradas no carnaval do Rio de Janeiro.

“Hoje, a internet é uma ferramenta fundamental para o desenvolvimento de qualquer negócio. Na pesquisa, vimos que apenas metade das Escolas Mirins tem site na internet, e muitas utilizam e-mails pessoais do presidente ou de algum assessor para fazer seus contatos via web. Outros problemas verificados foram a disparidade de orçamentos entre as Escolas Mirins — que variam entre R\$ 30 mil e R\$ 600 mil — e a quantidade de trabalhadores voluntários e remunerados em cada agremiação — que gera necessidades financeiras diversas e di-

ficulta um planejamento homogêneo para todas as Escolas”, comentou o economista Paulo Brück.

O EMPREENDEDOR DO CARNAVAL MIRIM

Em seguida, fechando a primeira parte do evento, o administrador Sergio Luís Correa Santos definiu as características principais que um empreendedor deve ter através da apresentação: “Empreendedorismo, Criatividade e Carnaval.”

“Ninguém nasce empreendedor, mas se torna ao longo da vida. Um empreendedor é basicamente alguém que tem paixão pelo que faz, nunca desiste do seu ideal e exerce liderança através de seu bom-senso e simpatia, formando grupos de trabalho e assumindo riscos calculados. É alguém organizado, que transmite sua organização, que mantém uma rede de relacionamentos adequados e que gera frutos – financeiros ou não – para si e para outros que sequer conhece. Onde uma pessoa comum vê um impedimento, um empreendedor vê uma oportunidade de crescimento; em uma derrocada, enquanto uma pessoa comum se desespera, ele enxerga a chance de recomeçar. Mediante um Planejamento Estratégico, podemos desenvolver esse espírito de empreendedorismo em nós mesmos”, disse.

“Precisamos primeiramente selecionar as pessoas que queiram compartilhar nosso sonho e torná-lo realidade. Em seguida, traçar um plano para que ele se realize, definindo os pontos de força no grupo e as ameaças, estabelecendo claramente as metas a serem alcançadas”, afirmou Sergio que finalizou sua apresentação lembrando aos participantes da oportunidade única que estavam tendo e os incitando a se esforçar para realizar um trabalho de qualidade na criação do planejamento estratégico.

CRIAÇÃO DOS GRUPOS DE TRABALHO (GTS): GARGALOS E OPORTUNIDADES NO CARNAVAL

Para a segunda parte do Seminário foram definidos os grupos de trabalho com base nos temas propostos. Em reunião, os membros deveriam discutir sobre os detalhes que envolviam o tema principal e definir propostas para a criação do Planejamento Estratégico da AESM-Rio.

Ao final do tempo destinado para o debate, os grupos apresentaram suas perspectivas e sugestões para todos os participantes.

GT1: Negócio/Mercado/Infraestrutura

Temas: Capacitação em Gestão; Comercialização; Distribuição; Internet; Competitividade Interna e Externa; Economia do Turismo; Política Tributária; Gestão da Infraestrutura dos Desfiles.

Componentes:

- Aimê Ramos Andrade – Estrelinha da Mocidade
- Maria da Graça Carvalho – AESM-Rio
- Paulo Lucio Teixeira – *Revista Passarela do Samba*
- Miriam Celo de Barros – AESM-Rio – relatora
- Valdnea de Araújo Faria – Infantes do Lins
- Mauro Neves de Farias – Infantes do Lins

Os resultados discutidos pelos integrantes do Grupo 1 tiveram como principais temas: 1) a necessidade de Capacitação da equipe técnica das Escolas; e 2) a independência jurídica das mesmas em relação às escolas-mães.¹⁴ Vale ressaltar que algumas escolas já possuem uma gestão independente. As que compartilham sua gestão afirmaram encontrar dificuldades relativas à autonomia de tomada de decisões e à

compra de materiais. Grande parte dos presentes concordou que o ideal seria que cada escola mirim possuísse o seu próprio CNPJ.

Ainda em relação à gestão das atividades, a necessidade de Capacitação foi ponto unânime entre os integrantes do grupo e os demais participantes. Afirmaram que temas como comercialização de produtos e serviços, criação de páginas na internet e capacitação de mão de obra precisam ser discutidos mais a fundo. O alto custo de desenvolvimento e manutenção de sites também foi citado pelo grupo como um dos principais motivos pelos quais as escolas não possuem suas próprias páginas na *web*.

Sobre os últimos tópicos houve um consenso em termos de logística: existem ônibus para o deslocamento das crianças, porém estes não são suficientes para deslocar toda a população desfilante. Para eles, o não fechamento da Presidente Vargas, no dia de sexta-feira, é também um inconveniente para o transporte de pessoas e alegorias. Ainda sobre o tema, afirmaram ser comum que dirigentes e integrantes das Escolas de Samba Mirim não tenham conhecimento profundo sobre políticas tributárias, já que não competem entre si. Acreditam que a realização de eventos paralelos e a aproximação com a economia do turismo podem incrementar a renda anual. Entretanto, tais tópicos não foram mais aprofundados.

GT2: Associativismo e empreendedorismo

Temas: Inclusão Social e Aumento de Renda; Condições Empresariais; Marca; Políticas Públicas (incentivos, programas); Compra Coletiva.

Componentes:

- Katia Cristina Gonçalves – Estrelinha da Mocidade

- Maria Pereira – Império do Futuro
- Jussara Ramos – Inocentes da Caprichosos
- Ricardo Dias – Estrelinha da Mocidade – relator

A necessidade de capacitação dos envolvidos com as Escolas Mirins e a independência das mesmas também foram tópicos abordados por esse Grupo. Outro tópico que ganhou destaque nas discussões foi a importância da Marca de cada agremiação.

As soluções apresentadas para os temas discutidos envolveram a criação de um grupo de Planejamento Estratégico dentro de cada escola. Este deverá garantir as condições materiais e legais para os trabalhos desenvolvidos, tratar da importância da inclusão das famílias nas atividades que ocorrem em seu espaço, criar projetos que abordem a autoestima das crianças e elaborar ações para a promoção das agremiações.

Outra solução indicada pelos integrantes do grupo refere-se a um modelo de gestão predeterminado visando a organização das Escolas. Atualmente, percebe-se certa dificuldade em entender o papel que a AESM-Rio desempenha, dado o paternalismo das escolas-mães. Os componentes acreditam na importância da ligação ideológica entre as Mirins e suas escolas-mães, porém, ao mesmo tempo, necessitam de independência jurídica, que é, inclusive, uma barreira para a compra coletiva de materiais. Isso acontece pois muitas não possuem CNPJ próprio e dependem da escola-mãe na tomada de decisões.

Desorganização interna das escolas; falta de um programa de marketing que dê maior visibilidade às agremiações e à própria AESM-Rio; aumento na arrecadação de recursos para a redução do quadro de voluntários e, conseqüentemente, o aumento de remunerados; falta de sede

e condições físicas para o andamento das atividades, foram também tópicos levantados pelos participantes desse grupo.

GT3: Inovação e tecnologia

Temas: Propriedade Intelectual; Técnicas (conhecimento, tradição, saber, ferramentas); Agregação de Valor; Adequação ao Público-Alvo; Novos Equipamentos; Logística.

Componentes:

- Otávio Avancini – Pimpolhos da Grande Rio
- Célia Almeida – Império do Futuro – relatora
- Joel Toledo – Nova Geração do Estácio
- Ivonete Tavares – Estrelinha da Mocidade
- Vanderlei Alves – Império do Futuro

O modelo de apresentação dos temas discutidos pelos componentes do Grupo 3 considerou as dificuldades encontradas em cada tópico e deu sugestões para soluções. Sobre a Adequação ao Público-Alvo, o maior gargalo diz respeito à falta de espaço próprio das agremiações e de parcerias com o poder público e empresas. Para tal, as sugestões envolvem a criação do Planeta do Samba Mirim – gerenciado pela AESM-Rio – e a viabilidade de incluir essas agremiações nos projetos da Prefeitura, como o Porto Maravilha, e outros.

Para Agregar Valor às suas atividades, os integrantes do GT3 acreditam ser importante a profissionalização dos adultos através de cursos e projetos paralelos, envolvendo também outras agremiações. O *benchmarking* com outras escolas também seria uma solução. Proatividade e trabalho de colaboração entre as Mirins pode ajudar em algumas questões das operações diárias. “Basta um telefonema, é sem custo algum”, comentou um dos integrantes do grupo.

O fortalecimento da identidade da escola frente à comunidade é visto como uma tarefa de grande importância. Atualmente, de acordo com os membros do grupo, as Escolas enfrentam dificuldades em passar uma imagem de cultura e cidadania para o grande público, pois seu trabalho ainda sofre preconceito e discriminação da sociedade. Falta conhecimento para o fortalecimento das marcas coletivas, bem como um reconhecimento efetivo da importância das Escolas Mirins por parte das mães.

GT4: Matérias-primas

Temas: Preservação e Geração de Resíduos; Reciclagem (pet, demolição, resíduo industrial etc.); Importação de Produtos da China e dos EUA.

Componentes:

- Valéria Pires – Golfinhos da Guanabara
- Luiz Pimenta – Aprendiz do Salgueiro
- Sidney Gurgel – Filhos da Águia
- Marilene Monteiro – Unidos do CIEP – relatora
- Jorge Luiz – Mangueira do Amanhã

Tendo como tema todos os detalhes que envolvem a montagem do desfile das Escolas Mirins, no setor de fantasias, carros e alegorias, o grupo intensificou a falta de mão de obra qualificada em transformar resíduos em arte. Para eles, o contato com empresas e cooperativas de reciclagem, a fim de ampliar a articulação da AESM-Rio e fortalecer a sua rede de relacionamentos, seria uma solução. Muitas cooperativas poderiam ser fornecedoras de matérias-primas para o carnaval mirim, caso a coleta e o armazenamento fossem adequados. Para isso, entretanto, é preciso que os catadores de resíduos sejam treinados para atender a demanda do carnaval.

Durante a apresentação foi lembrado que a característica principal do

carneval mirim é o reaproveitamento, e que a compra de matérias-primas no exterior – China e EUA – é uma atividade ligada diretamente às escolas do Grupo Especial. As Escolas de Samba Mirim não possuem verba para isso. Um dos presentes no seminário lembrou que o reaproveitamento de fantasias sempre foi um fator utilizado nos desfiles mirins: “Muitas vezes as crianças desfilavam com fantasias reaproveitadas e chegavam ao final do desfile sem as mesmas. Porque as fantasias se desfaziam de tão frágeis.” E conclui que apesar do carnaval ser, como um todo, industrial, as Escolas Mirins ainda caminham nesse processo de amadurecimento com o intuito de alcançar esse patamar.

GT5: Soluções financeiras

Temas: Crédito; Programas de Incentivo ao Crédito; Exportação de Serviços; Projeto “Carnaval Experience”.

Componentes:

- Camila Soares – Pimpolhos da Grande Rio – relatora
- Roberta Orlans – Império do Futuro
- Neuza Sebastião Tavares – Estrelinha da Mocidade/Centro Cultural Cartola
- José Luiz de Souza Pimenta – Aprendizes do Salgueiro
- Daniel Katar – Tijuquinha do Borel

Dada a falta de recursos para a operação das escolas e o amadorismo de grande parte de seus administradores, a questão da qualificação dos gestores das agremiações foi novamente levantada. É fundamental que todos tenham habilidades para o desenvolvimento dos projetos, para a captação de recursos financeiros, para a prestação de contas e para a gestão de relacionamento pós-vendas.

Entenderam ser necessário o estabelecimento de parcerias com entidades voltadas para o lazer infanto-juvenil – como a Disney, o Parque da Mônica e

a fábrica de brinquedos Estrela – com empresas que realizem projetos sociais como a TV Globo; com as prefeituras do Rio de Janeiro e de municípios vizinhos e, especialmente, com as secretarias de Educação.

*O fortalecimento da
identidade da escola frente
à comunidade é visto como
uma tarefa de grande
importância. Atualmente,
(...) as Escolas enfrentam
dificuldades em passar
uma imagem de cultura e
cidadania para
o grande público.*

Outra questão levantada foi a falta de seguro quanto ao transporte das crianças das quadras para o Sambódromo. Essa falha pode acarretar sérios riscos às escolas em caso de acidentes graves com os meios de transporte e as crianças.

Indo além dos tópicos de discussão, os integrantes consideraram importante abordar a ausência de sedes próprias de muitas agremiações, um problema, para eles, que deve ser sanado urgentemente.

GT6: Inovação e tecnologia

Temas: Marca Coletiva; Compositores, Intérpretes, Arranjadores, Músicos;

Produção Fonográfica e Audiovisual; Coreografia e Dança; Marca Coletiva e Marca das Escolas de Samba.

Componentes:

- Levi Cintra – Estrelinha da Mocidade – relator
- Edson Marinho – AEMS-Rio
- Jefferson Rocha – Inocentes da Caprichosos
- Paulo Cavalcanti – Inocentes da Caprichosos

A atuação dos órgãos reguladores de Propriedade Intelectual é de total desconhecimento da maioria dos integrantes das Escolas de Samba Mirim. O grupo afirmou que há falta de formação e pouquíssimo conhecimento a respeito da gestão dos direitos de compositores, intérpretes, músicos, entre outros. Sugeriram, visando melhorias, a realização de visitas técnicas ao ECAD¹⁵ para que possam entender como funciona o sistema de arrecadação e distribuição dos direitos autorais musicais. Além disso, afirmaram ser imprescindível entender para proteger, não só os direitos dos músicos, mas os direitos dos Cenógrafos, Coreógrafos, Maquiadores, Fotógrafos, Desenhistas, Modeladores e outros Artistas envolvidos na realização do carnaval.

A marca coletiva do carnaval mirim é um caminho para fortalecer a imagem da AESM-Rio no âmbito do carnaval e da sociedade. O grupo afirmou que a defasagem das Marcas das Escolas Mirins e a falta de registro das mesmas no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI)¹⁶ pela Associação e seus filiados, são reflexos da não existência de um plano de marketing em cada escola. Por falta de tempo, conhecimento ou recursos, os dirigentes deixam de dar atenção para uma importante área em termos de geração de Recursos Financeiros e Agregação de Valor.

GT7: Educação

Temas: Projeto Pedagógico Específico; Cartilhas e Livros Didáticos; Ensino de História do Carnaval nas Escolas Públicas e Privadas; Ensino de Músicas de Carnaval nas Escolas; Marcos Legais: Criança e Carnaval.

Componentes:

- Juliana Ribeiro – *Revista Passarela do Samba*
- Joana Bueno – Pimpolhos da Grande Rio
- Lorena Teixeira – Médica do Hospital Salgado Filho
- Pituca Nirobi – Estrelinha da Mocidade – relatora
- Silvia Camargo – Pimpolhos da Grande Rio
- Helcy da Silva Gomes – AESM-Rio

Educação foi um tema que suscitou diversos pontos de discussão, pois a educação dentro das Escolas de Samba Mirim vai além do carnaval e da preparação para o desfile. Entendendo que toda criança se desloca para os ensaios obrigatoriamente com um responsável, os membros do grupo identificaram alguns meios de suprir certas necessidades dos moradores locais. Uma das carências encontradas nas comunidades onde se localizam as quadras é o ensino básico, o saber ler e escrever. Portanto, sugeriu-se que fossem implantados cursos de Educação para Jovens e Adultos (EJA). Tais aulas poderiam ocorrer nas quadras das próprias Escolas ou das escolas-mães, ou, até mesmo, nos Barracões.

Seguindo este mesmo pensamento, a orientação no âmbito da saúde seria outro fator a ser explorado. Através da confecção de materiais informativos e palestras, responsáveis teriam a oportunidade de aprender como prevenir doenças, conhecê-las e divulgar dentro das suas casas tais informações. A disseminação desses conhecimentos seria

o verdadeiro sucesso desses programas de prevenção e ensino.

Por se tratar da educação de crianças nas Escolas de Samba Mirim, nada mais coerente do que iniciar o aprendizado dentro desse espaço. O grupo propôs que a Velha Guarda de cada escola auxiliasse no ensino da História do Carnaval e de seus valores. Seria importante que os membros da Velha Guarda estivessem

*Seria importante que
os membros da Velha Guarda
estivessem disponíveis
para as crianças,
para sanar as dúvidas
que surgissem nas atividades
das Escolas Mirins,
já que nada substitui
a experiência que se adquire
durante a vida...*

disponíveis para as crianças, para sanar as dúvidas que surgissem nas atividades das Escolas Mirins, já que nada substitui a experiência que se adquire durante a vida e, portanto, as crianças ganharão muito mais se tiverem como fontes os ícones do samba.

Por fim, endossaram a inclusão do ensino da História do Carnaval e do Samba na grade curricular das escolas de nível fundamental e médio, particulares e privadas. Para tanto, identificaram a necessidade de parcerias com a Secretaria Municipal e Estadual de Educação para

que o projeto aconteça efetivamente. Inclusive, a necessidade de publicação de cartilhas sobre a História do Carnaval.

Também apoiaram a criação do Planeta do Samba Mirim, que pretende unir todas as Escolas em um único espaço. Para fins de geração de renda o grupo pensou na implantação de uma loja de *souvenir* e para o registro da história das agremiações, um museu interativo que mostre todo o trabalho desenvolvido pelas crianças e pelas equipes. Projeto que poderia ser – também – virtual, que poderia ser levado para a internet.

METAS DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Após a apresentação de todos os grupos, os presentes determinaram 5 metas que farão parte do Planejamento Estratégico das Escolas de Samba Mirim do Rio de Janeiro. São elas:

1. Desenvolver um sólido projeto na área de Educação para os anos de 2012/2013 junto às Escolas de Samba Mirim; estruturar atividades de política pedagógica para todas as crianças participantes do carnaval, inclusive para as que desfilam nas escolas dos grupos Especial e A, B, C, D e E.
2. Formalização das Escolas Mirins e, caso seja possível, registro de CNPJ próprio para aquelas que ainda não o possuem. Objetivo a ser atingido até dezembro de 2013.
3. Capacitação técnica das diversas áreas dentro das Escolas Mirins: realização de uma série de cursos, entre os anos de 2012/2013, para formar gestores e especialistas que possam promover um serviço de qualidade no carnaval brasileiro.
4. Construção de espaço físico para cada uma das Escolas Mirins até 2013: quadras e barracões novos e equipados até 2013.
5. Desenvolver plano de marketing da AESM-Rio, para os anos de 2012/2013,

para o melhor desenvolvimento das atividades das Escolas de Samba Mirins.

Para a primeira meta, foram voluntários Sidney Gurgel e Jorge Xavier, que se comprometeram a promover uma pesquisa apurada sobre o perfil de cada Escola Mirim em relação à sua formalização e independência. Daniel Katar e Camila Soares ficaram responsáveis pela segunda meta estabelecida e, para cumpri-la, deverão promover cinco cursos de capacitação ao longo do ano de 2012; monitoramento de desempenho dos participantes ao longo do ano de 2013; e cinco cursos nesse novo ano, para uma avaliação de resultados e a continuidade do projeto. Eles contarão ainda com a ajuda de Aimê Ramos, que também se dispôs a trabalhar pela meta.

Em relação às questões de infraestrutura, Edson Marinho e Paulo Lúcio Teixeira se prontificaram a buscar soluções, juntamente com Miriam de Barros. Ricardo Dias ficou com o quarto ponto: o desenvolvimento de planos de marketing para as Escolas Mirins. Pituca Nirobi, Joana Bueno, Valdineia de Araújo e Juliana Ribeiro ficarão encarregadas de pensar e propor soluções em relação à projetos de educação.

METAS DA AESM-RIO PARA 2012/2013

1. **Educação:** Pituca Nirobi, Joana Bueno, Valdineia de Araújo e Juliana Ribeiro

Metas:

- Até junho de 2012 criar o projeto de Educação para as escolas filiadas a AESM-Rio.
- Até dezembro de 2012 debater com as escolas o projeto e elaborar cronograma para sua implementação.
- Até 2013 implantar o projeto de Educação.

2. **Formalização:** Sidney Gurgel e Jorge Xavier

Metas:

- Até junho de 2012 realizar reuniões técnicas com os dirigentes de todas as escolas filiadas a AESM-Rio sobre suas atividades formais.
- Até dezembro de 2012 realizar pesquisa sobre o número de escolas que podem ser formalizadas.
- Até dezembro de 2013 formalizar as escolas que tiverem condições técnicas e de recursos humanos.

3. **Capacitação:** Daniel Katar, Camila Soares e Aimê Ramos

Metas:

- Até dezembro de 2012 realização de cinco cursos de capacitação nas áreas de gestão empresarial, logística de transporte, contabilidade, educação; gestão de direitos autorais, elaboração de projetos culturais e sociais.
- Até dezembro de 2013 a realização de cinco cursos de capacitação nas áreas de gestão empresarial; gestão de direitos autorais; educação; técnico em elétrica, modelagem, costureira e outros.

4. **Infraestrutura:** Edson Marinho e Paulo Lúcio Teixeira

Metas:

- Até junho de 2012 desenvolver o projeto de arquitetura e engenharia do Planeta do Samba Mirim.
- Até setembro de 2012, realizar apresentação pública do Planeta do Samba Mirim.
- Até março de 2013 captar apoios e recursos financeiros para construção do Planeta do Samba Mirim.
- Até dezembro de 2013, construção do Planeta do Samba Mirim.

5. **Marketing:** Miriam de Barros e Ricardo Dias

Metas:

- Até junho de 2012 elaborar plano de marketing da AESM-Rio para o ano de 2013.
- Até junho de 2013, elaborar o Plano de Marketing da AESM-Rio para 2014.

CONCLUSÕES

Finalizando as atividades do Seminário, o assessor para o Desenvolvimento da Indústria Cultural da SEDEIS, Luiz Carlos Prestes Filho, afirmou estarmos em um momento histórico no Rio de Janeiro, no qual a cultura popular pode ganhar mais visibilidade e o apoio que sempre mereceu:

“Com a descoberta do Pré-Sal, o Rio de Janeiro volta a ter uma visibilidade econômica nacional. Com a realização da Copa Mundial de Futebol, 2014, e os Jogos Olímpicos, 2016, veio a projeção internacional. Mas é preciso lembrar as palavras do economista Carlos Lessa: “O petróleo é finito e a cultura não.” Quanto mais a cultura é explorada, mais ela dá resultados, mais gera emprego e atrai turistas. Precisamos defender não só a nossa história, não só a memória de cada pessoa que deu a vida pelo carnaval. Precisamos, por outro lado, defender o Porto do Rio, local onde estão os barracões das escolas mirins; local onde desembarcaram centenas de milhares de escravos com cujo sangue e suor foi construído grande parte do Brasil; precisamos acima de tudo lembrar que nós somos os responsáveis por promover a maior festa popular do mundo, com a qual centenas de milhares de pessoas se beneficiam não só financeiramente, mas também renovando suas energias para todo o ano, e tomando um novo fôlego de esperança para construir um mundo melhor. Esta é a base da Economia Criativa¹⁷. O futuro está em nossas mãos.”

Para o economista Paulo Brück os resultados dos trabalhos, especialmente as metas propostas, podem mudar profundamente a realidade atual das escolas de samba mirins. As correções da situação atual, detalhadas na pesquisa, podem potencializar os futuros desfiles. O produto Carnaval Mirim pode ser valorizado cada vez mais como um produto

comercial. Desta maneira, poderá tornar-se autossuficiente economicamente.

Para o administrador Sergio Luis Correa Santos os trabalhos em grupo demonstraram enorme capacidade dos membros das Escolas em trabalhar coletivamente. Esta característica é rara no mundo empresarial. A força da AESM-Rio é a força do coletivo, de ações coletivas, de iniciativas em grupo. Existe um capital humano enorme a ser explorado.

O Presidente da Associação das Escolas de Samba Mirins, Edson Marinho, agradeceu a todos pela perseverança. Em sua opinião, com as metas implantadas pelos responsáveis, o carnaval das escolas de samba mirins será fortalecido.

Equipe técnica

- Luiz Carlos Prestes Filho – Assessor para o Desenvolvimento da Indústria Cultural da SEDEIS; Coordenador do estudo Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval (2006/2009), realizado pela Associação Comercial do Rio de Janeiro; Coordenador do estudo Cadeia Produtiva da Economia da Música no Rio de Janeiro, (2002/2005), realizado pela Incubadora Cultural Gênesis da PUC-Rio; Coordenador da pesquisa “A contribuição da Cultura para a Formação do PIB do Estado do Rio de Janeiro” (1999/2002), Fundação de Amparo a Pesquisa do Rio de Janeiro e Centro de Referência em Inteligência Empresarial (Crie/UFRJ-Coppe).

Especialistas

- Moacyr de Oliveira Araújo – Tributarista, membro da equipe que realizou o estudo Cadeia Produtiva da Economia da Música e o estudo da Cadeia Produtiva do Carnaval.
- Paulo Bruck – Economista.
- Sergio Luis Correa Santos – Professor de Administração.

- Sergio Cidade de Rezende – Economista, membro da equipe que realizou o estudo Cadeia Produtiva da Economia da Música e o estudo da Cadeia Produtiva do Carnaval.

Apoio Técnico

- Mariana Kujawski – Economista, realizou como estagiária o estudo Cadeia Produtiva da Economia da Música e autora de artigos sobre Economia da Cultura.
- Thaís Garcez – Jornalista e produtora cultural.
- Rodrigo Lima Prestes – Coordenador editorial e autor de textos da revista do Colégio São Vicente de Paulo.

PESQUISA DE OPINIÃO E DE PERFIL DAS AGREMIÇÕES FILIADAS A AESM-RIO

Com o intuito de captar a opinião dos dirigentes das Agremiações filiadas a AESM-Rio¹⁸, e traçar um perfil inicial das operações desenvolvidas nas Escolas de Samba Mirins, foi realizada uma pesquisa, através da aplicação de um questionário durante a reunião plenária das agremiações que compõem a AESM-Rio. Os economistas Paulo Bruck e Mariana Kujawski apresentaram no Seminário os resultados alcançados nesta pesquisa. Foram entrevistados 16 dirigentes e/ou representantes das Escolas de Samba Mirins.

Em sua apresentação, a economista Mariana Kujawski destacou a dedicação dos dirigentes durante os trabalhos de preenchimento dos questionários e deixou claro aos presentes que os dados apresentados serviam, primordialmente, para dar uma visão panorâmica da situação daquele momento das Agremiações.

A partir dos dados obtidos durante as entrevistas, pôde-se chegar perto da realidade das Escolas de Samba Mirins, e os resultados foram os seguintes.

Quanto ao acesso e a utilização de ferramentas da internet, como pode ser visto no Gráfico 1, foi possível identificar que um pouco mais da metade das agremiações possui sites próprios. Os resultados mostram que quase todas as Escolas possuem e-mail, porém, possivelmente, não sejam contas da própria Escola e sim endereços pessoais dos presidentes ou de algum funcionário.

Praticamente todas as Escolas entrevistadas atestaram, conforme o Gráfico 2, a limitação dos recursos financeiros como o maior problema encontrado pelas Agremiações para realizarem as suas atividades, seguido pela falta de barracões, a baixa visibilidade nas mídias e a falta de apoio empresarial.

A falta de qualificação profissional não foi indicada como sendo um grande problema pela maioria das agremiações, no entanto, o amadorismo na gestão do

Gráfico 1

Utilização da internet pelas Agremiações filiadas

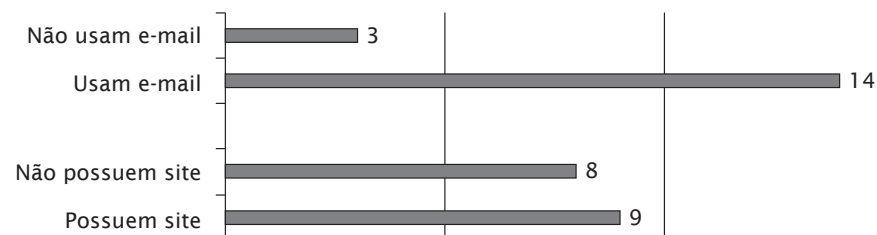
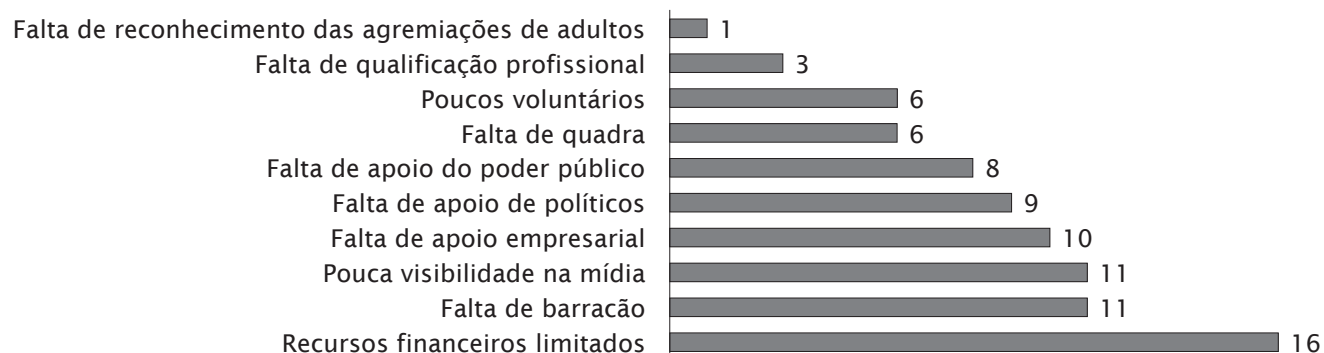
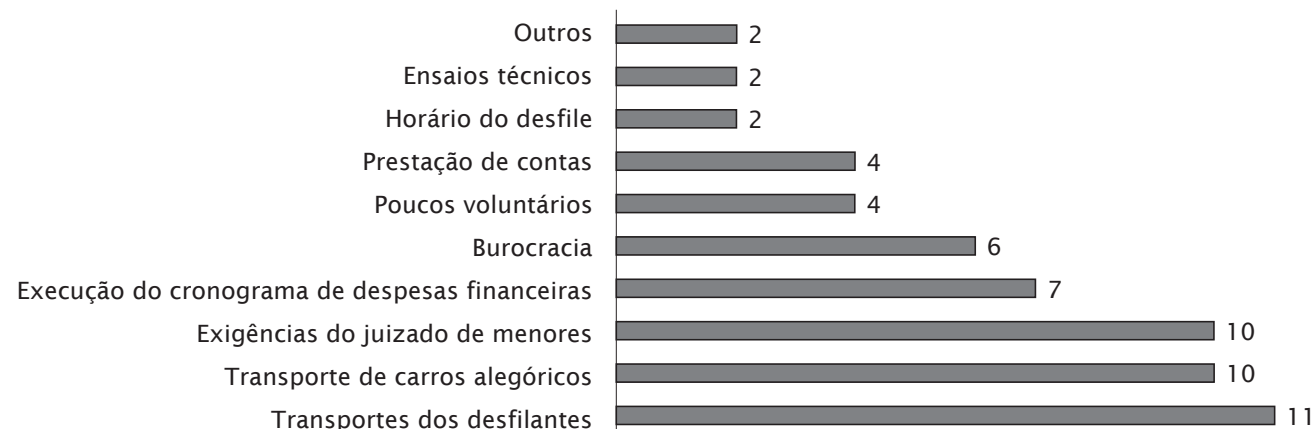


Gráfico 2**Quais são os maiores problemas encontrados pela Agremiação para realizarem as suas atividades****Gráfico 3****Maiores problemas operacionais do desfile**

trabalho e o desconhecimento das novas práticas de negócios são, talvez, os maiores gargalos inibidores para o crescimento de suas instituições. Foi muito relatado pelos entrevistados, demonstrando um conflito de entendimento entre eles, do que seria capacitação (os envolvidos são capazes de “tocar” a Escola como empresa) e o que seria qualificação profissional (os envolvidos têm qualificação para “tocar” a Escola como empresa).

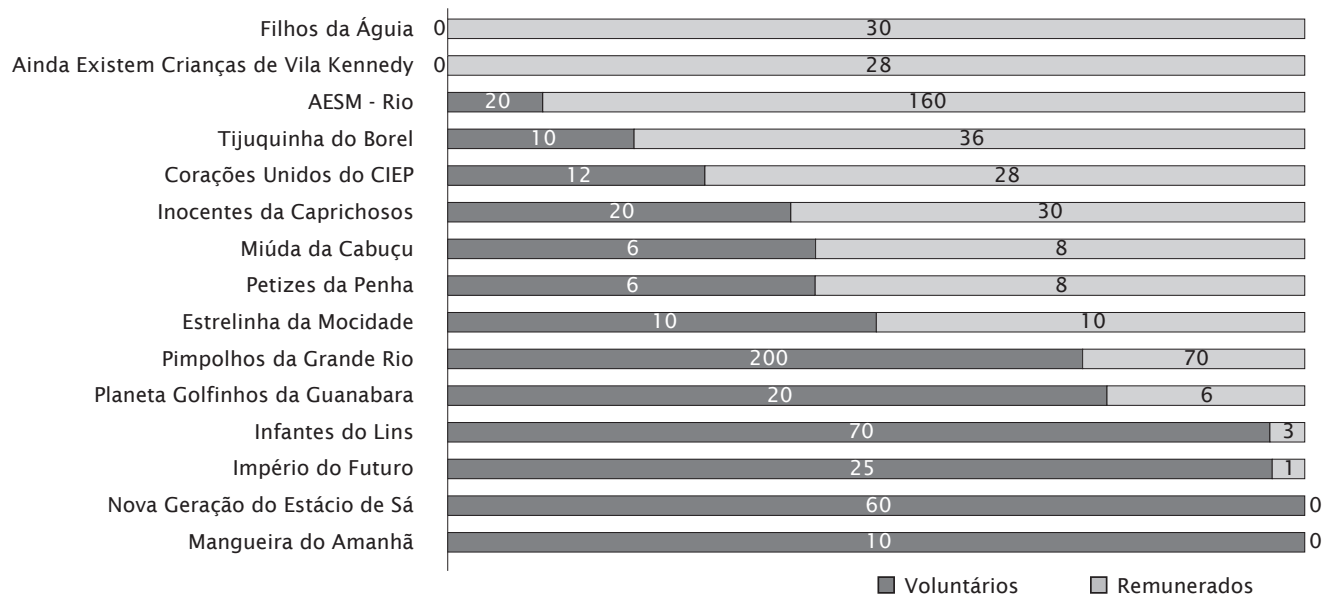
Com relação aos trabalhos realizados nos dias próximos ao carnaval (antes e depois), e durante o próprio dia de desfile, a logística de transportes aparece como a principal dificuldade encontrada pelas Escolas Mirins, como pode ser visto no Gráfico 3, tanto em relação ao transpor-

te dos desfilantes quanto ao dos carros alegóricos. As exigências do juizado de menores também têm muita relevância para os organizadores na operacionalização do desfile.

Algumas estimativas: as atividades das Escolas Mirins envolvem aproximadamente 1.006 trabalhadores, sendo 532 voluntários e 474 remunerados. A distribuição desses trabalhadores se dá de forma heterogênea, conforme indicado no Gráfico 4. Algumas Escolas, como a Filhos da Águia e Ainda Existem Crianças de Vila Kennedy, contam com um quadro de 100% de trabalhadores remunerados, enquanto outras possuem 100% de trabalhadores voluntários, como é o caso da Mangueira do Amanhã

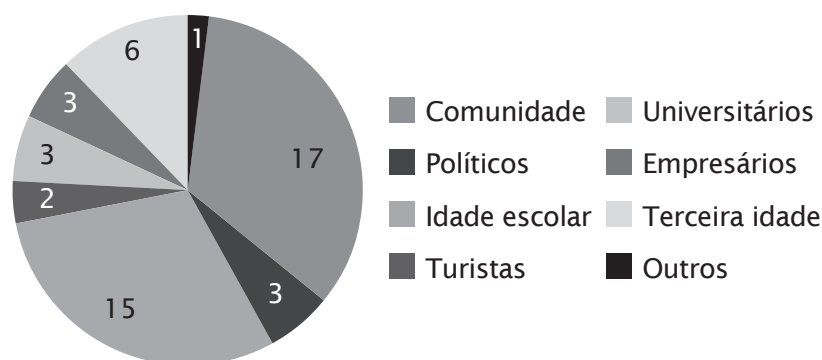
e Nova Geração do Estácio de Sá. Há também o caso da Pimpolhos da Grande Rio, que conta com o maior número de trabalhadores: 270 no total, sendo 200 voluntários e 70 remunerados. Enquanto que a Mangueira do Amanhã conta com apenas 10 trabalhadores, todos voluntários. As Escolas contam, em média, com 59 trabalhadores, dos quais, em média, seriam 31 Voluntários e 28 remunerados.

Perguntados sobre quais seriam os públicos que frequentavam as agremiações mirins, conforme o Gráfico 5, podemos afirmar que o seu perfil é basicamente formado pelas pessoas da comunidade e em idade escolar, com uma participação ínfima de turistas.

Gráfico 4**Proporcionalidade entre voluntários e trabalhadores remunerados**

Embora a logística para o dia do desfile tenha sido indicada como uma das maiores dificuldades durante os dias próximos ao desfile, na opinião de 41% das Escolas a qualidade na execução desta tarefa é razoável, enquanto que a maioria, 59%, avaliaram a execução como “boa” e “ótima”, o que demonstra uma visão positiva sobre o tema, apesar da preocupação e críticas existentes.

Outras estimativas: atualmente, os desfiles das Escolas Mirins envolvem aproximadamente 22 mil crianças participantes, além dos parentes, responsáveis, trabalhadores e voluntários na organização do mesmo. Dez dentre as 16 agremiações pesquisadas levam entre 1.000 e 1.500 crianças para a Marquês de Sapucaí anualmente (Gráfico 7). O interessante sobre o tamanho das Escolas Mirins é que a média de participantes fica dentro da classe modal do tamanho dos contingentes levados para desfilar, ou seja, embora as Escolas tenham tamanhos bem diferentes (Escolas com menos

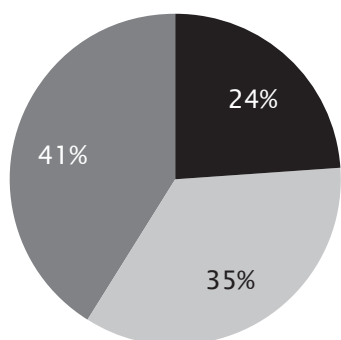
Gráfico 5**Público frequentador da Agremiação**

de 1.000 crianças e Escolas com mais de 3.000 crianças), a média se aproxima do tamanho da maioria das Escolas.

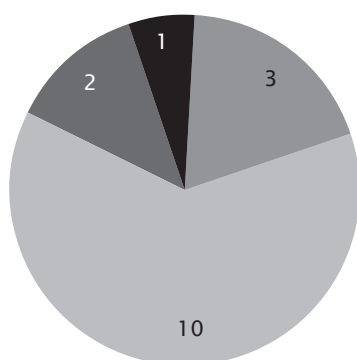
De acordo com a pesquisa e o Gráfico 8, aproximadamente, 75% das Escolas de Samba Mirins contam com até R\$ 50 mil em seus orçamentos para realizarem seus desfiles. Dentre estas Escolas, 58% são totalmente dependentes da verba repassada pelo governo, que somam R\$ 30 mil anuais. Estimamos que o orçamento

médio das Agremiações seja de R\$ 76 mil, aproximadamente, o que totalizaria uma movimentação aproximada de R\$1,3 milhão. Neste caso, a média ficou acima da classe modal, demonstrando não haver homogeneidade orçamentária. E um detalhe curioso: a Escola que mais leva crianças para o desfile não é a mesma que possui o maior orçamento.

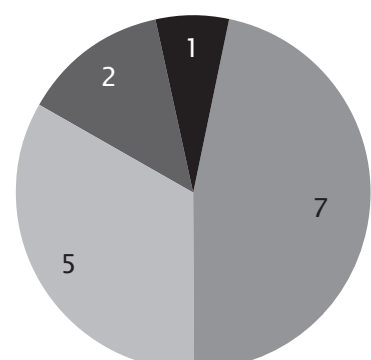
Para melhorar o espetáculo apresentado na avenida, a maioria das agremia-

Gráfico 6**Avaliação da logística para realização do desfile**

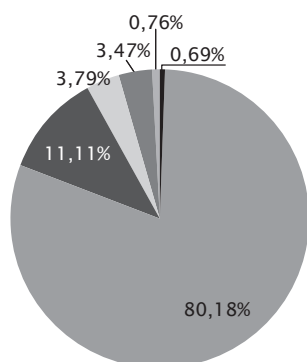
■ Ótima ■ Razoável
■ Boa ■ Ruim

Gráfico 7**Quantidade de crianças que desfilam**

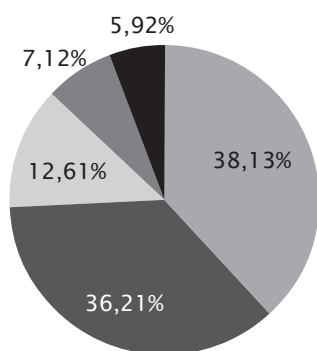
■ Até 1.000 ■ 1.501 - 2.000
■ 1.001 - 1.500 ■ Mais de 2.000

Gráfico 8**Orçamento para a realização do desfile**

■ Até 30.000 ■ 50.001 a 200.000
■ 30.001 a 50.000 ■ 200.001 a 600.000

Gráfico 9**Participação média das fontes de recursos no orçamento das Escolas de Samba Mirins**

■ Governo ■ Pessoa Física
■ Empresas ■ Comunidade
■ Escola-mãe ■ Festas

Gráfico 10**Participação média das despesas das Escolas de Samba Mirins**

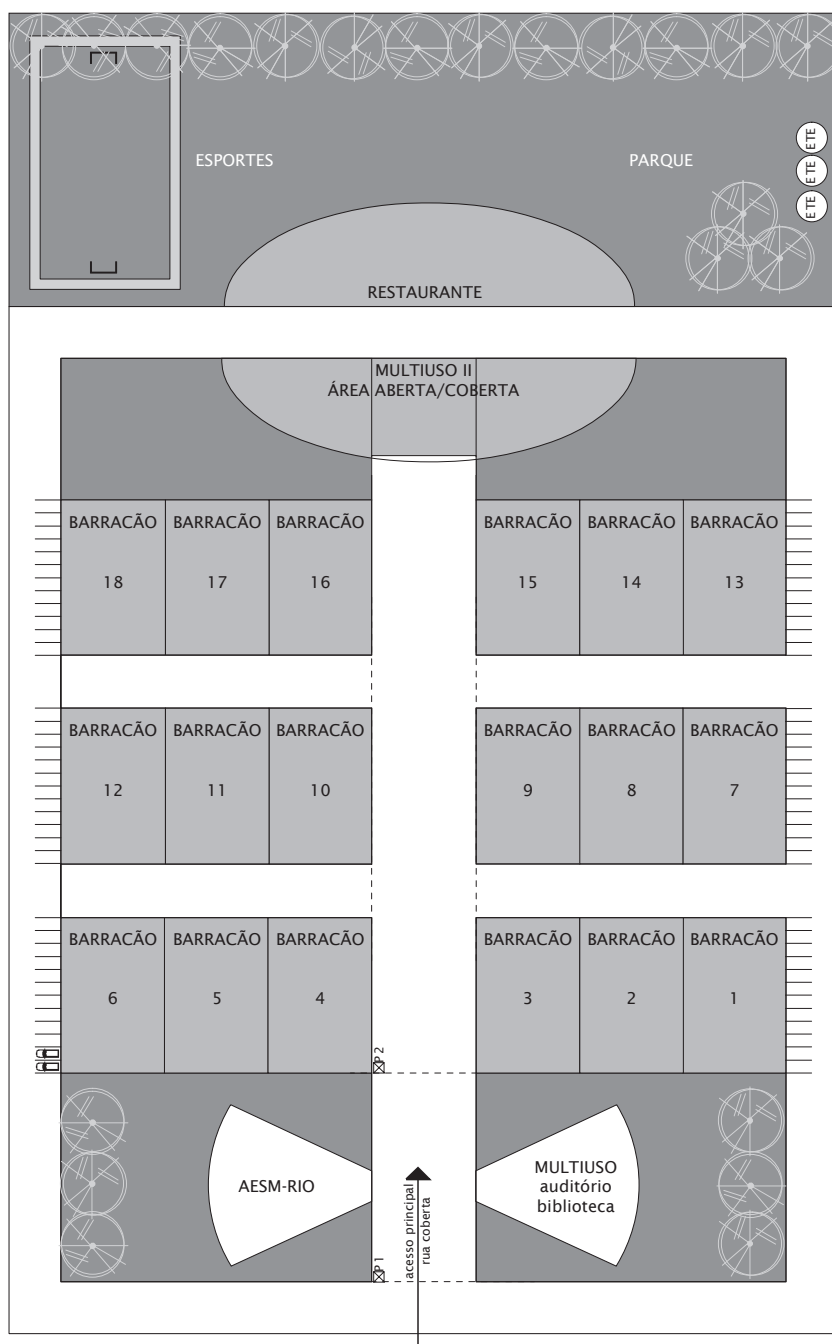
■ Despesas com Pessoal
■ Materiais e Insumos
■ Carro de Som
■ Serviços em geral
■ Transporte no dia do desfile

ções suplementam seus orçamentos e a subvenção recebida (que representa, em média, 80% de suas receitas) com outras fontes de recursos. As duas principais fontes de recursos são a doação feita pelas empresas (pessoas jurídicas) e o investimento feito pelas Escolas-mães (como pode ser visto no Gráfico 9).

A grande parte dos recursos captados pelas Escolas de Samba Mirins são para arcarem com as despesas realizadas com pessoal e com os materiais e insumos (Gráfico 10). Os maiores gastos com os materiais e insumos para realização dos desfiles são em tecidos, utensílios para costura, madeira e para o processo de reciclagem e reutilização dos materiais utilizados em carnavais anteriores e de outras origens. Algumas agremiações afirmaram que reaproveitam fantasias e alegorias das Escolas-mães; e que esta atividade foi fundamental para a criação das Escolas de Samba Mirins.

Segundo a opinião dos entrevistados, os pontos fortes das Agremiações em relação as atividades que exercem, por ordem de importância, estão: a relação existente entre a Agremiação e a

Projeto de arquitetura do Planeta do Samba Mirim



A arquiteta Márcia Veiga Lima, após receber as informações técnicas do Grupo de Infraestrutura da AESM-Rio, realizou o projeto do Planeta do Samba Mirim, que teve como idealizadores: Edson Marinho, Joel Toledo, Camila Soares, Márcia Veiga Lima, Luiz Antonio Marques e Luiz Carlos Prestes Filho. O projeto contou com o apoio para encaminhamentos junto a órgãos públicos, de Cléo Pires, Chiquinho do Babado da Folia, Luiz Antônio Marquês, Célia David, Jorge Luiz Torres Braga, Miriam Cervo, Júlia Vidal e Jorge Castanheira.

A ideia da forma desse centro de produção do carnaval mirim, local de instalação de 17 barracões, veio de uma conversa com o professor Luiz Carlos Prestes Filho e com a estilista Júlia Vidal. Os dois sugeriram uma homenagem a Oxalá. Dessa maneira, o Planeta do Samba Mirim ganhou uma planta que reproduz a força daquele que é o dono da criação. A linha do caminho central do projeto reproduz o Opa Oxoró ou Paxorô, o bastão das cerimônias. A sede da AESM-Rio e a do teatro/auditório estão na base do bastão de Oxalá. Os barracões formam os discos de metais com sinos, e a tradicional imagem do pássaro, que fica na parte superior desse símbolo sagrado, está representada pela área de lazer.

Atividades realizadas durante o ano de 2012

O ano de 2012 demonstrou a importância do Planejamento Estratégico da Associação das Escolas de Samba Mirins (AESM-Rio), pois foram realizadas atividades para a execução das metas definidas, com direção do presidente Edson Marinho:

- Curso nº 1 de Qualificação para Formatação de Projetos Culturais, parceria com Sebrae/RJ.
- Curso nº 2 de Qualificação para Formatação de Projetos Culturais, parceria com Sebrae/RJ.
- Elaboração do Projeto de Marketing para o ano de 2013 da AESM-Rio, parceria com o Sebrae/RJ.
- Visitas técnicas para definição de local para o Planeta do Samba Mirim.
- Criação do projeto de arquitetura do Planeta do Samba Mirim, parceria com o escritório Quarto Andar Arquitetura.
- Criação de projeto para captação de recursos da revista da AESM-Rio.
- Criação de projeto da Cartilha sobre a História do Carnaval.
- Criação de projeto conceitual do Museu do Carnaval Mirim.
- Realização de reunião técnica para definição de parceria com a Universidade Estácio de Sá.

comunidade; a própria organização da Agremiação, tanto na Sede, quanto no desfile; os projetos sociais desenvolvidos pela entidade e a formação das crianças nas várias atividades artísticas das Escolas de Samba.

Perguntados sobre a opinião das Escolas com relação à implantação do Porto Maravilha do Rio de Janeiro, podemos dizer que a visão geral das instituições pesquisadas é otimista, pois a metade avalia o projeto como “ótimo” ou “bom”.

Embora a avaliação seja positiva, não quer dizer que o projeto não traga preocupações. A incerteza quanto ao futuro das instalações e atividades de algumas Escolas de Samba Mirins calam fundo aos dirigentes de tais instituições.

NOTAS

1. Babado da Folia – Artigos de Carnaval: www.babadodafolia.com.br
2. Lord Spuma: www.lorspuma.com
3. Centro de Referência do Artesanato Brasileiro (CRAB): www.centrodoartesanato.com.br
4. Sebrae/RJ: www.sebraerj.com.br
5. Associação das Escolas de Samba Mirins do Rio de Janeiro (AESM-Rio) <http://www.aesmrj.com.br/>
6. Centro de Memória do Carnaval: http://liesa.globo.com/por/15-centromemoria/15-centromemoria_principal.htm

7. Liga Independente das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (Liesa) – www.liesa.com.br

8. Historiador e autor do livro *Carnaval – seis milênios de história*.

9. Associação das Escolas de Samba da Cidade do Rio de Janeiro (AESCRJ): www.aescrj.com.br

10. RIOTUR – Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro: www.rio.rj.gov.br/web/riotur

11. Incubadoras Rio Criativo – Incubadoras de Empreendimentos da Economia Criativa do Estado do Rio de Janeiro – <http://www.riocriativo.rj.gov.br/index.php>

12. Escritório de Apoio à Produção Cultural (EapCult) – <http://www.cultura.rj.gov.br/projeto/escritorio-de-apoio-a-producao-cultural>

13. A AESM-Rio tem no seu quadro de componentes 17 Escolas de Samba Mirins. Porém, uma das agremiações, por conta de dificuldades próprias, ficou impedida de participar da pesquisa quantitativa setorial.

14. Denominação das Escolas de Samba dos Grupos Especial, A e B, que desfilam no Sambódromo, ou dos Grupos C, D e E na Estrada Intendente de Magalhães, em Madureira, que abrigam em suas quadras e barracões as atividades das suas Escolas de Samba Mirim. Inclusive, dando suporte administrativo e financeiro.

15. Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD) – www.ecad.org.br

16. Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI): www.inpi.gov.br

17. *Creative Economy Report 2010*. United Nation 2010, Geneva – Switzerland. Na página 39 deste Relatório é citado o estudo da Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval realizado pelo Núcleo de Estudos de Economia da Cultura (NEEC).

18. A AESM-Rio tem no seu quadro de agremiações 17 Escolas de Samba Mirins. Porém, a Escola Mirim Mel do Futuro, por conta de dificuldades próprias, ficou impedida de participar da pesquisa.

Luiz Carlos Prestes Filho

Especialista em Economia da Cultura.

Coordenou os estudos: Contribuição da Cultura para a Formação do PIB do Rio de Janeiro (1999/2002); Cadeia Produtiva da Economia da Música (2002/2009); Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval (2006/2009); Cadeia Produtiva da Economia do Artesanato (2010/2012).

Camila Soares

Tecnóloga em Cinema pela Universidade Estácio de Sá, MBA em Gestão Empresarial pela FGV e pós-graduação em Gestão do Entretenimento pela ESPM. Presidente da Escola de Samba Mirim Pimpolhos da Grande Rio.

Fala Planejamento, Fala Gestão, Fala Meu Louro!

Luiz Carlos Prestes Filho
Isabel Boechat

“As festas são pontos estratégicos para formular questões sobre a vida social — o que na verdade, elas são mesmo.”

Renata de Castro Menezes¹

“Papagaio louro do bico dourado
Tu falavas tanto,
qual a razão que vives calado.”

Sinhô

As transformações urbanas em andamento dentro do território histórico chamado de Pequena África na cidade do Rio de Janeiro, promovidas pelo projeto Porto Maravilha,² estão, por um lado, modificando os hábitos e as tradições, e, por outro, resgatando o patrimônio material e imaterial nos bairros da Saúde, Gamboa e Santo Cristo; nos Morros da Providência, São Diogo, Livramento, Pinto e Conceição; nas ruas do centro comercial SAARA, onde se realizam atividades das empresas filiadas à Sociedade de Amigos das Adjacências da rua da Alfândega; nas Praças Onze, Tiradentes e da República;

no Catumbi, Estácio, Mangue e no Morro de São Carlos.

Especificamente, no bairro do Santo Cristo, ao lado de sua igreja matriz, encontramos uma prova para essa afirmação: a revitalização do Bloco Carnavalesco Fala Meu Louro, um dos mais antigos do Brasil, que há 22 anos não desfilava.

Como lembra a jornalista Isabel Boechat, atual presidenta do Bloco Fala Meu Louro: “*Apesar de dezenas de anos não haver investimentos públicos no Morro do Pinto, todos nós — seus moradores — carregamos muitas coisas boas que já se eternizaram em nossos corações. O grande pianista e compositor, Ernesto Nazareth, nasceu aqui, na rua Vidal de Negreiros. Hoje ele é celebrado como um dos nomes que forjaram a identidade brasileira, artista que ao falecer deixou 90 tangos, 40 valsas, 20 polcas e muitas outras composições em outros ritmos. Para o Maestro Villa-Lobos, ‘Nazareth é uma verdadeira encarnação da alma brasileira’. Mas são muitos outros os nomes que formam o imaginário do nosso morro, como o Dino Sete Cordas e o Paulo da Portela. O Bloco Fala Meu Louro faz parte deste cenário. Este bloco carnavalesco está intimamente ligado ao nome*

do grande sambista e compositor Sinhô. Seu renascimento em 2012, quem sabe, é o início da retomada da autoestima do próprio Morro do Pinto?”³

A Tia Ciata foi a figura central da Pequena África,⁴ território onde desembarcaram milhões de africanos escravizados, no Cais do Valongo, e onde milhares de negros foram morar após a abolição da escravidão. A riqueza criada pelos novos moradores, juntamente com aqueles negros que ali nasceram — como Machado de Assis, no Morro do Livramento —, formou um legado cultural⁵ que não pode ser desconsiderado. O Prof. Humberto M. Francessi lembra que, “*no final do século XX, um quadrilátero localizado no limite norte da cidade do Rio de Janeiro (daquela época) formou o que veio a se chamar Pequena África, devido à grande concentração de ex-escravos ali surgida logo após a abolição da escravidão*”.

No ano 1990, o Louro desfilou pela última vez no século XX.⁶ O abandono da área portuária, a fuga de grande parte dos moradores da região para bairros com melhor infraestrutura, descaracterizou o Morro do Pinto e diminuiu a força de suas tradições. As diretorias eleitas preservaram a quadra, mas não conseguiram manter a administração e

a mobilização para os desfiles. A instituição perdeu o caráter comunitário e participativo. As mudanças científicas e tecnológicas ocorridas no Carnaval Carioca nos anos 1980, que tem como marco a construção do Sambódromo, foram outro elemento que criou impedimentos intransponíveis para a continuidade.

Foi nesse contexto que a Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Energia, Indústria e Serviços (SEDEIS),⁷ procurado por representantes da comunidade do Morro do Pinto, apresentou a proposta e realizou o seminário de Planejamento Estratégico para a realização de um projeto de retomada das atividades do Grêmio Recreativo Carnavalesco Bloco Fala Meu Louro.

Em um primeiro levantamento da história da localidade, foi identificada uma rica trajetória cultural daquele núcleo urbano que um dia foi chamado de Morro do Nheco. Este está identificado no mapa da cidade, desenhado – especialmente – para a chegada da Família Real Portuguesa ao Brasil em 1808. No entanto, foi em 1875 que se iniciou a ocupação dos terrenos que tinham pertencido ao barão de Mauá. O empresário Antônio Pinto criou um loteamento de seis ruas e quatro travessas, fazendo com que seu sobrenome rebatizasse o local. Dois anos depois, foi criado um novo loteamento, este com vista para a Praia Formosa. Assim, o lugar, passou a se chamar – oficialmente – Vila Formosa, devido ao nome da praia mais próxima. Hoje, no local ficam as ruas Pedro Alves e Santo Cristo. A mudança de nome dessa vez não pegou, e “Morro do Pinto” não saiu mais do gosto popular.

Em 1879, o bairro passou por outras transformações. A Ilha dos Melões, na Praia Formosa, onde hoje fica a Rodoviária Novo Rio, e o Saco dos Alferes foram aterrados, dando origem ao desenho

atual da região. Em 1872, no antigo Largo do Gambá, foi construída a Igreja Santo Cristo dos Milagres, que serviu durante décadas como o principal ponto de acesso ao bairro – o Caminho do Saco dos Alferes (hoje a rua América).

No século XX, depois da construção do elevado 31 de Março (viaduto que une o Catumbi ao bairro do Santo Cristo, passando sobre a Avenida Presidente Vargas), o bairro começou a servir de passagem para a Avenida Brasil e a Ponte Rio-Niterói. O encantamento do ambiente familiar, do isolamento acolhedor, desapareceu.

Toda a região – inclusive o Morro da Providência, que começou a receber moradias populares a partir de 1897 – serviu de palco para a cultura brasileira. As rodas de samba na Pedra do Sal, a Escola de Samba Vizinha Faladeira, as festas de candomblé e de umbanda e a arquitetura original fazem parte desse cenário. Tanto a Mãe de Santo Tia Ciata como o compositor João da Baiana realizavam seus encontros musicais e religiosos por toda a região. “Ao todo, a Pequena África hoje tem 35 terreiros”, afirma o produtor cultural e morador local Peixe.⁸

As palavras de Renata de Castro Menezes, em epígrafe deste texto, estão relacionadas com o que foi exposto. Os grupos de determinadas localidades “*destinam uma enorme energia (tempo, trabalho, dedicação)*”⁹ à realização de suas festas e à estruturação de seus blocos carnavalescos. Essas agremiações e suas festas devem ser valorizadas, pois são estratégicas para o desenvolvimento social e econômico.

O FALA MEU LOURO ESTÁ NA ORIGEM DO CARNAVAL BRASILEIRO

A Marchinha, ritmo que atrai multidões no Carnaval Carioca, foi criada pelo Bloco Fala Meu Louro quando este ainda era

chamado de Atilia Futebol Clube. Foi essa agremiação que gravou a primeira música com o ritmo denominado: marcha. Não existem registros exatos de quando essa primeira marchinha foi criada, mas os estudiosos dizem que foi gravada em 1919. Agora, com certeza, foi o Fala Meu Louro o primeiro bloco a gravar um disco com marchinhas.

O Sinhô, José Barbosa da Silva, que nasceu em 1888, é considerado um dos mais talentosos compositores da primeira fase do samba carioca.¹⁰ Sinhô era uma figura singular: não perdia nenhuma roda de samba na casa da baiana Tia Ciata e lá encontrava com João da Mata, Donga, Hilário Ferreira e Pixinguinha.

Foi em um desses encontros que Sinhô se irritou com Donga. O estopim da confusão foi que, em 1917, Donga, registrou o samba *Pelo telefone*, que Sinhô considerava seu (na casa da Tia Ciata essa obra era entoada com o nome de *O roceiro*). Alguns tomaram partido daqui, outros sambistas tomaram partido de lá, dando início à fase dos sambas inteligentes. As músicas *Fica Calmo que Aparece*, de Donga, *Já te digo*, de Pixinguinha, e *Não és Tão Falado Assim*, de Hilário Ferreira, foram algumas das composições que implicavam com Sinhô. Em *Já te digo*, uma estrofe da letra diz: “*Ele é alto e feio/ e desdentado/ ele fala do mundo inteiro/ e já está avacalhado...*”

Foi justamente a partir dessa implicância que, além de os sambas ganharem esse tom de sátira, Sinhô compôs a canção *Pé de anjo*, com a banda do Fala Meu Louro. A canção deu uma resposta aos outros compositores, mas estava entoada de maneira diferente dos sambas carnavalescos, tendo sido então denominada de marcha. Esse gosto pela sátira chegou a render prisões a Sinhô, quando este realizou, naquela época, brincadeiras com o então presidente Artur Bernardes.

O Atília Futebol Clube começou a ficar conhecido como Fala Meu Louro depois da gravação da canção *Fala Meu Louro*, de autoria de Sinhô com a banda de mesmo nome. Nessa obra, ele satirizava a derrota de Rui Barbosa nas eleições de 1919. Mas, oficialmente, o Louro registrou seu nome atual em 1938, oito anos após a morte de Sinhô, que teve seu funeral descrito de maneira poética por Manuel Bandeira. Em 2010, muitas homenagens foram feitas aos grandes nomes da música brasileira por conta da passagem dos 80 anos da morte de Sinhô.

A letra do samba *Fala Meu Louro*, composta por Sinhô em 1919 e interpretado por Mário Reis, diz o seguinte:

*A Bahia não dá mais coco
para botar na tapioca
Pra fazer o bom mingau
para embrulhar o carioca*

*Papagaio louro do bico dourado
Tu falavas tanto
qual a razão que vives calado*

*Não tenhas medo
coco de respeito
Quem quer se fazer não pode
Quem é bom já nasce feito*

A letra de *O Pé de Anjo*, a primeira marchinha do País, uma composição de Sinhô com música da banda Fala Meu Louro, é mais um marco que não pode deixar de ser destacado:

*Eu tenho uma tesourinha
que corta ouro e marfim
Guardo também pra cortar
as línguas que falam de mim*

*Ó pé de anjo, ó pé de anjo
Ês rezador, és rezador
Tens o pé tão grande
que és capaz de pisar
Nosso Senhor, Nosso Senhor*

*A mulher e a galinha
Um e outro é interesseiro
A galinha pelo milho
E a mulher pelo dinheiro*

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO ORIENTADO PARA RESULTADOS

Para o antigo presidente do Fala Meu Louro, Wilson Carneiro, o bloco e sua quadra estavam, nas últimas décadas, em um beco sem saída. Primeiramente, por conta da incapacidade de organização dos desfiles; depois, por conta da notificação da Prefeitura do Rio de Janeiro com a solicitação da devolução da quadra cedida, faz 30 anos, para que a Guarda Municipal guardasse suas viaturas: “A situação geral da agremiação, sempre foi de grandes dificuldades, pois a quadra sobrevivia somente com os poucos recursos arrecadados a partir do aluguel para festas, cultos religiosos e outros eventos, sempre pagos pelas famílias da comunidade do Morro do Pinto, da Providência e adjacências. O caminho a seguir, nos próximos anos, tem que ser o de valorização de nosso passado, mas pensando nos dias de hoje.”¹¹

O diretor do Centro de Memória do Carnaval da Liga Independente das Escolas de Samba (Liesa), Hiram Araújo, concordou com Carneiro sobre a questão do resgate e fez um relato sobre a História do Carnaval no Rio de Janeiro, que em sua opinião se divide em duas etapas: uma antes e a outra depois de 1932.

Até a década de 1930, lembrou Hiram, quem comandava os blocos e outras agremiações do gênero eram as comunidades: “Interessante, que o carnaval popular se concentrava, exatamente, próximo a esta região portuária – entre a Praça Mauá e a Praça Onze. Nesta parte da cidade moravam as camadas mais pobres que criavam seus blocos, cordões e ranchos. Bem próximo dali, era organi-

zada uma folia mais abastada. Na rua do Ouvidor, no Centro, onde os mais ricos festejavam um carnaval diferente, digamos assim, europeu. Após a década de 1930, houve uma disseminação geográfica do carnaval da Praça Onze para outras regiões, mas com menos quantidade de pessoas. É neste momento que o presidente Getúlio Vargas solicita ao Prefeito do Distrito Federal, Pedro Ernesto, que criasse condições e subsídios para que o carnaval daquela região se fortalecesse por toda cidade, para atrair multidões.”

E continua: “A partir daí, o poder público passou a colaborar com as agremiações, intituladas blocos, bandas e escolas de samba, e desde então – com o dinheiro público – começaram a ganhar forma até se transformarem em gigantes do carnaval brasileiro. Na década de 1980, com o apoio dos banqueiros do Jogo do Bicho, que tinham a intenção de divulgar o jogo e se aproximar das comunidades, dando subsídios às escolas de samba do Grupo Especial, fizeram estas agremiações se transformarem em verdadeiros produtos da Economia da Cultura, capazes de fazer o maior espetáculo popular da terra.”

O pesquisador do carnaval carioca Luiz Carlos Magalhães, sem desejar traçar paralelos técnicos, disse que o projeto de resgate do Fala Meu Louro se assemelhava ao processo pelo qual passou o bloco Boêmios de Irajá: “Aquele grupo festivo se viu falido, mas sua história viva o fez ressurgir com tanta força que, em três anos, passou a ser a maior agremiação de sua região, deixando para trás, em número de desfilantes, os blocos Cacique de Ramos e o Bafo da Onça. O Boêmios de Irajá é hoje uma realidade, o Fala Meu Louro – também – pode se tornar a grande potência da Pequena África. Hiram Araújo está certo em nos remeter

para os ranchos, os cordões, os blocos de fundados antes da década de 1930.”

Como autor do estudo *Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval*, entendo que o potencial econômico e cultural do Morro do Pinto é algo que serve de ponto de apoio para iniciar um novo caminho. Os bairros da Saúde, Gamboa e Santo Cristo quase formam um mesmo bairro. Por essa razão, seus moradores poderiam se unir para aproveitar o momento dos investimentos na região realizados pelo projeto Porto Maravilha. Já que a Prefeitura do Rio de Janeiro vai triplicar a população desses bairros, aqueles que residem hoje nas suas ruas e praças poderiam se preparar para o impacto anunciado. As tradições locais e seus agentes históricos, como o bloco Fala Meu Louro, têm como ser potencializados.

A cultura da Pequena África, passada de pai para filho ao longo de dois séculos, hoje é identificada como algo que pertence a todos os brasileiros. Mas essa cultura – não podemos esquecer – nasceu nesse pedaço de chão e tem nome e endereço certo. O carnaval nasceu na Pequena África, com a primeira escola de samba e o primeiro bloco. Esses marcos fundamentais de nossa identidade devem ser apropriados por seus moradores atuais.

Após 80 anos dos primeiros desfiles de agremiações, que contaram com a criatividade e o trabalho de homens como Donga, Sinhô, Pixinguinha e Ismael Silva, o carnaval do Rio de Janeiro atraiu, no ano 2012, 850 mil turistas, que movimentaram R\$ 1 bilhão, gerando mais de 200 mil empregos ao longo do ano. Essa indústria, que tem a cara e o jeito carioca, tem de valorizar seus fundadores e o berço de seu nascimento. Nesse contexto, o resgate do bloco Fala Meu Louro passa a ser emblemático. O Planejamento Estratégico do bloco, realizado no dia 30 de junho de 2012, foi pensado com base na

visão dos líderes comunitários, artistas locais e daqueles que fazem do carnaval sua vida profissional.

A presidente da Escola de Samba Mirim, Pimpolhos da Grande Rio, Camila Soares, ressaltou que a informação da intenção da Prefeitura Municipal de retomar a posse da quadra é importante para que todos os moradores do Morro do Pinto saiam da “zona de conforto”: *“Temos uma história rica aqui, e ela deve ser resgatada e valorizada. A importância da mobilização científica vem para planejar tecnicamente como crescer; como articular ações; como modificar a situação de abandono de uma das mais importantes agremiações carnavalescas do Brasil. A resposta somente virá depois da reorganização proposta, da definição do planejamento e do encaminhamento de uma gestão orientada para resultados. Todos que estão nas áreas impactadas pelo projeto Porto Maravilha precisam se unir. Definir parcerias e sem medo de arriscar. Ao todo, contando as 12 escolas de samba do Grupo Especial da Cidade do Samba, são 64 barracões de carnaval na zona portuária. Nos próximos anos os executores do projeto Porto Maravilha terão de retirar 52 escolas da região. É uma ameaça? Sim. Mas é – também – uma oportunidade para transformar a infraestrutura do carnaval carioca para melhor. O prefeito Eduardo Paes já concordou com a reivindicação das escolas de samba em construir a Cidade do Samba II, para as 19 escolas reunidas no Grupo de Acesso, e o Planeta do Samba Mirim, para as 17 escolas que levam 25 mil crianças para a Marquês de Sapucaí todos os anos. Isso significa que dentro de três ou quatro anos não teremos mais escolas de samba debaixo de viadutos ou pontes.”*

O cenógrafo e carnavalesco Vinícius Vaitsmann, morador do Morro do Pinto, relatou que a situação cultural da região

é de intervenção pública e empresarial. Os novos projetos estão chegando sem nenhuma consulta aos moradores locais, sem entendimento das tradições locais: *“O Carneiro fez o que pôde para o Louro não morrer. Não conseguiu sozinho. Temos que arregaçar as mangas para sair do isolamento. Não somos contra a instalação do Museu do Amanhã; do Museu de Arte-Rio; da Reserva técnica do Theatro Municipal; do Aquário; dos centros culturais que estão para ser implantados pelo Gringo Cardia, Regina Casé ou Marco Nanini. Mas oficinas de arte instaladas no edifício da antiga fábrica Bhering são exemplo de que podemos – também – realizar projetos inovadores próprios. Não é necessário somente trazer produtores culturais de fora.”*

A presidente da Organização Cultural Remanescentes da Tia Ciata (ORTC), Gracy Mary Moreira, bisneta da Mãe de Santo Tia Ciata, afirmou que estava emocionada com a luta pela revitalização do Fala Meu Louro: *“Muitos sabem que Tia Ciata teve 14 filhos, vários netos e bisnetos, alguns deles se destacaram, outros não, como acontece em várias famílias, e na minha não foi diferente. Posso citar, por exemplo, os netos Ministro da Cuíca e Bucy Moreira. O último, meu pai, nasceu na casa dela por sua determinação, pois tinha previsto que ele seria uma criança de alma elevada, mas teria um problema de saúde que poderia levá-lo à morte. Ela conseguiu salvá-lo e ele – por sua vez – teve o privilégio de viver com ela até sua passagem para o mundo espiritual. Tornou-se músico e compositor, difusor do samba em vários países, um dos fundadores da primeira escola de samba, a Deixa Falar; da Sociedade Brasileira de Autores, Compositores e Escritores de Música (SBACEM); e da Cooperativa Brasileira dos Músicos. No sindicato dos músicos*

meu avô lutou pelos direitos autorais. Por tudo isso, resgatar o Fala Meu Louro é de certa forma resgatar a história de minha família. O Louro de Sinhô, que era Filho de Santo de minha bisavó, não pode continuar calado.”

DEFINIÇÃO DO PLANO DE AÇÃO E SUA EXECUÇÃO

No Seminário de Planejamento Estratégico para definição de um Plano de Ação, foram criados três Grupos de Trabalho (GT) pelos presentes. Esse foi o momento em que se aprofundou o debate técnico:

- GT 1 – negócio; mercado; infraestrutura; capacitação em gestão; comercialização; distribuição; internet; competitividade interna e externa; Economia da Cultura e do Turismo; política tributária; gestão da infraestrutura dos desfiles.
- GT 2 – associativismo e empreendedorismo no Morro do Pinto; inovação e tecnologia no carnaval local; inclusão social; aumento de renda; condições empresariais; marcas e patentes; políticas públicas (incentivos, editais e programas); compra coletiva; técnicas (conhecimento, tradição, saber, ferramentas); agregação de valor, adequação ao público-alvo; novos equipamentos; logística.
- GT 3 – matérias-primas; soluções financeiras; direito autoral do bloco Fala Meu Louro; geração de resíduos; reciclagem (pet, demolição, resíduo industrial etc.); crédito; programas de incentivo ao crédito; exportação de serviços do carnaval; marca coletiva e das escolas de samba; compositores, intérpretes, arranjadores e músicos; produção fonográfica e audiovisual; coreografia; dança.

Após a reunião dos GTs, foram definidas as seguintes prioridades a serem realizadas – nos anos 2012, 2013 e 2014 – para que o bloco Fala Meu Louro volte à plena atividade:

2012

- Criação da logomarca definitiva do bloco.
- Aprovação na Prefeitura do Rio de Janeiro da posse definitiva da quadra, impedindo que a Guarda Municipal transforme o local em depósito de viaturas.
- Criação da Velha Guarda Fala Meu Louro.
- Formação de nova diretoria.
- Renovação do livro de atas.
- Formação de novo conselho diretor do bloco.
- Elaboração do perfil de gerenciamento do bloco.
- Identificação de possíveis parcerias para geração de renda da instituição. Foram citadas as empresas envolvidas no projeto Porto Maravilha; as escolas de samba do Grupo Especial; a Cidade do Samba; comerciantes locais; Vila Olímpica da Gamboa; outros patrocinadores do carnaval carioca.
- Criação de um calendário de eventos: feijoadas, rodas de samba, ensaios, concursos, exposições, festivais de chope, festival do sorvete.

- Divulgação do bloco Fala Meu Louro: criação de uma *fan page* no Facebook; utilização de camisas, carros de som, faixas, rádios, jornais e internet em geral.

2013

- Criação de atividades socioculturais: oficinas de percussão, arte, dança, cenografia, fotografia, teatro, grafite, serigrafia e outras que a comunidade pode oferecer.
- Resgate da história do Fala Meu Louro para a produção de um livro com textos e fotografias.
- Geração de receita de arrecadação financeira e de arrecadação de materiais para as oficinas e para o bloco, especialmente em parceria com os comerciantes locais e outros.

- Criação de parcerias com outros blocos, bandas e associações culturais.

2014

- Criação do projeto cultural Ernesto Nazareth, para valorizar a vida e a obra do compositor, nascido no Morro do Pinto.
- Criação de parceria com a mídia em geral e com lideranças da mídia, como Grigo Cardia, Marco Nanini e Regina Cazé, que estão implantando projeto cultural na Zona Portuária.
- Encaminhamento de documentação para obtenção do título oficial do mérito cultural do bloco.
- Encaminhamento de documentação para obtenção do título oficial de utilidade pública do bloco.
- Reforma estrutural da quadra.
- Aquisição de novos instrumentos musicais.
- Estruturação do Plano de Marketing do bloco e sua aplicação.

Após a apresentação das prioridades elencadas, foram criados quatro comitês e indicados os respectivos responsáveis na implementação dessas prioridades:

Comitê de Infraestrutura: responsável pela eleição da nova diretoria; redação de um novo estatuto; manutenção da infraestrutura; encaminhamentos administrativos. Responsáveis pelo grupo: Vinícius Vaitsmann e Wilson Carneiro.

Comitê de Marketing: responsável pelo resgate da imagem do Fala Meu Louro, com a criação da logo-marca definitiva; divulgação e criação de *blog* e *fan page* no Facebook. Responsáveis pelo grupo: Adriana Lessa e Thiago Rodrigues.

Comitê de Capacitação: responsável pela capacitação de recursos humanos; captação de apoio financeiro junto à comunidade; realização de oficinas e eventos para geração de receita. Res-

Bhering, fábrica de morar e fazer

Marcado desde o início do desenvolvimento da cidade por sua ocupação popular, os bairros da zona portuária abrigavam, além dos trabalhadores do cais e das fábricas e armazéns, inúmeros equipamentos urbanos indesejáveis, porém necessários para a cidade.

Com as obras viárias realizadas a partir da metade do século XX, esses bairros ficaram isolados do porto.

A exemplo de várias outras cidades no mundo hoje, há uma preocupação em revitalizar a área portuária da cidade do Rio de Janeiro. Inúmeros projetos tratando desse assunto vêm sendo apresentados e discutidos.

É nesse contexto de reconhecimento da importância dos bairros da zona portuária e de todos os elementos que os caracterizam, além do reconhecimento das inúmeras carências e necessidades da população que vive nesse local, que se apresenta a necessidade de um projeto de caráter social na fábrica Bhering. Algo que também poderia ser realizado na quadra do Bloco Fala Meu Louro, que fica a menos de 1 km do local.

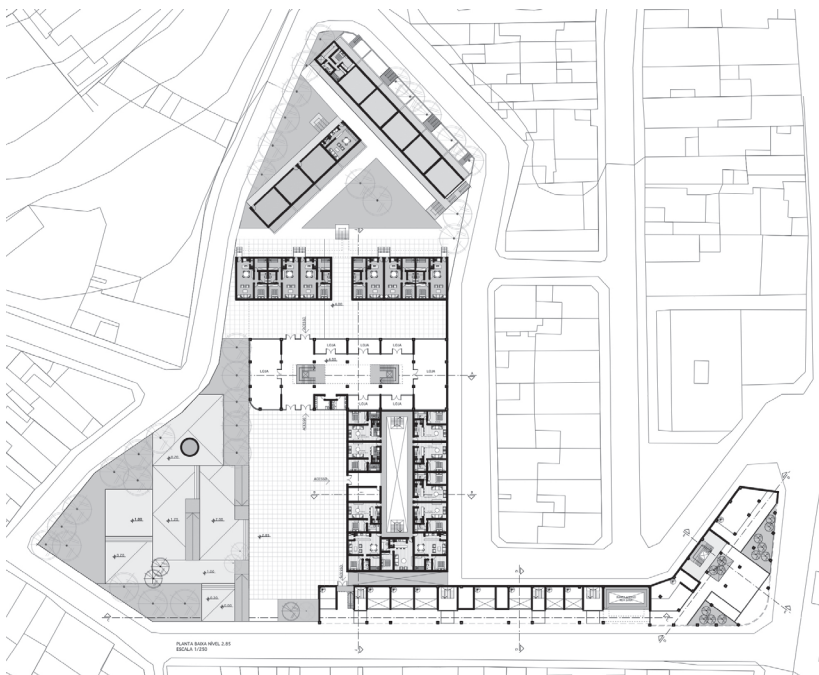
A antiga fábrica de chocolates Bhering é um marco no bairro do Santo Cristo. Inserida em sua paisagem desde o início do século XIX, a fábrica, que exalava um delicioso cheiro de cacau pelo bairro, hoje está desativada e extremamente mal conservada. Apesar das péssimas condições atuais, as características originais ainda podem ser recuperadas.

A importância dessa preservação acontece tanto pelo valor arquitetônico e estético quanto pelo valor histórico, cultural e social. Valor arquitetônico e estético por se tratar de belos exemplares da arquitetura industrial do início do século XIX, em contraste com a arquitetura moderna brasileira, reconhecida e admirada no mundo inteiro. Dois belos exemplares arquitetônicos completamente distintos, mas que convivem harmoniosamente lado a lado.

Valor histórico porque representa uma época específica da cidade do Rio de Janeiro, quando a cidade se expandia e várias fábricas foram instaladas na região portuária.

E, finalmente, valor social e cultural, na medida em que faz parte da história do bairro de Santo Cristo, sendo ponto de referência dos moradores desse lugar, que, apesar do enorme desenvolvimento que teve a cidade, conserva suas características originais.

A fábrica Bhering, abandonada e isolada por altíssimos muros, ocupa uma área enorme de



contexto urbano residencial e se transforma em obstáculo para a vida social da população.

O objetivo do projeto é transformar essa barreira em ponto de encontro, criando um novo uso que venha a também suprir as carências da população local.

Por isso, proponho um centro social e de habitação.

Um centro social que concentre as inúmeras atividades comerciais e de serviço desenvolvidas pela população local, que não tem lugar apropriado para trabalhar. O que vem acontecendo espontaneamente desde a ocupação da fábrica Bhering por ateliês de artes plásticas.

Já em relação à habitação, é possível ter uma arquitetura de qualidade que ao mesmo tempo preserve a história da cidade.

O projeto segue uma teoria de restauro moderna, defendida pelo italiano Cesare Brandi, que advoga pela preservação da obra tanto quanto possível, mas nunca por sua reconstrução, ou seja, o exterior será mantido em sua parte interessante, uma vez que sua leitura original não está prejudicada e o interior e a fachada sem importância arquitetônica serão modificados para atender ao novo uso.

Trata-se, na verdade, de um projeto de reciclagem, e seguindo o pensamento de Brandi, essa intervenção será uma arquitetura atual que em nenhum momento tente copiar ou interferir na leitura dos edifícios originais.

Marcia Veiga Lima
Arquiteta

ponsáveis pelo grupo: Rafael Lemos e Gabriel Barros.

Comitê de Políticas Públicas: responsável pela realização de contatos da comunidade e bloco com o poder público, associações, concessionárias e autarquias. Responsável pelo grupo: Isabel Boechat.

CONCLUSÕES

Para o êxito das atividades do seminário, foi fundamental a presença dos moradores e de ex-moradores do Morro do Pinto e adjacências, bem como de profissionais do carnaval carioca, tanto de gestores e trabalhadores quanto de divulgadores e pesquisadores. Após seis meses transcorridos do evento, verificamos que a maior parte das prioridades apontadas para realização em 2012 foram realizadas pelos membros dos GTs do Fala Meu Louro. Elencamos a seguir os resultados das ações realizadas:

1. Eleição de nova diretoria do bloco e criação do Conselho Diretor.
2. Criação da logomarca definitiva do bloco.
3. Aprovação, junto ao Governo Municipal, ainda não documentada, da posse da quadra.
4. Renovação do livro de atas.
5. Conquista do direito de desfilar na Avenida Rio Branco em 2013, com o apoio de recursos financeiros da Prefeitura.
6. Realização de seis rodas de samba.
7. Criação de *fan page* do Fala Meu Louro no Facebook.
8. Estabelecimento de parceria com a empresa Novo Porto para criação da bateria.
9. Criação da Velha Guarda do bloco.
10. Pintura e limpeza da quadra abandonada.

Esses resultados demonstram que, ao longo dos últimos meses, a nova diretoria do bloco cumpriu a agenda de trabalho

definida para 2012, demonstrando capacidade para fazer de 2013 o ano de sedimentação da retomada. Fica claro que não está em andamento um processo de tentativa. O Fala Meu Louro já voltou a cantar.

PARTICIPANTES DO SEMINÁRIO

Participantes do GT1: Adriana Lessa, *designer* de moda e produtora cultural; Camila Soares, tecnóloga em cinema, com MBA em Gestão Empresarial (FGV), pós-Graduação em Gestão do Entretenimento (ESPM) e presidente da Escola de Samba Pimpolhos da Grande Rio; Luiz Carlos Magalhães, escritor e pesquisador do carnaval e colunista de rádio; Bruno Souza, mototaxista; Angela Silva, aposentada; Raquel Idelfonso, professora; Júlia Vidal, *designer* de moda e empresária; Antônio Oliveira, aposentado; Camila Boechat, estilista; Keith Ribeiro, administradora.

Participantes do GT2: Paulo Brück, economista; Vinícius Vaitsmann, cenógrafo e carnavalesco; Gabriel Barros, artista plástico; Rebeca Idelfonso, fisioterapeuta; Luiz Gentil, aposentado; Sueli Azevedo, aposentada e pesquisadora; Nilson Nogueira, servidor público; Hiran Barcala, estudante; Luna Silva, produtora cultural.

Participantes do GT3: Wilson Carneiro, aposentado; Sandro Rodrigues, historiador; Marlene Moura, aposentada; Sueli Domingues, aposentada e escritora; Gracy Mary Moreira, produtora cultural; Alessandra Santiago, estilista e figurinista; Jefferson Rodrigues, universitário de engenharia; Wilson Carneiro Junior, universitário; Livia Dias, artista; Renata Fontes Freire, museóloga e compositora.

Coordenação Geral do Seminário de Planejamento Estratégico da Agremiação Bloco Carnavalesco Fala Meu Louro: Luiz Carlos Prestes Filho

Convidado Especial: Hiram Araújo

Grupo Técnico de Apoio: Camila Soares, Renata Fontes Freire, Paulo Brück, Luna Silva, Júlia Vidal e Livia Diniz

Registro Técnico: Isabel Boechat

Produção: Adriana Lessa, Vinícius Vaitsmann e Wilson Carneiro

NOTAS

1. MENEZES, Renata de C. *Festa como perspectiva em perspectiva*. Rio de Janeiro: Garamond, 2012.
2. ANDREATTA, Verena (Org.). *Porto Maravilha*: Rio de Janeiro + 6 casos de revitalização portuária. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2012.
3. Boechat, Isabel. *Seminário de Planejamento Estratégico do Fala Meu Louro*. Rio de Janeiro: NEEC, 2012.
4. MOURA, Roberto. *A Pequena África e a Tia Ciata*. Rio de Janeiro, 1995. (Coleção Biblioteca Carioca.)
5. Teixeira, Milton Mendonça. *Inteligência Empresarial*, Rio de Janeiro: n. 35, 2011.
6. Carneiro, Wilson. *Seminário de Planejamento Estratégico do Fala Meu Louro*. Rio de Janeiro: NEEC, 2012.
7. A Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Energia, Indústria e Serviços (SEDEIS) realizou o estudo "Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval" entre os anos 2006 e 2009.
8. Depoimento ao autor. Rio de Janeiro, 2012.
9. MENEZES, Renata de C. *Festa como perspectiva em perspectiva*. Rio de Janeiro: Garamond, 2012, p. 65.
10. Sinhô. *Coleção Folha de S. Paulo*. Projeto Raízes da Música Popular Brasileira, 2010.
11. Carneiro, Wilson. *Seminário de Planejamento Estratégico do Fala Meu Louro*. Rio de Janeiro: NEEC, 2012.

Luiz Carlos Prestes Filho

Especialista em Economia da Cultura.

Coordenou os estudos: Contribuição da Cultura para a Formação do PIB do Rio de Janeiro (1999/2002); Cadeia Produtiva da Economia da Música (2002/2009); Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval (2006/2009); Cadeia Produtiva da Economia do Artesanato (2010/2012).

Isabel Boechat

Jornalista e presidente do Bloco Fala meu Louro.

Escola de Carnaval

Futuro do carnaval

Camila Soares

“O samba, o sambista, o carioca e, em sucessão, a favela e a escola de samba são retirados do limbo e projetados pelos intelectuais para os refletores do prestígio (...). O prestígio do espetáculo da escola de samba e o afã de se aproximar do povo humilde – em seu momento de esplendor – geraram uma progressiva entrada das classes abastadas e da indústria cultural no mundo do desfile.”¹

Carlos Lessa

O texto que apresentamos foi elaborado a partir das atividades planejadas para a estruturação da Viabilidade Econômica e Social da Escola de Carnaval do Rio de Janeiro, projeto incentivado, pessoalmente, pelo prefeito Eduardo Paes e desenvolvido pela Escola de Samba Mirim Pimpolhos da Grande Rio, em parceria com a Organização dos Estados Ibero-Americanos (OEI) e com todas as agremiações do carnaval carioca: Liga Independente das Escolas de Samba (Liesa), Liga das Escolas de Acesso (LIERJ), Associação das Escolas de Samba da Cidade do Rio de Janeiro (AESCRJ) e Associação das Escolas de Samba Mirins (AESM-Rio). Contamos nesse processo com o apoio institucional da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Energia, Indústria e Serviços do Rio de Janeiro (SEDEIS), por meio da Assessoria para o Desenvolvimento da Indústria Cultural da Subsecretaria de Comércio e Serviços, que, através de políticas públicas, realizou encaminhamentos fundamentais para o sucesso da iniciativa. A Secretaria Municipal de Ciência, Tecnologia e Inovação completa esse quadro de instituições,

particularmente com a introdução e o desenvolvimento do tema Pesquisa & Desenvolvimento. Como todo projeto do Carnaval Carioca, a Escola de Carnaval também tem sua madrinha, a atriz Cléo Pires.

O esclarecimento se faz necessário porque o projeto Escola de Carnaval foi idealizado para ampliar e fomentar a cultura carnavalesca, realizando, elaborando e angariando ações educativas de cunho cultural que garantam a sustentabilidade e a inserção dos agentes setoriais no mercado de trabalho; e também para ser uma ponte entre o carnaval e diversas pessoas e instituições, principalmente do mundo acadêmico, que sempre tiveram interesse em entrar em contato com esse universo. As transformações que estão em andamento na cidade do Rio de Janeiro criaram um ambiente positivo para seu encaminhamento. Com a construção da Cidade do Samba II (para as 19 escolas de acesso da série “A” que desfilam no Sambódromo) e a construção do Planeta do Samba Mirim (para as 17 escolas mirins, que também desfilam na Sapucaí), o Carnaval Carioca

resolve definitivamente seu problema de infraestrutura. Nenhuma escola de samba que passa pela mais importante passarela do samba do País terá mais de construir seu carro alegórico debaixo de um viaduto, ou realizar suas atividades de ensaios e de produção de fantasias em ambientes improvisados e insalubres. Nesse contexto, o projeto em andamento junto ao Ministério dos Esportes e da Prefeitura do Rio de Janeiro, para criação da Cidade do Samba das 37 escolas de acesso que desfilam em Madureira, completa o quadro de ações proativas dos governos municipal, estadual e federal de valorização da Economia do Carnaval. Dessa maneira, o evento de Momo passa a ser alçado e equiparado em importância à Copa do Mundo de Futebol (2014) e aos Jogos Olímpicos (2016).

Segundo o presidente da Liga Independente das Escolas de Samba (Liesa), Jorge Castanheira, é de fundamental importância a criação de um espaço que pense a gestão do carnaval: *“Neste momento, estamos inserindo os trabalhadores do Carnaval no contexto do Microempreendedor Individual.”*² Esta iniciativa vem para tirar da informalidade centenas de marceneiros, serralheiros, costureiras, bordadeiras, chapeleiros e outros profissionais que, com suas mãos, criam o Maior Espetáculo da Terra – O Carnaval do Rio. E, nesse movimento de formalização de diversos profissionais, nada mais natural do que querermos também qualificá-los, inclusive os profissionais da área de gestão.³

Para o presidente da Associação das Escolas de Samba da Cidade do Rio de Janeiro (AESCRJ), Moisés Fernandes, *“a promoção da troca de conhecimentos especializados e o fortalecimento das melhores práticas culturais é importante para a realização das atividades carnavalescas nas mais diversas instituições.”*

Essas observações têm relação direta com a visão do economista Carlos Lessa, que vê o Carnaval *“como um grande empregador urbano com relevância sociocultural inestimável”*.⁴

Portanto, a Escola de Carnaval vem para, de maneira objetiva, melhorar as já tradicionais práticas culturais e potencializar a capacidade do setor cultural local e regional, por meio de cursos, oficinas, debates, seminários, estágios, parcerias e intercâmbios nacionais e internacionais.

O carnaval brasileiro está inserido no contexto da indústria cultural brasileira e internacional. Em todo País o evento movimenta sozinho mais de R\$ 2,7 bilhões por ano. Em 2012, apenas a cidade do Rio de Janeiro recebeu mais de 850 mil turistas, que vieram festejar e conhecer o carnaval, movimentando na capital mais de R\$ 1 bilhão. Essa indústria, de acordo com pesquisa do Ministério do Trabalho, gera – ao longo de todo o ano – emprego e renda para quase 250 mil pessoas. Infelizmente, essa massa de trabalhadores e gestores executa suas atividades em condições precárias. A Cidade do Samba, inaugurada em 2006 no coração do território conhecido popularmente como Pequena África, na Zona Portuária do Rio de Janeiro, não foi contemplada com um Plano de Gestão Empresarial estruturado. Foi por meio da prática dos últimos seis anos que a Liesa chegou a denominadores que permitiram êxito para as atividades-fins.

A Escola de Carnaval, portanto, pretende dar consistência às transformações que estão em andamento e oferecer uma base qualificada de profissionais para que o planejamento do carnaval do Rio seja tão eficiente e profissional como o planejamento e a gestão que outras grandes empresas da área cultural, existentes na Cidade Maravilhosa, realizam: Central

de Produção da TV Globo; Núcleo de Produção de Novelas da TV Record; Rock in Rio; gráficas e editoras Ediouro, Objetiva, Rocco, Record, Civilização Brasileira; também as gravadoras, como Biscoito Fino; e as multinacionais Sony/BMG, Warner, ou Universal.

O tributarista Moacyr de Oliveira Araújo lembra que são diversos os setores que ganham com o carnaval. A arrecadação de impostos aumenta consideravelmente em consequência dessa festa. O ICMS arrecadado com a venda de cerveja e água, o ISS arrecadado de hotéis, o aumento da venda de passagens de navios, aviões e ônibus, além da arrecadação das emissoras de televisão, são apenas alguns exemplos: *“O carnaval traz lucro, e todos estão ganhando muito com ele, mas justamente aqueles que fazem o carnaval estão ganhando pouco. Precisamos investir na estrutura do carnaval e na valorização daqueles que o produzem, para que possam continuar contribuindo, e cada vez mais, para o desenvolvimento econômico local e, consequentemente, para o nacional.”*⁵

Ainda de acordo com o tributarista, faz-se necessário aproximar os interesses da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro, da Federação do Comércio do Estado do Rio de Janeiro, da Associação Comercial do Rio de Janeiro e dos respectivos sindicatos patronais com as associações que representam as Escolas de Samba, blocos e bandas carnavalescas. *“O potencial desta sinergia ainda não foi mensurado. Apenas esta iniciativa já justificaria a criação da Escola de Carnaval,”*⁶ concluiu.

IMPORTÂNCIA CULTURAL, INTEGRAÇÃO E CONTINUIDADE
“Para o mundo Ibero-americano, o Carnaval é um evento que fortalece a di-

versidade cultural. Na América Latina, o Carnaval tem muitas faces: as murgas no Uruguai e na Argentina, os desfiles de Barranquilla e as Escolas de Samba no Rio de Janeiro. Pensamos o Carnaval através das tradições de cada país e dos recursos disponíveis para cada comunidade que o realiza. No contexto da arte, da criatividade e especificamente da arte-educação, a Escola de Carnaval pode oferecer oportunidade para a integração Ibero-americana⁷", opina Claudia Castro, representante da OEI.

Esse destaque dá a dimensão da responsabilidade do projeto apresentado, que pretende ser uma plataforma para as trocas científicas, tecnológicas, culturais, artísticas e mercadológicas, para o carnaval carioca e da América Latina, em um primeiro momento, e para o mundo ibero-americano, que chega até a África, através de países como Angola e Moçambique, por exemplo, em um segundo momento.

Nesse contexto, é interessante a observação do presidente da Liga das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (LIERJ), Déo Pessoa, que acredita que a Escola de Carnaval, ao ser criada, deveria fazer surgir novos sambistas e gestores de carnaval. *"Hoje, não existe um espaço acadêmico destinado a estudar o sistema econômico e social que fez surgir centenas de sambistas que fazem os carnavais do Rio e do Brasil. A Escola de Carnaval será, além de tudo, um centro de estudos que trará respostas a questões que não foram respondidas nos últimos anos"*,⁸ revela. Essa situação é a mesma em muitos países periféricos, que não têm na indústria cultural local a centralidade que têm as indústrias de extração mineral, agropecuária, metalurgia, naval, petróleo, gás e metalmeccânica.

O economista Carlos Lessa, a esse respeito, lembra que a realização de um

espetáculo do porte do carnaval carioca, além de ser um elemento de estruturação da vida urbana, traz prestígio internacional para a cidade. Desde sua origem, no início do século passado, até os dias de hoje, as Escolas de Samba cresceram em número e tamanho, ao ponto de o poder público não só reconhecê-las oficialmente, como, paulatinamente, ao longo da história, dar cada vez mais suporte e apoio para esse serviço sociocultural prestado à cidade e ao País.⁹

"O carnaval, no formato de desfile das Escolas de Samba, nasceu na cidade do Rio de Janeiro. Hoje, são cerca de 900 eventos de carnaval neste formato fora das fronteiras do Brasil: no Japão, na França, Alemanha, Inglaterra, Estados Unidos, Portugal e até mesmo na China, onde já existe uma Escola de Samba em Pequim. Se a expertise é nossa, temos que agregar valor a ela, emitir não somente sua certidão de nascimento, mas também seu documento de identidade, ou seja, trazer retorno econômico e cultural para a cidade que é o berço da festa",¹⁰ explicou o ex-Reitor da UFRJ.

O Engenheiro de Produção Carlos Frederico Barros concorda, destacando que a Escola de Carnaval tem relação direta com a vocação local: *"Assim como instituições públicas e privadas investiram na retomada da indústria naval, com sucesso, e neste momento estão investindo na economia do petróleo e gás, a Escola de Carnaval, após sua criação, poderá fortalecer a imagem inovadora do estado do Rio de Janeiro no território da Economia da Cultura"*.¹¹

Mas existem muitas dificuldades institucionais a serem vencidas, como aquelas citadas por Kátia de Marco, presidente da Associação Brasileira de Gestão Cultural (ABGC), pois a criação da Escola de Carnaval é uma continuidade natural do processo que se iniciou com a criação

do Curso de Gestão Cultural da Universidade Candido Mendes: *"Nos anos 1980 e 1990, a Economia da Cultura despontou na cidade do Rio de Janeiro e demandou das universidades profissionais para a gestão de empresas audiovisuais, gravadoras, editoras, teatros, indústrias de espetáculos, dentre outras. Mas, nas universidades, continuavam se formando profissionais para as indústrias tradicionais. O Curso de Gestão Cultural provou que existem particularidades na formação daqueles que trabalham com o capital simbólico. Portanto, a Escola de Carnaval se justifica da mesma maneira: ela vem formar especialistas setoriais"*,¹² revelou.

DESAFIOS E PERSPECTIVAS PARA O CARNAVAL

O economista Mauro Osório, em seus estudos sobre o Rio de Janeiro, identificou que a indústria do entretenimento local justifica uma maior valorização de seu estudo dentro de universidades e centros de pesquisa: *"Tanto a FINEP (Financiadora de Estudos e Pesquisas) como a FAPERJ (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro) apresentam editais regularmente para atender às demandas das empresas da área da Economia Criativa. Mas poucos especialistas se habilitam para os mesmos, e quando se habilitam realizam estudos não aplicados. A Escola de Carnaval pode ser um dos caminhos para a solução deste quadro."*¹³

Por isso trouxemos a experiência da Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro (ESPM-RJ) para as atividades de criação do Projeto de Viabilidade Econômica da Escola de Carnaval, pois as atividades desenvolvidas pelo diretor dos Cursos de Administração e Relações Internacionais e chefe da área de Marketing da

Depoimento: A minha Escola de Carnaval

A história da família Ribeiro dos Santos no carnaval do Rio de Janeiro começou por conta de nossa vontade de diversão, de participação direta em uma festa popular. Assim, minha mãe, Iara Penha, meu pai, Paulo César, minha tia Ilda, minha irmã Paula e minha prima Cinthya chegamos até a Escola de Samba Mirim Pimpolhos da Grande Rio, localizada em nossa cidade, Duque de Caxias. Foi nessa escola que nos qualificamos em produção, gestão, criatividade e arte carnavalesca. Esta agremiação, a meu ver, tem todas as qualidades para criar uma Escola de Carnaval para formar especialistas setoriais.

Comecei na Pimpolhos como intérprete; minha irmã, como passista; e minha prima, desfilando no carro abre-alas. Nós que definimos nossas escolhas. Isso foi possível porque em minha família sempre tivemos estímulos para a arte, a cultura e a educação. Na Pimpolhos, também, nossos sonhos receberam abrigo.

Minha irmã, no segundo ano, foi coroada Rainha de Bateria e isso fez com que toda a família se envolvesse ainda mais com o carnaval. Nesse momento, minha tia mergulhou de cabeça na Pimpolhos e passou a colaborar com as atividades de relações públicas da instituição.

Os anos foram passando e, sem percebermos, já estávamos criando e produzindo carnaval. Ganhamos bolsas de dança e de inglês, que ainda cursamos. Após quatro anos, minha irmã passou o trono de rainha e começamos a ir para a avenida por meio da dança clássica. Fizemos parte da Comissão de Frente e desfilamos no carro coreografado pela professora Adriana Miranda. Hoje eu sou bailarina.

No ano passado, não pude desfilar por ter ultrapassado o limite de idade permitido nas escolas mirins, mas trabalhei para a minha escola na avenida. Minha irmã participou, como adrecista, da equipe da Comissão Artística da Pimpolhos, coordenada pela Lívia Diniz.

Este ano, focando meus objetivos profissionais, decidi estudar Produção Cultural, algo que já fazia com minha tia e amigos, só que de forma amadora. Em uma conversa na direção da Pimpolhos, comentei o tema. Fui encaminhada para o setor de produção, coordenado por Luna Leal. Dessa maneira, comecei a fazer parte do Projeto Escola de Carnaval 2013.

Neste momento, estou trabalhando no carnaval com produção, por um lado, e, por outro, fui escolhida para ser a responsável pela ala de *hip-hop*, realizada pela Cia. Element'os. O coreógrafo Renato Nonato tem sido um grande parceiro nesse projeto.

Concluí a FAETEC e aguardo o resultado do vestibular para Produção Cultural. Minha irmã continua na equipe da Comissão Artística da escola e manifestou o interesse em cursar moda. Minha prima, que hoje fala inglês fluentemente, trabalha em um *hostel* em Ipanema e participa do projeto turístico da Pimpolhos: Carnaval Experience. Minha tia continua promovendo arte em Duque de Caxias e desenvolvendo atividades no campo das relações públicas.

Sinto que meu pai e minha mãe estão felizes. Eles acompanham e apoiam nossas trajetórias. Independentemente da situação financeira, condições de moradia, dificuldades de transporte, crescemos e nos profissionalizamos no carnaval. Tomara que os futuros alunos dos cursos da Escola de Carnaval, que está sendo projetada por uma equipe coordenada pela Camila Soares, tenham a possibilidade de juntar teoria e prática. Eu vim da prática, mas cada vez mais sinto que sem teoria, sem profundos estudos científicos, não serei uma profissional completa.

Kirce Ribeiro dos Santos Lima

Formada pela FAETEC; bailarina e assistente de Produção Cultural da Pimpolhos da Grande Rio.

ESPM-RJ, Marcelo Guedes, apontam que o trabalho realizado nos últimos anos no campo da Economia do Carnaval, pesquisas qualitativas e quantitativas, será aprofundado com a criação da Escola de Carnaval. Em sua opinião, *“a possibilidade de focar cada vez mais o tema pode permitir o aprofundamento do conhecimento teórico, o reconhecimento da expertise carioca e a melhoria do desempenho econômico*

e financeiro dos principais agentes que realizam o espetáculo”.

O empresário Alexandre Agra acredita que a Escola de Carnaval faça parte do processo natural de desenvolvimento científico e tecnológico da festa. Segundo ele, a internet permite o alargamento das fronteiras para os que produzem, participam e consomem o carnaval: *“O mundo digital já está entre nós, com todas as suas ferramentas: smartphones,*

tablets e diversos outros aparelhos que promovem a convergência de todas as mídias. Como disse o historiador Hiram Araújo, carnaval de um ano para o outro nunca foi o mesmo. Sempre houve inovações no seu conteúdo e na sua forma. O Sambódromo e a Cidade do Samba provam esta afirmação. Uma Escola de Samba de 1935 tinha apenas 100 componentes. Uma dos dias atuais pode chegar a ter 5 mil pessoas desfilando. A

tecnologia pode ajudar a racionalizar os gastos e colaborar para promover a criatividade."¹⁴

No início do texto, esclarecemos que o Carnaval Carioca enfrenta o desafio de realizar a construção de novos espaços para solucionar os problemas de infraestrutura das Escolas de Samba dos Grupos A, B, C, D e E, e das Escolas Mirins. Porém, para Moisés Fernandes, presidente da AESCRJ, uma meta que poderia ser estabelecida seria o fortalecimento da gestão das próprias associações que reúnem as cerca de 90 escolas de samba existentes. A Escola de Carnaval pode criar uma estrutura que possa vir a amparar melhor essas entidades que são responsáveis pelo carnaval.

Dentre as diversas demandas apresentadas pelo carnaval, entretanto, a formação de gestores profissionais que saibam lidar com os múltiplos desafios atualmente apresentados pelo carnaval, preparados para buscar soluções a curto prazo, foi a mais premente.

A seguir, alguns pontos que justificam a criação da Escola de Carnaval:

1. A cidade do Rio de Janeiro é um grande polo da Economia Criativa e da Economia do Carnaval no Brasil.
2. O Carnaval do Rio, que em 2012 levou para a cidade 850 mil turistas e movimentou cerca de R\$ 1 bilhão, deve potencializar sua *expertise* para a realização de grandes eventos.
3. Os quase 250 mil trabalhadores que desenvolvem atividades profissionais com o carnaval carioca ao longo do ano devem ser qualificados e adequados às novas tecnológicas para poderem continuar inseridos nessa rede.
4. A infraestrutura do carnaval hoje existente – Cidade do Samba e Sambódromo – demanda profissionais em gestão de entretenimento.

OBJETIVOS

*"Estamos apostando na nossa visão. Preferimos fazer isso a fabricar produtos iguais aos outros. Vamos deixar outras empresas fazerem isso. Para nós, o objetivo é sempre o próximo sonho."*¹⁵

Steve Jobs

O objetivo da Escola de Carnaval será o de formar profissionais que estejam aptos a trabalhar para a indústria do entretenimento, sobretudo na própria indústria do carnaval. Entendemos que devemos trabalhar para que haja sustentabilidade cultural, incorporando temas como: tradição, memória, inovação e transferência intergeracional. Os profissionais formados pela Escola de Carnaval serão capazes de gerar essa sustentabilidade, contribuindo para a institucionalização e a sistematização dos processos e procedimentos artístico-gerenciais do carnaval, inclusive em sua vertente de pesquisa e desenvolvimento.

De acordo com o Vice-Presidente da AESCRJ, Sandro Avelar, hoje a gestão das agremiações se baseia em dogmas construídos sem a preocupação com uma gestão profissional, impedindo que surjam o empreendedorismo e o trabalho de equipe atualmente necessário. O professor e pesquisador especialista em Economia da Cultura Luiz Carlos Prestes Filho, Vice-presidente Cultural da AESCRJ, também entende que o comprometimento com o aperfeiçoamento da gestão por meio do estudo é uma necessidade urgente. *"É assim que poderemos resolver muitas questões, como a da compra coletiva das Escolas de Samba, que podem economizar dessa forma, a das cartas de crédito, que acabam comprometendo os orçamentos dos anos seguintes das agremiações,*

e os planejamentos de investimentos individuais das escolas, que devem trazer a melhoria em todas as áreas",¹⁶ explicou.

Com suas pesquisas, o professor também demonstra que as condições acadêmicas para a criação da Escola de Carnaval na cidade do Rio de Janeiro são as mais amplas: *"O Rio tem a maior concentração de Universidades e centros de pesquisa do Brasil. Os recursos humanos estão à disposição e devem ser mobilizados através de programas e projetos específicos. O Carnaval não é uma rede empresarial e social em formação. Esta rede já está formada e precisa ser identificada mais detalhadamente. No estudo Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval,"*¹⁷ iniciamos esse trabalho. Mas, devo reconhecer, ele foi uma continuidade do trabalho visionário realizado no final dos anos 1990 no Instituto de Economia da UFRJ pelo professor Carlos Lessa", completou.

A Escola de Carnaval pretende, assim, formar profissionais que atuem diretamente solucionando problemas crônicos do carnaval e mudando sua imagem perante a sociedade civil, dando credibilidade e legitimidade ao samba e a sua história. Profissionais que sejam capazes de levar o carnaval a um novo patamar, reconhecido por todos como de vital importância para a cultura e para a economia brasileira.

A Escola de Carnaval promoverá, além disso, a renovação de profissionais que trabalhem exclusivamente com o carnaval, formando gestores de agremiações, de quadras, de fantasias, de bateria etc. que façam a manutenção dos saberes tradicionais e gerem a continuidade dessa indústria cultural.

A seguir, os macro e micro-objetivos da Escola de Carnaval.

Macro-objetivos

1. Dotar a cidade do Rio de Janeiro de um centro de formação de gestores do Carnaval e de um Centro de Pesquisa e Desenvolvimento setorial.
2. Potencializar a *expertise* em práticas carnavalescas nacional e internacionalmente para que o Rio de Janeiro seja reconhecido como o centro de inteligência do carnaval no mundo, desenvolvendo seu potencial no contexto da Economia Criativa.
3. Concretizar a articulação de todos os agentes da rede econômica e social do carnaval, por meio de cursos e pesquisas.
4. Qualificar, ao longo dos primeiros cinco anos, todos os gestores e trabalhadores do carnaval carioca.
5. Colaborar para que o carnaval seja reconhecido como um dos principais setores do desenvolvimento da Cidade do Rio de Janeiro e para que também seja incluído nos planos plurianuais da Prefeitura e do Governo do Estado.
6. Colaborar para que o carnaval seja tratado pelos gestores públicos e empresariais com a mesma importância que eventos internacionais como a Copa do Mundo de Futebol e os Jogos Olímpicos, inclusive dotando a cidade de uma infraestrutura de equipamentos urbanos que beneficiem sua realização.
7. Criar um Observatório Nacional e Internacional da Economia e das Práticas Carnavalescas, para que se possa acompanhar o crescimento e estar a par das possibilidades de expansão do carnaval no mundo.

Micro-objetivos:

1. Formar, todos os anos, profissionais em gestão, pesquisa e desenvolvimento de carnaval.
2. Realizar pesquisas científicas em engenharia de produção de carnaval.
3. Realizar publicações, em boletins, revistas e livros sobre a história, o desen-

volvimento tecnológico e o potencial do carnaval.

4. Realizar seminários, fóruns e congressos que contribuam para o adensamento de toda a cadeia produtiva do carnaval.
5. Implantar programa para a adequação tecnológica dos profissionais que atuam no carnaval.
6. Realizar programa de inserção no mercado de trabalho dos profissionais formados pela Escola de Carnaval.
7. Potencializar a criatividade em nível individual e coletivo dentro do contexto da Economia Criativa.

O projeto Escola de Carnaval não é um projeto de futuro. É um projeto adequado para a realidade que se apresenta na sociedade do conhecimento e da informação que vivemos. O projeto é uma estratégia para que os valores e a visão do mundo do samba cumpram sua missão social e econômica, partindo de seu próprio meio. Foi citado no início que a Escola de Carnaval seria uma plataforma para a América Latina e para o mundo ibero-americano, mas não podemos esquecer que estará principalmente à disposição do Brasil, fortalecendo a imagem pública e empresarial da atividade, qualificando produtos e projetos não só especificamente do carnaval do Rio e realizando um forte trabalho interno de reestruturação de seu gerenciamento.

Temos uma característica no Brasil: planejamos pouco e implementamos rapidamente os programas e projetos de interesse nacional ou local. Quem sabe por isso tenhamos a certeza de que muito em breve a Escola de Carnaval estará funcionando.

NOTAS

1. LESSA, Carlos. *Rio de Todos os Brasis [uma reflexão em busca da auto-estima]*, Rio de Janeiro: Record, 2001.
2. Disponível em: <<http://www.portaldopreendedor.gov.br/modulos/inicio/index.htm>>.

3. Trecho de discurso proferido na Reunião Técnica Escola de Carnaval.

4. LESSA, Carlos. "Um espetáculo complexo – A importância do Carnaval para a Cidade do Rio de Janeiro e suas potencialidades."

5. Trecho de debate do Seminário de Planejamento Estratégico da AESCRJ.

6. Idem.

7. Trecho de discurso proferido na Reunião Técnica Escola de Carnaval.

8. Trecho de debate da Reunião Técnica para a estruturação do currículo científico e para a definição do formato legal da Escola de Carnaval.

9. LESSA, Carlos. "Um espetáculo complexo – A importância do Carnaval para a Cidade do Rio de Janeiro e suas potencialidades."

10. Trecho de debate da Reunião Técnica Escola de Carnaval.

11. Idem.

12. Idem.

13. Trecho de debate da Reunião Técnica Escola de Carnaval.

14. Idem.

15. JOBS, Steve. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/15-frases-geniais-de-steve-jobs>>.

16. Trecho retirado de discurso proferido no Seminário de Planejamento Estratégico da AESCRJ.

17. Editora E-papers, 2009.

Camila Soares

Tecnóloga em Cinema pela Universidade Estácio de Sá, MBA em Gestão Empresarial pela FGV e pós-graduação em Gestão do Entretenimento pela ESPM. Presidente da Escola de Samba Mirim Pimpolhos da Grande Rio.

Planejamento Estratégico AESCRJ (2013-2016)

O carnaval carioca e a Associação das Escolas de Samba da Cidade do Rio de Janeiro¹

*Luiz Carlos Prestes Filho
Moisés Fernandes
Sandro Avelar*

Durante o seminário, foi homenageada Gracy Mary Moreira, bisneta da Mãe de Santo Tia Ciata, que fez o seguinte pronunciamento: *“Este seminário está sendo realizado no território da Praça Onze,² por tanto prova a grande valia da atitude de minha bisavó, no início do século XX, de não deixar o samba morrer marginalizado. Dentro da sua casa e terreiro, considerada a capital da Pequena África, o samba ganhou corpo, se transformou no símbolo de brasilidade; tornou realidade concreta o sonho dos negros, revolucionando o carnaval brasileiro e mundial. Minha bisavó foi a primeira mulher a fundar um rancho carnavalesco; incentivou talentos como Pixinguinha, Donga e Heitor dos Prazeres; foi difusora e protetora do que é hoje considerado patrimônio cultural brasileiro – o samba de sambar. Estamos encaminhando o projeto de criação de um monumento para nossa Tia Ciata. Atualmente, não existe nenhuma rua ou praça com seu nome. Desejamos erguer esta estátua como reconhecimento frente à sua contribuição fundadora; seu papel socio-cultural e econômico em nosso País. Será um monumento para a matriarca do carnaval.”*

O Seminário “AESCRJ que desejamos para 2013, 2014, 2015 e 2016” foi realizado para facilitar a implementação de políticas públicas e privadas visando ao aproveitamento pleno das atividades praticadas por essa entidade, a associação de escolas de samba mais antiga do Brasil. O carnaval promovido todos os anos na Estrada Intendente Magalhães, no bairro de Madureira, é importante fator de desenvolvimento econômico e social na capital e na região metropolitana do Rio de Janeiro.

O Seminário de Planejamento Estratégico teve por objetivo o desenvolvimento de um documento que permita a elaboração de um Plano de Ações da AESCRJ a ser realizado após o carnaval de 2013.

O potencial dos produtos e dos serviços produzidos pela AESCRJ deve ser identificado para viabilizar estratégias que auxiliem no trabalho voltado para as comunidades onde estão localizadas as quadras das agremiações filiadas; local de moradia da maioria de seus líderes,

artistas, produtores, empresas, trabalhadores, incentivadores e desfilantes.

Atualmente, são 37 escolas filiadas à AESCRJ. Suas atividades, em geral, são voltadas para ações de cunho social com comunidades distantes dos centros de decisões, tanto políticas como econômicas. Realizam atividades que impactam a geração de emprego e renda, a valorização da autoestima da população em geral, e o fortalecimento da infraestrutura cultural local, privada e pública. As escolas filiadas a essa tradicional associação carioca desfilam no domingo de carnaval, Grupo C; na segunda-feira, Grupo D; e na terça-feira, Grupo E. Envolvem, diretamente, uma massa de 50 mil componentes/participantes/desfilantes durante a realização do espetáculo, que é assistido – a cada dia – por 60 mil espectadores, gratuitamente.

Com a decisão da Prefeitura do Rio de Janeiro de reduzir o número de escolas nos desfiles de Madureira, ficariam somente 30 escolas até o ano 2016. Assim, a AESCRJ enfrenta os seguintes desafios:

- Construção de um local permanente para os desfiles, a Passarela Popular do Samba, projetada por Edmundo Souto, Hans Donner e Ephim Shluger, com infraestrutura que continue permitindo o acesso gratuito ao espetáculo da população da cidade e da região metropolitana.
- Construção da Cidade do Samba da AESCRJ, denominada Cidade do Samba III, com 30 barracões, um para cada escola filiada.
- Elaboração do projeto de gestão da Passarela Popular do Samba e da Cidade do Samba III da AESCRJ, com identificação da missão, do ordenamento e da priori-

zação dos objetivos, bem como das ações administrativas.

- Criação de um ambiente para que as escolas da AESCRJ consigam atender à agenda estabelecida pela Prefeitura, com a redução do número de escolas e a melhoria da qualidade dos desfiles como produto turístico de caráter comunitário.
- Criação de um ambiente democrático e transparente, para que as escolas da AESCRJ atendam à proposta da Prefeitura Municipal de transformar, com a criação do Grupo Série Ouro (dos antigos Grupos de Acesso “A” e “B”), o Grupo “C” em Grupo “B”, o Grupo “D” em Grupo “C” e o Grupo “E” em Grupo “D” (extinguindo o Grupo “E”).
- Reestruturação da administração interna da AESCRJ, para atender à demanda

Quadro 1. Distribuição por grupos das escolas filiadas à AESCRJ – (G.R.E.S. / S.E.R.E.S. / S.R.E.S. / A.R.E.S.)³

Integrantes do Grupo “C” 13 escolas (a partir de 2013 será denominado Grupo “B”)

- G.R.E.S. Unidos de Lucas;
- G.R.E.S. Império da Praça Seca;
- G.R.E.S. Rosa de Ouro;
- G.R.E.S. Arranco do Engenho de Dentro;
- G.R.E.S. Em Cima da Hora;
- G.R.E.S. Difícil É o Nome;
- G.R.E.S. Unidos de Vila Rica;
- G.R.E.S. Boi da Ilha do Governador;
- G.R.E.S. Favo de Acari;
- G.R.E.S. Mocidade de Vicente de Carvalho;
- G.R.E.S. Unidos de Vila Kennedy;
- G.R.E.S. Unidos da Ponte;
- G.R.E.S. Acadêmicos do Sossego.

Integrantes do Grupo “E” 12 escolas (a partir de 2013 será denominado Grupo “D”)

- G.R.E.S. Mocidade Independente de Inhaúma;
- G.R.E.S. Matriz de São João Meriti;
- G.R.E.S. Unidos de Manguinhos;
- G.R.E.S. Flor da Mina do Andaraí;
- G.R.E.S. Arame de Ricardo;
- A.R.E.S. Vizinha Faladeira;
- G.R.E.S. Chatuba de Mesquita;
- G.R.E.S. Leão de Nova Iguaçu;
- G.R.E.S. Tradição Barriense de Mesquita;
- G.R.E.S. Unidos de Cosmos;
- G.R.E.S. Mocidade Unida de Santa Marta;
- G.R.E.S. Unidos do Anil.

Integrantes do Grupo “D” 12 escolas (a partir de 2013 será denominado Grupo “C”)

- G.R.E.S. Corações Unidos do Amarelinho;
- S.R.E.S. Lins Imperial;
- G.R.E.S. Boca do Siri;
- G.R.E.S. Acadêmicos da Abolição;
- G.R.E.S. Acadêmicos do Dendê;
- G.R.E.S. Independente de São João de Meriti;
- G.R.E.S. Mocidade Unida da Cidade de Deus;
- G.R.E.S. Arrastão de Cascadura;
- G.R.E.S. Acadêmicos do Engenho da Rainha;
- S.E.R.E.S. Unidos do Cabuçu;
- G.R.E.S. Gato do Bonsucesso;
- G.R.E.S. Acadêmicos de Vigário Geral.

Total: 37 Escolas de Samba

das escolas filiadas e da própria sociedade de no que diz respeito à transparência na gestão de recursos públicos e sua própria organização legal, atualizando todos os documentos e livros de contabilidade e respondendo de maneira positiva aos encaminhamentos do Ministério Público, bem como à fiscalização fazendária municipal, estadual e federal;

- Realização de projetos que permitam à AESCRJ garantir a plena manutenção de sua sede (localizada no bairro do Méier), desenvolver atividades sociais no campo da saúde, da educação e do esporte e manter as quadras de todas as escolas filiadas.

O SEMINÁRIO DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA AESCRJ

O Centro de Artes Calouste Gulbenkian,⁴ no Rio de Janeiro, foi o local escolhido para reunir, no dia 1º de setembro de 2012, todos os interessados em definir mudanças e melhorias para as Escolas de Samba dos Grupos de Acesso “C”, “D” e “E” (futuramente “B”, “C” e “D”) que desfilam na Estrada Intendente Magalhães, no bairro de Madureira.⁵

O evento foi uma realização da Associação das Escolas de Samba da Cidade do Rio de Janeiro (AESCRJ), da Liga Independente das Escolas de Samba⁶ (Liesa), da Prefeitura do Rio de Janeiro, do Centro de Artes Calouste Gulbenkian, da Organização dos Estados Ibero-Americanos (OEI),⁷ da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Energia, Indústria e Serviço (SEDEIS),⁸ da Secretaria Municipal de Ciência, Tecnologia e Inovação (SMCT) e do Projeto Escola de Carnaval⁹ do Rio de Janeiro, coordenado pela Escola de Samba Mirim Pimpolhos da Grande Rio.

Todas as agremiações filiadas à AESCRJ foram convidadas, mas estiveram presentes exatamente 15 representantes das seguintes entidades: Acadêmicos

de Vigário Geral, Arame de Ricardo, Arrastão de Cascadura, Favo de Acari, Gato de Bonsucesso, Império da Praça Seca, Independentes de São João, Matriz de São João, Mocidade Independente de Inhaúma, Mocidade Unida da Cidade de Deus, Unidos de Manguinhos, Unidos de Vila Kennedy, Unidos de Vila Rica, Unidos do Amarelinho e Unidos do Anil. Esse número, do ponto de vista estatístico,¹⁰ não impediu a formulação de propostas estruturantes – de forma científica – para todas as agremiações filiadas, uma vez que se observou uma amostra acima dos padrões mínimos aceitáveis¹¹ para qualquer medição científica.

O coordenador científico do seminário, especialista em Economia da Cultura, Luiz Carlos Prestes Filho, passou a palavra para Cléo Pires,¹² madrinha do projeto Escola de Carnaval, que destacou: “*Percebo que as pessoas envolvidas na criação dos desfiles das Escolas de Samba são profissionais especializados através da prática. Planejam suas atividades como qualquer outra empresa e devem, por esta razão, serem reconhecidas e recompensadas. Desejo colaborar para que isso aconteça, que o amadorismo vá para o segundo plano. A Escola de Carnaval vem para isso, para capacitar e dotar de infraestrutura tecnológica todo o carnaval brasileiro. Este seminário das escolas de acesso, escolas a que tive a honra de assistir pela primeira vez neste ano de 2012, vem para fortalecer as agremiações que estão fora do foco da mídia, mas que são fundamentais para o carnaval. Nestas escolas se formam passistas, destaques e rainhas do futuro; se formam os carnavalescos, diretores de barracão e diretores de quadras do amanhã.*”

A subsecretária da Secretaria de Comércio e Serviços da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico,

Energia, Indústria e Serviços (SEDEIS), Dulce Ângela Procópio de Carvalho, lembrou a importância da festa de Momo para o desenvolvimento do estado do Rio de Janeiro e afirmou que o governo sempre se colocou como um parceiro do carnaval e do samba: “*A SEDEIS está presente nestas atividades de planejamento como sempre esteve presente no planejamento deste setor, através de sua Assessoria para o Desenvolvimento da Indústria Cultural. A capacitação de todos os agentes envolvidos nesse grandioso espetáculo é tão fundamental como a dos agentes da indústria do petróleo e gás, da indústria naval ou do design. Reconhecer a importância do planejamento e da organização dessa indústria diferenciada – que gera tantos empregos – tem relação direta com a proposta do governador Sérgio Cabral e do secretário de estado Júlio Bueno, no campo da Economia Criativa. Essa geração de trabalho move a economia do estado e do País e, por isso, não podemos subestimar seu potencial econômico e social. Acredito ser imprescindível a qualificação desse trabalho, investindo na capacitação dos jovens.*”

Por fim, fez considerações sobre a realização do Planejamento Estratégico: “*Para entender a criatividade que envolve os desfiles, é preciso estudar detalhadamente toda a cadeia produtiva setorial, pois estamos frente a um trabalho em grupo, de um grande coletivo criativo e produtivo. Entendo que o planejamento estratégico proposto é importante, por ter a finalidade de organizar todas as frentes que envolvem a indústria do carnaval; uma riqueza feita de minúcias produzidas em diversas etapas*”, concluiu.

Representando o ministro Brizola Neto, do Ministério do Trabalho e Emprego, Fabiano Kempfer afirmou a posição

do Governo Federal quanto à profissionalização do carnaval, em suas palavras um entusiasta do fomento da cultura e da Economia Criativa do Rio de Janeiro. Contou a todos que a parceria do Ministério com o carnaval teve início em 2012, por meio de contatos com representantes da Escola de Samba Mirim Pimpolhos da Grande Rio e da Organização dos Estados Ibero-americanos (OEI). Anunciou que o Ministério do Trabalho direcionará recursos para investir na capacitação de gestores e fomentar as mais distintas atividades que envolvem a realização do carnaval carioca: *“Trabalharemos com um cronograma definido e uma equipe aberta, a fim de desenvolver programas de apoio e treinamento, de fomento e microcrédito para as escolas de samba. Firmamos esse compromisso com todos os grupos, desde o Especial, Acesso “A” e “B”, Mirim e Acesso “C”, “D” e “E”. Liberaremos os recursos em 2013, para incentivar toda a Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval, uma cadeia criativa. A parceria entre os governos federal, estadual e municipal é fundamental, assim como atividades conjuntas com órgãos intergovernamentais como a OEI e as entidades representativas do carnaval.”*

O diretor do Centro de Artes Calouste Gulbenkian, Rômulo Procópio, comentou que o espaço que administra, localizado na Praça Onze,¹³ exatamente onde nasceram o samba e o próprio carnaval, nunca teve antes um projeto relacionado com o maior espetáculo popular do mundo. Para ele, o Calouste Gulbenkian não poderia continuar fechado para o carnaval: *“Levando em conta o ambiente histórico e a localização do Sambódromo,¹⁴ o Centro de Artes agora acolhe o projeto Escola de Carnaval, numa parceria com a Escola de Samba Mirim Pimpolhos da Grande Rio. Passamos a oferecer oficinas*

de produção das artes carnavalescas. E isso é importante, pois a indústria do carnaval potencializa o audiovisual, o teatro, o artesanato, a dança, as artes plásticas, a poesia e a música.”

O presidente da Liesa, Jorge Castanheira, declarou que sem a dedicação dos envolvidos no trabalho de produção do carnaval nada de novo seria possível construir. Introduziu os presentes na importância dos desfiles na Intendente

“O mapeamento econômico e financeiro; o detalhamento de nossa cadeia de produção não é tarefa fácil. A execução de nossa festa é um trabalho amplo e, por isso, a identificação do suporte técnico dos diversos setores do poder público.”

JORGE CASTANHEIRA

Magalhães: *“As escolas que fazem parte da Associação das Escolas de Samba da Cidade do Rio de Janeiro (AESCRJ) e que desfilam na Estrada Intendente Magalhães desenvolvem um trabalho comunitário que influencia todo o município do Rio de Janeiro, pois carregam o conceito primeiro do carnaval, o carnaval popular e de raiz. E nós entendemos que o espírito do carnaval, que teve início na Praça Onze, não pode ser perdido.”* Em seguida, relatou o quão importante é a participação de todos os presentes

na busca de melhorias para os desfiles em Madureira: *“Quanto mais pessoas envolvidas nessa indústria se doarem para esse espetáculo, que gera inclusão social, emprego e oportunidades comerciais e culturais, maior será o resultado do produto final.”* Lembrou que as iniciativas que visam à troca de ideias e à busca de soluções, como o Seminário Estratégico, são fundamentais para que o carnaval cresça: *“Esse encontro é benéfico para todos os grupos das escolas de samba. O mapeamento econômico e financeiro; o detalhamento de nossa cadeia de produção não é tarefa fácil. A execução de nossa festa é um trabalho amplo e, por isso, a identificação do suporte técnico dos diversos setores do poder público – Polícias Militar e Civil, Guarda Municipal, Empresa Municipal de Turismo (Riotur), Secretaria de Estado de Cultura, Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Empresa Municipal de Limpeza Urbana (Comlurb), CET-Rio, rede de hospitais públicos, Corpo de Bombeiros, Companhia Estadual de Água e Esgotos (Cedae) e o Juizado de Menores – é fundamental. Esperamos com este seminário chegar ao estabelecimento de metas para a solução dos problemas que forem apontados. Precisamos de soluções a curto e a longo prazo.”*

Em sua opinião, o estudo *Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval*,¹⁵ coordenado pelo professor Luiz Carlos Prestes Filho entre os anos 2006 e 2009, merece ser atualizado com base nas mudanças profundas que ocorreram no Carnaval Carioca nos últimos anos: *“A criação da Liga das Escolas de Acesso do Rio de Janeiro (Lierj); a conclusão do projeto original da Passarela do Samba do arquiteto Oscar Niemeyer;¹⁶ a modernização da gestão das escolas de samba do Grupo Especial; a reali-*

zação do Planejamento Estratégico da Associação das Escolas de Samba Mirins (AESM-Rio); e o Planejamento Estratégico da AESCRJ.”

O presidente da Liga das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (LIERJ)¹⁷ – composta por 19 agremiações dos Grupos de Acesso “A” e “B” – Déo Pessoa, deteve-se em situar os presentes quanto à visão do gestor: “Pensar como profissionais é o foco que todos devem ter. Devemos deixar a emoção de ver a nossa escola desfilar para o público, mesmo sabendo que essa emoção, por estarmos envolvidos nesse espetáculo, é inevitável. Precisamos pensar e trabalhar como profissionais dentro desse universo do samba, tentando ser sempre firmes no propósito da gestão do carnaval”. Para Déo, existem diversas questões a serem exploradas durante o Seminário da AESCRJ, e uma delas é determinar qual o carnaval que se quer e como se deseja levá-lo para a avenida. Lembrou que os carnavais de antigamente, dos blocos e bailes, eram manifestações que “paravam” o País, fato que hoje é relativo. “Queremos que o público volte a respirar o carnaval durante os dias em que acontece a festa. Precisamos torná-lo cada vez mais acessível e grandioso, para que conquistemos mais o público.”¹⁸ Este tema poderia ser um ponto de partida deste seminário”, concluiu.

O presidente da AESCRJ, Moisés Fernandes, afirmou que o seminário vem para permitir uma discussão franca e aberta com a participação das agremiações filiadas: “Devemos trazer os problemas que as nossas escolas enfrentam para este ambiente científico. Muitas vezes, só debatemos estes assuntos em nossas reuniões plenárias somente nos três meses que antecedem o desfile; não discutimos as dificuldades que enfrentamos ao longo de todo o ano. Na maioria

das vezes, valorizamos a discussão do valor da subvenção e as cartas de crédito. Neste sentido, é fundamental, para abrir novos horizontes na gestão de nossas escolas, ampliar a visão crítica de nossas atividades. Percebi, desde criança, que os meros problemas administrativos de algumas escolas levaram-nas ao fim. Portanto, o planejamento é essencial para definirmos um programa estratégico que desenvolverá

“Pensar como profissionais é o foco que todos devem ter. Devemos deixar a emoção de ver a nossa escola desfilar para o público, mesmo sabendo que essa emoção, por estarmos envolvidos nesse espetáculo, é inevitável.”

DÉO PESSOA

uma nova proposta de organização e buscará sanar as dificuldades existentes. Temos que profissionalizar nossos trabalhadores e gestores. Não podemos, por exemplo, organizar o nosso Sorteio da Ordem dos Desfiles somente para nosso público interno. Este evento pode ser apreciado por um grupo mais diverso e pode ser comercializado como produto; não podemos fechar os eventos da escolha da Musa do Carnaval somente para nossas escolas. Este evento é de interesse de toda a cidade, pode gerar

recursos financeiros para melhorar a gestão da AESCRJ. As festas juninas têm que trazer resultados econômicos e culturais para todas as quadras de nossas filiadas, assim como a festa de aniversário da AESCRJ, que organizamos todos os anos.”

O vice-presidente da AESCRJ, Sandro Avelar, ressaltou, ainda, a importância do seminário para as atividades que ocorrem no entorno da Estrada Intendente Magalhães, ou seja, para toda a economia do bairro de Madureira: “Temos que potencializar a enorme praça de alimentação que é criada espontaneamente durante os desfiles; criar meios que facilitem o acesso e a mobilidade do público; fazer valer o caráter gratuito como um diferencial.” Incentivou os participantes do seminário a trabalharem nas atividades com empenho e esperança: “Mudar para melhor sempre é possível, acreditem.”

EMPREENDEDORISMO, CRIATIVIDADE E CARNAVAL

O administrador Sergio Luís Correa Santos tratou da organização das Escolas de Samba e do planejamento necessário para que as melhorias almejadas deixem de ser um desejo e se tornem produtos concretos. Declarou ser necessário organizar diversos fatores nesse processo, ou seja: “Quando falamos em sonhos, falamos em metas e empreendedorismo. Mas, quando falamos em empreendedorismo, nos esquecemos dos problemas que estão envolvidos nessa questão. É importante contabilizar todos estes dados e aprender a trabalhar com eles – sonhos, metas e empreendedorismo –, visando à concretização dos objetivos.”

Por fim, lembrou outro determinante para que os sonhos deem certo, a vontade: “Vontade de fazer algo que nunca foi feito, com o objetivo de alcançar as metas desejadas.”

O produtor musical Alexandre Agra, responsável pela implantação do projeto SOMMOS,¹⁹ endossou a fala de Sergio Luís Correa Santos quanto à importância de realizar sonhos. Apresentou para a plateia sua visão empresarial no campo da Economia da Cultura, em que o universo digital tem papel relevante: “Nesse meio, a visibilidade é algo que às vezes imaginamos não poder mensurar, pois alcança lugares impensáveis. O que não é verdadeiro. Com a chegada dos eventos programados na cidade do Rio de Janeiro – Copa do Mundo de Futebol 2014 e Jogos Olímpicos 2016 – teremos inevitavelmente o aumento da visibilidade da cidade e do País. Teremos aumento de visibilidade do carnaval carioca.”

Afirmou ser fundamental determinar uma organização maior para atender à demanda de produção e consumo, que surgirá: “A internet é um exemplo de espaço favorável para conquistar riquezas geradas durante esse período dos grandes eventos esportivos e religiosos. O mercado da Economia Criativa tem tido um faturamento alto e, por isso, devemos nos profissionalizar para esse mercado. A plataforma que criamos estará disponível para comercializar produtos culturais digitais e serviços, será um espaço que agregará conteúdos nacionais de diversas categorias. Essa plataforma disponibilizará no ambiente virtual arquivos audiovisuais, músicas ou livros, entre outros produtos, que beneficiará a pesquisa, a comercialização e a divulgação de todo o conteúdo que puder ser digitalizado. Esse projeto tem por objetivo se tornar referência mundial no acesso à cultura brasileira, incluindo, certamente, os produtos do carnaval. O nosso esforço de trazer as pessoas para o carnaval carioca será potencializado com este

recurso. Portanto, é indispensável que o conteúdo do carnaval esteja disponível no âmbito virtual. Devemos levar essa produção, de maneira organizada, para essa plataforma a fim de servir como fonte de estudo e de pesquisa para todo o mundo, promovendo, assim, a nossa cultura.”

“É indispensável que o conteúdo do carnaval esteja disponível no âmbito virtual. Devemos levar essa produção, de maneira organizada, para essa plataforma a fim de servir como fonte de estudo e de pesquisa para todo o mundo, promovendo, assim, a nossa cultura.”

ALEXANDRE AGRA

O economista Paulo Brück trouxe para o centro dos debates a necessidade da independência econômica e financeira das escolas de samba: “Apesar do carnaval ser conhecido como ‘a festa do povo’ – pois é feito para e pelo povo –, quem ganha com a festa não é o povo nem as Escolas de Samba, e, sim, as empresas relacionadas com a Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval, como as TVs abertas e por assinatura; jornais e revistas; rádio; o comércio de matérias-primas; a hotelaria; as empresas de turismo, alimentação e de transporte aeroviário, rodoviário e marítimo; a

indústria de bebidas; e as empresas de espetáculos. Desse modo, as Escolas de Samba não sabem administrar os resultados econômicos gerados por elas e – particularmente – as suas próprias finanças.”

Lançou aos participantes os desafios: “As Escolas de Samba vão conseguir, um dia, arrecadar o suficiente para garantir a completa independência econômica? Parcela dos valores movimentados durante o carnaval podem ou não serem direcionados para as agremiações. Será possível viabilizar novas alternativas para diversificação das fontes financeiras do carnaval de hoje?”

Para o arquiteto Edmundo Souto, os desafios lançados para o Seminário da AESCRJ têm relação direta com o Projeto Passarela Popular do Samba, idealizado em conjunto com o arquiteto e urbanista Ephim Shluger e o designer Hans Donner. O local escolhido para a construção deverá ser em Madureira, o mais próximo possível da Estrada Intendente Magalhães, ou em Deodoro, que tem um ponto de convergência de meios de transporte e rodovias, o que facilitaria tanto a produção do desfile como o acesso do público: “O projeto é composto por diversos núcleos. Além da Passarela propriamente dita, projetamos uma ampla praça de lazer e de alimentação; um estacionamento; centro comercial; os barracões de todas as escolas; a sede da AESCRJ. O relógio para cronometragem dos desfiles foi desenhado pelo Hans Donner e deverá ser construído no início da pista dos desfiles e no final da mesma. Esse relógio, que possui um design ultramoderno, vai marcar o novo tempo do carnaval. Pretendemos que os desfiles continuem gratuitos; portanto, todos os acessos são livres. Por um lado, a Passarela Popular do Samba estará interligada com residências do projeto Minha Casa Minha

Vida; na outra ponta, ela fará parte de uma Vila Olímpica. O importante é que este novo equipamento possa servir aos eventos esportivos que serão realizados no Rio de Janeiro nos próximos anos. Com a construção deste equipamento, pretendemos dotar as escolas de acesso de equipamentos definitivos”.

Falou, ainda, que o projeto também trará uma facilidade maior para a logística do desfile e a reciclagem do material quando de seu término.

CRIAÇÃO DOS GRUPOS DE TRABALHO (GTS) DO SEMINÁRIO

Para a segunda parte do Seminário, foram definidos os Grupos de Trabalho (GTs) levando em consideração os temas relevantes para a realização do planejamento das atividades da AESCRJ para os anos 2013, 2014, 2015 e 2016. Foi realizado um mapeamento estratégico dos gargalos e das oportunidades; um alinhamento de conceitos e ideias; e a visualização, de maneira compartilhada, de toda a cadeia produtiva do carnaval das escolas de samba da AESCRJ. Com a mobilização de todos os participantes, de maneira prática, foram organizadas as diferentes propostas apresentadas, sempre para definir objetivos estratégicos e estabelecer diretrizes para a elaboração do Plano de Ação a ser criado após o carnaval de 2013.

O coordenador científico do Seminário, Luiz Carlos Prestes Filho, convidou o presidente da AESCRJ, Moisés Fernandes, e seu vice-presidente, Sandro Avelar; o presidente da Lierj, Déo Pessoa; e o presidente da Liesa, Jorge Castanheira, para estarem próximos dos GTs durante os debates: *“Esse seminário vai entrar para a História do Carnaval do Rio de Janeiro. Pela primeira vez estão reunidos, num projeto científico, os principais dirigentes da Liesa, Lierj e da AESCRJ. Três asso-*

ciações que nunca trabalharam juntas na elaboração de projetos estruturantes e estratégicos para o carnaval. Juntas, essas agremiações hoje representam 68 escolas de samba e realizam desfiles com 60 mil participantes/desfilantes/artistas. A AESCRJ está dando um exemplo, ao propor este alinhamento de interesses, ideias e projetos. Por outro lado, com toda humildade, está dando continuidade ao trabalho iniciado pela Associação das Escolas de Samba Mirins (AESM-Rio), que realizou seu Seminário de Planejamento Estratégico em 2011.”

GRUPO TEMÁTICO 1: NEGÓCIO/MERCADO/INFRAESTRUTURA/ASSOCIATIVISMO E EMPREENDEDORISMO

Este grupo debateu os seguintes temas:

1. Capacitação em gestão; comercialização; distribuição; internet; competitividade interna e externa; economia do turismo; política tributária; gestão da infraestrutura dos desfiles e comu-

nicação social; fundos para financiamento.

2. Associativismo e empreendedorismo; inclusão social e aumento de renda; condições empresariais; marca; Políticas Públicas (incentivos, programas) e compra coletiva.

O tributarista Moacyr de Oliveira Araújo, durante a reunião com os componentes, apresentou informações sobre financiamento público de projetos culturais e apresentou as leis de incentivo: *“Não façam encaminhamentos aos órgãos governamentais de cabeça baixa. As escolas de samba devem ter uma concepção de que as propostas por elas elencadas são propostas de investimentos, seja municipal, estadual ou federal.”*

O tributarista salientou que os principais agentes do carnaval devem aprender a negociar os investimentos solicitados, recursos que, bem aplicados, geram dinheiro para o estado, por meio dos impostos: *“O carnaval, por ser o maior*

Componentes do GT 1

NOME	INSTITUIÇÃO
Ana Elisa (relatora)	AESCRJ
Antonio Carlos Bastos Conceição	G.R.E.S. Fabio de Acari
Camila Soares	G.R.C.E.S.M. Pimpolhos do Grande Rio
Claire Santanna Freeman	Produtora Cultural
Daniel Barbosa Guimarães	
Gilberto Leão	AESCRJ
Gilson Alves Persequino	G.R.E.S. Arame de Ricardo
Jesus Siqueira Junior	AESCRJ
Leandro Mourão	G.R.E.S. Mocidade Unida da Cidade de Deus
Lilian Gutman Paranhosa Langhi	Plumas & Paetês
Luis Alberto Tavares	Escola de Carnaval
Moacyr de Oliveira Araújo	Tributarista
Moisés Fernandes	AESCRJ
Nei Costa	G.R.E.S. Gato de Bonsucesso
Paulo Cipriano	Paufran Projeto Cultural Ltda
Regis Camura	G.R.E.S. Vila Rica
Rosenberg Azevedo	G.R.E.S. Matriz de São João
Ulisses Santiago	G.R.E.S. Unidos de Manginhos

feriado nacional, traz retorno financeiro de todos os lados; inclusive da parte dos consumidores que não participam diretamente da festa. Todos os setores da economia ganham com o carnaval, mas aqueles que fazem a festa ganham pouco.”

As leis de incentivo à cultura, seu funcionamento e benefício foram debatidos. Os presentes citaram vários projetos das escolas da AESCRJ que, contemplados com certificados, receberam aval para busca de recursos em empresas privadas. O patrocínio, nesse caso, é dinheiro público. A empresa patrocinadora adianta a verba, que, posteriormente, será abatida no imposto a pagar. O profissional em contabilidade de escolas de samba Paulo Cipriano lembrou que as leis mais conhecidas para incentivo à cultura são: federal (Lei Rouanet); estadual (Lei do ICMS); e municipal (Lei do ISS). O tributarista Moacyr de Oliveira Araújo destacou que o orçamento do estado é regido pela Lei Orçamentária. Por meio de emendas, esse dispositivo legal determina o destino das verbas para saúde, transporte e cultura, entre outras prioridades estratégicas no campo das políticas sociais: *“Cada deputado estadual ou federal, cada vereador, tem um valor para disponibilizar recursos do orçamento. Esta verba pode atender a solicitações da comunidade do carnaval, especialmente para escolas de grupos de acesso, como é o caso da AESCRJ. As solicitações levadas diretamente a eles não precisam de um projeto minimamente detalhado; necessitam de uma boa justificativa apresentada de forma convincente a respeito do benefício que trará à comunidade. As emendas parlamentares devem se destinar à sociedade.”*

A presidente da Escola de Samba Mirim Pimpolhos da Grande Rio, Camila Soares, fez a ressalva de que, no caso

de projetos incentivados, a prestação de contas ao Ministério Público ou à Secretaria de Cultura deve ser benfeita, para que não se perca a credibilidade da agremiação beneficiada. Os senhores Paulo Cipriano e Gilberto Leão, assim como outros participantes, mencionaram a necessidade de realização de cursos para disseminação das práticas exitosas no campo do marketing cultural e da aplicabilidade das leis de incentivo à cultura. Lília Gutman sugeriu a criação de um Núcleo de Apoio para elaboração de projetos. Por unanimidade, ficou estabelecido que é necessária uma articulação para profissionalizar as negociações das escolas de samba com as empresas/investidores. Para os participantes do GT 1, as escolas-membros da AESCRJ têm situação frágil junto aos patrocinadores, por não terem visibilidade junto à mídia.

Os presentes destacaram três aspectos que envolvem os temas mercado, negócio e empreendedorismo:

1. Conceito: o empresário do carnaval pede ao governo um investimento que fará o estado ganhar mais.
2. Controle e fiscalização: nunca deve ser deixado de considerar que qualquer projeto que recebe dinheiro do governo está sujeito a prestar contas no nível máximo; pode ser até mesmo para o Tribunal de Contas da União, do Estado ou do Município. No caso dos projetos incentivados, essa prestação pode ser por sorteio ou pela dimensão do projeto.
3. Emenda parlamentar: o pedido de verba por meio de emenda não tem controle por prestação de conta. Uma emenda pode se tornar, a longo prazo, um percentual constante, ou seja, a cada ano ele pode ter o mesmo destino.

Assimilando essas informações, e orientados pela pergunta: “Qual AESCRJ desejamos para os anos 2013, 2014, 2015 e 2016?”, o grupo iniciou a identificação

dos gargalos e das oportunidades nos temas do GT 1.

Sobre infraestrutura, o presidente da AESCRJ, Moisés Fernandes, afirmou que esse tema é fundamental. A aparência das quadras e a sede da associação, por exemplo, poderiam servir de indicador de uma boa gestão: *“A AESCRJ está trabalhando para melhorar sua infraestrutura física e gerencial e dar boas condições para todas as escolas filiadas. Nossa meta maior é a revitalização da associação e a criação de uma estrutura que possa amparar todas as escolas profissionalmente. Muitas de nossas quadras se encontram depredadas”.*

Os presentes propuseram o desafio, por conta do exposto, de que uma das metas do seminário seja: *“chegar a 2016 com uma gestão competente, profissional e atualizada tecnologicamente; gestão que favoreça todas as agremiações filiadas à AESCRJ”.* Paulo Cipriano acrescentou: *“É necessária uma estruturação interna da gestão das escolas com a divisão em departamentos, como está sendo feito na AESCRJ, como também a formalização e regularização de documentação, como, por exemplo, todas terem CNPJ.”*

Dando prosseguimento, Moisés Fernandes, o presidente da Matriz de São João de Meriti, Rosenberg Azevedo, e Paulo Cipriano levantaram a questão preocupante das Cartas de Crédito, que comprometem o orçamento de várias escolas de samba. Moisés afirmou: *“A emissão destes documentos é algo muito peculiar para as escolas de acesso; muitas agremiações têm seu orçamento preso a um fornecedor até 2016; precisamos resolver, diria até acabar, com esta dependência, com o comprometimento dos recursos financeiros das nossas escolas. Também é comum a ausência de uma planilha de contabilidade, com*

entradas e saídas; não é elaborado regularmente o relatório dos custos completos do carnaval; não se sabe o quanto foi investido; não é contabilizado nem mesmo o custo de confecção e das vendas de camisetas.”

Organizar cursos profissionalizantes – junto com o Sebrae/RJ, o Senai e o Senac – para todos os envolvidos na realização da gestão do carnaval de acesso, inclusive para os gestores, foi a sugestão que teve unanimidade. Quanto ao mercado, o GT 1, em debate, levantou diversas sugestões e dúvidas que foram discutidas com a troca de experiências. A presidente da

Pimpolhos da Grande Rio, Camila Soares, propôs a criação de um banco de dados de fornecedores por meio de um portal nacional. Representante do Gato de Bom Sucesso, Regis Camura propôs a realização de compras coletivas – que poderiam baratear os custos – e a reciclagem de materiais. Já o representante da Arame de Ricardo, Gilson Alves Persequino, acrescentou: “necessitamos de um sistema voltado para a reciclagem de materiais; a prática é adotada por pouquíssimas escolas, e o material depois do desfile é simplesmente abandonado”. Para o presidente da Matriz de São João de Meriti, Rosenberg Azevedo:

“O produto que a AESCRJ vende são os desfiles realizados domingo, segunda e terça de carnaval na Estrada Intendente Magalhães. Todas as atividades voltadas para o aprimoramento dos desfiles precisam ser valorizadas e profissionalizadas. Temos que saber vender nossos desfiles. Por outro lado, todas as nossas escolas têm que saber comprar matérias-primas – tecidos, metais, fiação elétrica etc. – através de uma ampla pesquisa. O que sobrar deve ser reutilizado. Devemos evitar perdas, tanto durante a produção quanto depois dos desfiles. Neste momento, a reciclagem é uma atividade

Quadro 2. Necessidades apresentadas pelo GT 1

Infraestrutura física

- Reforma da sede da AESCRJ.
- Projeto para revitalização das quadras.

Capacitações (2013-2014)

- Parcerias com instituições de ensino (faculdades, cursos, SENAC, SEBRAE, SENAI etc.).
- Visitas técnicas de empresas de mídia (TV Globo e outras);
- Realização de cursos:
 - Gestão profissional para a AESCRJ.
 - Informática para as diretorias.
 - Técnicos para as escolas (costureira, bordadeira, serralheiro, soldador etc.).
 - Fortalecimento de marca.

Estrutura administrativa

- Definição de funções e estabelecimento de horários de atendimento (AESCRJ e filiadas).
- Núcleo de Apoio para a elaboração de projetos (AESCRJ).
- Departamento de Assuntos Especiais (AESCRJ).
- Divisão de departamentos nas filiadas (já sendo implementada na AESCRJ).
- Formalização das escolas com o CNPJ.
- Conta bancária (filiadas).
- Formalização dos profissionais pela inscrição como Micro Empreendedor Individual (MEI).
- Planejamento de investimentos.
- Planilha de custos e transparência (seguir exemplo do Jacarezinho).
- Manutenção de registros gerais e de uma gestão para outra.
- Selo de qualidade “Gestão Profissional” a ser aplicado em 2016.

Relação com fornecedores

- Banco de dados de fornecedores.
- Planejamento de compras coletivas (2013).
- Feira de fornecedores com rodada de negócios.
- Redução das Cartas de Crédito.
- Realização do Planejamento de Investimentos.

Marca & comunicação social

- Planejamento e controle de venda de camisetas.
- Valorização da marca na mídia e na internet (gerenciamento de mídias sociais).
- Divulgação dos serviços da AESCRJ para as filiadas.
- Estabelecimento em cada Grupo – “C”, “D” e “E” – de uma equipe responsável para a divulgação do desfile e de outros produtos.
- Resgate do “orgulho da carteirinha”.

Títulos de sócios

- Construção de parcerias entre Liesa, AESCRJ E LIERJ.
- Projeto de carteirinha única.
- Políticas entre escolas no uso da carteirinha.

Campanha de doação

- Para setores que se beneficiam das cadeias produtivas (Hotéis, Empresas de transporte, Comércio de bebidas e outros).
- Para público em geral.

Reciclagem

- Reciclagem de materiais utilizados no desfile.
- Compra de alas no final dos desfiles.

que pode colaborar para a economia de dispêndios”.

Para o presidente da AESCRJ, Moisés Fernandes, a reutilização de materiais no carnaval é insatisfatória: *“Precisamos ter conhecimento das necessidades dos carnavalescos. Com estas informações, poderemos estruturar uma rede de reciclagem. Quem sabe a realização de uma feira anual de fornecedores poderia facilitar este trabalho. Aqueles que desenvolverem projetos no campo do uso de resíduos poderiam se beneficiar.”*

A necessidade de reforçar a imagem da associação foi um tópico levantado pelo grupo no momento em que se debateram os temas do associativismo e do empreendedorismo. A divulgação e o fortalecimento da marca das escolas da AESCRJ, assim como a da associação, ficaram definidos como uma importante atividade que pode agregar valor e atrair empresas e grande público para os desfiles, até mesmo pessoas físicas. A gestão da marca da AESCRJ na mídia, em redes sociais, na internet e também – especialmente no entorno das quadras das escolas de samba, nas comunidades, foi uma sugestão apresentada. Foi aceita a proposta de criar parcerias com instituições educacionais – universidades e centros de ensino profissionalizantes, com a realização de monografias, dissertações e teses, com o acompanhamento do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI),²⁰ sobre a gestão da marca da associação e das escolas filiadas.

Foi encaminhada a proposta, por Jesus Siqueira Junior e Paulo Cipriano, de criação do Programa dos Associados da AESCRJ. Esse Programa criaria carteiras de identificação para todos associados e componentes (presidentes, vices, representantes etc.). Tais documentos, emitidos em parceria com a Liesa e a Lierj, facilitariam o acesso às quadras

de qualquer escola das três entidades. Ao mesmo tempo, seria fortalecida a proposta de realização de atividades conjuntas envolvendo todas as 68 escolas de samba. Dessa maneira, a associação teria apoio das escolas do Grupo Especial para valorizar sua marca junto à mídia e dentro do próprio universo do samba.

O gerenciamento de mídias sociais também foi identificado como uma necessidade. Cursos de capacitação em informática e internet para os presidentes e membros das diretorias seriam de grande valor. Existem muitas plataformas virtuais gratuitas que podem ser utilizadas, inclusive para a comercialização dos produtos e serviços do carnaval, por meio do projeto SOMMOS, que se encontra em construção.

GRUPO TEMÁTICO 2: INOVAÇÃO E TECNOLOGIA/ATIVIDADES SOCIAIS E MATÉRIAS-PRIMAS

Este Grupo debateu os seguintes temas:

1. Propriedade intelectual (identidade cultural, técnicas, indicação de procedência; marca coletiva, direito autoral); técnicas (conhecimento, tradição, saber, ferramentas); agregação de valor; ade-

quação ao público-alvo; novos equipamentos e logística.

2. Preservação, dependência do extrativismo e geração de resíduos; reciclagem (pet, demolição, resíduo industrial etc.); parcerias no aproveitamento de material reciclado; ensino da história do carnaval nas escolas públicas e privadas; ensino de músicas de carnaval nas escolas; marcos legais (criança e carnaval) e Arte e Educação no carnaval.

O vice-presidente da AESCRJ, Sandro Avelar, deu início ao debate: *“A gestão das nossas escolas de samba se baseia em dogmas construídos por meio de uma tradição histórica. Não temos preocupação com o profissionalismo, ou seja, impedimos o desenvolvimento do empreendedorismo, do trabalho de equipe, o que atualmente é muito necessário. As agremiações precisam mudar sua conduta frente às atividades realizadas pela associação, participando mais das reuniões plenárias e buscando conhecer seus direitos e obrigações, indicadas no estatuto da associação. Este Planejamento Estratégico foi pensado para todas as escolas, mas nem todas enviaram seus representantes. Esta é*

Componentes do GT 2

NOME	INSTITUIÇÃO
Adriano Amaral	CCES Unidos do Anil
Adriano Jesus do Amaral	AESCRJ
Aline Motta	Escola de Carnaval
Bruno Tete	G.R.E.S. Independente de São João
Elizabeth da Cunha Soares (relatora)	G.R.E.S. Acadêmicos de Vigário Geral
Fernanda Pinto Tavares	Escola de Carnaval
Gilberto Leão	G.R.E.S. Império da Praça Seca
Ivonete	Professora
Izaquis de Paulo	Plumas & Paetês
José Antonio Rodrigues	Plumas & Paetês
Lydia Rey	Plumas & Paetês
Manuel Ferreira da Silva	G.R.E.S. Unidos de Vila Kennedy
Sandro Avelar (relator)	AESCRJ
Thaís Garcez	Jornalista

uma realidade da qual não vamos nos distanciar nos próximos anos.”

Os investimentos em equipamentos, como barracões e quadras, maquinário e software, e o aperfeiçoamento da logística dos ensaios técnicos e dos desfiles foram citados durante os debates do GT 2. O relator citou o sério problema ocorrido com o som durante o desfile na Estrada Intendente Magalhães, em Madureira, no carnaval de 2012.

A qualificação do Corpo de Jurados foi outro tema relevante tratado pelos presentes. A presidente da Acadêmicos de Vigário Geral, Elizabeth da Cunha Soares, afirmou: “O jurado não pode basear seu olhar somente na criatividade do desfile. Ele tem de ter pleno conhecimento de todos os quesitos; da história das escolas; dos limites financeiros enfrentados por cada agremiação; das matérias-primas utilizadas; tem de conhecer os compositores, os cenógrafos, as bordadeiras e outros profissionais. Não se pode aceitar jurado que olhe para nossas escolas como as do Grupo Especial ou como se fôssemos uma companhia de teatro, cinema ou televisão. O nosso carnaval, como disse o presidente da Liesa na abertura, traz o conceito primeiro do carnaval da Praça Onze. O Corpo de Jurados tem de entender que nossos desfiles são um verdadeiro patrimônio do carnaval brasileiro.”

A disponibilidade e o próprio acesso às informações básicas de cada escola e da AESCRJ foram outro problema identificado pelos presentes. As informações que constavam do site da associação, mantido pela ex-diretoria, Eduardo José e Fernando Leopoldino, mandato 2010-2012, foram apagadas. Esse fato dificultou os trabalhos com a organização e o planejamento ao longo dos últimos meses. Na opinião de Gilberto Leão, representante da Império da Praça Seca: “Os dados da

AESCRJ não podem estar somente no ambiente virtual; os mesmos têm de serem impressos [sic] e arquivados em diferentes arquivos públicos e privados. A comunicação e a preservação das fotografias, documentos e resoluções têm de ser prioridade para todos.” Os participantes do GT 2 concordaram com essa visão. O representante da Independente da São João, Bruno Tete, lembrou: “Num certo evento, algumas escolas

não foram contatadas por ausência do simples registro de contatos, telefones e e-mails, algo que jamais deveria acontecer.” O vice-presidente, Sandro Avelar, aproveitou para informar que o site da atual diretoria, que está sendo desenvolvido por Luiz Carlos Senra, terá links para as páginas de cada escola, além da divulgação dos eventos carnavalescos de todas as escolas do Rio de Janeiro.

O GT 2 apresentou, ainda, as seguintes metas: distribuição de competências – com o objetivo de identificar, delegar e distribuir tarefas e responsabilidades (respeitando e valorizando o potencial de cada agremiação); fortalecimento das atividades no campo do marketing; e valorização da imagem/marca do carnaval da Estrada Intendente Magalhães. Para o representante do Projeto Cultural Plumas & Paetês, José Antônio Rodrigues: “É necessário mostrar que a Intendente tem um carnaval com características semelhantes às daquele que era realizado na década de 1970; com excelente qualidade; figurinos e cenografia diferenciada; com participação popular; com uma identidade muito ligada ao que existe de melhor na tradição carnavalesca.”

A presidente da Acadêmicos de Vigário Geral, Elizabeth da Cunha Soares, em seguida, falou sobre as escolas que vendem suas fantasias e da reciclagem que já é praticada: “Deveria ficar a cargo das escolas da AESCRJ recolher ou não, para a reciclagem ou reutilização, o material utilizado nos desfiles, a fim de gerar sustentabilidade para as agremiações. Nosso lixo é muito rico. Após o desfile, já devemos começar a recolher as fantasias e alegorias pensando na reutilização dos mesmos [sic] no ano seguinte.”

Os membros do GT 2, de comum acordo, entenderam que é fundamental encaminhar oficinas de capacitação que visem à profissionalização dos envolvi-

Quadro 3. Necessidades apresentadas pelo GT 2

Mudanças/reavaliação

- Dogmas;
- Linguagem dentro das escolas;
- Vaidade.

Fortalecer ou desenvolver

- Identificação das expertises da comunidade;
- Empreendedorismo;
- Comprometimento entre as escolas e a AESCRJ;
- Logística de desfile;
- Distribuição de competências;
- Qualificação de jurados;
- Articulação dentro e fora da comunidade;
- Respeito as tradições;
- Qualificação técnica e gerencial;
- Investimentos em novos equipamentos;
- Armazenamento e backup de dados.

Comunicação e Marketing

- Planejamento de marketing:
 - Divulgação do trabalho das escolas;
 - Estudo do público-alvo;
 - Fortalecimento da marca;
- Mailing dos profissionais;
- Criação de sites e inserção em redes sociais;
- Parcerias internas e externas.

dos, em todos os segmentos do carnaval, demonstrando, dessa maneira, que o projeto Escola de Carnaval vem em um momento absolutamente propício.

O representante da Unidos de Vila Kennedy, Manuel Ferreira da Silva, discorreu sobre as dificuldades financeiras das escolas: *“Sem novas fontes de financiamento será impossível dar continuidade ao crescimento do carnaval de Madureira. Temos que buscar parcerias com TVs e jornais, empresas de espetáculos e de turismo que abram perspectivas de mais recursos financeiros.”* O GT 2, por ampla maioria, definiu que as atividades de comunicação e a criação de parcerias das escolas com empresas de mídia devem ser desenvolvidas imediatamente pela diretoria da AESCRJ. O vice-presidente, Sandro Avelar, concluiu: *“Devemos pensar no carnaval 365 dias.”*

GRUPO TEMÁTICO 3: SOLUÇÕES FINANCEIRAS/DIREITO AUTORAL

Este grupo debateu os seguintes temas:

1. Crédito; programas de incentivo ao crédito; exportação de serviços, projeto “Carnaval Experience”.
2. Marca coletiva; compositores, intérpretes, arranjadores e músicos; produção fonográfica e audiovisual; coreografia e dança; marca coletiva e marca das escolas de samba.

O relator do GT 3, João Carlos Basílio da Silva, vice-presidente e relações públicas da Acadêmicos de Vigário Geral, destacou a importância da promoção do evento e ressaltou que a reunião de pessoas interessadas em mudar a realidade das escolas dos Grupos de Acesso “C”, “D” e “E” é algo inovador.

Sobre o tema Direitos Autorais, ele afirmou que é preciso buscar maior conhecimento sobre esse mecanismo: *“Nós, que estamos envolvidos diretamente com a produção musical, por exemplo,*

desconhecemos como é possível arrecadar e/ou reivindicar os direitos autorais existentes. No campo das artes plásticas, da dança, da coreografia, da imagem, da marca, nada sabemos. As nossas escolas nunca souberam estruturar projetos que propiciassem recebimentos de direitos autorais.”

Os membros do GT 3 decidiram estabelecer contatos diretos com o escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD) de direitos autorais musicais e com o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) para criar projetos pertinentes.

Para os participante do GT 3, desenvolver atividades relacionadas com saúde, educação e história do carnaval poderia auxiliar na formação de todas as partes e envolvidas. Dentro dessa questão, um fato relatado foi a evasão de baianas, que, ao começarem a participar de determinados cultos religiosos, são proibidas de fazer parte das escolas de samba. Foi encaminhada a sugestão de investir na formação de novas baianas e no esclarecimento das partes

envolvidas. A história do surgimento dessa ala e a função que as baianas desempenham no carnaval devem ser esclarecidas.

Ainda sobre educação e carnaval, o GT 3 apresentou a proposta de incentivar, nas escolas estaduais e municipais, o ensino da cultura africana, da identidade afro-brasileira e do conteúdo étnico nacional. Mesmo sendo lei, esses aspectos fundamentais de nossa formação ainda são pouco trabalhados. O GT 3 sugeriu o estabelecimento de parcerias com o Ministério da Educação e a OEI para a realização de projetos nessa direção.

A museóloga Renata Fontes Freire ressaltou que o conhecimento da história do carnaval, das raízes africanas, da música brasileira, da dança etc. é primordial para todos no carnaval. A exploração desses conhecimentos, por meio de cursos, pode ser um dos caminhos para atrair novos componentes para as escolas e recursos financeiros: *“O carnaval do Rio de Janeiro é um produto de interesse planetário. Atrai milhares de turistas brasileiros e estrangeiros que desejam*

Componentes do GT 3

NOME	INSTITUIÇÃO
Bruno Pimentel	G.R.E.S. Mocidade Independente de Inhaúma
Carlos Augusto Senra	AESCRJ
Cesar Eleutério Gomes	G.R.E.S. Arame de Ricardo
Decione Penha de A. Silva	G.R.E.S. Gato de Bonsucesso
Edson Soares Neto	Escola de Carnaval
Gracy Moreira	Organização Cultural Remanescentes da Tia Ciata
João Carlos B. da Silva (relator)	G.R.E.S. Acadêmicos de Vigário Geral
John Michael	Pluma & Paetês
Jorge Augusto Ramos da Silva	G.R.E.S. Gato de Bonsucesso
Luna Leal	Centro de Artes Calouste Gulbenkian
Morgana Bastos	G.R.E.S. Gato de Bonsucesso
Paulo Brück	Economista
Paulo de Oliveira Rodrigues	G.R.E.S. Arrastão de Cascadura
Regina Lucia Sá	Plumas & Paetês
Renata Fontes Freire	Museóloga – Unirio
Renato Bandeira	G.R.E.S. Unidos do Amarelinho

conhecer como é a sua criação e produção. O projeto Carnaval Experience pode ser levado para todas as agremiações e gerar receita para todos. Em 2012, tivemos 850 mil turistas na cidade, que se espalharam, consumindo não somente na Marquês da Sapucaí. Muitos poderiam ter assistido aos desfiles de Madureira, caso tivessem pacote e projetos sociais direcionados.”

“As quadras e as dependências das escolas devem ser utilizadas durante todo o ano, visando o benefício das mesmas”, afirmou Paulo Oliveira, representante do G.R.E.S. Arrastão de Cascadura e formado em Marketing Cultural. Em sua opinião: “É essencial ter uma visão sobre o tema; planejar atitude e definir o foco com exatidão.”

Sobre a realização de atividades nas quadras, para captar renda, o GT 3 identificou nos ensaios de bateria ou nos encontros de bateria uma boa oportunidade para interação. Essa aproximação, além de atrair gente nova, pode contribuir para uma maior disseminação de práticas e conhecimento. A realização de festivais de baterias, concurso de quadrilhas, feira de negócios e criatividade, torneio de futebol e outros esportes, além de um festival gastronômico, poderia colaborar para manter vivas as quadras e provocar uma maior aproximação com as comunidades.

Jorge Augusto, presidente do Gato de Bonsucesso, do Grupo D, se apresentou como morador da comunidade Nova Holanda, na Maré. É ritmista desde pequeno na agremiação e foi também intérprete e compositor. Dirige a escola há cerca de três meses: *“Os desafios enfrentados por dificuldades financeiras é um fato. No último carnaval, foi o Livro de Ouro que salvou o desfile. Apesar da quadra passar por melhorias na sua infraestrutura, a agremiação carrega dívidas*

passadas em cartas de crédito. Nunca tive pensamentos direcionados para os direitos autorais. Essa informação pode colaborar com o futuro. Por outro lado, pensar em programas de incentivos ao microcrédito pode aliviar a situação.”

O diretor de carnaval e carnavalesco do G.R.E.S. Unidos do Amarelinho, Renato Bandeira, afirmou que faz tudo em sua escola: *“A subvenção, no momento, é insuficiente, possuímos muitas dívidas que atrapalharam a realização dos últimos três carnavais. Na quadra, realizamos atividades com funk e aos domingos realizamos Roda de Samba. Estas atividades não cobrem os R\$ 140 mil que precisamos para colocar o carnaval na avenida.”*

Há três anos presidente do G.R.E.S. Arame de Ricardo, do Grupo “D”, Cesar Eleutério Gomes relatou que luta enfrentando dificuldades: *“Já estamos trabalhando para o carnaval de 2013. Buscamos materiais reciclados que podem colaborar para diminuir os gastos com matérias-primas. Nossa subvenção é R\$ 24 mil. Deste valor, investiremos somente R\$ 4.800,00. Temos muitas dívidas em cartas de crédito! Recebemos a doação de 50 peças de bateria de um político, o que aliviou, mas não resolveu nossa situação real. Apesar de realizarmos um evento por mês e de recebermos valores de aluguel da quadra para realização de festas, as dificuldades são grandes. Em 2012, tivemos que fazer um empréstimo de R\$ 20 mil para colocar a escola na avenida. O carro alegórico foi realizado a partir de madeiras de armários usados. Sempre contamos com muitos voluntários, que, desde 1969, quando éramos bloco, e que desde 1995, quando viramos escola, defendem nossa bandeira.”*

O vice-presidente e relações públicas do G.R.E.S. Acadêmicos de Vigário Geral,

João Carlos Basílio da Silva, retomando a palavra, relatou que sua escola não tem a infraestrutura de uma grande escola: *“Não recebemos ajuda além da subvenção pública. Levamos para desfilar 800 componentes. O enredo ‘Abdias do Nascimento’ solicitou investimento pessoal da diretoria. Também realizamos eventos na quadra; pedimos doações; mas isso não resolve. É a subvenção pública que tem que ser melhorada. Penso que os enredos de temas como o nosso, que foi dedicado à vida e à obra do Abdias do Nascimento, poderiam gerar serviços e produtos. Até que tentamos, mas nenhuma entidade se interessou em trazer recursos para esta justa homenagem. Não compraram nossas camisetas; não venderam nossos CDs com o enredo; não contrataram nossa bateria e show; nem participaram do desfile. Nem mesmo as entidades que foram beneficiadas pela luta do grande líder do movimento negro do Brasil.”*

Foi unanimidade no GT 3 a necessidade de criação do Plano de Gestão da Passarela Popular do Samba, projeto que deve ser desenvolvido a longo prazo. A associação, juntamente com todas as escolas, tem de tornar realidade este projeto dos colaboradores Edmundo Souto, Hans Donner e Ephim Shluger.

No quadro 4, vemos os tópicos apresentados pelo economista Paulo Brück, que foram reconhecidos como importantes para a construção do Planejamento Estratégico da AESCRJ para os anos 2013, 2014, 2015 e 2016.

CONCLUSÕES

A organização do seminário, no âmbito das atividades do “Projeto de Viabilidade Acadêmica, Cultural e Econômica da Escola de Carnaval”, em desenvolvimento

pela Escola de Samba Mirim Pimpolhos da Grande Rio, foi elogiada. Os participantes destacaram o profissionalismo de toda a equipe envolvida com o projeto.

A participação dos membros do Projeto Cultural Plumas & Paetês foi reconhecida como de suma importância para o êxito do seminário, principalmente pelas atividades desenvolvidas por essa entidade junto ao carnaval carioca na valorização dos trabalhadores, que são relegados a um segundo plano diante dos artistas, destaques, rainhas e carnavalescos.

A presença de Isabel Boechat, Adriana Lessa, Thiago Rodrigues e Vinicius Vaitsmann, do bloco “Fala Meu Louro”, também foi reconhecida como um elemento incentivador. “Foi após um Seminário de Planejamento Estratégico que resgatamos nosso bloco, que não desfila faz 22 anos”, destacou Isabel Boechat, presidente do grêmio. Ela continua: “estávamos endividados; a quadra iria ser tomada pela Guarda Municipal; tínhamos perdido o direito de desfilar na Avenida Rio Branco; a bateria não tinha instrumentos; a comunidade

estava afastada; a nossa história e identidade parecia perdida. Levamos tudo isso para o nosso seminário, e, com a criação de um Plano de Ações, em dois meses apenas o bloco voltou a existir. Conseguimos subvenção da Prefeitura; a Guarda Municipal foi desautorizada de tomar nossa quadra pelo prefeito Eduardo Paes, que tomou conhecimento do nosso seminário; reconquistamos o direito de desfilar na avenida; reformulamos nosso estatuto; elegemos nova diretoria; criamos a nossa Velha Guarda; realizamos várias rodas de samba, revitalizando a quadra; e estamos conseguindo patrocínios.”

Essas palavras serviram de exemplo para que a diretoria da AESCRJ estruture, em um segundo momento, o Plano de Ações para os anos 2013, 2014, 2015 e 2016. Pois, diante do volume de informações, será necessário marcar outro seminário técnico para formalizar os Grupos de Trabalho Permanente e nomear os responsáveis pelos encaminhamentos junto a empresas privadas e órgãos públicos. A definição das metas, das prioridades e dos prazos para a realização das

propostas apresentadas é outra atividade que deve ser desenvolvida durante a formalização dos Grupos de Trabalho Permanente, que serão:

GTP 1: Políticas Públicas;

GTP 2: Comunicação e Marketing;

GTP 3: Capacitação;

GTP 4: Empreendedorismo;

GTP 5: Infraestrutura.

Foi citada a experiência da execução de um Plano de Ações criado a partir do Seminário de Planejamento Estratégico da AESM-Rio. Ao longo de 2012, foi realizado o projeto arquitetônico do futuro Planeta do Samba Mirim; foi contratado, por meio do Sebrae/RJ, um consultor de marketing para a estruturação de um plano de marketing das Escolas de Samba Mirins; foram desenvolvidos o texto e o projeto gráfico de uma cartilha sobre a história do carnaval para as escolas municipais e estaduais; e o projeto do Museu do Carnaval Mirim.

A estrutura da AESCRJ exige novas prioridades e um Plano de Ação diferenciado, levando em conta as experiências citadas. A AESCRJ se envolverá em uma acirrada competição nos próximos anos,

Quadro 4. Necessidade apresentadas pelo GT 3

Atividades culturais e esportivas

- Capacitação para funções e cargos gerenciais e administrativos.
- Priorização de um cronograma de qualificação social e profissional.
- Desenvolvimento do empreendedorismo.
- Trabalho com o micro-crédito.
- Produção de uma cadeia produtiva contínua.
- Criação de um grupo de trabalho para realização dos projetos aqui propostos.
- Valorização das *expertises* sociais, culturais e tecnológicas.
- Resgate da memória das agremiações.
- Capacitação sobre direito autoral.
- Formação de parcerias em arte e educação: cursos, escolas e universidades (públicas e privadas), Ministério da Educação, OEI.

Atividades culturais e esportivas

- Exposições de fotografia do carnaval nos bastidores das escolas.
- Festivais de samba de terreiro, festival gastronômico, festival de baterias, concurso de quadrilhas.
- Resgate da memória das agremiações.
- Realização de uma roda de conversas GRIÔ;
- Incentivo da criatividade.
- Cursos de: história, dança, música, percussão, escultura e computação.
- Torneio de futebol e outros esportes.
- Feira de negócios e criatividade.
- Projetos sociais voltados para religião, saúde e esporte.

por conta do rebaixamento anunciado até 2016, quando, das 37 escolas filiadas hoje, ficarão apenas 30. Rebaixamento que vai contra a posição da atual diretoria, que entende serem positivos o fortalecimento das escolas de samba existentes e a criação de ambiente para que cada bairro da cidade do Rio de Janeiro tenha sua própria escola de samba.

Foi lembrado que as agremiações que não participaram do seminário serão informadas dos resultados e convidadas, desta vez, para a criação do Plano de Ações, evento que será realizado logo após o carnaval de 2013.

Destacou o presidente da AESCRJ, Moisés Fernandes: *“Este é um trabalho muito sério e inovador no carnaval da cidade do Rio de Janeiro, que deve ser concluído para planejar mudanças e alcançar resultados; para que as visões de todos sejam contempladas; para conscientizar todas as nossas agremiações de maneira consensual; para comprometer não somente a diretoria da AESCRJ e das escolas com o Plano de Ação, mas de todos os amantes do carnaval e do samba. Tivemos muita reflexão individual. Agora temos que buscar a construção de um documento que condense tudo o que foi debatido abertamente, sem censura e impedimentos.”*

O presidente da AESCRJ lembrou que, ao logo do segundo semestre de 2012, mesmo enfrentando dificuldades financeiras, administrativas e de recursos humanos, foi estabelecido o seguinte elenco de atividades prioritárias para a Associação: oito reuniões Plenárias; Terceiro Concurso Musa do Samba; Sorteio da Ordem dos Desfiles; aniversário da AESCRJ; atualização do livro de contabilidade da AESCRJ (que não vinha sendo feita desde 2004); assinatura dos contratos de prestação de serviços públicos com a

Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro e o Governo do Estado do Rio de Janeiro.

O coordenador científico do seminário, Luiz Carlos Prestes Filho, lembrou que o objetivo principal foi atingido no momento: *“Por um lado, foram identificados os gargalos e, por outro lado, apontadas as oportunidades inovadoras. Cada um dos três grupos debateu temas que não conseguem ser trabalhados longamente nas plenárias da AESCRJ, por falta de tempo. O resumo do seminário trará sugestões para criação do Plano de Ação citado pelo presidente Moisés Fernandes. Na reunião técnica, marcada para após o carnaval de 2013, será produzido um documento definindo metas, prazos e identificando os responsáveis pelos encaminhamentos nos campos das Políticas Públicas; Comunicação e Marketing; Capacitação; Empreendedorismo; e Infraestrutura. O próximo passo é o de definir qual AESCRJ desejamos para 2013, 2014, 2015 e 2016.”*

EQUIPE DE TRABALHO

Luiz Carlos Prestes Filho, assessor para o Desenvolvimento da Indústria Cultural da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Energia, Indústria e Serviços (SEDEIS); especialista em Economia da Cultura; Vice-Presidente Cultural da AESCRJ; coordenador dos estudos *Cadeia Produtiva da Economia da Música* (2002/2005) e *Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval* (2006/2009); e coordenador do Planejamento Estratégico da Associação das Escolas de Samba Mirins (2011) e do Planejamento Estratégico do Bloco Fala Meu Louro (2012).

Especialistas

- Camila Soares, Tecnóloga em Cinema; MBA em Gestão Empresarial (FGV) e pós-graduada em Gestão do Entretenimento (ESPM); presidente da Escola de

Samba Mirim Pimpolhos da Grande Rio; coordenadora técnica do Planejamento Estratégico da AESM-Rio (2011) e coordenadora executiva do Projeto “Escola de Carnaval”.

- Luna Leal, produtora cultural (UFF); coordenadora do projeto “Escola de Carnaval” no Centro de Artes Calouste Gulbenkian da Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro.
- Moacyr de Oliveira Araújo, tributarista; membro da equipe que realizou os estudos *Cadeia Produtiva da Economia da Música* e *Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval*.
- Paulo Brück, economista; membro das equipes que realizaram os estudos *Cadeia Produtiva da Economia da Música* e *Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval*; do Planejamento Estratégico da AESM-Rio e do Bloco Fala Meu Louro.
- Sergio Luís Correa Santos, administrador; membro da equipe que participou do Planejamento Estratégico da AESM-Rio.
- José Antônio Rodrigues, Projeto Cultural Plumas & Paetês.
- Carlos Frederico Barros, Engenheiro de Produção (UFF).

Apoio Técnico

- Claire S. Freeman, produtora cultural e designer.
- Thaís Garcez, jornalista e produtora cultural.

NOTAS

1. Fundada em 1935 como União das Escolas de Samba da Cidade do Rio de Janeiro, a AESCRJ é a mais antiga entidade carnavalesca da cidade, embora ainda careça de documentação historiográfica que comprove essa afirmação, pois existem divergências entre pesquisadores.
2. O Seminário de Planejamento Estratégico da Associação das Escolas de Samba da Cidade do Rio de Janeiro (AESCRJ) 2013/2014/2015/2016 foi realizado no Centro de Artes Calouste Gulbenkian, situado à Rua Benedito Hipólito, 125, perto da antiga Rua Visconde de Itaúna, 119, morada de Tia Ciata, que

foi demolida em 1941 para a abertura da atual Avenida Presidente Vargas.

3. Essas nomenclaturas/razões sociais de entidades civis sem fins lucrativos – Grêmio Recreativo Escola de Samba (G.R.E.S.), Sociedade Esportiva Recreativa Escola de Samba (S.E.R.E.S.), Sociedade Recreativa Escola de Samba (S.R.E.S.) e Agremiação Recreativista Escola de Samba (A.R.E.S.) surgiram em 1935, quando as agremiações carnavalescas cariocas foram obrigadas a tirar um alvará na *Delegacia de Costumes e Diversões* para poderem desfilar, por conta da oficialização do carnaval como evento de interesse público municipal pelo prefeito Pedro Ernesto. O delegado titular, Dulcídio Gonçalves, decidiu a dar um aspecto de maior organização aos desfiles de escolas de samba, negou-se a conceder o alvará para associações com nomes considerados esdrúxulos, razão pela qual o G.R.E.S. Portela teve de mudar para o nome atual, ao invés do nome original: *Vai Como Pode*.

4. O Centro de Artes Calouste Gulbenkian foi criado em 11 de março de 1971. Inicialmente, serviu para formar professores de artesanato para atender às escolas da Rede Oficial do antigo estado da Guanabara. Em 1975, o Centro passou a integrar a estrutura da Secretaria Municipal de Educação e Cultura.

5. A Estrada Intendente Magalhães liga os bairros de Campinho e Vila Valqueire. Originalmente, fazia parte do Caminho Imperial, também chamado de Estrada Imperial de Santa Cruz, que ligava o município da Corte a Sepetiba. Além dos desfiles mencionados, também abriga os desfiles dos blocos do Grupo 2 e, voluntariamente, das escolas de samba Tradição e União de Jacarepaguá.

6. Em 1984, dirigentes de 10 das principais escolas de samba do Rio de Janeiro separaram-se da AESCRJ e criaram uma associação própria, a Liga Independente das Escolas de Samba (Liesa).

7. A organização dos Estados Ibero-Americanos (OEI) é uma entidade intergovernamental criada em 1945 pelos ministros de Estados de Educação e Cultura dos países ibero-americanos.

8. Essa secretaria realizou o Acordo de Cooperação Técnica com a OEI para a realização de projetos no campo da Economia da Cultura e da Economia Criativa.

9. O projeto Escola de Carnaval está sendo desenvolvido para a criação de um centro de formação profissional em Gestão Carnavalesca e um Centro de Pesquisa e Desenvolvimento do carnaval.

10. A análise amostral define que os resultados apurados no Seminário Estratégico da AESCRJ têm 85% de confiança de representar a opinião e a realidade de todas as 37 escolas filiadas, e que os dados numéricos que forem estimados conteriam 14% de margem de erro em relação ao resultado

efetivo da agregação dos dados de todas as 37 escolas de samba.

11. O padrão mínimo aceitável para uma análise amostral é um nível de confiança de 80% e uma margem de erro de 20%, o que, nesse caso, representaria a presença de pelo menos oito escolas filiadas.

12. A madrinha da Escola de Carnaval, a atriz da TV Globo Cléo Pires, é filha do cantor e ator Fábio Júnior e da atriz Glória Pires.

13. Na Praça Onze ficava a Casa da Mãe de Santo Tia Ciata, onde se reuniam Pixiguiinha, Donga e Sinhô. É o local onde nasceram o samba de sambar e a primeira escola de samba, a Deixa Falar, de Ismael Silva.

14. O Sambódromo, realizado a partir do projeto do presidente da AESCRJ na década de 1970, Amaury Jório, e encaminhado pelo Vice-Governador, Darcy Ribeiro, é uma obra do arquiteto Oscar Niemeyer, inaugurada em 1984 pelo governador Leonel Brizola.

15. PRESTES FILHO, Luiz Carlos *et al.* *Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2009.

16. A Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro, com a demolição da antiga fábrica de cerveja Brahma, completou, entre 2011 e 2012, a obra da Passarela do Samba, construindo novas arquibancadas e ampliando a capacidade, em número de expectadores, dos desfiles da Marquês da Sapucaí.

17. A LIERJ é a associação que organiza os desfiles de 19 escolas dos Grupos de Acesso “A” e “B” do carnaval do Rio de Janeiro. Até 2012, a denominação dessa entidade era de Liga das Escolas de Samba do Grupo de Acesso (LESGA), fundada em 2008 por 10 agremiações que se separaram da AESCRJ. No carnaval de 2013, esse Grupo de Acesso passará a ser denominado Série Ouro.

18. O público voltou a prestigiar o carnaval de rua do Rio de Janeiro por razões econômicas e culturais. A programação de 101 blocos de rua do carnaval de 2013 está disponível em aplicativos para celular e no site da Prefeitura.

19. SOMMOS é uma empresa especializada em agregação e distribuição digital de conteúdos audiovisuais e literários, comprometida com a promoção, a exportação e a monetização da Cultura Brasileira. A Bovespa, em atendimento ao disposto na Instrução CVM n. 358/2002, a RJCP Equity S.A. (“Companhia” ou “RJCP”), informou, em 3 de dezembro de 2012, a seus acionistas e ao mercado em geral que celebrou Contrato de Investimento para investir na *start-up* SOMMOS Arte Brasileira S.A. (“SOMMOS”).

20. Entre os serviços do INPI estão os registros de marcas, desenhos industriais, indicações geográficas, programas de computador, as concessões de

patentes e as averbações de contratos de franquia e das distintas modalidades de transferência de tecnologia. Na economia do conhecimento, esses direitos se transformam em diferenciais competitivos, estimulando o surgimento constante de novas identidades e soluções técnicas. A indicação de procedência refere-se ao nome do local que se tornou conhecido por produzir, extrair ou fabricar determinado produto ou prestar determinado serviço. A denominação de origem refere-se ao nome do local que passou a designar produtos ou serviços, cujas qualidades ou características podem ser atribuídas a sua origem geográfica.

Luiz Carlos Prestes Filho

Especialista em Economia da Cultura.

Coordenou os estudos: Contribuição da Cultura para a Formação do PIB do Rio de Janeiro (1999/2002); Cadeia Produtiva da Economia da Música (2002/2009); Cadeia Produtiva da Economia do Carnaval (2006/2009); Cadeia Produtiva da Economia do Artesanato (2010/2012)

Moisés Fernandes

Presidente da Associação das Escolas de Samba da Cidade do Rio de Janeiro (AESCRJ) e empresário.

Sandro Avelar

Vice-presidente da Associação das Escolas de Samba da Cidade do Rio de Janeiro (AESCRJ) e bacharel em Direito.

Engenharia Cultural

Livro de Fernando Portella traz luz a setor da economia carente de profissionalização

Yuri Maia

Um dos mais influentes gestores culturais do Rio de Janeiro, diretor executivo do Instituto Cultural Cidade Viva e professor de cursos de gestão e produção cultural em todo o País, Fernando Portella lança, pela Editora Cidade Viva, o livro *Engenharia cultural: como transformar ideias em projetos e projetos em realidade*.

Uma das grandes dificuldades de artistas e criadores de toda natureza é como viabilizar suas ideias e projetos. Qual o caminho a percorrer para que uma obra chegue ao mercado? Fernando Portella, com 26 anos de experiência em gestão e produção de projetos culturais e socio-culturais, transmite de forma objetiva e transparente sua vivência, de tudo o que aprendeu dessa arte estratégica que ele denomina de “engenharia cultural”.

O autor já desenvolveu projetos e deu cursos em 11 estados brasileiros, principalmente em municípios do interior, nos quais as possibilidades de parcerias e recursos são bastante escassas. Nesses lugares, aprendeu com artistas e produtores locais como eles conseguiram



Engenharia Cultural – como transformar ideias em projetos e projetos em realidade
Fernando Portella
Editora Cidade Viva, 2012.
144 páginas

produzir seus eventos, alguns deles que se transformaram em produções nacionais. É com essa bagagem que Fernando escreve seu livro.

Entre tantos fatos e percepções relacionadas, ele chama a atenção, por exemplo, para a importância da formação

de redes de parceria entre produtores na viabilização de projetos. Para que uma ideia se transforme em realidade no mercado, é preciso muita energia e pessoas certas nas funções certas. Nesse aspecto, a escolha da equipe de trabalho é fundamental.

Fernando ressalta ainda a importância da parceria pública e aponta um momento especial no Brasil e no mundo, com a entrada da nova Era da Emoção e do Envolvimento. Segundo o autor, as empresas que fazem (produzem) e pensam (criam novas tecnologias) estão encontrando uma nova dimensão: o sentir. As organizações que sentem seriam aquelas atentas à responsabilidade sociocultural e ambiental, bem como as que valorizariam seus funcionários na mesma medida dos fornecedores e clientes.

O livro aborda o conflito entre artistas e o mercado e diz que é necessário construir mercados para cada conjunto de projetos. “Não significa que o artista deva se subordinar ao que vende e ao que não vende, ele precisa encontrar um caminho

entre a sua criação e o consumo, para continuar fazendo arte” – diz o autor. A nova Economia Criativa e os avanços que estão acontecendo nesse setor também são assuntos discutidos na publicação.

O livro também aborda as oportunidades do mercado, a relação da cultura com a educação, o turismo, o terceiro setor e outras áreas de interface. Além disso, sublinha a importância da identidade brasileira e a força de sua diversidade como o grande negócio do Brasil.

Ao final, Fernando apresenta 50 dicas de Engenharia Cultural, percorrendo todo o ciclo da produção cultural de um projeto genérico, passando por inspiração, ideia, pesquisa, projeto, estratégia, parcerias, produto e comunicação. São informações fundamentais que preencherão um espaço até então vazio na bibliografia de quem já trabalha na área ou pretende entrar nesse mercado.

Yuri Maia

Jornalista, músico e pesquisador de Produção Cultural formado pela Universidade Candido Mendes/RJ.

INTELIGÊNCIA EMPRESARIAL

NÚMERO 36 ■ 2013
ISSN 1517-3860

Publicação do CRIE

Centro de Referência em Inteligência Empresarial da Coppe/UFRJ



Editor

Marcos do Couto Bezerra Cavalcanti
Crie/Coppe/UFRJ

Conselho Editorial

André de Faria Pereira Neto – Fiocruz
Anne-Marie Maculan – PEP/Coppe/UFRJ
Claudio D'Ipolito – Neict/UFF
Eduardo Costa – DCC/UFMG
Gilson Schwartz – ECA/USP
Guilherme Ari Plonski – FEA/USP
Helena Lastres – RedeSist/IE/UFRJ
Ivan da Costa Marques – NCE/UFRJ
Lia Hasenclever – IE/UFRJ
Raquel Borba Balceiro – Gestão do Conhecimento/Petrobras
Renata Lebre La Rovere – IE/UFRJ
Rogério Valle – Sage/Coppe/UFRJ
Sarita Albagli – Ibict
Silvio Meira – CIn/UFPE e C.E.S.A.R

Coordenação editorial

Luiz Carlos Prestes Filho

Diagramação

Juliana Jesus

Ilustração da capa

Olaf Herschbach/Istock Photo

Edição de textos

Thaís Garcez
Paulo Brück
Luiz Carlos Prestes Filho

Tradução

Clarissa Machado

Impressão

J. Sholna

Tiragem

1.000 exemplares

© CRIE/E-papers, 2013. É proibida a reprodução ou transmissão desta obra, ou parte dela, por qualquer meio, sem a prévia autorização dos editores. Impresso no Brasil.

Marketing e assinaturas

E-papers Serviços Editoriais
<http://www.e-papers.com.br>
tel (21) 2273-0138

Apoio



SECRETARIA DE
DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO, ENERGIA,
INDÚSTRIA E SERVIÇOS

Abstracts

Usando Lógica Fuzzy em megaeventos de esportes *Using Fuzzy logic at sports mega events*

This article presents a decision taking support system based on Fuzzy logic for sports mega events. It also examines the entertainment industry and characterizes a sports mega event, indicating its management elements.

Propriedade Intelectual nos APLs do Rio de Janeiro *Intellectual Property at Rio de Janeiro's LPAs*

This article aims to indicate the intellectual property tools of greater importance for some of the main clusters (*aka* "Local Productive Arrangements", concept best known in Brazil) of Rio de Janeiro. Other aspects comprised in the article: the context of the local values for the innovation generating process, Rio de Janeiro's LPAs and its protection instruments.

APL de Conservatória Seresteira *Local Productive Arrangement of the Serenading Conservatória*

The text is a report of impressions from the author and her analysis over the serenading tradition and culture of Conservatória, a city located in the Brazilian State of Rio de Janeiro. Her views have, as reference, the concepts of culture economy as well as touristic and economic data about the city

Duque de Caxias: a vocação de um lugar e o seu potencial *Duque de Caxias: the calling and potential of a place*

The starting point of this text was a study executed about the cultural potentialities of Duque de Caxias, a city located in the metropolitan area of Rio de Janeiro State. It presents the reader with the pros and cons of Professor José Dutra Herdy street, a place that might turn into a Cultural Point of the city after the execution of projects aimed at improving its structures and logistic.

Seminário de Planejamento Estratégico das Escolas de Samba Mirim e o Carnaval do Rio de Janeiro

Seminar on the strategic planning of Children's Samba Schools and Carnival of Rio de Janeiro

Mapping the potentialities of the products developed by the Association of Children's Samba Schools (AESM-Rio in the Portuguese acronym) and turning the execution of public and private policies viable were the main objectives of the Seminar on the strategic planning of Children's Samba Schools and Carnival of Rio de Janeiro. The experience is reported in this text.

Fala Planejamento, Fala Gestão, Fala Meu Louro! *Talk about planning, talk about management, talk, my parrot!*

One of the most ancient Carnival Bands of Rio de Janeiro, "Fala, meu louro" (Talk, my parrot), is the theme of this text. Its history, faced problems, the years during which it no longer paraded and the planning developed in 2012 in order to bring it back are some of the points comprised.

Escola de Carnaval – Futuro do Carnaval *Carnival School – Future of Carnival*

This article examines the activities planned for structuring the Economic and Social Viability of the Carnival School of Rio de Janeiro, a project that extends and foment the carnival culture through educative actions of cultural nature.

Planejamento Estratégico AESCRJ (2013-2016) *Strategic Planning for the Association of Samba Schools of Rio de Janeiro City 2013-2015*

The Seminar for Strategic Planning of the Association of Samba Schools of Rio de Janeiro City (AESCRJ in the Portuguese Acronym) was held in 2012 with the objective of developing a document that enables to create an Actions Plan for AESCRJ for 2013. The activities developed along the seminar are described in this text.