

Maria Arlete Gonçalves

Diretora de Cultura da Oi Futuro

“No mundo em que vivemos, é preciso pensar fora da caixa, pensar em novas formas. A arte é isso: o olhar enviesado que você lança sobre as coisas.”

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Sergio Cohn no dia 28 de maio de 2010, em São Paulo.

Maria Arlete Gonçalves

Baiana, Maria Arlete Gonçalves é jornalista e publicitária formada pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). É diretora de cultura do Oi Futuro, instituto carioca responsável pelas ações de responsabilidade social da Oi e gestora do Programa Oi de Patrocínios Culturais Incentivados. A política cultural da empresa nasceu na antiga Telemar, que criou a estrutura do instituto “para pensar a questão da responsabilidade social por meio da educação e de cultura”, diz Maria Arlete.

A Oi hoje financia projetos culturais inscritos nas leis de incentivo à cultura em todas as regiões brasileiras. “Em 2009, foram investidos R\$ 46 milhões na cultura. São 260 projetos do Brasil inteiro a partir de um total de 5.355 inscrições.” Uma das maiores patrocinadoras privadas do país, a Oi lança os projetos em seu site na internet e seleciona os escolhidos por meio de editais públicos. Depois de inscritos, os projetos selecionados ainda passam pela análise de três comissões.

Para Maria Arlete, os projetos financiados direta ou indiretamente formatam o discurso da empresa sobre a cultura. “Eles representam o que a gente quer falar para a sociedade.” A diretora do Oi Futuro também coordena os espaços no Rio de Janeiro (Flamengo e Ipanema) e em Belo Horizonte, além do Museu das Telecomunicações. “Nosso conceito é de hipermuseu, como se fosse um hipertexto. Posso ver o museu em cinco minutos ou em cinco horas. As pessoas customizam a visita. Se elas interagem, vão abrindo camadas de informação.”

Como surgiu o Oi Futuro?

O Oi Futuro nasceu no final de 2001, de uma necessidade da antiga empresa Telemar, hoje Oi. Quando houve a privatização do setor de telecomunicações, a Telemar adquiriu a maior área geográfica das empresas de telecom – nas regiões Nordeste, Sudeste e Norte, exatamente onde fica a mancha vermelha da exclusão social do Brasil, o “Brasil profundo”. A empresa entendeu que de alguma maneira teria que promover desenvolvimento nessas regiões do Brasil profundo. Entendeu também, até por uma questão de mercado de longo prazo, que teria que devolver recursos à sociedade. Embora o negócio dela não fosse esse, e, sim, telecomunicação, tráfego telefônico e outros mercados que já evoluíram hoje. A companhia resolveu criar uma estrutura e um instituto para pensar a questão da responsabilidade social por meio da educação e da cultura, como forma de incluir esses brasileiros que estavam fora do mapa da cidadania. Na época, foi criado o Instituto Telemar, hoje, Oi Futuro, para fazer esse trabalho. Elegemos a educação e a cultura como os focos de atuação e sempre a tecnologia como forma de aceleração de desenvolvimento.

O que é e como funciona o Oi Futuro?

O Oi Futuro é uma Oscip – organização social de interesse público – que atua com projetos próprios, sempre com esse DNA da tecnologia nos campos da cultura e educação. E também apoia projetos de outras organizações no campo social, além de fazer a gestão dos patrocínios culturais incentivados pela Oi. Houve um entendimento da empresa de que os patrocínios culturais, que utilizam as leis de incentivo, são recursos públicos de renúncia fiscal, isto é, dinheiro dos cidadãos que pagam impostos. A empresa entendeu que deveria ter um olhar responsável sobre a administração desses recursos e a produção que surge a partir deles. Além dos patrocínios culturais e dos projetos próprios, temos hoje três centros culturais: dois no Rio de Janeiro, voltados para arte e tecnologia [*Oi Futuro Flamengo e Ipanema*], e um em Belo Horizonte [*Oi Futuro BH*]. E ainda projetos sociais que tenham esse viés, como a Oi Kabum!, uma escola de arte e de tecnologia para jovens de comunidades [*que oferece cursos audiovisuais e digitais para jovens de Recife, Rio, Salvador e Belo Horizonte*]. Isso no campo da cultura. Em educação existem outros projetos, como o Nave, que é uma escola de games [*Núcleo Avançado em Educação, que formam jovens em cursos de programação multimídia, jogos e conteúdos para web, TV digital e IPTV*]. Quer dizer, é uma série de coisas sempre com cultura digital presente.

Vocês sempre trabalharam com edital?

Sempre, desde o início. Na verdade, os patrocínios eram feitos pelo marketing da própria Oi. Quando o Oi Futuro surgiu, a tarefa de escolher os projetos foi passada para nós, e a primeira providência tomada foi a de criar um edital público para democratizar o acesso também aos produtores do Brasil.

Como começou seu envolvimento com a cultura?

O meu processo pessoal vem desde criança, frequentando bibliotecas públicas. Foram elas que fizeram a minha cabeça no campo da cultura. Acho que muito da ação que desenvolvo hoje tem origem na infância, então trabalho bastante com formação de plateias. Um dia desses eu estava conversando com um diretor de cinema e contei que o primeiro filme que vi na minha vida foi em Salvador – eu sou baiana –, quando eu tinha cinco anos. Foi um filme sobre os pigmeus, exibido em praça pública. Nunca esqueci a sensação de olhar a população no meio da rua vendo um filme preto e branco, praticamente mudo. Isso voltou para mim muito tempo depois e apliquei no Oi Futuro, no acesso à cultura. Mais tarde, nos anos 70, eu frequentei a

cinemateca do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro. Sou uma pessoa da área de comunicação, sou jornalista e publicitária, formada na Escola de Comunicação (ECO), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Nos anos 70, havia uma efervescência cultural muito grande. A minha geração ia para universidade e depois para o MAM, como se fosse a uma missa diária. Tomávamos pílulas de conhecimento, víamos Norman McLaren, tudo de Charles Chaplin. Em seguida, íamos para um bar para discutir aquilo, ou para o teatro, e à meia-noite havia os shows piratas. Também sempre fui interessada no jornalismo de cultura. Mais tarde dirigi o Museu do Telephone, que foi anterior ao Oi Futuro.

A Oi possui uma perspectiva nacional de negócio. O que esse ângulo mudou para vocês na área de cultura e educação?

A Oi é a única empresa de telecomunicações totalmente brasileira, com capital nacional. Por isso, há um comprometimento e um compromisso muito forte com a arte e com a cultura brasileiras. Mesmo antes, quando nós atuávamos em 16 estados, esse comprometimento era muito grande. Agora, a questão da territorialidade se ampliou. Abrimos em 2010 o primeiro edital para projetos do Brasil inteiro. Como lidamos com leis de incentivo à cultura, a gente só atuava nos estados em que a empresa estava presente. Agora, isso mudou para o país todo. Já no campo social, sempre atuamos no Brasil inteiro.

Vocês fazem uma fusão entre cultura e tecnologia. No último edital, cresceu a presença das novas mídias. Dá para fazer inclusão social com games, por exemplo?

Acreditamos que sim. Temos que entender que a cultura digital hoje é a própria cultura. O game é um instrumento muito poderoso. Primeiro porque é a linguagem do século em que vivemos, principalmente a linguagem da juventude, faixa etária com a qual trabalhamos fortemente. É preciso produzir profissionais brasileiros que possam criar games no Brasil. Nossa diretoria de educação está a cargo da Samara Werner. Temos uma escola no Rio de Janeiro e outra em Recife, que é o Nave. Na carga horária da manhã, os alunos estudam as disciplinas normais do ensino médio e, à tarde, têm aulas de desenvolvimento de games – roteiro, criação de softwares. São três anos de formação. Na verdade, queremos contribuir para que haja uma nova geração de profissionais, porque sabemos que é um mercado promissor e o Brasil ainda está engatinhando na formação. Essa é nossa contribuição para o que hoje se chama economia da cultura e economia criativa, que é você gerar novos profissionais para novos campos, na área da criação.

O antropólogo Hermano Vianna descreve o game como uma nova forma de narrativa, que é interativa e construída junto com o interlocutor da história.

Talvez seja um exagero da minha parte, mas podemos dizer que para a juventude o game é uma extensão do corpo. É aquilo que Marshall McLuhan dizia dos equipamentos, sobre o telefone ser uma extensão da orelha, do ouvido. O game hoje é quase uma extensão do corpo da juventude. É uma maneira de pensar também. Como um instrumento de educação, o game é poderosíssimo. Além desse trabalho de formação, no ano passado fizemos um festival de games, como se fosse um festival de cinema, premiando o desenho, a história, a criação, o roteiro. A indústria ainda engatinha no Brasil, é preciso dar passos adiante. No Oi Futuro, a gente tem essa premissa, por isso botamos “futuro” no nome.

A China tem investido muito em desenho animado e em games, exportando profissionais para o mundo inteiro e valorizando a própria da cultura deles. Seria importante o Brasil ter uma preocupação nesse sentido também?

Sim. A China colocou a economia criativa como sua prioridade número um. Quando um país poderoso faz isso, o mundo precisa olhar e pensar, porque a economia criativa trabalha com uma matéria-prima altamente renovável. Estamos na época em que se discute a questão das energias não-renováveis e a criatividade é uma coisa altamente renovável. Não é à toa que a China mandou buscar do Brasil e em outros países designers, criadores, vários profissionais. É preciso pensar nas novas formas de produzir cultura, mas sem desprezar ou reduzir a cultura tradicional. Nos patrocínios culturais da Oi, existe a categoria de novas tecnologias, que vem crescendo, e também de apoio à cultura de raiz, ao patrimônio cultural e tudo mais, porque temos o compromisso com a diversidade cultural brasileira.

Hoje qualquer garoto que tenha um conjunto de músicas pode estar ilegal pela lei do direito autoral do Brasil. Como vocês pensam esse problema?

A gente não entra na questão política. A indústria e a sociedade como um todo precisam pensar nas novas formas de direito autoral. Somos totalmente contra a pirataria. O que estamos fazendo é a formação de profissionais cidadãos, dentro das leis que regulam o país. O Oi Futuro é um instituto de

responsabilidade social.

O Rio de Janeiro é uma cidade muito marcada por espaços onde se encontrava cultura: MAM, Parque Lage, Circo Voador. Eram lugares de acesso, de compartilhamento e de debates. O digital substitui isso ou você acha que é necessária a criação de outros espaços de encontros?

Procuramos fazer isso no Oi Futuro. Nossa gênese é criar espaços de discussão e de reflexão sobre a arte que se produz hoje e o que se pode produzir para frente. Alguns de nossos projetos são exemplos disso, como o Oi Cabeça, em Belo Horizonte, Oi Futuro Ipanema (a fachada é toda branca e fazemos projeções ali), o festival de teatro do Oi Tempo, no Rio de Janeiro, e a ocupação da Praça General Osório, também em Ipanema, um lugar de muita efervescência. O Rio de Janeiro tem essa característica, é uma cidade que se exhibe. Pela geografia da cidade e pelo temperamento dos cariocas – de se encontrar mais no bar do que nas casas –, todo mundo vai para rua, para praia. Não só o Oi Futuro, mas outras instituições também estão fazendo muitas iniciativas. Além disso, você tem as redes sociais, que são espaços sem território, mas que servem para levar esses grupos de afinidade para os encontros nos locais públicos. Hoje, a mídia convencional já não espelha a efervescência cultural de uma cidade. As redes sociais entram exatamente aí, as pessoas se organizam e divulgam suas coisas.

Quando os editais da Oi Futuro são lançados? E qual é o valor investido atualmente?

Os editais são lançados sempre em outubro. Lançamos pela internet e os produtores se inscrevem por cerca de dois meses. A gente desenvolveu um formulário de preenchimento com um sistema que tem sido referência até para secretarias de cultura. Depois de inscritos, os projetos vão para a análise de três comissões. A comissão de especialistas é composta por dois representantes convidados de cada setor, como cinema e teatro. Em seguida, vêm a comissão do Oi Futuro e a do conselho. Em 2009, foram investidos R\$ 46 milhões na cultura. São 260 projetos do Brasil inteiro a partir de um total de 5.355 inscrições. A Oi é uma das maiores patrocinadoras privadas do país.

Qual é a relação do Oi Futuro com os contemplados? Como é a gestão dos projetos?

Temos uma relação estreita com os projetos. Quando escolhemos 260 projetos, eles representam o que a gente quer falar para a sociedade em matéria de cultura. Isso cria uma proximidade e um comprometimento. Ao anunciar o resultado, reunimos e conversamos com todos os produtores, inclusive para

entender os detalhes do projeto, o que muitas vezes o edital não dá conta. Procuramos identificar onde a gente pode entrar como parceiro, além do patrocínio. Por exemplo, os projetos que possuem desdobramentos sociais são trabalhados em conjunto. Na verdade, o desdobramento social nunca deve ser uma coisa que aprisione o produto cultural, ou que o restrinja, mas que o potencialize. É possível ter desdobramento social em todo tipo de projeto. Eu dizia há algum tempo que o cinema tinha muita dificuldade em gerar desdobramento social, mas, agora, a gente senta com os produtores e consegue levar jovens para assistir às filmagens. Sempre há alguma coisa a fazer sem atrapalhar o produto cultural. Hoje, a Oi não é empresa só de telefone. É produtora de mídia, possui televisão, rádio FM, portais como o IG e o Mundo Oi. Tentamos fazer a divulgação conjunta dos projetos nas mídias. Fazemos a ligação entre os assessores de imprensa dos projetos e assessores do Oi Futuro. Nosso objetivo é que as pessoas tenham acesso e que seja um sucesso para todos. A mesa é redonda, não tem cabeceira. Há de ser bom para todo mundo.

Está crescendo a reflexão política e estética da cultura nas novas mídias?

Vivemos um estágio de amadurecimento. Dentro do Oi Futuro, temos o Museu das Telecomunicações que tem o compromisso de ser um museu de século 21, afinal o objeto é a tecnologia. Nosso conceito é de “hipermuseu”, como se fosse um hipertexto. Hoje em dia, você não precisa ter um espaço grande. Tenho um museu que posso ver em cinco minutos ou em cinco horas e meia. As pessoas customizam a visita. Se elas interagem, vão abrindo camadas de informação superposta. Mesmo assim, sempre estaremos atrasados, porque o avanço tecnológico é muito veloz. Há um *lettering* na saída do museu mostrando sempre a última notícia que saiu no jornal sobre as tecnologias de comunicação e informação. Tem que ser assim, a gente fica correndo atrás.

O termo “cultura digital” dará lugar à palavra “cultura” simplesmente?

Acho que não, porque vai virar uma categoria. Assim como existe patrimônio e teatro, haverá o digital. Talvez o termo “cultura” da expressão é que não seja mais necessário. Cultura digital é um reforço.

Além do museu, como o Oi Futuro lida com a memória da produção digital?

Temos que correr atrás o tempo inteiro e estarmos registrando. Claro que muita coisa se perde. Dentro disso que chamamos de cultura digital, lidamos com a perda, porque é impossível dar conta de tudo. A questão aí é qualificar sempre. Qualificar o que vai guardar como memória. É impossível guardar tudo. Inclusive, acho que nem se deve. Existe muita coisa nesse caldeirão e

nem tudo traz alguma contribuição.

O negócio da Oi é tecnologia – tubos, conexões, banda larga, telefonia – e o investimento em cultura de vocês reflete isso. É um posicionamento de marketing?

Na origem do Oi Futuro, quando criamos esses focos de educação e de cultura, resolvemos usar a tecnologia porque é uma coisa que a Oi entende. A gente utilizou todo esse conhecimento, essa *expertise* da Oi para promover desenvolvimento social. Existe sinergia com o negócio da empresa. E é bom para o pessoal de cinema, de teatro, porque eu ponho os portais e a tecnologia nessa parceria com os produtores. Eu tenho toda uma base tecnológica que é da empresa. E sobre a banda larga, que você citou, tenho um projeto de música no Oi Futuro de Ipanema. Batizei com o nome de Banda Larga, porque é o conceito elástico de uma banda moderna de música. É a banda larga da música.

Como incentivar eventos e festivais de grande porte? Ou vocês acham melhor ter ações mais descentralizadas a ter um foco, como um festival grande?

Não. Temos alguns festivais, conforme falei, incluindo um de games, mas patrocinamos quase todos os de cinema – Mostra Internacional de Cinema de São Paulo, festivais importantes no Rio e em Pernambuco. Criamos ainda o Celucine, um festival de filmes para celulares. A premiação normalmente acontece no Festival de Cinema do Rio. Fazemos workshops em todos os estados para que as pessoas entendam o novo formato. Quer dizer, está sempre ligado a uma ação nossa de fomento e de desenvolvimento. No caso do game, temos um núcleo avançado, o Nave, que faz a formação. E temos ainda os patrocínios dos festivais, como o Festival de Música Digital, do produtor Marco Mazzola. É o primeiro do tipo no Brasil, talvez na América Latina.

Qual a diferença desse festival digital para os outros?

Você pode baixar as músicas, votar pelo celular, uma série de coisas. É totalmente interativo, porque são músicas criadas para as novas plataformas.

A mudança tecnológica também leva a uma mudança no olhar?

Não só no olhar. No Celucine aconteceu uma coisa interessantíssima no ano passado. Num dos workshops, vimos uma grua para celulares (*risos*). O diretor colocou o celular numa vareta, tipo bambu. Na produção, vimos que o celular permite ângulos incríveis. Como a tela é pequena, o

enquadramento tem que ter menos elementos. O tempo também é importante, porque não dá para fazer coisa longa. Se fizer, terá que separar em episódios, porque as pessoas verão em telas pequenas. O olhar de quem vê também é diferente, isso deve ser levado em consideração. Não será em uma sala escura, na tela grande.

Exige outro tipo de concentração.

Alguém já disse que, na tela do cinema, todos os artistas viram deuses. Eles ficam enormes e a platéia, pequena, naquela sala escura. Isso acabou. Agora, eles são menores que a gente. São mudanças que estão ocorrendo e que levam um tempo para serem absorvidas.

A diversidade de possibilidades de linguagens aumentou e, com isso, surge a questão da qualidade das produções. Como lidar com isso?

A gente está aprendendo. É diferente. Ao mesmo tempo em que todo mundo tem acesso aos meios de captação, nem tudo que se produz é arte. O que é arte, então? O que distingue uma coisa que é documental de uma obra de arte, ou de um simples registro? Há que se pensar sobre isso, pois vivemos o tempo dos multimeios. Há que ter um pensamento crítico. Infelizmente, pensamento e velocidade são coisas que não combinam muito. A preocupação é que na velocidade você deixa de exercer o pensamento crítico.

Como se dá a formação do pessoal que trabalha no Oi Futuro?

É uma loucura, porque, além desses projetos que citei, a gente virou uma espécie de referência nesse campo. Quando o centro cultural do Flamengo foi criado, não havia um lugar assim no Rio de Janeiro. A primeira coisa que fizemos foi chamar uma curadora e dizer mais ou menos o que queríamos. Em 2005, fizemos a primeira exposição, chamava-se *Corpos Virtuais*, com curadoria da Ivana Bentes. Convidamos os artistas e abrimos o teatro para o pessoal do Chelipa Ferro [*coletivo carioca criado pelos artistas Luiz Zerbini, Sergio Mekler e Barrão*]. Queríamos mostrar a que viemos. Nas galerias, no teatro ou no bistrô, já estava ali o wireless. Montamos a Biblio_Tec – uma biblioteca só com arte e tecnologia, com catálogos do mundo inteiro para que as pessoas tenham acesso. Aconteceu uma coisa maravilhosa e, para mim, surpreendente, pela rapidez como se deu: os artistas começaram a pensar sites específicos para o espaço. No Oi Futuro, eu nunca recebi uma proposta de pintura em tela, por exemplo, porque viemos para trabalhar em um viés no qual não havia espaço. De uma certa maneira, contribuimos para inspirar os

artistas nesse campo. Ao mesmo tempo, na Escola de Artes Visuais do Parque Lage, que sempre foi um celeiro do pensamento e da discussão, houve uma proposta para criação de um núcleo de arte e de tecnologia promovida por nós. Então, essa inquietação esteve o tempo inteiro presente. Na segunda exposição, fizemos um teatro dentro da galeria do centro cultural. O Oi Futuro é um lugar onde discutimos tudo, onde quase tudo é possível. Todos os nossos espaços são passíveis de intervenção. Sempre recebemos propostas novas, refletimos sobre elas e tentamos realizar. Sempre tem um novo diálogo, não há uma fórmula. Eu não tenho processo para o novo, apenas para aquilo que realizei, mas sou aberta ao novo. Trabalho com dois curadores no espaço: um de artes cênicas, que é o Roberto Guimarães, e o de artes visuais, o Alberto Saraiva. Nós três sentamos juntos e é sempre surpreendente. No mundo em que vivemos, é preciso pensar fora da caixa, pensar em novas formas. A arte é isso: o olhar enviesado que você lança sobre as coisas.

Como você consegue fazer essa encenação toda parecer uma delícia?

É maravilhoso e desafiante o tempo inteiro. As propostas são incríveis. Por exemplo, temos uma peça no Oi Futuro que se chama *Hotel Medea: an Overnight Experience* [*espetáculo de criação coletiva dirigido por Jorge Lopes Ramos*], com duração de seis horas – o público vai, dorme no espaço, que tem camas, e a encenação termina às seis da manhã com café. São propostas assim que chegam, o que é muito bom.

Você acompanha uma série de iniciativas fora do Brasil. Cite algumas iniciativas interessantes.

Tenho viajado para o circuito tradicional e para fora dele. Luanda, Varsóvia e outros, mas acho Berlim a capital contemporânea do mundo. Lá, o Instituto Goethe me convidou para fazer um programa muito interessante de conhecer os espaços de arte contemporânea da Alemanha. Participei do festival de artes visuais e de artes interativas, e depois percorri a Alemanha. Isso nasceu pela identificação do Alfons Hug, do Instituto Goethe, com o ZKM – Centre for Art and Media, um espaço maravilhoso na Alemanha. Gostei muito do que vi, troquei experiências com curadores do mundo inteiro e vi que estávamos no caminho certo. Por exemplo, nós temos um festival permanente chamado Multiplicidade, que acontece muito nas redes sociais também. A curadoria é do Batman Zavarage. Esse foi o primeiro projeto de música do Oi Futuro e está fazendo cinco anos, junto com o centro cultural. Quando eu cheguei em Berlim, nesse festival de arte contemporânea, havia à noite umas audições de

música eletrônica nas quais as pessoas se sentavam para ouvir. Não era uma festa para dançar. E nós já havíamos feito algo semelhante aqui e eu fiquei muito contente. E vi uma coisa maravilhosa que, se eu puder, trarei artista para fazer aqui. Era uma audição de música eletrônica totalmente no escuro, na qual as pessoas entravam, recebiam um banquinho e o aviso: “Será uma hora de música eletrônica. Vocês ficarão totalmente no escuro, não podem sair, a não ser em caso de muita urgência”. É uma maravilha porque, no início, causa um estranhamento, medo, mas a música vai acontecendo e o desenho sonoro, se fazendo. O Multiplicidade junta um artista visual com um artista de música em encontros que nunca se repetem. Por exemplo, o encontro do Tom Zé e do Multi Lab foi maravilhoso. Juntamos Walter Alfaiate com o pessoal da SuperUber. São encontros totalmente inusitados.

E em Luanda?

O vice-presidente da Fundação Sindika Dokolo e curador da Trienal de Arte de Luanda, Fernando Alvim, foi no Oi Futuro, viu umas exposições e nos convidou para que levássemos algumas obras para Luanda. Foi muito interessante, porque a juventude de Angola é defasada em termos de tecnologia. Agora, nesse ressurgimento de Angola, a juventude quer deter os meios. Como eles ficaram anos em defasagem, não querem aprender gradativamente, já querem a ponta. Eles já querem pegar as câmeras e fazer vídeo e arte. Nós levamos algumas coisas do Festival Internacional de Linguagem Eletrônica (File) e foi muitíssimo interessante. Em algumas casas, você ainda via marcas de balas. Levamos também um trabalho do Ricardo Barreto. Foi uma experiência maravilhosa. O Fernando Alvim foi convidado para ser um dos curadores da 29ª Bienal de São Paulo e vai trazer artistas angolanos para a gente conhecer.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/slider/maria-arlete-goncalves/>